

Hij laat de KPN-top overvliegen naar bedoeïnen-tenten in Marokko. Huurde exclusief de Oriënt-Express van Parijs tot Venetië af voor een bedrijfsfeest, deed in Gelredome een leuk partijtje voor 12.000 buschauffeurs van Conexxion en bouwt de Librije van Jonnie Boer nu één op één na om er op de Miljonairbeurs bemiddelde bezoekers mee te onthalen. Theo Lens (55) uit Heerde denkt bij evenementen altijd in een overtreffende trap. Moeilijk eventjes, de crisistijd maakt het tot 'het zwaarste jaar' ooit. "Het is even not-done om grote feesten te doen."

door Jelle Boonstra

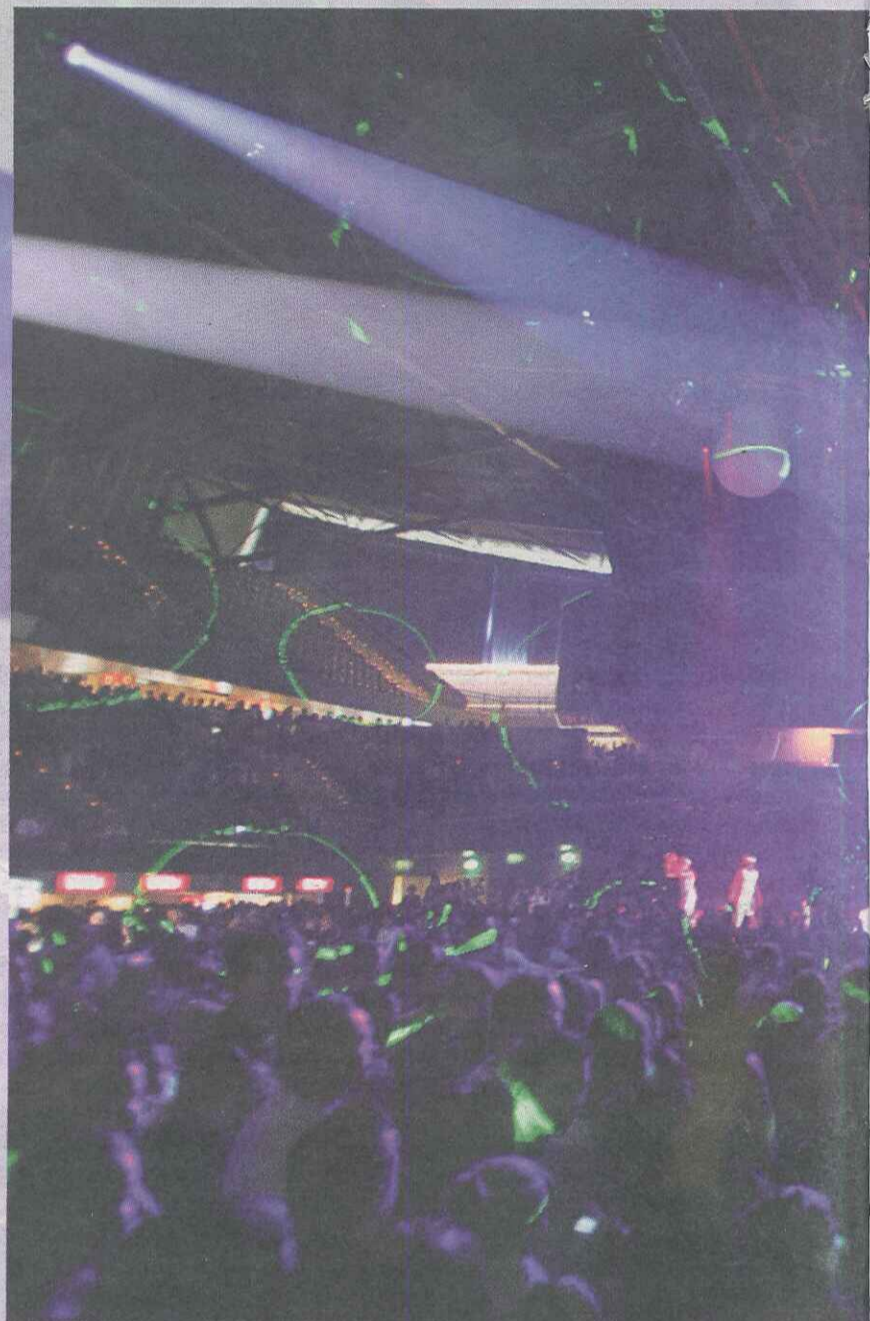
Kippenvelgevoel in

East Side Productions heet het bedrijf dat Lens twintig jaar geleden aan de oostkant van Nederland startte. Hij was student op het Zwolse conservatorium, met ambities om zanger te worden. Maar zijn 24-koppige 'Theo Lens Band' werd de begeleidingsband van een andere zanger: Lee Towers. 178 keer traden ze samen op. Een leerschool des levens. Vanaf het podium zag Lens hoe Nederland zich vermaakte, in Ahoy en op tientallen personeelsavonden. "De ene keer was het geweldig, maar je had ook avonden die omvielen." Dat moest anders kunnen. Van lieverlee begon hij zelf met de organisatie van dit soort spektakels. Hij wist alvast hoe het niet moest: "Zo'n lopend buffet en een optreden van een groepje, daar heb ik dus een grote hekel aan."

Halverwege de avond ziet zo'n buffet er al uit of de Hunnen er doorheen getrokken zijn. Theo bedacht een andere manier: professionals die het eten uitserveren, koks die 'tussen de mensen in' koken. En deed wat aan de aankleding van naargeestige evenementenhallen. Via een uitgekende belichting, met decors, en later met speciaal gefabriceerde restaurantmeubelen (bars, tafels, panelen) - die in een groeiend wagenpark van trucks en trailers door Nederland worden gereden. De laatste jaren kwamen er buffetbalies bij, die wel wat lijken op zo'n sushi-bar met een lopende band vol schalen en lekkernijen. Modellen pakken de bordjes er vanaf en delen ze uit: een stuk sjieker dan die zelfbedieningschaos.

Spektakel. Met decors voor de gelegenheid, muziek, lasers - een perfecte choreografie - stukjes films, zo heeft het zich in de afgelopen jaren ontwikkeld. Geen feest meer, maar een 'total event', zoals Lens het noemt en waarin alle zintuigen tegelijk geprikkeld dienen te worden.

Dat moet je niet vertellen, dat moet je zien - zegt hij, en een medewerker klapt alvast gedienstig de laptop open. Op het scherm denderd het KPN feest los, dat hij in oktober in de Westergasfabriek in Amsterdam organiseerde. "Een feest moet een rode draad hebben, een opbouw, pas zo kun je het *feel good* sfeertje neerzetten waar het om te doen is. Thematisch denken. Je fantasie er op loslaten - daar gaat het om. De thematiek in de gasfabriek was: water, vuur, aarde, en lucht - de basiselementen van het bestaan, toe maar! De ouverture van zo'n feest heeft veel weg van een musical: twee violistes van het Metropole Orkest spelen een Coldplay-arrangement, poi-poi dames zwaaien fakkels aan touwen rond om het vuur te symboliseren. Er weerklinkt een donder - grote



Zo feestte het personeel van de Zeeman-filialen nog inlangs in de Utrechtse jaarbe

ventilatoren laten op het podium een storm opsteken en bij mannequins wapperen opeens exorbitante jurken naar de hemel ('doeken-dames'- heten ze in het script). Eventjes een breakdancer er tussendoor om zestien maten muziek te overbruggen, en dan is het alweer overgegaan naar een kunstenaar die vormen in het zand maakt op een glasplaat, licht erachter - toneelvallend op een scherm geprojecteerd. Alvast begint een regenwand van acht bij acht te ruisen, waar het ballet eerst nog mee wat speelt, om zich daarna nat te laten spoelen, wat ontardt in een wet T-shirt look - die de sfeer er geheel en al weet in te brengen. En rekkeketet - Anita Witzier, "goedenavond dames en heren". Muziek, pauken. Het feest kan beginnen, want wij zijn binnen. Het wordt allemaal gefilmd, desgewenst op DVD mee te krijgen.

Theo zet het filmpje uit: het is een soort kleinkunst geworden, zegt hij. Met een regisseur, storyboards, filmpjes, animaties. "Eigenlijk is het - 't neerzetten van een live-commercial". Al gauw lopen er honderd medewerkers en mensen in de bediening rond. In het kantoor aan huis

heeft Theo er maar veertien rondlopen, niet meer. Bewust afgekeken van Richard Branson (de ondernemer van Virgin), die alle medewerkers zelf in de ogen wilde blijven kijken, en die elk ook weer genoeg in hun mars hebben om externe arbeidskracht aan te sturen. Zo werkt het vooral, veel wordt ingehuurd en dat is het een militaire operatie, waarbij de ingrediënten op de juiste tijd op de goede plek moeten zijn. Zorgen voor een bijzondere invalshoek, dat is het vooral. Een kwestie van elke keer met iets nieuws komen, tweemaal hetzelfde, is uit den boze. Voor het sportmerk O'Neill maakte Lens in München zodoende een stand die met grote namen als Nike en Adidas op de beurs kon concurreren: Er werd een zwembad gebouwd en met 78.000 liter water gevuld, een steiger werd de catwalk en de modellen kwamen steeds uit badhokjes - Fashion TV in Parijs vond het zo aardig, dat het nog weken in een wereldwijd carrousel werd uitgezonden. Niet van tevoren zo bedacht, wel mooi meegenomen. Ook bij uitreiking van awards is iets origineels wel zo wenselijk. Lens: "Na vijftien keer is het uitreiken van een beeldje met een toespraak wat saai. Hoe leuk je dat op?" We bedachten een boks-



Theo Lens in zijn privestudio: "Je mag in dit vak dingen nooit twee keer doen".

een overtreffende trap



foto Foto Paul & Menno Ridderhof/East Side Productions.

ring, met belichting van boven, Jort Kelder als sparring partner alvast in één hoek, alle publiek eromheen. De prijswinnaars moesten door de touwen de boksring betreden." Het zijn voorbeelden van ideeën die hem welvaart hebben gebracht (herten en reeën wandelen in zijn park een Audi uit de bovenklasse staat op het grind van het toegangspad). En veel klanten bovendien die nogal wat voor originaliteit over hebben. Schiphol, ABN Amro bijvoorbeeld - ook Tommy Hilfinger (die de jaarlijkse presentatie van de nieuwe modelijn - een dag waar alles op aankomt - van een omljsting laat voorzien door dit bedrijf in Heerde.) Zelf denkt hij met plezier terug aan de stunt waarin 60 'toppartners' van KPN in een geblindeerde bus naar een plek op Sicilië werden gereden. Toen ze uitstapten was er een filmscherm met daarop een scene uit de Godfather. Een tel later rolde het scherm omhoog en daarachter stond de échte villa, waar de film was opgenomen. Lens: "Zó top". Die scenes werden nog eens overgedaan, met professionele acteurs en de gasten. Starring, de leiding van KPN. Maar nu groeien de bomen even niet meer tot aan de hemel. Het sentiment is veranderd. Topmanagers zijn in de publieke opinie de

grote graaiers geworden, bonussen gelden als symbool van exorbitante zelfverrijking, en passen deze dure feesten eigenlijk niet veel meer bij de laatste dagen van keizer Nero? Dat ziet Theo Lenssen met een andere nuance, het zijn natuurlijk ook z'n klanten. "Je moet niet vergeten dat dit soort toppers gigantisch veel uren maken. Die mensen hebben zich echt suf gewerkt, en ze vinden dit van een bedrijf een mooie geste. Beloningsreizen, die een verbroederende werking hebben." Vroeger was een weekeindje kanoën in de Ardennen genoeg voor de teambuilding. Tegenwoordig bedenkt Theo Lens nieuwe vormen. Een Europees managements-team van Nokia op de sneeuwcooter door Lapland laten trekken bijvoorbeeld, of met een karavaan van cabriolets vol *decision makers* de Toscaanse heuvels over.

Tot voorheen mocht het wat kosten: doorgaans liggen de budgetten ergens tussen de halve en anderhalve ton, uitschieters van 1,5 miljoen zijn er ook geweest. Per feest. Veel bedrijven zijn zo groot, dat het moeilijk is om nog een 'wij-gevoel' neer te zetten en de 'company pride' waar ze naar streven. Zo'n feest is daartoe een middel. Kijk naar de TNO, bij het 75-jarig

bestaan van het instituut zaten alle 5000 werknemers keurig in de Jaarbeurs. Hoe pak je dat aan? Hoe pak je die in? Het werd opgelost met een overrompelende lasershow, de 3D teksten vulden moeiteloos de kubieke meters van de immense hal. Welkom Delft, Welkom Den Helder, Welkom Apeldoorn - steeds gevolgd door hetzelfde soort gejuich als er op het St. Pietersplein weerklinkt als de paus er pelgrims uit steeds een ander land begroet. De directie moest het openingsnummer even op ketels meedrummen ('dan heb je de eerste sympathie te pakken'), daarna was er een orkest van medewerkers van TNO die zich maanden eerder hadden opgegeven. Die werden acht weken lang getraind door professionals. Er kwamen kostuums en arrangementen, er werd een medley gemaakt van nummers voor solo-zangers - en zo ging het charme-offensief een avond lang voort. In het tweede hal waren met honderden meters aan doek grote cirkels samengesteld, elk met een eigen kleurzone, en met een eigen activiteit, waarin glasblazers stonden, en edelsmeden. Waar je een stoelmassage kon krijgen, of met z'n allen kon schilderen - een beproefde methode om duizenden bezoekers uit te spreiden over activiteiten met een kleinere schaal. Al-

lemaal voor het wij-gevoel - en in de dagen erna laat de directie het effect ervan grondig meten. "Als ze drie ton in een feest steken, willen ze ook de resultaten zien." Een onderzoeksbureau levert achteraf genoeg cijfers om er een mooie Powerpoint-presentatie van te maken in de bestuurskamer.

Steeds harder werken, dat wel. Hoe groter het bedrijf is geworden, hoe groter meestal ook de onvrede na alle fusierondes, reorganisaties en outsourcing. "Er is heel veel boosheid in het bedrijfsleven, de grimigheid is veel groter dan twintig jaar geleden, je moet steeds meer je best doen voor ze zich aan zo'n feest willen overgeven."

Voorlopig zijn er aanzienlijk minder centen te vergeven voor een feest, nu de fiscus minder scheutig wordt - en dat blijft ook volgend jaar vast nog zo. Naast fantasie komt nu ook crisisdenken van pas. "Mijn koers is, even een beetje minder maar. Even geen overtreffende trap. Back to the basics, maar handhaaf dan wel kwaliteit."

Hoe? Bedenk een diner van 100 man, afgewisseld met entertainment op de tafel, iemand die viool speelt of wat acrobaten. "Hoef niet veel te kosten en is toch erg onderhoudend. Ook met projectie kun je veel doen. Zalmen over de tafel laten zwemmen - bij de presentatie van een nieuw gerecht." Een Austin Mini over de tafel laten rijden, en 'm van kleur te laten verschieten als er dealers aan zo'n dis zitten.

Hij heeft eelt op de ziel gekregen, vroeger werd je direct ingehuurd voor het volgende jaar bij een geslaagd feest. Nu mag je hooguit 'meepitchen', ofwel: als één van de drie of vier geselecteerde bedrijven je ideeën op tafel leggen, en de opdracht daarna soms helemaal niet krijgen.

Na twintig jaar in het vak begint Theo's hoofd zich weer met muziek te vullen. Tropenjaren zijn het geweest - een wereld van eeuwige stress en dingen die altijd al eergisteren klaar moesten zijn. Voorzichtig heeft hij de draad bij de muziekcarrière weer opgepakt, die hij in 1989 zo abrupt liet vallen. Loopt met trotse stappen naar de geluidsstudio - een professionele, mét technicus. Daar schaaft hij al een nieuw album: 'Home at last' gaat het heten. Ook hier wel weer met een overtreffende trap, met leden uit de voormalige band van Anouk, met het benaderen van een internationaal befaamd producer en een eindmix in Nashville - Tennessee - want het neigt wat naar Country rock op dit album en in de country-hoofdstad kennen ze die materie als nergens anders. De dertien songs gaan over de ups en downs in z'n leven, een eerlijke blik moet het worden. Back to the basics opnieuw, naar het water en het vuur, naar de wind en de aarde - maar ditmaal uit het volle leven zelf.

Aftrek bij de fiscus voor bedrijfsfeesten verdwijnt

Een feest van een ton, een half miljoen of meer? Het kon best wat lijnen in de afgelopen jaren want de fiscus betaalt mee en niet een beetje ook: 73,5 procent van de kosten mogen worden afgetrokken als je het handig aanpakt, want de belastingdienst ziet het als 'representatie.' Zo kan er nog eens een extra biertje worden getapt, in de wetenschap dat de belastingplichtigen in Nederland het glas voor bijna driekwart zouden meebetalen. Maar in crisistijden is er roep om tucht en meer orde en staatssecretaris Jan Kees de Jager heeft beloofd dat de aftrekpost per 1 januari 2010 wordt geschrapt. Is dat de dood in de pot voor organisatoren van exclusieve feesten. Theo Lens verwacht van niet, feesten worden door de top ook gezien als een samenbindertje, als een manier de eenheid te smeden. Het zal vast en zeker zorgen voor een dip. "Maar de lijn gaat vanzelf weer omhoog, dit is tijdelijk."

