

HOE WORD IK BEROEMD?



INHOUD

VOORWOORD	6	HOOFDSTUK 4	
HOOFDSTUK 1		MAAK EEN PLAN EN HOU JE ERAAN	49
EN WIE BEN IK DAN WEL NIET?	9	Stippen zetten	51
Ik zeg weleens: ik handel in mensen	10	Hou het vol!	51
Geloof me: mijn werkdag ziet er heel anders uit	10	Accepteer geen 'nee' als antwoord	53
Cv Lenneke	11	Originaliteit	53
Het ontstaan van A Million Faces	12	Het spiegelmoment	56
Opstartstruggles	16	Volg je gevoel	57
HOOFDSTUK 2		<i>Invullen</i>	
ZONDER TALENT GEEN WERK	23	Maak een plan en hou je eraan	59
Hoe verkoop ik talent?	24	HOOFDSTUK 5	
Mijn talent	25	BEGIN GEWOON JE EIGEN ZENDER	65
Talent herkennen	26	Bye bye tv-baas	67
Talent is niet genoeg	31	Zo werkt YouTube	70
HOOFDSTUK 3		10x onmisbaar YouTube-advies	71
WEET WIE JE BENT	35	Een mooi voorbeeld van een geslaagd kanaal	78
Wie ben je?	36	En verder: YouTube Glitters	78
Wat kun je?	37	Online content is de toekomst	79
Hobby als werk	37	Abonneren, comments & likes	79
Uiterlijk	38	<i>Invullen</i>	
Haarperikelen	38	Begin voor jezelf!	80
Styling	38	HOOFDSTUK 6	
Plastic fantastic	39	SURVIVAL IN DE MEDIA	85
Spraak	42	Gedraag je!	88
Zelfvertrouwen	42	Kom nooit onvoorbereid op een draaidag	88
Ambitie	43	Kom met een alternatief als iets je niet bevalt	88
<i>Invullen</i>		Blijf nadenken	88
Weet wie je bent	44		

Luister	89
Introduceer jezelf	92
Walk the extra mile	92
Persoonlijke ontwikkeling	93
Meters en mentor	93
Toewijding	93
Een lesje casting	94
Expert aan het woord: Talisia over castings	95
Vieren	97
Stukje opvoeding	97

Invullen

Gedraag je!	98
-------------	----

HOOFDSTUK 7

NET WERKEN 103

Achter de schermen werken	105
Bazen en andere belanghebbenden	106
Cannes	106
Televizier-Ring	110
Omhoog wippen?	111
Online netwerken	111

Invullen

Netwerken!	114
------------	-----

HOOFDSTUK 8

BUILD THE BRAND 119

Expeditie extra fans	120
Welke programma's doe je wel/niet?	123
Nee leren zeggen	126
Opvallen met inhoud	127

Commerciële deals	128
-------------------	-----

Invullen

Build de brand!	129
-----------------	-----

HOOFDSTUK 9

GELDZAKEN, KLEINE LETTERS EN MEER 133

Contracten	135
Schnabbelen	137
Investeren in ondernemen	137
Social schnabbelen	140
Wanneer schakel je een manager in?	142

Invullen

Make some money!	148
------------------	-----

HOOFDSTUK 10

OVER BEROEMD ZIJN 153

Privacy en paranoia	154
De pers	155
Kapsones	155
De druk	156
Altijd en eeuwig die onzekerheid	160
Onderlinge strijd of samenwerken	163

Invullen

Dealen met succes	164
-------------------	-----

HOOFDSTUK 11

TOEKOMST 169

De makers van de toekomst	171
---------------------------	-----

EN DAN NOG EVEN DIT... 174

VOORWOORD

Voorwoord

Wat wil je later worden als je groot bent? Vroeger was het antwoord van kinderen steevast brandweerman of piloot. Als je nu dezelfde vraag stelt, zeggen ze: beroemd. Of er wordt een naam genoemd van iemand die beroemd is. André Kuipers, of Enzo Knol, of Ariana Grande. Niet een beroep, maar een mens. Ik zie op YouTube en om mij heen kleuters unboxingvideo's maken (voor de achterlopers: daarin laat een vlogger aan het publiek zien wat er in de binnengekomen pakketjes zit). Video's maken en presenteren zit anno nu in onze cultuur en beroemd zijn heeft een goddelijke status.

En het kan ook allemaal: technologie en kennis zijn allang niet meer voorbehouden aan rijke mensen. Iedereen kan maker zijn. We leven in een wereld waarin je veel zelf kunt creëren. Ik heb dat de afgelopen 10 jaar gedaan met mijn bedrijven en zou willen zeggen: doe het ook.

Ik laat je in dit boek graag meegenieten van mijn *struggles* en avonturen, want het was een *hell of a ride*. Een mooie reden om alles eens op te schrijven. Ik hoop dat mijn verhaal jou ook kan helpen. Of je nu beroemd wilt worden of niet: dat je een plan moet maken, dat weet ik zeker. Een plan speciaal voor jou. Dit boek kan je daarbij helpen.

“ IEDEREEN KAN MAKER ZIJN.
DOE HET OOK! ”

WANNEER IS DIT BOEK GESCHIKT VOOR JOU?

- Heb jij (of iemand die je kent) de **ambitie om beroemd te worden**? Lees dan eerst dit boek. Ik geef je de eerlijke kant van het verhaal. Het is hard werken, zul je merken. Maar als het lukt is het geweldig. In dit boek vind je tips, adviezen en lessen die je nooit meer mag vergeten.
- Ben je **nieuwsgierig naar verhalen** achter de schermen bij televisie? Ik vertel je wat we door de jaren heen hebben meegemaakt. Inclusief een paar verhalen die we nog nooit aan iemand hebben verteld.
- **Ben je fan** van Geraldine, Jan, Tim, Britt, Tess of Anna? Of een van de andere megatalenten die voorbijkomen? Dit boek is net zo goed hun verhaal. Ze hebben meegeschreven, meegedacht en vertellen over hun persoonlijke visie op beroemd zijn.
- Zou je ooit **voor jezelf willen beginnen**? Dit boek gaat over 10 jaar bouwen aan een eigen bedrijf. Mensen vragen zich vaak af hoe ik volhoud wat ik allemaal doe. En hoe ik steeds weet welke keuzes ik moet maken. De plannen die ik voor mijn talenten schrijf, maak ik ook voor mezelf. Kun jij ook!
- **Werk je in de televisie- of mediawereld**? Dan sta je er zelf misschien wel in, of een collega van je. Ik heb het zo anoniem mogelijk gehouden, maar een goede roddelaar herkent wellicht her en der wat... Disclaimer: alle verhalen zijn écht waargebeurd – voor zover het mijn geheugen betreft.

NAAR PARIJS
OM MIJN *eerste*
designertas
TE KOPEN. MET
KENNERS! ↪



Lizzy, *glitter* EN
EEN *viskraam*.
JE MAAKT WAT
MEE HOOR!



HOOFDSTUK 3

**WEET WIE
JE BENT**

*'ALLES WAT NIET VAN JOU IS,
STAAT JE NIET.'*

"Uiteindelijk moet je niet vergeten dat je het ook echt leuk moet vinden wat je doet."

Laatst sprak ik met een belangrijke tv-baas. Zo een bij wie je heel blij bent als je een gaatje in zijn agenda kunt krijgen. Hij wilde praten over een van onze presentatoren, dus de stemming was hoopvol. In het gesprek vertelde hij dat hij altijd een strak 'presentatorenbeleid' heeft gehanteerd, waarbij de vooroordelen van de kijker eigenlijk het allerbelangrijkst zijn. Als iemand eenmaal bekend is, moet hij of zij een directe associatie kunnen oproepen. 'Ah, dat is Antoinette Hertsenberg, die zit voor haar lol de hele avond de

kleine lettertjes voor mij uit te pluizen!' Dat idee. Blijer kun je mij niet maken, want dat is precies waar ik met mijn talenten ook aan werk. Zorgen dat mensen snappen waar ze voor staan. Ik nam me door zijn opmerking nog meer voor om mijn talenten nog beter te profileren.

WIE BEN JE?

Om jezelf op de juiste manier te profileren, is het belangrijk eerst goed te weten wie je bent. Dit klinkt wellicht wat algemeen, maar het is een hele belangrijke en moeilijke vraag. Ben je serieus, of juist meer hysterisch of grappig van aard? Wat voor type ben je: introvert of extravert? Ben je zachtaardig of meer dominant van aard? Er zijn heel wat eigenschappen die een mens vormen. Hoe dichter je bij de kern daarvan kunt komen, hoe beter. Er zijn geen verkeerde antwoorden, maar sociale wenselijkheid of onzekerheid zorgen er vaak genoeg voor dat mensen toch onnatuurlijke keuzes maken en iets doen wat niet bij ze past.

Iedereen neemt gedrag van anderen over, ontwikkelt zich met de jaren of moet soms een rol spelen. Maar wanneer je het over talent hebt, over mensen met het omdraai-effect, kom je er al snel achter dat al het niet-eigen gedrag eigenlijk overbodig is, en sterker nog: dat het niet staat. Als ik iemand zie *bitchen* in een onderhandeling terwijl diegene normaal gesproken heel harmonieus handelt, denk ik: nee, dit staat diegene niet. Net als wanneer iemand met een grote mond ineens staat te slijmen. Werkend met talent heb ik voelsprietten ontwikkeld voor kunstmatigheid. Een camera vergroot alles uit, zeker alles wat nep is, en een publiek voelt dat direct. Dat is wat je als onsympathiek ervaart. Beter dus om jezelf te zijn, met je goede en met je slechtere eigenschappen.

Het verhaal van...



ANNA NOOSHIN

GEBOORTEPLAATS TEHERAN, IRAN

BIJ LENNEKE SINDS 2014

WAAR KUNNEN WE JE VAN KENNEN? *Expeditie Robinson*, YouTube, *Holland's Next Top Model*, *NSMBL*, *RTL Boulevard*, mijn boeken *On Top* en *On Life* en mijn eigen lijn bij Hunkemöller.

WAT WILDE JE VROEGER WORDEN? Archeoloog en tv-persoonlijkheid.

WIE IS JOUW VOORBEELD? Linda de Mol.

WAAROM BEN JE DIT WERK GAAN DOEN? Ik heb dit werk altijd al willen doen en kan me niet voorstellen iets anders te doen. Ik heb er altijd in geloofd dat ik gemaakt ben voor televisie maar ook voor het creëren van content. Dat is wat ik het allerleukst vind. Een concept helemaal van a tot z uitwerken.

WAT WAS DE MOOISTE OPDRACHT OOI? Zoveel! Van mijn eigen zwemcollectie schieten op Aruba, tot een reis voor SOS Kinderdorpen naar Uganda, tot de verkiezingen verslaan voor *RTL Late Night* in New York. Maar ik denk dat het mooiste moment toch was dat we het contract bij RTL hebben getekend. Dat was zo bijzonder, omdat we dat echt als doel hadden.

WAAR DROOM JE NOG VAN? Een eigen format produceren en bedenken, zoals Timor dat heeft gedaan met *Dance Dance Dance*.

HOE IS HET OM BEROEMD TE ZIJN? Ik voel me totaal niet beroemd, joh, dat moet nog komen ;). Of niet, dit bevalt me eigenlijk opperbest.

WAT IS HET LEUKSTE AAN BEROEMD ZIJN? Het leukste aan mijn werk is sowieso dat je overal komt en een toch wel bizar mooi leven hebt, dat is echt wel een besef dat ik elke dag voel.

WAT HOUDT JE MET BEIDE BENEN OP DE GROND? Beseffen dat we met zijn allen geen levens redden. Dit is te gek, maar naast je schoenen lopen is totaal onnodig.

JOUW ULTIEME TIP? Altijd in jezelf geloven en nooit, nooit, nooit, nooit opgeven! Maar echt nooit. Ik heb Lenneke bijna een halfjaar lang gestalkt met mailtjes voordat ze koffie met mij wilde drinken.

Invullen

MAAK EEN PLAN EN HOU JE ERAAN

Zet eens tien realistische doelen voor dit jaar. Ze mogen best uitdagend zijn, maar zorg ervoor dat je het grootste deel met echt hard werken wel kunt bereiken. Het kunnen doelen zijn op werkgebied, maar ook specifieke zaken die je wilt leren, kopen, bereiken of meemaken. Zo zette Tess er vorig jaar bijvoorbeeld op dat ze wilde trouwen!

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

Maak het officieel door te ondertekenen. En vergeet niet reminders in je agenda te zetten om elke drie maanden deze lijst er even bij te pakken.

Datum en handtekening: