

TIJDSCHRIFT OVER TEKST & COMMUNICATIE

TEKST

blad

JAARGANG EENENDERTIG

01 | 2025

OOK ONLINE

→ **Controversiële
uitspraken**

Pas op met je verdediging!

→ **Nieuwsstromen
analyseren**

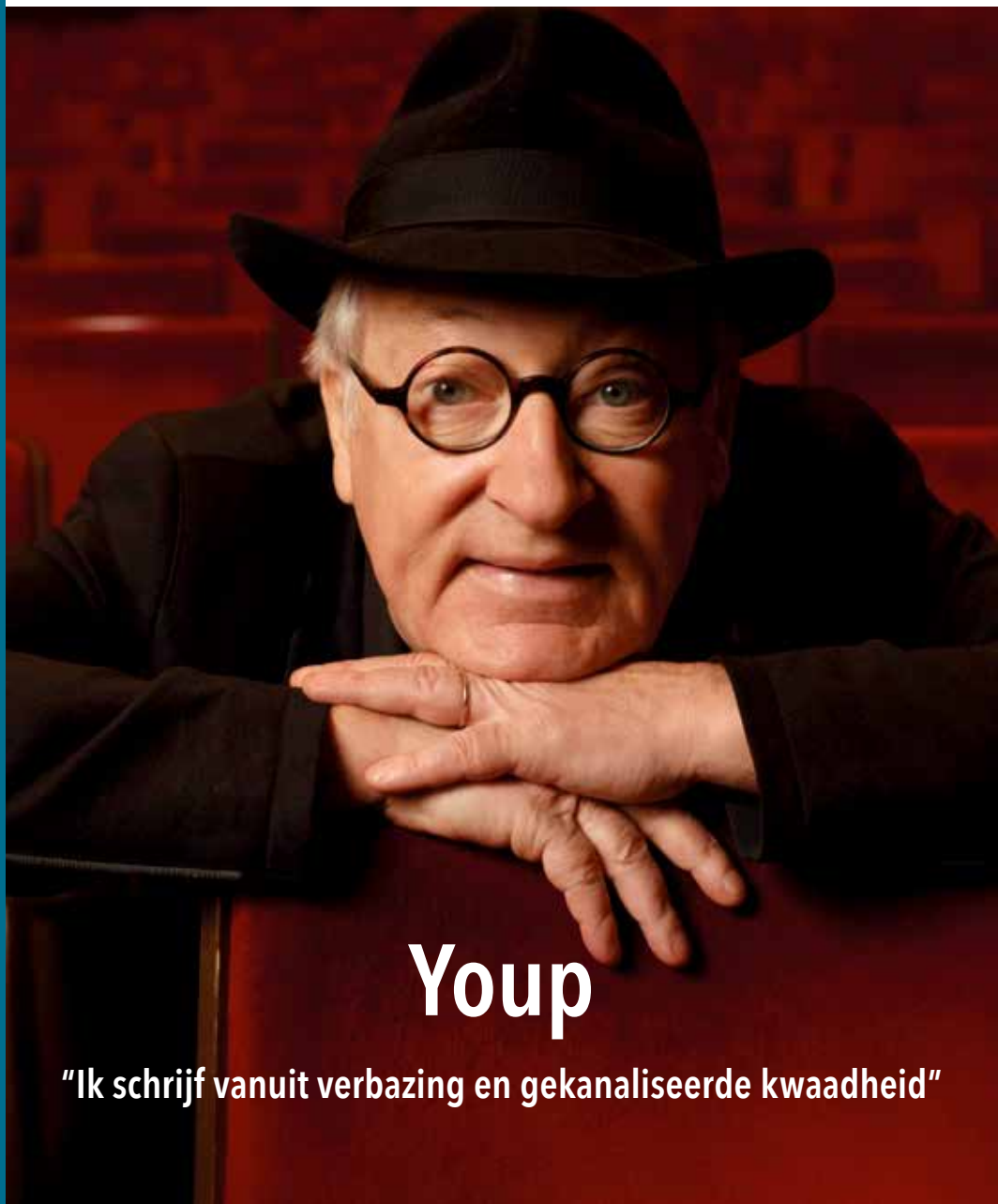
Van optimisme naar pessimisme

→ **Jóuw schrijvers-
personality**

Ontwikkel je eigen schrijfstem

→ **Reviews met
taalklachten**

Wat doen hotels ermee?



Youp

“Ik schrijf vanuit verbazing en gekanaliseerde kwaadheid”

Onderdompelen in het ondernemersverhaal

In deze rubriek nemen we het werk van een communicatieprofessional onder de loep. Dit keer: ghostwriter Linda van 't Land. Ze studeerde Nederlands, kreeg een kantoorbaan in de literatuur, maar de verhalen van ondernemers lonkten. Ze vestigde zich in 2011 als zelfstandig tekstschrijver, en sinds 2020 is haar vrijstaande kantoor in het buitengebied ook een gastenverblijf voor de ondernemers waarmee ze werkt. "We zitten hier samen in een bubbel."

JEANINE MIES is schrijver, trainer, en adviseur taal en gedrag



Hoe ben je tot dit vak gekomen?

Ik kreeg een communicatiebaan bij een brancheorganisatie voor ambachtelijke bakkers. Toen mocht ik een jubileumboek maken waarvoor ik in het hele land de beste brood- en banketbakkers sprak. Helemaal te gek! Daar is het idee geboren. Ik schreef al van jongs af aan voor de schoolkrant en later de studentenkrant in Groningen. En nu viel alles samen. Daarom begon ik 14 jaar geleden voor mezelf.

Je hebt inmiddels negen boeken geschreven als ghostwriter. Wat boeit je vooral?

Ik schrijf boeken – maar bijvoorbeeld ook interviews – met persoonlijke verhalen van ondernemers. Ondernemers vind ik mateeloos interessant. Ze beginnen vaak klein, nemen enorme risico's en bouwen zo soms een heel imperium. Van niks tot multimiljonair. Het gaat me niet om wat ze verdienen. Ik schreef ook over ondernemers die failliet gaan en weer opkrabbelen. Wat boeit is hoe ze zo groot zijn geworden, wat ze durven, de kansen die ze zien.

Hoe anders is het dan ander schrijfwerk?

Je gaat echt de diepte in met iemand. Wat doen mensen met die zeg veertig jaar werkzaam leven? Het is mooi om dat mensen zelf te zien ophalen. Een ondernemer noemde dit proces 'opruimen in je hoofd'. Na het boek staat het verhaal vast en kun je verder. Bijna therapeutisch.

Hoe pak je zo'n boek aan?

Een ondernemer komt zo'n twee, drie dagen bij mij logeren op het platteland. In die tijd voeren we vijf lange gesprekken, die ik opneem. Ik ga de gesprekken chronologisch in, maar schrijf het verhaal nooit zo op. Tijdens het uittikken later ben ik aan het ordenen en verwerken. Daarom werk ik niet met tools die de audio uitschrijven. Vaak merk ik al tijdens de gesprekken welke thema's komen bovendien, waar ze zelf accenten leggen, wat eruit springt. Bij een anekdote weet ik soms direct: dít wordt het openingsverhaal!

Heb je daar een voorbeeld van?

Ja, van de man met de chocoladefabriek. Zijn vader begon als bakker op de hoek. Zijn grootste concurrent had een fantastische fabriek, die ze als vader en zoon samen bezochten. Op de terugweg verzuchtte hij: 'Ooit heb ik ook zo'n fabriek.' Zijn vader werd boos, maar de zoon zette een bedrijf op dat hij uiteindelijk voor 160 miljoen euro verkocht. De concurrent is weggevaagd. Op het moment dat hij zoiets vertelt, voel ik: hiermee ga ik starten.

Waarom werkt dat logeren zo goed?

Omdat de ondernemers uit hun eigen omgeving moeten stappen. Dat kan niet in steeds een uurtje bij Van der Valk. Hier blijven ze in de bubbel. Tussendoor gaan we onze eigen gang, maar we hoeven de volgende dag niet helemaal opnieuw in te tunen. Ze kunnen zich helemaal onderdompelen: in hun verhaal, het ligbad of de zwembijver. We zitten in Epe, tussen de IJssel en de Veluwe, aan het einde van een onverharde zandweg.

Dat alleen al geeft iets avontuurlijks. En er komt rust in de gesprekken. Dat opdrachtgevers soms emotioneel zijn, bevestigt mij dat ze echt zichzelf laten zien.

Waar loop je tegenaan?

Dat het een hele investering is, zelfs voor succesvolle ondernemers. Het proces tot het boek in een Word-versie duurt zo'n drie maanden. Ik geef het tussendoor de ruimte om het te laten bezinken. Honderd uur zit er al snel in, nog los van dat ik er onbewust mee bezig blijf als ik met de hond in het bos loop. Ik vind de prijs daarom helemaal te verantwoorden, maar mensen kunnen er toch van terugschrikken. Al ervaren ze het later als een cadeau voor zichzelf, en blijkt het bovendien een marketinginstrument.

Hoe is het om een 'geest' te blijven?

Ik hoef niet in de spotlight, maar ik vind het wel fijn om het proces samen af te ronden, bijvoorbeeld bij de boekpresentatie. In de meeste boeken sta ik als ghostwriter genoemd, maar dat hoeft niet. Het belangrijkste is de voldoening van de eerste reactie als ik de tekst heb opgestuurd. Het grootste compliment: 'Het is alsof ik in de spiegel kijk'.

Welke tip wil je doorgeven aan collega-communicatieprofessionals?

Bij jezelf blijven. Eerst heette mijn bedrijf 'Bureau LiLa', naar Linda en Land. Dan kreeg ik de vraag: is dat je lievelingskleur? Na een brandingstraject wist ik dat ik ook de plek wilde gebruiken waar ik 'geland' ben. Daarom ben ik in 2021 als Van 't Land verder gegaan. Maar ook in mijn tarieven blijf ik bij mezelf. Als je je goed positioneert, trek je de mensen aan die daarbij passen. ■

Welke boeken die ze schreef, zijn Linda het meest dierbaar? Lees het op Tekstblad Premium. Scan de QR-code. Daar vind je ook meer foto's.

