

MAGAZINE

SPREKERSPLATFORM

SPREKERSPLATFORM MAGAZINE IS EEN UITGAVE VAN SPREKERSPLATFORM SEPTEMBER 2005 | JAARGANG 1 | NUMMER 5

PAG.4 Erica Terpstra:

Negentig procent van de Nederlandse bevolking kent haar

SJORS FRÖHLICH EN PETER PLAISIER



Wij zien toekomst voor Podcasten

PAG.2

INTELLYGENTS



Handelaren in gouden ideeën

PAG.5

ESTHER JACOBS



Altijd op zoek naar nieuwe uitdagingen

PAG.7

“De romantiek en intimiteit van de radio kan heel goed gebruikt worden bij een evenement”



Sjors Fröhlich en Peter Plaisier zien toekomst voor Podcasten

Met de komst van MP3-spelers als de iPod van Apple, ontstonden ook steeds meer nieuwe initiatieven. Vrijwel iedereen heeft tegenwoordig een afspeler op zak, waarmee geluidsfragmenten kunnen worden afgespeeld. Sjors Fröhlich en Peter Plaisier van het gelijknamige bedrijf uit Hilversum zijn sinds jaar en dag vergroeid met het voortbrengen van geluid over de ether. Zij zien heel veel toekomst voor het zogenaamde Podcasten en bespreken dat met Sprekersplatform-directeur Allard Dericks en journalist Johan Koning.

Het Podcast-principe is even eenvoudig als doeltreffend. Het is namelijk mogelijk om bijvoorbeeld de radioshow van de favoriete deejay van het internet te ‘plukken’ en up te loaden naar de MP3-speler. Vervolgens kan op ieder geschikt moment naar de uitzending geluisterd worden. Het Podcasten is populair gemaakt door media-ondernemer en deejay Adam Curry en vooral met de opkomst van het breedbandinternet erg populair geworden. Twee collega's van hem, Sjors Fröhlich en Peter Plaisier, vinden het Podcasten een interessant gegeven, ook voor evenementen. Fröhlich en Plaisier, in de jaren '90 mateloos

populair als het radioduo The Magic Friends op 3FM, zijn in hun dagelijks leven als ondernemers veel bezig met geluid. “De meeste Podcasts die nu op het internet staan, komen amateuristisch over. Maar het kan natuurlijk heel professioneel gemaakt worden én vervolgens ook zo gebruikt. En uiteraard het best geproduceerd in onze geluidsstudio”, lacht Peter Plaisier. In het pand aan de Kleine Drift in Hilversum, waar het ondernemende duo een rondleiding geeft aan Dericks en Koning, is een waar audiovisueel paradijs gevestigd. Het voormalige bankgebouw -

de dikke kluisdeur is nog steeds aanwezig - is een creatief centrum, waar onnoemelijk veel televisiespotjes, radiocommercials en geluidseffecten ontstaan. De klantenkring van Fröhlich & Plaisier BV bestaat uit vrijwel alle grote automerken, telecomaandieners T-Mobile en Versatel en diverse grote evenementenburo's.

Hoe kan met audiovisuele middelen de kwaliteit van een evenement nog hoger worden? “Er zijn natuurlijk onnoemelijk veel mogelijkheden om met beeld en geluid een evenement op te luisteren. Voorwaarde is in ieder geval dat de kwaliteit van de apparatuur uitstekend is”, vertelt Sjors Fröhlich. “Wij zijn één van de weinige bedrijven die ook de faciliteiten voor evenementen leveren. Bij ons krijg je dus het totale plaatje. Een bijzondere video-aanpak zou bijvoorbeeld zijn, om een cameraman gedurende het evenement opnamen te laten maken. De beelden kunnen vervolgens door ons worden gemonteerd tot een soort van tv-programma met hoogtepunten, die daarop weer op een dvd naar de



The Magic Friends

Al op zeer jonge leeftijd waren Sjors Fröhlich en Peter Plaisier op de radio te horen. Voor de NCRV werkten ze aan het jongerenprogramma Tussenuur, dat ook echt werd gemaakt door jongeren. Daarna presenteerden beide deejays verschillende programma's. Uiteraard gezamenlijk als The Magic Friends, maar ook alleen. Sjors Fröhlich is nog steeds regelmatig op de radio te horen, bijvoorbeeld als presentator van Cappuccino en Stand.nl. Van dat laatste interactieve programma is hij ook de bedenker. Peter Plaisier is ook nog regelmatig op de radio te horen.

bezoekers van het evenement kunnen worden gestuurd. Niet alleen is het een leuke attentie, maar bovendien vestig je ook nog weer extra aandacht op het evenement.” “Nog een voorbeeld”, haakt Peter Plaisier in, “kijk eens naar de voorbereiding op het evenement. Het zou bijvoorbeeld aardig zijn om op de website alvast een interview te plaatsen met de directeur van de organiserende firma. Inderdaad: in MP3-formaat, zodat het kan worden gedownload – eventueel op een afgeschermd deel van de site, waar alleen mensen die zich hebben opgegeven voor het evenement de inlogcode van weten. We kunnen het zelfs nog specialer maken, door een cd samen te stellen in onze studio. In een soort van radio-uitzending komen verschillende ingrediënten terug, die slaan op het naderende evenement. Te denken valt aan bepaalde muziek, typetjes en interviews met medewerkers van het bedrijf of de directie. De optimale mogelijkheid voor de gasten om zich vast voor te bereiden, zonder dat het extra tijd kost. Je kan vast vragen bedenken of een mening vormen, ideaal voor meer diepgang tijdens de dag. Sjors kan dat heel goed presenteren en ons bedrijf kan dit allemaal mogelijk maken. De cd wordt vervolgens naar de gasten gestuurd die zich hebben opgegeven voor het evenement, uiteraard voorzien van een passende opdruk en inlay. Met de intimiteit en de romantiek van de radio kun je dan net dat beetje extra bieden aan de gasten van je evenement. Ik zou haast zeggen: succes verzekerd!”

Spraakverwarring!



Elk evenement bewijst het opnieuw. De spreker bepaalt voor een groot deel de kracht van de boodschap. Het andere deel is het totale 'concept' waar de spreker onderdeel van is. Dit concept start met uw doelstellingen. Wat wilt u vertellen, welke informatie wilt u krijgen of verspreiden, wilt u saamhorigheid kweken? Voor wie is de boodschap bedoeld?

V voorkom spraakverwarring naar uw relaties, collega's en medewerkers

door een goed concept en dé juiste afstemming van alle factoren. U krijgt van ons deze perfecte match. Niet alleen de spreker, maar ook het inhoudelijke concept verzorgen wij graag. Debatteren als bokswedstrijd, waarden en normen binnen de organisatie met valsspel of het gebruik van podcasting. Geen dagvoorzitter die eerst vraagt of de mobiele telefoons uitgeschakeld zijn maar juist dit medium met sms actief gebruiken. Allemaal mogelijkheden om uw gasten optimaal te prikkelen. U wilt toch ook maximaal rendement uit uw bijeenkomst? De afgelopen periode hebben wij alle trends en innovativiteiten met hun mogelijkheden opnieuw in kaart gebracht. Zoals met Sjors Fröhlich en Peter Plaisier over podcasting en de punchline met Intellygents. Zomaar enkele voorbeelden over verrassend en anders denken.

U leest het: Sprekersplatform voorkomt spraakverwarring!

Frederike Spanjer-Van der Wal
Hoofdredactie

Hoofdredactie:
Frederike Spanjer-Van der Wal
Eindredactie:
Niels Christern
Bladmanager:
Jos Bults

Productie en realisatie:



THE CREATIVE MAGAZINE MAKERS
055 533 0 340

Design:
René Szaak

Redactie:
Rudi van Dijk
Johan Koning
Guido Kobessen

Vormgeving:
Bas van Mourik

Fotoredactie:
Frank Kanters
Jeroen van Amersfoort
(expeditie Robinson)



SPREKERSPLATFORM
EXCLUSIVITEIT IN TOPSPREKERS

Voorwoord

Colofon

Erica Terpstra: passie, betrokkenheid en sportiviteit

Chef Sport van Nederland zet zich met ziel en zaligheid in voor Fair Play



“Ik probeer mij ook altijd kwetsbaar op te stellen. Mensen mogen, als ze het niet met mij eens zijn, dat tegen mij zeggen”

Erica Terpstra, Chef Sport van Nederland

Op het moment dat we Erica Terpstra spreken, zit ze in haar auto. Op weg naar een nieuwe afspraak. Want ze is een bezig bijtje, altijd in de weer. Reizend van hot naar her, van topsportevenement naar amateurwedstrijd. Van bespreking naar bijeenkomst. Kortom: de uren die Erica Terpstra op de weg doorbrengt en kriskras door ons land cruised zijn talrijk. Geen betere mogelijkheid en plaats dus om haar te treffen.

Via de mobiele telefoon in de auto – uiteraard op handsfree-basis – legt de Chef Sport van Nederland haar doen en laten uit. Want dat is ze, de Chef Sport van Nederland. Eén van de belangrijkste mensen in de Nederlandse sportwereld. “Ik vertegenwoordig 4,9 miljoen mensen die in georganiseerd verband aan sport doen in Nederland”, zegt ze trots. “En die bijna vijf miljoen Nederlanders kunnen hun sport alleen maar beoefenen doordat we in ons land de weldaad hebben van ruim 1 miljoen mensen die zich op vrijwillige basis inzetten voor hun sportclub. Die vrijwilligers, daar draait het in feite om in de Nederlandse sport. En de hulp van de sponsors natuurlijk. Ik heb dan ook een hoge pet op van het bedrijfsleven in ons land.” Dat bedrijfsleven kan veel van de sport leren, zo vindt Terpstra. Het oud-VVD-kamerlid, dat van 1977 tot 2003 een zetel in de Tweede Kamer had – met een onderbreking van vier jaar toen Terpstra staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport was -, probeert tijdens performances voor het bedrijfsleven ook altijd een link te leggen met de sport. “Ik probeer inderdaad

een parallel te maken. Sporters en ondernemers hebben veel zaken gemeen, ze hebben allebei overeenkomstige eigenschappen

“Ik heb een hoge pet op van het bedrijfsleven in ons land”

nodig. Denk aan uithoudingsvermogen, veerkracht, passie voor wat je doet en teamgeest. En niet te vergeten: Fair Play.” “Veel ondernemers willen de sport ondersteunen, het is een vorm van verantwoord ondernemen geworden. Niet alleen de topsport, maar zeker ook de breedtesport – amateurs en gehandicapten, bijvoorbeeld – krijgen veel ondersteuning.” Ze wil dan ook voorzitter zijn van alle sporters, niet

alleen van diegenen die met hun kop boven het maaiveld uitkomen. “Als ik aanwezig ben bij een EK of WK, dan heeft dat impact. Vaak word ik dan even in beeld gebracht. Maar net zo lief zit ik bij een wedstrijd op lager niveau, bij de amateurs of bij de gehandicaptensport.”

Fair Play

Het begrip Fair Play is al gevallen. Het naar eer en geweten goed behandelen van tegenstanders en medespelers, is voor Erica Terpstra erg belangrijk. “Ik probeer mij ook altijd kwetsbaar op te stellen. Mensen mogen, als ze het niet met mij eens zijn, dat tegen mij zeggen. Ik probeer geen muur om me heen te bouwen, maar juist open en eerlijk de strijd aan te gaan.” Ze noemde zojuist teamgeest als één van de belangrijke ankerpunten voor zowel sporters als ondernemers. En dat terwijl ze zelf uitblonk in een individuele sport. Dat vraagt enige uitleg. “Ik zag het zwemmen niet als puur individualistische sport. Ik zwom ook beter in estafetteteams dan als ik alleen van start ging. Ik moest er dus voor zorgen dat het goede voorwerk van mijn teamgenoten vakkundig werd afgemaakt.” Tijdens de Olympische Spelen van 1964 behaalde ze het hoogtepunt in haar carrière. Als lid van het estafetteteam mocht ze twee keer het podium betreden in Tokio, voor een zilveren en een bronzen Olympische medaille.

Erica is een veelgevraagd spreker. En ze stelt nooit teleur. Met haar charme, bevoegdheid, humor, enthousiasme en overredingskracht probeert ze haar boodschap te brengen. “Ik kan een mooie speech houden, waarin niet alleen ernstige zaken belicht worden, maar waar ook humor in voorkomt. En als dagvoorzitter, althans: gezien mijn drukke programma wordt dat dan een dagdeelvoorzitterschap, voel ik me ook thuis. Ik vind het heerlijk om me te verdiepen in een bepaald onderwerp en dan bruggen te slaan tussen verschillende mensen en standpunten. Dan voel ik me thuis.”

Mark van Berkel en Kirsten van Nieuwenhuijzen

Mark van Berkel en Kirsten van Nieuwenhuijzen zijn creatieven en handelaren in (gouden) ideeën. De afgelopen jaren hebben ze met hun bedrijf Intellygents nationaal en internationaal de aandacht getrokken door prikkelende concepten voor tv-programma's. Ook voor het bedrijfsleven laten ze zien dat communicatie veel beter verloopt als er een aantrekkelijk creatief concept aan ten grondslag ligt.



Mark van Berkel

Sprekersplatform werkt samen met handelaren in gouden ideeën

Intellygents is uniek in haar soort, want in ons land zijn er geen vergelijkbare bedrijven te vinden waar 7 dagen per week, 24 uur per dag wordt gedacht in ideeën. En vooral hoe je die ideeën aan de man moet brengen. Mark studeerde economie, Kirsten ging naar de filmacademie. Ze troffen elkaar bij de televisie waar ze onder meer zes jaar in dienst waren als dé creatieven van John de Mol. “In die tijd hebben we geleerd hoe je van een goed idee een concept kunt maken waar niemand omheen kan. Dat is een lange weg, maar we hadden geen betere leerschool kunnen hebben. John de Mol is iemand die als geen ander in staat is gaten in concepten te schieten. Daardoor word je gedwongen steeds creatiever te worden, toeval steeds meer uit te sluiten en met een voorstel te komen waar niemand omheen kan.” Hoewel Nederland hun basis is, werken ze ook veel internationaal. Met gepaste trots vertellen ze dat hun tv-spelletje “That's the question” zowel in Nederland,

Zwitserland en Frankrijk te zien is. In Italië hebben ze onlangs een veel geziene doorbraak bereikt met de dagelijkse quizshow “Il Malloppo”, in Engeland staan zowel de BBC als de commerciële omroepen op het punt om deals te sluiten met Intellygents.

Herkenbaarheid en emotie

“Televisie is gebaseerd op twee zaken: herkenbaarheid en emotie. Dat is ook de basis van waaruit wij werken. Dit geldt ook voor de concepten die wij voor het bedrijfsleven hebben bedacht.” Als voorbeeld noemt hij Vals Spel, dat de afgelopen tijd al met veel succes door diverse grote bedrijven is gespeeld. “Wij hebben dit spel ontwikkeld in opdracht van een organisatieadviesbureau dat een fusie moest begeleiden. Het voornaamste doel was die fusie zo goed mogelijk te communiceren. Wij hebben toen een spel ontwikkeld waarin alle aspecten van de fusie tot hun recht zouden komen. Het voordeel is dat je Vals Spel topdown kunt spelen.

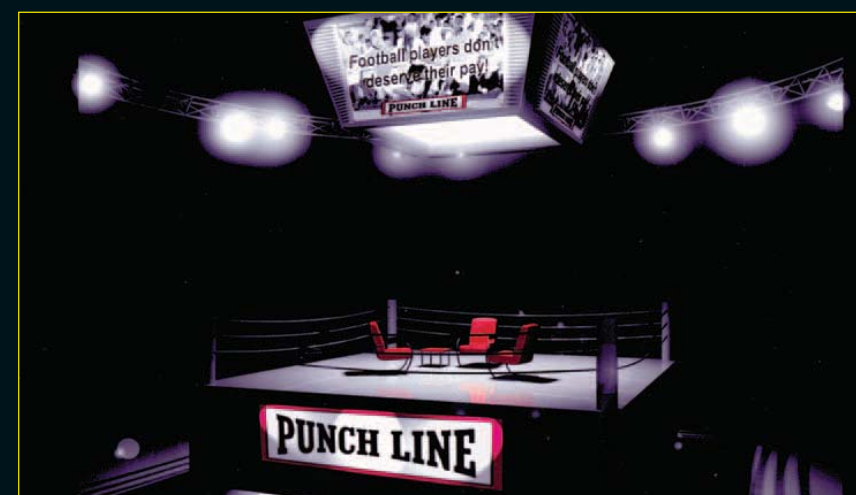
Dus bijvoorbeeld eerst met de directie, daarna met de managers, vervolgens op chefniveau en dan met de medewerkers. Je speelt het tegelijk met drie man, of een veelvoud van drie.

In het begin van het spel worden de kaarten geschud en verdeeld. Twee van de drie deelnemers lezen op hun kaart dat ze het spel eerlijk moeten spelen, een van de drie is de valsspeler. Uiteraard weten ze niet van elkaar wie de valsspeler is, die zullen ze in de loop van het spel moeten ontmaskeren. Aan de andere kant kan de valsspeler door argumentatie proberen de anderen in zijn kamp te krijgen.”

Bedrijfscultuur

Mark legt uit dat je door allerlei handige vragen kunt communiceren hoe een bedrijf over belangrijke zaken denkt. “Het is ook niet zo dat alle antwoorden al bij voorbaat vastliggen.” Hij geeft als voorbeeld de vraag: stel je zoon van zes is jarig, thuis is een feestje gepland, maar er komt een belangrijke opdracht binnen waaraan absoluut die dag moet worden gewerkt. Wat doe je? a) Ga je toch naar de verjaardag, b) Laat je het werk voorgaan, want volgend jaar is het weer feest, of c) Werk je een paar uur over en ga je daarna naar de verjaardag. Dit is typisch zo'n vraag waarvan we het antwoord met de directie van een bedrijf afstemmen, omdat het nauw samenhangt met de bedrijfscultuur. Hierbij zie je ook hoe belangrijk de rol van de valsspeler is. Als die er niet bij zou zitten zou iedereen automatisch het sociaal gewenste gedrag vertonen. Nu kan dat niet. Iedereen wordt gedwongen met zijn of haar steekhoudende argumenten te komen.

Lees verder op pagina 8



Bevents doet altijd graag een beroep op Sprekersplatform

Jan Medendorp als dagvoorzitter smaakt naar meer

Nét die spreker vinden die ook echt past bij het te organiseren evenement. Makkelijk is het niet, maar Sprekersplatform verstaat de kunst. Zo blijkt uit het verhaal van Alex Renes, die nog nooit tevergeefs een beroep deed op Sprekersplatform. Dat elke keer net die spreker adviseerde die precies paste bij het evenement.

Het aandrigen van journalist Jan Medendorp bijvoorbeeld als dagvoorzitter voor een aantal symposia van geldverstrekker Obvion tekent de kracht van Sprekersplatform, vindt Alex Renes. Renes is mede-eigenaar van Bevents uit Zeist. Hij verklaart zijn observatie als volgt: "Wij verwachten van een leverancier van sprekers dat er meegedacht wordt over het concept. Dat betekent dat we niet klakkeloos voor een 'naam' gaan, maar voor kwaliteit. Jan Medendorp mag in het oosten van het land dan redelijk bekend zijn als journalist, maar in de rest van Nederland kent men hem niet zo. Wij vroegen voor dat evenement echter een dagvoorzitter met een kritische blik, die ook door kan vragen. Jan bleek een schot in de roos te zijn, want met zijn journalistieke houding wist hij precies de juiste snaar te raken. Scherp en kritisch, dat kun je aan hem wel overlaten. Een compliment aan Sprekersplatform voor deze call."



Alex Renes, mede-eigenaar van Bevents

"Allemaal professionals met een achtergrond in communicatie of marketing", zegt Renes. "Dat vinden wij heel belangrijk, klanten verwachten namelijk tegenwoordig veel van een bureau. Daarom hebben wij mensen in huis die een totaal concept en project kunnen managen. Wij bieden onze diensten aan onder de naam 'Evenementmanagement' en projectmanagement met een supportafdeling voor de operationele ondersteuning. Creatief denken, doen wat je belooft, duidelijke communicatie en transparantie vormen hierin de pijlers."

Microsoft

Eén van de klanten waar Bevents al jaren zaken mee doet, is softwaregigant Microsoft. "Dat is ook een kracht van ons: de bestaande klanten behouden. We steken ook bewust heel veel tijd in aftersales en support, want dat verdienen onze klanten. Ook weer iets wat we eveneens verwachten van bedrijven waar wij weer zaken mee doen, zoals Sprekersplatform. Voor Microsoft hebben we bijvoorbeeld het bezoek van Bill Gates aan Nederland, tijdens het evenement Microsoft@Work. "Dan moet alles natuurlijk tot in de puntjes geregeld zijn. We voeren geen ad hoc-beleid, maar gaan voor partnerships. Zo is onze relatie met Sprekersplatform ook zeker waard om gecontinueerd te worden. Zowel qua kwaliteit als qua prijs bieden ze waar voor hun geld."

Tien jaar

Volgens Renes is het een eis voor een sprekersbureau om mee te denken met de opdrachtgever, precies zoals zijn eigen bedrijf Bevents ook altijd doet. "Wij zijn een full service bureau. Niet alleen bij de organisatie van het evenement an sich, maar ook alles er omheen. Wij zien het evenement als communicatiemiddel." Bevents ziet dat al tien jaar, want zolang bestaat het bureau. Een decennium geleden startte Bianca Rikels Bevents bv op en kende een vliegende start. Momenteel is Rikels samen met Renes eigenaar van een bureau met negen medewerkers.

Uitdagingen



In 2000 zette ze zonder ervaring of budget Coins for Care op, de inzamelingsactie waarmee rondom de Euro invoering uiteindelijk ruim 16 miljoen Euro aan buitenlands muntgeld werd opgehaald. Het geld werd verdeeld over meer dan 100 goede doelen. Mama Cash noemde haar "de meest succesvolle oud-ijzer handelaar ooit" en door de koningin werd ze benoemd tot Ridder in de Orde van Oranje Nassau.

Wekenlang met een groep andere waaghalzen onder primitieve omstandigheden op een tropisch eiland

Maar Esther Jacobs vroeg zich af wat de goede doelen nu precies deden met dat ontvangen geld. En met haar bleken vele donateurs zich zorgen te maken. Daaruit ontstond in 2003 de Donateursvereniging, een soort "consumentenbond" voor iedereen die aan goede doelen geeft. Wederom een organisatie zonder budget, waar Esther als vrijwilliger het grootste deel van haar tijd aan besteedt. Ze verdient haar brood als marketing consultant, onder andere met grote groepsinterventies en creatieve workshops. Altijd op zoek naar nieuwe uitdagingen, besloot Esther zich afgelopen zomer in te schrijven voor het survival programma Expeditie Robinson. Wekenlang zou ze met een groep andere waaghalzen onder primitieve omstandigheden doorbrengen op een tropisch eiland voor de kust van Maleisië.

Dat dit populaire programma verrassingen kan bieden, bleek toen Esther niet met de andere 16 kandidaten op een eiland werd geplaatst, maar met slechts één andere kandidaat twee weken lang in het geheim in een onherbergzame grot moest zien te overleven. Met een



zelfgebouwd vlot "ontsnappen" ze uiteindelijk, om zich bij de andere kandidaten te voegen. Daar ontstonden natuurlijk allerlei discussies omdat de anderen met twee nieuwe deelnemers werden geconfronteerd.

Gek genoeg werden in Expeditie Robinson al Esther's ervaringen van de afgelopen jaren geïntegreerd. Werken met beperkte middelen (nauwelijks eten!), groepsdynamiek (alles wat boven het maaiveld uitsteekt wordt genadeloos neergemaaid), werken in onzekere omstandigheden en soms onder extreme druk (primitieve



middelen, onvoorspelbaar weer en zware fysieke proeven) leverden spectaculaire beelden en waardevolle lessen op. Esther heeft door al haar ervaringen een ongebruikelijke kijk op communicatie, marketing en doelgroepen.

P.S. Expeditie Robinson 2005 is vanaf begin september iedere maandagavond te zien bij Talpa en is ook te volgen via www.talpa.tv.

Esther Jacobs (marketing & sales)

OOK IN DEZE CATEGORIE BIJ SPREKERSPLATFORM:

Frits Löhnen, Frank Wouters, Katja Staartjes

MAGAZINE

SPREKERSPLATFORM

ACTUALS

Het laatste nieuws en biografieën over onze sprekers op de website van Sprekersplatform.

www.sprekersplatform.com



Nieuwe gezichten bij Sprekersplatform



Vanaf 1 september staan twee nieuwe sprekersspecialisten klaar om u van dienst te zijn. Myra Bouwens is de nieuwe office manager, 38 jaar en ruim 17 jaar allround ervaring binnen diverse organisaties. Met al deze ervaring en zoals ze zelf zegt; "natuurlijk ook mede door de leeftijd, je wordt ouder en wijzer", weet ze precies hoe ze uw doelstellingen moet vertalen. Daarnaast heeft ze een ontzettende drive om haar steentje bij te dragen aan uw spraakmakend succes!

Ralph Gehring zal de komende 5 maanden stage lopen voor zijn opleiding aan de Saxion Hogeschool (HTRO). Ralph gaat verder borduren op het vorige stageonderzoek om er voor te zorgen dat wij de dienstverlening steeds nauwkeuriger op uw wensen kunnen afstemmen.

"Mensen helpen dingen te begrijpen"

Bas Haring is schrijver/wetenschapper en als hoogleraar verbonden aan de Universiteit van Leiden. Daarnaast is hij bekend als columnist van De Volkskrant en Intermediair, presentator van het televisieprogramma "Stof" en deskundige van het populair wetenschappelijke tv-programma "Tegenlicht".

"Het allerleukste vind ik het om mensen te helpen dingen te begrijpen. In de wetenschap wordt vaak gedaan alsof iets heel ingewikkeld is. Misschien is dat ook wel zo, maar mijn uitdaging is het om een vertaalslag te maken waardoor meer inzichten ontstaan over hoe de wereld in elkaar zit en wat dit voor de mens betekent. Er zijn bijvoorbeeld allerlei spannende ontwikkelingen gaande op het gebied van de biotechnologie. Ik ga dan in op vragen als: wat betekent dit voor ons? Wat kan wel, wat niet, hoe kunnen we daar het beste mee omgaan?"

Ik geef twee soorten lezingen. De eerste gaat uit van boeken die ik heb geschreven, zoals "Kaas en de evolutietheorie" en "De ijzeren wil". In het eerste boek vertel ik hoe

de evolutietheorie ingrijpt in ons eigen leven, in het andere boek ga ik nader in op het vermeende verschil tussen konijnen en computers en de positie die de mens daarbij inneemt. In beide lezingen gaat het er mij om bestaande denkbeelden omver te halen, mensen te confronteren met zichzelf. Ook houd ik spreekbeurten over een bepaald thema, dat door een bedrijf kan worden bepaald.

Bas Haring (wetenschap)

OOK IN DEZE CATEGORIE BIJ SPREKERSPLATFORM:

Andre Kuipers, Prof. dr. Jos Frenken

Sprekersplatform werkt samen met handelaren in gouden ideeën

Vervolg van pagina 5

Dat maakt het spel spannend en nerveus. Alle keren dat Vals Spel gespeeld wordt, eindigt het spel met een dubbele climax. Iedereen wil weten wie er heeft gewonnen, maar ook wie uiteindelijk de valsspeler is. Ondertussen heb je op een heel onderhoudende manier belangrijke zaken over je bedrijf, of over een fusie gecommuniceerd."

Boksring

Vals Spel kan, volgens Mark, uitstekend in alle rust worden gespeeld. Dit al naar gelang de behoefte van het bedrijf. Groter van

opzet is Punchline, een spelprogramma dat zich afspeelt in en rond een boksring. Het uitgangspunt is simpel. Een voor- en een tegenstander discussiëren o.l.v. een scheidsrechter over een prikkelende stelling. Dan begint de variatie. Een van de debaters kan een bekende Nederlander zijn, er kunnen ook twee bekende Nederlanders tegen elkaar in het strijdperk treden. Het publiek zit rond de boksring met stemkastjes en is de jury. "Je kunt het vergelijken met de formule van Het Lagerhuis, maar die tribunes zijn voor een bedrijf veel te kostbaar om na te bouwen. Een boksring is makkelijker, mensen voelen zich ook nog meer betrokken. Het aardige van dat we voor onszelf zijn begonnen, is dat we nu onze concepten veel breder kunnen uitzetten. Bij Endemol zaten we vast aan spelletjes en shows. Nu we voor het bedrijfsleven en Sprekersplatform werken, kunnen we dezelfde creativiteit aanwenden om ook voor u inhoudelijk bezig te zijn."