

# Tom Jessen bouwde een vast publiek op met de Maarten van Rossem-podcast

15-09-2022 11:00



**Tom Jessen (32) verwierf met de podcast die hij samen met Maarten van Rossem maakt bekendheid onder een breder publiek. Maar daarnaast is hij al veel langer dagvoorzitter en presentator van online en fysieke evenementen, live streams en podcasts. Jessen vertelt aan de hand van de Maarten van Rossem-podcast hoe je een podcast-publiek opbouwt en aan je bindt.**

Met Maarten van Rossem in de hoofdrol en Tom Jessen als zijn sidekick is de Maarten van Rossem-podcast inmiddels razend populair geworden. In 2020 zijn ze ermee begonnen, nu hebben ze honderdduizend trouwe luisteraars per aflevering. Dat succes is volgens Jessen vooral toe te schrijven aan Maarten van Rossem. “De podcast draagt niet voor niets zijn naam. Luisteraars vinden dat hij boeiend vertelt. Ze bewonderen zijn kennis, beschouwen hem als wandelende encyclopedie en moeten om hem lachen. Ik leer zelf ook van de manier waarop hij een verhaal opbouwt. Door zijn zinsopbouw en woordgebruik zorgt hij ervoor dat je blijft luisteren. Vermoedelijk komt dat doordat hij gewend is om in collegezalen te spreken voor het moeilijkste publiek dat er is: studenten die er geen zin in hebben. Hij weet mensen bij het verhaal te houden met een goede timing, door op het juiste moment een grap te maken of iets controversieels te zeggen. Dat is zijn kracht. En hij is natuurlijk een bekende mediapersoonlijkheid. Al ken ik ook mensen die hem afschuwelijk vinden en zeggen; ‘Ik vind jou goed, maar die Van Rossem vreselijk.’”

## Elkaar aanvullende persoonlijkheden

Jessen is bescheiden over zijn aandeel, maar toch wel degelijk deel van het succes. Hoe anders zou de

podcast zijn geworden als Van Rossem hem met een leeftijdgenoot als Hans Dorrestijn had gemaakt? Met een activist, een presentator met een groot ego, een interviewer die hem in het nauw drijft?

Jessen lijkt geknipt voor zijn rol van laconieke, opgewekte gesprekspartner van Van Rossem, al is die niet perse representatief voor zijn andere journalistieke werk. “In het begin kende ik Maarten nog niet zo goed en had ik de neiging me kritischer op te stellen. Ik interrumpeerde hem vaker. Totdat de luisteraars lieten weten dat ze dat niet prettig vonden. Ze wilden zijn verhaal horen en vonden het niks als ik daar steeds doorheen ging fietsen. Toen ben ik daarmee gestopt. Ik laat hem praten en zorg ervoor dat het gesprek niet in heftige discussies ontaardt. Dat werkt goed. Soms stel ik net die ene vraag of maak een opmerking die hem nóg bozer maakt.”

## **Jarenlange ervaring met presenteren**

Jessen heeft jarenlange ervaring met presenteren en het maken van podcasts. Na zijn opleiding aan de School voor Journalistiek werkte hij als presentator bij de tv-zender RTL-Z, bij BNR-nieuwsradio en de regionale omroep L1. “Daar heb ik veel meters kunnen maken. Mensen kenden mij als presentator en vroegen me daardoor ook steeds vaker als host van events. Dat vond ik zo leuk dat ik er mijn beroep van wilde maken. Het is interessant om voor verschillende opdrachtgevers te werken en me steeds met een ander onderwerp of vakgebied bezig te houden. Ook het ondernemen ligt me goed, dus voor mij is dit een ideale combinatie.”

Al in 2006 is Jessen bezig met het maken van podcasts bij BNR Nieuwsradio. “De aandacht voor podcasts was toen nog niet groot en het bereik nihil. Op initiatief van de toenmalige hoofdredacteur Sjors Fröhlich zijn we als eerste in Nederland betaalde podcast gaan maken voor bijvoorbeeld de Rabobank en ING. Ik deed de presentatie.”

Met deze ervaring op zak, begint Jessen voor zichzelf als dagvoorzitter en presentator van branded podcasts, events, webinars en livestreams. Dat doet hij voor bedrijven als Accenture, Philips, KPMG, Bol.com, de Sociaal Economische Raad, het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat.

## **Verdienmodel**

Inmiddels trekt de Maarten van Rossum-podcast gemiddeld honderdduizend luisteraars per aflevering. Daarmee is hij aantrekkelijk voor adverteerders en commerciële podcastplatforms als Podimo en Podme. Toch slaan Jessen en Van Rossem elke aanbieding op dat vlak af. “We nemen wel een live podcast met publiek op in Tivoli Vredenburg. Daar moeten mensen voor betalen. Dat zou je ons verdienmodel kunnen noemen. Maar verder willen we de podcast voor iedereen toegankelijk houden. We zien hem vooral als een marketing-vehikel. Maarten kan er zijn lezingen mee onder de aandacht brengen en ik mijn werk als dagvoorzitter en podcastmaker. Voor Maarten is het bovendien echt een uitlaatklep. Hij vindt het leuk om te praten. Zeker nu hij merkt dat er veel mensen luisteren. In het begin was hij daar sceptisch over en had hij het idee dat hij in de auto voor zich uit zat te praten. Tot hij erop aangesproken werd, veel reacties van luisteraars kreeg en zijn uitspraken terug zag in de media.”

Ook Beeld & Geluid heeft de podcast in het vizier en heeft al 250 afleveringen gearchiveerd om zo een representatie van het medialandschap voor volgende generaties te bewaren.

## **Mee blijven draaien in de top**

Belangrijk punt voor hen alle twee is dat ze blijven meedraaien in de top. “We hebben nu hoge luistercijfers. Als

die verder zakken en het minder wordt, stoppen we. Zo nu en dan proberen we nieuwe dingen uit om te kijken hoe luisteraars reageren. Ik heb enige tijd geleden bijvoorbeeld de frequentie van de podcasts opgeschroefd. We namen eerst een uur of anderhalf uur op en publiceerden die in één keer. Nu knip ik daarin en smeer afleveringen van een half uur uit over meerdere dagen. Dat heb ik gedaan omdat de luistertijd van 85 procent terugzakte naar 50 procent. Mensen haakten na een bepaalde tijd af, ook doordat de concurrentie van andere podcasts toenam. We wilden die 85 procent terugkrijgen. Dat is gelukt door de afleveringen korter te maken.”

In het vierde kwartaal van dit jaar wil Jessen hun programma via Spotify als videopodcast aanbieden. “We zijn de eerste in Nederland die dat met een podcast gaan doen. Eind van dit jaar gaan we elke aflevering ook op beeld aanbieden. Nu al zet ik af en toe een fragment op video en deel dat filmpje op sociale media om meer luisteraars te werven of aan ons te binden. Daar wordt altijd goed op gereageerd.”

## **Meer productie**

Ook voor zijn eigen onderneming heeft Jessen nieuwe plannen. “Ik wil me meer op productie gaan richten. Als ik me uitsluitend bezighoudt met presentatie, maakt me dat kwetsbaar. Want wat doe je als je ziek wordt of mensen voor iemand anders kiezen? Inclusiviteit wordt belangrijker, dus misschien willen ze straks meer dames op het podium zien. Dat zijn externe factoren waar ik geen invloed op heb. Ik blijf inzetbaar als dagvoorzitter, maar ga daarnaast meer programma’s, videopodcasts en online talkshows maken voor de zakelijke markt. Voor de Rijksoverheid heb ik eerder bijvoorbeeld een format bedacht. Ik presenteerde het niet, maar werkte er achter de schermen aan. Dat zal in de toekomst meer voorkomen.”

De podcast en de wekelijkse ontmoetingen met Maarten van Rossem zullen een vast punt in zijn agenda blijven. “Ik doe het met plezier en moet vreselijk om Maarten lachen, zeker als hij zich zo boos maakt om dingen. Daar zal voorlopig geen einde aan komen.”

Marloes de Moor