



Pieter Bas Boertje en Lennart Peepkorn geven een kijkje achter de schermen

Het geheim van 30 jaar **Dechesne & Boertje**

Het team van Dechesne & Boertje

Fotografie > Ann-Sophie Falter

In het pittoreske Muiden, aan de Herengracht, schuilt achter een witte façade het gerenommeerde bureau van Dechesne & Boertje Eventmarketing (D&B). Binnen bruist het van de creativiteit, jonge geesten, harde werkers, vrolijke gezichten en muren opgeleukt met foto's van toen en nu. Toen, dat was 30 jaar geleden, in de tijd dat Janine Dechesne in 1983 met haar bestickerde auto vanuit Groningen haar bureau in Amsterdam oprichtte met het succesvolle concept 'Your company goes Broadway'. Nu zijn de 80 à 100 evenementen per jaar van een andere orde, maar nog altijd met de interactie van het eerste concept en met minstens zoveel passie als toen. Eigenaren Pieter Bas Boertje en Lennart Peepkorn nemen ons mee in 30 jaar D&B, drie decennia vol hoogtepunten, learnings en een stevige ontwikkeling van het vak.

Door > Barbara van Baarsel

Op Valentijnsdag bestond D&B exact 30 jaar, hoe geven jullie hier reuring aan?

Pieter Bas: 'We hebben meerdere events dit jaar ter ere van het 30-jarig bestaan, logisch ook want het is een behoorlijke leeftijd. Wij vinden dat we het zouden moeten vieren zoals wij het onze klanten adviseren: practice what you preach! Daarom doen we iets voor al onze doelgroepen: klanten, leveranciers, medewerkers en oud-medewerkers. Maar ook studenten, zij zijn de toekomst. We hebben een aantal studentenopleidingen – HKU, NHTV en HvA – gevraagd mee te denken met ons voor een jubileumconcept. De studenten zullen hun ideeën aan ons presenteren en het winnende concept wordt dan in het najaar door ons uitgevoerd tijdens een relatie-evenement. Daarnaast hebben we ook een jubileumboek uitgegeven: 'Hoe doen jullie dat nou? Het geheim van Dechesne & Boertje Eventmarketing.' Dit boek pretendeert niet te vertellen hoe je evenementen moet organiseren maar het vertelt hoe wij tegen het vak en tegen ondernemen aankijken. Hoe organiseren wij het intern, echt een kijkje in de keuken.'

En wat is eigenlijk het geheim van D&B? Wat maakt jullie uniek?

Pieter Bas: 'De enorme passie voor het vak. Ik werk nu 25 jaar in het bedrijf en Lennart alweer 12 jaar. Ook na het vertrek van Janine in 2007 is onze passie onveranderd gebleven en zijn we ons altijd blijven focussen op de zakelijke markt, daar waar het merendeel van onze collega's toch nog consumentenfeesten organiseerde. Waar we ons ook in onderscheiden is het uitdragen van de liefde voor het vak. We willen een bureau zijn dat iets voor de branche betekent, zo zit Lennart bijvoorbeeld in het IDEA-bestuur en geven we les aan studenten.'

Lennart: 'Je kunt dit werk ook alleen doen als je gek bent van het vak en graag wil scoren. Het kost veel energie, maar je haalt er ook heel veel lol uit!'

Vieren jullie de successen dan ook altijd met het team?

Pieter Bas: 'Te weinig eigenlijk en daar betrappen we ons wel eens op.'

Lennart: 'Iedereen in onze organisatie heeft ook andere pieken. De één zit in de beginfase van een project en de ander sluit net een evenement af. Toch pakken we wel momenten in het jaar om samen met ons team, bestaande uit 18 man, ons vak (zoals met D&B Rosé, het relatie-evenement dat genomineerd is voor de Gouden Giraffe 2013) en ons succes te vieren. We zijn dan ook regelmatig te vinden in Café Ome Ko.'

Wat is een typische handtekening van D&B?

Pieter Bas: 'We zoeken altijd naar een interactief moment zodat we de doelgroep een rol kunnen geven. Dit past nog binnen het eerste concept 'Your company goes Broadway'. Al snel werd het evenement er omheen gevraagd. Die signatuur – dat wisten we toen nog niet – doet meer dan alleen een feestje geven. Dat zorgt voor verbinding, trots, herinnering. In deze tijden is het heel sympathiek om iets interactiefs te doen, naast de visie dat veel meer van de boodschap blijft hangen.'

Lennart: 'Dat kan heel duidelijk, maar ook heel subtiel. Bijvoorbeeld dat mensen hun schoenen uit moeten doen om laarzen aan te trekken voor een activiteit.'

Wat is de feedback die jullie terugkrijgen van opdrachtgevers?

Lennart: 'We krijgen meestal terug dat het 'klopte'. We zijn altijd bezig met onze doelgroep en leven ons in. Ook in de beginjaren, toen het draaiboek nog niet zo praktisch was als nu. Tegenwoordig kijk je meer over het draaiboek heen, het operationele is niet heilig meer, ook al is het een basisvoorwaarde. Het moet je wel de ruimte geven om te kunnen spelen met programmaonderdelen.'

Pieter Bas: 'Het gevaar van die overprofessionalisering is dat de improvisatie eruit gaat. In een evenement zit een duidelijke lijn, het bouwt zich op tot aan een finale en dan is het zaak dat je de beleving van de doelgroep zo optimaal mogelijk krijgt. Dat betekent dat je ter plekke nog zou moeten kunnen ingrijpen.' >



Pieter Bas Boertje (I) en Lennart Peepkorn

Fotografie > Ann-Sophie Falter

Is dat jarenlange ervaring om dat te kunnen inschatten?

Pieter Bas: 'Ja, dat is het. En bovendien moet je verschrikkelijk nieuwsgierig zijn. Het is zo leuk om in de keuken van al die bedrijven te mogen kijken, ze vertellen over hun strategie en geven een stukje van hun ziel bloot. Dat maakt ons bevoorrecht, we gaan dan graag gepassioneerd te werk voor deze bedrijven.'

Het lijkt alsof jullie elke dag gepassioneerd en met plezier naar het werk gaan?!

Lennart: 'We zeggen letterlijk elke week tegen elkaar: 'Het was weer een bijzondere week!'. Het plezier haal ik uit het vele leren dat we doen.'

Pieter Bas: 'Het leren is inderdaad ontzettend leuk. We hebben een deskundig en ervaren team met 18 mensen, waar we het vak ook aan over moeten brengen. Juist dat leren aan iemand anders, daar leer je zelf ontzettend veel van. Het ondernemen is daarnaast ook een leerproces. Ik heb weleens gedacht dat ik misschien eens wat anders zou moeten doen, maar wat?! Dit is het mooiste wat er is, in dit vak zit alles: de mensen, de opdrachtgevers, de onderneming, het avontuur, de blije gezichten... Het maakt ons trots.'

Zijn er nog meer zaken waar jullie trots op zijn?

Lennart: 'Ja, onze positieve instelling. We proberen altijd iets moois te maken van de omstandigheden waarin we verkeren. We hebben niet de ambitie de omgeving om ons heen te veranderen. We moeten inspelen op wat er gebeurt en ons bedrijf juist versterken. In onze branche werd bijvoorbeeld lange tijd gezegd dat er betaald zou moeten worden voor pitches, wij hebben juist een soort subthema voor onszelf gemaakt: 'Pitch is gaaf!' We kunnen anderen niet opvoeden, dus maak een keuze: heb ik een goede kans in deze pitch en ben ik bereid om erin te investeren, dan maak je een beslissing. Dan moet je er vol voor gaan en er het beste van maken.'

Pieter Bas: Die positieve instelling zorgt er ook voor dat onze mensen veel voor elkaar krijgen; je ziet ze boven zichzelf uitstijgen en het bedrijf als eigen beschouwen. Dat geeft een kick!

Tegen de crisis in gaat het goed met D&B, wat is jullie visie voor de komende drie jaar?

Pieter Bas: 'We willen groeien in het aantal mensen, zodat we specialisten in huis hebben. Een social media expert, een technisch specialist, een >

fantastische cateraar. Je moet de beste mensen uit de markt aan je zien te binden. Bij ons blijft het uitgangspunt een evenement, we gaan geen catering doen, geen films maken, maar als je de specialisten voor die takken van sport in huis hebt, is dat een enorme toegevoegde waarde.'

Dat is best opmerkelijk, zeker wanneer je om je heen hoort dat iedereen juist wil consolideren...

Pieter Bas: 'Wij zijn niet D&B, dat is ons gehele team en dat willen we graag uitbouwen. Het inspireert en het zorgt voor een smeltpot van disciplines.'

Er is veel gebeurd in 30 jaar tijd. Bij D&B, maar ook in het vak. Hoe omschrijven jullie die ontwikkeling?

Pieter Bas: 'Het evenementenvak is professioneler geworden. Vroeger zat dat met name aan de burea kant, maar nu zijn ook de event- en communicatiemanagers van opdrachtgevers goed opgeleid, ook het Genootschap voor Eventmanagers helpt in deze professionalisering.'

Lennart: 'Er zijn veel opleidingen bijgekomen. Jonge mensen komen hier binnen en praten over evenementen op een manier die ik mezelf nog maar een paar jaar eigen heb gemaakt. Dat is echt goed om te zien!'

Nog zo'n heftige ontwikkeling: social media.

Hoe kijken jullie hier tegenaan?

Pieter Bas: 'Die informatie-overload heeft voor alle veranderingen gezorgd, ook voor de crisis. Alles is transparant geworden, alles wat niet puur, eerlijk en authentiek is wordt aangepakt en dat vind ik een goede ontwikkeling. Het is daarbij ook een goed meetinstrument.'

Lennart: 'Ik heb ook het gevoel dat er een soort balans in gaat komen. Dat mensen zelf filteren wat wel en niet waar is. Mensen hebben nog altijd een stukje gezond verstand...'

Het heeft ook gevolgen voor de evenementenbranche...

Pieter Bas: 'Als opdrachtgever moet je er goed bij stilstaan.'

Lennart: 'Voor je het weet is iets openbaar, ook klachten, nare ervaringen. Het evenement moet gewoon kloppen, anders word je afgemaakt.'

Pieter Bas: 'Dus helemaal nu moet je bij jezelf blijven.'

Laten we dat eens doen... wat zijn jullie persoonlijke doelen?

Pieter Bas: 'Ik ga er deze zomer een paar maanden tussenuit, onder andere om in een maand tijd de pelgrimstocht Santiago de Compostella te wandelen. Iets wat alle mannen van bijna 50 doen... haha!'

Lennart: 'Het is mijn doel om te blijven leren en ontwikkelen.'

Hebben jullie voor D&B ook een ultiem doel, een Big Hairy Audacious Goal (BHAG)?

Samen: 'De opening van de Olympische Spelen!'

Lennart: 'Het is bijna ondenkbaar, maar je maakt met zo'n doel wel bepaalde beslissingen.'

Hoe omschrijven jullie elkaar?

Pieter Bas: 'Lennart blijft rustig onder elke omstandigheid, hij wordt ook wel de brandweerman genoemd. Hij kan onder enorme druk een situatie omdraaien zonder dat iemand er wat van merkt. Verder is hij heel goed in de grote lijnen en dat geeft veel rust. Lennart is een integere vent, een fijne compagnon die ik door en door vertrouw.'

Lennart: 'Pieter Bas z'n kracht zit in koersvaren, een punt pakken in de toekomst en iedereen daarin meenemen. Daarnaast probeert hij mensen altijd te helpen, niet voor zijn eigen gewin, maar voor het plezier van een ander. Dat vind ik heel knap! Het blij maken van mensen zit niet alleen in zijn vak, maar ook in zijn genen.'

Wat is het recept voor een goede samenwerking?

Lennart: 'We hebben nog nooit gezeik gehad, nog geen deur dichtgeslagen. We voelen elkaar aan, hebben respect voor elkaar en maken alles bespreekbaar. Dat is eigenlijk wel bijzonder...'

Hoogtepunten uit 30 jaar D&B

Lennart:

01. Het eerste gala van het Fonds Gehandicaptensport in 2007. Daar hebben we met 50 verstandelijk gehandicapte medaillewinnaars de catering verzorgd. Zij stonden in de bediening, klommen op schoot bij gasten, een judoka legde een van de gasten zelfs in de houdgreep en de glazen werden tot de nok toe gevuld... Die interactie was geweldig!
02. We hebben in 2009 in het Midden-Oosten het huwelijksfeest georganiseerd voor 5.000 vrouwen, een 'geheim' project dat geen publiciteit mocht krijgen. We deden dit in samenwerking met Xsaga. Het was een productie never been seen before en er waren maar liefst 5 Boeings voor nodig om al het materiaal over te laten komen.
03. Het tienjarig jubileum van het Genootschap voor Eventmanagers in 2012 was ook een hoogtepunt. We waren hiervoor benaderd en hebben er even over na moeten denken; je zet jezelf enorm in de kijker. Er was nauwelijks budget en dus waren we afhankelijk van veel partijen, maar het was fantastisch dat het uiteindelijk gelukt was een geslaagde avond neer te zetten voor deze doelgroep.

Pieter Bas:

01. In 2007 werden we uitgeroepen tot Bureau van het Jaar.
02. Begin jaren '90 heb ik drie keer het Amsterdams Jazz Festival georganiseerd, met maar liefst 15 buitenpodia, 25 binnenpodia en in totaal 125 optredende orkesten. Dit was groots.
03. Vaak zijn de kleine evenementen je nog dierbaarder dan het grote spektakelwerk. Mijn allereerste evenement was op Vlieland voor de directie van de Ahrend Groep. Ik was hartstikke zenuwachtig, 24 jaar, een snotjongen zonder rijbewijs. Die dagen kreeg ik de auto van de directeur mee, maar ik durfde niet te zeggen dat ik mijn rijbewijs nog niet had... Ik denk dat we toen met precies dezelfde passie in het vak zaten. Nu wellicht professioneler, maar het paste ook toen bij de tijdgeest.

Winnaar Gouden Giraffe 2013 in de categorie Creatief



Learnings uit 30 jaar D&B

01. Kijk verder dan je draaiboek.
02. Heb veel contact met je gasten, bijvoorbeeld aan het einde van het evenement: 'Wat vond je het leukst van de avond?'
03. Ga tijdens het evenement even naar het toilet – daar hoor je de gasten eerlijk aan elkaar vertellen hoe ze het vinden.
04. Verplaats je in de mensen die gaan komen, in hun verwachtingspatronen, hun belevenissen, hun wensen.
05. Bedenk een concept dat bij het bedrijf, de cultuur én de doelstelling past.