

Tekst: Harold Joëls | Fotografie: Fairview-Images

*Nog tien minuten. Het is file bij theater De Stoep. De parkeervakken zijn al een tijd vol, dus heeft de organisatie professorisch een nabijgelegen groenstrook ter beschikking gesteld voor de nog steeds toestromende boliden. Hordes ondernemers zijn als bijen op de honing afgekomen op de dertiende Inspiratiebijeenkomst, deze keer georganiseerd door Rabobank Voorne-Putten Rozenburg én Contact Jonge Bedrijven (CJB) Hollandse Eilanden. Maar waarom? Om zich tegoed te doen aan nieuwe inzichten, Jo en Yo. En eens bij jezelf te rade te gaan: 'Wat is de zin van mijn leven?'*

# Het joyo-effect

## OVER IDENTITEIT EN IMAGO

Na de introductie van Bert Kers, Penningmeester van het CJB, komt Commercieel Directeur Cees Vingerling van de Rabobank Voorne Putten Rozenburg er als vanouds in. Met positiviteit, want het aantal schepen dat in de Rotterdamse Haven aanmeert stijgt weer. En al snel nodigt hij Mark van Rikxoort, presentator van het radio-programma Voorne Business Cafe, uit op het podium om samen met hem het rondetafelgesprek aan te wakkeren over hoe bepalend imago kan zijn voor je bedrijf en of de mate van succes is af te meten aan een goede of slechte reputatie.

### GRENZEN VERLEGGEN

Suzanne Gerbenzon, eigenaar van Blingaffair en Nomadz, startte drie jaar geleden een bedrijf dat vooral dj headsets pimpt met Swarovski-kristallen. "Bizarre koptelefoons zijn het, maar ze zijn echt. De kracht is exclusiviteit. Ze kosten vijftien honderd euro per stuk. Ik heb er nu zo'n paar honderd verkocht. Het kost twintig uur om er een te maken. De markt is zo niche als maar kan, dus ze weten me wel te vinden. Maar gezien er nu ook veel namaak op de markt komt, ben ik wel grenzen aan het verleggen naar oordopjes. En ik ben

bijvoorbeeld aan het experimenteren met slangen- en krokodillenleer." Grensverleggend is ook Maarten Oostenbrink, Managing Director van Ludvig Svensson. Het bedrijf, met een vestiging in Hellevoetsluis, levert onder andere zonwerend doek voor de glastuinbouw. "Ludvig Svensson profileert zich goed in de markt, echter tot voor kort te weinig op persoonlijk niveau. Om die reden zijn we onlangs een direct marketingcampagne gestart. Goed voor het beeld dat men over ons heeft. Met een kaart die dankzij een haakje letterlijk bleef hangen en een duidelijke bood-

schap voor de tuinders. We hebben geappelleerd op de trots van tuinders. Met een (canvas)doek onder de arm, met daarop een afbeelding van hun teelt, zijn we bij ze langsgegaan. De eerste vierkante meter doek kregen ze van ons."

Na de column van Kees van 't Zelfde legt Jan-Willem Broere, eigenaar van Interlynx, uit hoe hij bedrijven kan helpen met imagokwesties en vertelt Seline Huisman, accountmanager zakelijke relaties bij Rabobank Voorne-Putten Rozenburg over de rol die zij - en meer van haar collega's - speelt in

de communicatie-uitingen van de lokale bank. "Je komt voor het voetlicht," vertelt ze, "en bent gelijk heel herkenbaar voor je klanten. Absoluut een pluspunt. Er is zelfs een klant geweest die het reclamebureau heeft gebeld met de vraag of hij de foto mocht kopen." Op de vraag of die persoon misschien in de zaal zit, blijft het angstvallig stil. Ook goed voor zijn imago trouwens.

### DURF, CREËER EN BEZIELING BERKEL

Als de jazzytonen van de Rabobank Inspiratieband, die de onderdelen van het programma

aan elkaar speelt, in volume en tempo afnemen, maakt de zaal kennis met Carola Berkel, directeur van de DC Berkel Groep. "In 1961 is mijn vader het bedrijf gestart in Bleiswijk met de verkoop van diesel- en smeerolie. Mijn oma fungeerde als telefoniste. Bijna 50 jaar later zijn we met ruim 100 man en drie tank-labels een volwaardige speler. Onlangs hebben we een tender gewonnen van Norfolk. Daar zijn we best trots op, omdat we meer flexibiliteit, service en snelheid konden bieden dan de grote oliemaatschappijen. En trouwens, naast de oliehandel, zijn we dealer van Nissan, Fiat en Alfa Romeo. Door niet aan verwachtingen van klanten te voldoen, maar deze te overtreffen, bouwen we aan ons imago. We wonnen begin dit jaar de verkoopwedstrijd onder Nissandalers en daarmee het prestigieuze optreden van de X-factor kandidaten. 5.500 inwoners van Spijkenisse verzamelden zich afgelopen mei op ons terrein. Een betere motivatie om de verkoop te stimuleren, met behoud van marge overigens, konden we niet bedenken. Overigens, ondernemers die met me willen sparren, mogen me altijd bellen\*" -- ►



*“stel dat in het meest negatieve geval slechts tien procent overkomt, dan betekent dat nog driehonderd kansen die je jezelf cadeau geeft.”*

**YO**  
Een break stilt de honger naar de volgende gast nauwelijks. Geboekt via het gisteren ter ziele gegane The Entertainment Group is ze toch maar uit Milaan overgekomen. Yolante Cabau van Kasbergen blijkt naast een verleidelijke vrouw ook een sterk gevoel voor humor te hebben. Waarom ook niet? “Doe maar een colaatje,” zegt ze tegen Cees als die haar vraagt of hij iets te drinken kan inschenken terwijl er alleen maar vers water voorhanden is. Na een jaar acteren in een educatieve serie, maakte ze op haar achttiende haar debuut in *Onderweg Naar Morgen*. “Een soapje ben je dan. Soapster. Dan heb je gelijk zo’n stempel.” De ster van *Yolante* rijst in korte tijd. Ze wordt een aantal maal benoemd tot de meest sexy vrouw van Nederland (2006, 2007 en 2009), ze wint in 2007 de hoofdprijs

voor beste actrice en in 2008 de eerste Televisier Talentaward. “Al die prijzen. Soms ga ik er voor mezelf heen, maar meestal vindt de buitenwereld de benoeming belangrijker dan ikzelf. Kijk, de FHM award bijvoorbeeld, daar ben ik wel trots op, het is een groot compliment, maar ik heb er niet zoveel mee. Ik heb de ambitie om een goede actrice en presentatrice te worden. Daar werk ik keihard voor. In het begin heb ik het beeld rondom mij kunnen beïnvloeden door te kiezen wat ik wilde doen. Nu moet ik vooral kiezen wat ik niet wil doen. Soms kan ik beter zwijgen om alle roddel en achterklap de baas te blijven.” Met de looks en de brains staat ze ook als zakenvrouw niet bepaald stil. Samen met Arjan Erkel heeft zij een eigen stichting “Stop Kindermisbruik” en sinds eind 2008 is de bodyfashionlijn *Yolante’s Choice* (lingerie, bad- en nachtmode)

exclusief ter beschikking gesteld aan de *Livera* formule. Waarom *Livera*, is massa kassa? “Dat speelt natuurlijk ook mee,” lacht ze heel eerlijk, “maar mijn ondergoed spreekt meiden van 16, 17 en 18 jaar aan. Dus het moet betaalbaar zijn. En in grote getale verkrijgbaar. Kijk je kunt wel heel exclusief willen, maar vrouwen die dat soort lingerie dragen, willen zich niet met een ander identificeren. Je imago is het best als je zo dicht mogelijk bij jezelf blijft. Ik sta altijd achter de keuzes die ik maak. Als je achter je product of bedrijf staat boek je resultaat.”

**JO**  
Als sneeuw voor de zon is Yo verdwenen. Ook de band kan daar niets aan veranderen. Maar prompt verschijnt daar Jo de Poorter in zwart-wit geblokt kostuum, donkerbruine gypsen en al met zijn

vinger in de lucht wijzend. Alsof hij iets wil gaan uitleggen. En of hij dat doet. “We maken een sprong in de tijd,” neemt de artistieke duizendpoot en beweeglijke bekende Belgische presentator het voortouw en leidt ons naar het jaar 2070. “Hoe zouden we dan herinnerd willen worden in één zin? Twaalf woorden? Wie was Reagan bijvoorbeeld?” legt hij de zaal voor en een weifelend ‘cowboy’, ‘acteur’ en ‘president’ volgt. “En Nobel?” De zaal weer: ‘uitvinder van de springstof’ en ‘Zweed’. “Nobel keek vooruit, zag zijn eigen overlijdensbericht en wilde niet de geschiedenis in gaan als uitvinder van de springstof. Hij bedacht toen een aantal prijzen voor Scheikunde, Natuur, enzovoort. Voor Martin Luther King was Rosa Parks, de zwarte vrouw die in 1955 in Alabama Montgomery volhardend ‘No’ zei toen een blanke vrouw haar vroeg om achterin de bus plaats te nemen,

zijn inspiratiebron. En ook voor Barack Obama. Wat is de zin van jouw leven?” Jo heeft een aantal wijze, maar simpele bouwstenen. “Leef nu. Vandaag tachtig procent geven, betekent dat je twintig procent nooit meer terugkrijgt. Leef voor de volle honderd procent. En leef dankbaar. Dankbaarheid is een interessant instrument om dingen te versterken en te vermenigvuldigen. Het zorgt voor connectie. Handgeschreven is het beste. Als je een jaar lang elke dag drie briefjes zou geven aan iemand om hem of haar te bedanken, drie sms’jes zou sturen en drie bedankmailtjes. Dat zijn drieduizend keer een connectie. Stel dat in het meest negatieve geval slechts tien procent overkomt, dan betekent dat nog driehonderd kansen die je jezelf cadeau geeft. En tot slot leef trouw. Als je nog vierentwintig uur te leven had, wat zou je dan doen? Waarschijnlijk precies

hetzelfde als de afgelopen vierentwintig uur. Leef het leven zoals je het te leven hebt. We hebben namelijk niet zo heel veel tijd. Het leven is te kort voor onzin.”

Op weg naar huis JoYo ik nog wat heen en weer. Goed dat die overdracht aan mijn collega handgeschreven was, bedenk ik me. En dat ik mijn baas gisteren na twee dagen ziek op bed te hebben gelegen meedeelde dat ik oprecht blij was weer terug te zijn. Dat meen ik, schreef ik nog tussen twee haakjes erachter. Oh ja, en dan nu nog even een sms’je naar Cees om hem te bedanken voor een mooie bijeenkomst. Dan heb ik de eerste learning nog dezelfde avond in praktijk gebracht en gelijk weer mijn imago wat opgepoetst. ...●

\* Telefoonnummer Carola Berkel: 0181- 692111