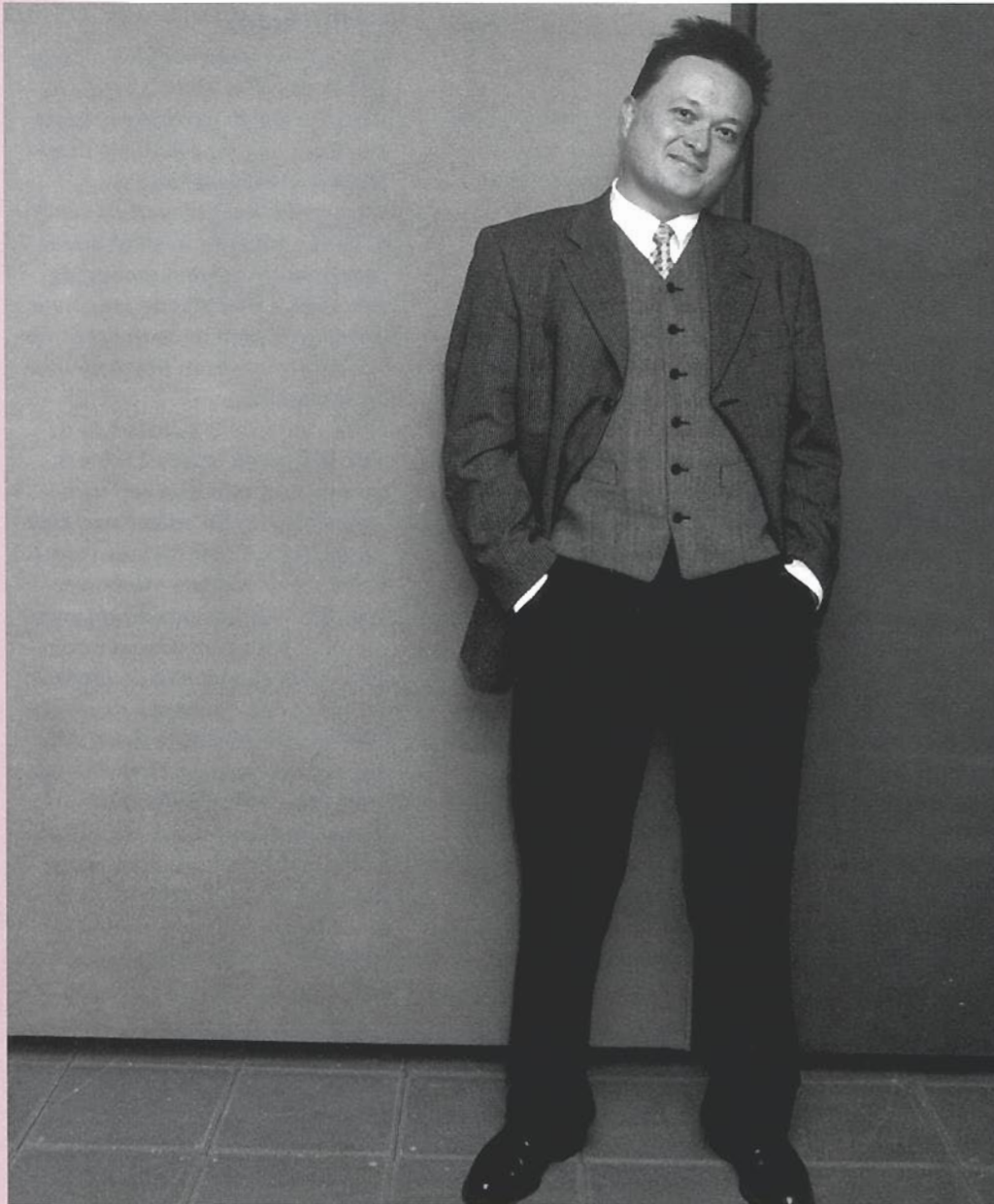


Ondernemer/docent/fotograaf Paul Ketelaar

'Altijd kijken door de ogen'

Nijmegenaar Paul Ketelaar kan één ding niet worden ontzegd: een scherp waarnemingsvermogen. Al jaren doet hij zijn voordeel met zijn visuele aanleg. Niet alleen als ondernemer, maar ook als docent communicatiewetenschap en fotograaf.



Paul Ketelaar: 'Het is inspirerend om met meerdere dingen tegelijk bezig te zijn.'
(Foto: Albert Sier)

Een ondernemer die scherp waarneemt, onderscheidt tijdig trends. Drs. Paul Ketelaar (38) is het prototype. Eind jaren tachtig zag hij samen met compagnon drs. Pim Verheyke de zorgsector langzaam

maar zeker verzakelijken. Tien jaar later runnen beiden een florenrend adviesbureau: Verheyke & Ketelaar buro voor protocollering. "Ook in de non-profit sector realiseert men zich inmiddels dat je

door het stroomlijnen van werkwijzen efficiënter en doelmatiger kunt werken", vertelt Ketelaar. "Het hulpmiddel dat wij daarbij inzetten, is protocollering. Je kunt het vergelijken met de ISO-normering in het bedrijfsleven. Alleen: in de zorgsector is nog geen standaard voorhanden die door iedereen geaccepteerd is."

Prinsjesdag

Wat tien jaar geleden begon in het Nijmeegse Canisius Wilhelmina Ziekenhuis, is inmiddels hun 'core business' geworden. "We verlenen ondersteuning bij protocolleringprojecten voor ziekenhuizen en verpleeghuizen door het hele land. In de protocollen worden alle werkwijzen beschreven. Daarbij gaan wij steeds uit van de klant. Zeg maar: de verpleegkundige die ermee moet werken. Dat klinkt logisch, maar er worden nog te vaak kwaliteitssystemen ontworpen die uitgaan van degenen die de protocollen moeten beheren. Die zijn geschreven vanuit de optiek van het management en vaak nauwelijks afgestemd op de individuele gebruiker. Wij werken altijd bottom up. De mensen op de werkvloer formuleren de werkwijzen, aan de hand van een concept en hulpmiddelen die wij op maat verzorgen."

Murw

Voor protocolleringdeskundige Ketelaar komt eenduidigheid op de eerste plaats. "De tekst van een protocol mag nooit voor meerdere uitleg vatbaar zijn." Communicatiewetenschapper Ketelaar wordt daarentegen gefascineerd door meerduidigheid. "Ik bereid een promotie-project voor over beelden in de reclame die meerdere interpretaties toelaten.

n van de klant'



De reclamecampagne van Benetton, waarin bijvoorbeeld gehandicapten worden afgebeeld, is daarvan een voorbeeld. Wat bereik je met dergelijke dubbelzinnige beelden? Trekt het meer aandacht? En resulteert dat in een gunstige attitude tegenover het merk Benetton? Dit soort vragen zou ik graag willen beantwoorden."

Ketelaar, behalve ondernemer al jaren docent communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit Nijmegen, verwacht dat de uitkomsten van zijn promotie-onderzoek interessant kunnen zijn voor het bedrijfsleven. "Mijn veronderstelling is, dat ontvangers murw zijn geslagen door alle reclame. Een mens wordt dagelijks aan meer dan duizend reclame-uitingen blootgesteld, al realiseert men zich dat niet meer. Vroeger waren alle reclames opgebouwd volgens hetzelfde stramien en gaven ze heel veel productinformatie. Tegenwoordig ligt de nadruk meer op het creëren van een sfeer en een imago. Je ziet veel 'open-eind' reclames: er is een beeld, een afbeelding, maar wat moet de ontvanger ermee? En wat is de relatie van het beeld met het merk? Het lijkt er op, dat de zender met dit soort boodschappen vooral wil opvallen en de aandacht trekken. Want dat is het eerste wat moet gebeuren met de huidige overload aan reclames."

Inspirerend

De combinatie van ondernemen en doceren is voor Ketelaar een uiterst vruchtbare. "Ik draai tachtig uur per week. Toch kan ik het iedere ondernemer aanraden. Het is inspirerend om met meerdere dingen tegelijk bezig te zijn. Beide werelden bevruchten elkaar voortdurend. Ik leer bijvoorbeeld veel van de vele studenten die ik begeleid bij afstudeerprojecten. Via hen kan ik binnenkijken bij allerlei bedrijven die worstelen met problemen op het gebied van marketingcommunicatie. De ene keer praat ik met een generaal over de wervingsproblematiek van de Koninklijke Landmacht. De andere keer ben ik op bezoek bij een geurmarketingbureau dat het effect van bepaalde geuren op klanttevredenheid onderzocht wil hebben." Volgens Ketelaar zijn nog te weinig ondernemers zich bewust van de meerwaarde van afstudeerprojecten. "Je ziet vaak dat vragen die fundamenteel zijn voor de bedrijfsvoering blijven liggen omdat men opziet tegen het inschakelen van dure bureaus. Een student communicatiewetenschap is dan een betaalbare optie. Soms zie ik dat op basis van een afstudeerproject zelfs het mission statement van het bedrijf wordt veranderd."

Reizen

Paul Ketelaar wisselt hard werken al jarenlang af met reizen. Met zekere regelmaat verruilt hij zijn bureaustoel voor een plaatsje in een vlieg-

tuigcabine. Als het even kan, gaan ook zijn vrouw en twee dochters mee. Maar ze hoeven er niet op te rekenen dat pa neerstrijkt op het strand. "Zoals meer ondernemers, kan ik niet lang stilzitten. Na vijf minuten krijg ik de kriebels en moet ik wat gaan doen. Fotograferen is voor mij de ideale uitlaatklep." De afgelopen vijftien jaar bereisde Ketelaar alle continenten, wat resulteerde in een imposante oogst van duizenden dia's. Het bleef echter niet bij de voorspelbare dia-avondjes voor vrienden en familie. Via een fotopersbureau wist Ketelaar tal van dia's onder te brengen bij uiteenlopende uitgeverij. In de Nederlandse foto-vaktijdschriften kreeg zijn werk ruim aandacht. Hij exposeerde fotowerk in verschillende steden en boekte leuke successen. Zo werd een foto van het World Trade Centre in New York opgewaardeerd tot een heuse ansichtkaart, waarna andere dia's dit voorbeeld volgden. Hoogtepunt is het fotoboek '62 PK', dat hij in 1996 in eigen beheer uitgaf. "Ach, het bloed kruipt waar het niet gaan kan", bekent Ketelaar. "Ook de fotografie heb ik benaderd als een onderneming. Ik heb talrijke dingen ondernomen om ook dat, wat toch eigenlijk een hobby is, tot een zakelijk succes te maken. Het is leuk dat dit is gelukt."

Toine de Graaf

'Foto van het World Trade Centre in New York opgewaardeerd tot een heuse ansichtkaart' (Foto: Paul Ketelaar)