

Koortsachtig zoeken de lijsttrekkers van de grote partijen naar manieren om de strijd in deze laatste week voor de verkiezingen in hun voordeel te beslechten. Begin maar eens met je verhaal, betoogt **Huib Hudig**.

# Graag meer verhaal in die speeches!

**D**e lijsttrekkers van de grote partijen krijgen deze campagne veel zendtijd om zichzelf te presenteren en hun boodschap te verkondigen – niet alleen in campagnefilmmpjes en speeches, maar ook bij de vele debatten waarin zij (slot)statements mogen maken. Dit zijn uitgelezen kansen voor politici om de kiezer voor zich te winnen. Toch leverden de bijdragen van de lijsttrekkers tot nu toe weinig vuurwerk op. We horen argumenten, maatregelen en oneliners, maar niet een vloeiend, pakkend verhaal.

Toch is dat wat de kiezer wil horen: verhalen. Wie zal ooit de speech vergeten die – daar is-ie weer – president Obama hield na zijn verkiezing, over de 106-jarige Ann Nixon Cooper die een eeuw van vooruitgang meemaakte? Of neem de befaamde Stanford Commencement speech van Steve Jobs, die begint met: *Today I want to tell you three stories from my life. That's it. No big deal, just three stories.*

Mensen houden van verhalen, die de aandacht vastgrijpen en emoties losmaken. Vandaar dat de kunst van het verhalen vertellen, ofwel *storytelling*, hoog staat aangeschreven. Er zitten twee aspecten aan bij het maken van speeches.

**1** Het vertellen van (persoonlijke) verhalen over mensen en ervaringen. Hiermee kun je je speech beeldend maken en iets over jezelf vertellen. Zo wist de senator en latere president Nixon zich in 1952 voor het publiek vrij te pleiten van verdenkingen van gesjoemel met giften en tegelijkertijd de harten van veel Amerikaanse kiezers te veroveren door te vertellen over het hondje Checkers, dat hij als gift had ontvangen, maar waarop zijn kinderen zo dol

waren dat hij besloot hem te houden.

**2** Je kunt je speech het best opbouwen in de vorm van een verhaal. In het begin schets je een probleem dat de luisteraars ter harte gaat. Vervolgens leid je hen door het dal van oorzaken en dilemma's naar de bergtop van jouw oplossingen en visie. Zo maak je van je speech geen los zand, maar één vloeiend geheel, met een hoogtepunt: *I have a dream!*

**D**oor verhalen te vertellen, dwing je jezelf om algemeenheden concreet te maken en out of the box te denken, opdat je je publiek kunt verrassen. Dit is niet onbelangrijk in verkiezingstijd. Toch gaan de lijsttrekkers hieraan voorbij.

Ruttes bijdragen zijn solide, maar hij neemt ons niet mee naar zijn visie op de samenleving. Roemer is zijn humor verloren en vervalt in algemeenheden. Wilders bijt

van zich af met pakkende oneliners – „Leg de rekening niet bij de zieken, maar bij de Grieken” – maar wie is hij? Welke ervaringen drijven hem? Dat wil de kiezer graag weten.

Onze politici praten liever over feiten en cijfers. Ze vertellen waarom de laatste doorrekeningen van het Centraal Planbureau zo gunstig zijn uitpakkt voor lastenverlagingen en de eigen bijdrage in de zorg, waar Amerikaanse politici elke kans aangrijpen om te vertellen over hun waarden, ontmoetingen en ervaringen. President Reagan hield er zelfs een archief op na waarin hij quotes en verhalen verzamelde.

Op de vraag hoe het komt het dat onze politici zo weinig verhalen vertellen, zeggen mensen vaak: spreken zit niet in onze cultuur. We vergeten dat we tot voor kort een kerkelijke traditie hadden van dominees en priesters. Zij gebruikten retorische trucs, parabellen en vertellingen om hun ge-

hoor te bereiken en in het hart te raken. Om deze reden organiseerde het Haagse speechschrijversgilde 't Doode Paerdts samen met de Academie voor Overheidscommunicatie vorig jaar een bijeenkomst met dominee Nico ter Linden en pastoor Johan te Velde. Conclusie nummer één: laat je speech een verhaal zijn en vertel het verhaal goed.

**H**et lijkt erop dat onze politici wel verhalen kunnen vertellen, maar het niet durven, omdat ze bang zijn dat het mensen tegen de borst stuit. Natuurlijk zitten er grenzen aan het vertellen van verhalen. Ze moeten ergens over gaan en in relatie staan tot je boodschap. Iemand die voortdurend over zichzelf begint, wordt op den duur vervelend – maar dit is geen reden om dan maar voortdurend je publiek te vervelen met clichés en gekibbel.

Degene die dat nog het best lijkt door te hebben, is Diederik Samsom. Hij vertelt hoe hij in een Greenpeacebootje walvissen probeerde te redden en voert zelfs zijn gehandicapte dochtertje ten tonele. Je kunt daar een mening over hebben, maar het is onmiskenbaar dat we hem op deze manier het best leren kennen. Ook de andere lijsttrekkers zouden zich minder moeten richten op de cijfertjes, en meer hun verhaal moeten vertellen. Wie daar het best in slaagt, zou nog weleens de doorslag kunnen geven bij deze verkiezingen.

Huib Hudig is speechcoach bij Speak to Inspire en auteur van *Het speechboekje*. In het verleden schreef hij speeches voor Piet Hein Donner, Mark Rutte, Rita Verdonk en andere politici.