

Valentine van der Lande geeft onbekende verhalen een stem in nieuwe podcast

22-01-2026 11:00



Na jaren als ondernemer bij Oot Ganola maakt Valentine van der Lande ruimte voor een nieuw project. Met haar net verschenen podcast [Verhaal Onbekend](#) verschuift de aandacht van marketing en management naar luisteren: mensen vertellen er hun eigen verhaal in één ononderbroken lijn, zonder dat een interviewer hen onderbreekt of vragen stelt. Podcasts worden steeds vaker gedomineerd door gesprekken, meningen en duiding. *Verhaal Onbekend* doet het anders.

Er is een moment, halverwege een aflevering van *Verhaal Onbekend*, waarop je vergeet dat je naar een podcast luistert. Geen interviewer die bijstuurt, geen samenvatting, geen oordeel. Alleen een stem die vertelt. Niet om indruk te maken of iets te bewijzen, maar om gehoord te worden. De stem sleept je mee in een opzienbarend verhaal; stoppen met luisteren lukt niet. Pas later dringt het weer tot je door: dit is een podcast. *Verhaal Onbekend*, van Valentine van der Lande.

VERHAAL ONBEKEND



Van der Lande heeft altijd iets gehad met ongehoorde verhalen. Ooit liet ze onbekende schrijvers via de crowdfundingssite TenPages strijden om een plek in de boekenkast; nu geeft ze onbekende levens een stem. Het medium veranderde, haar drijfveer niet.

Daarvoor liet ze een andere grote verantwoordelijkheid los. Begin 2018 richtte ze Oot Ganola op, een bedrijf dat in korte tijd uitgroeide tot een bruisend merk. Inmiddels heeft ze de dagelijkse leiding overgedragen aan een algemeen directeur en een marketingdirecteur. Het team draait zelfstandig en met vaart, terwijl Van der Lande als oprichter bewust op afstand blijft. Het geeft haar de tijd en focus om te doen waar ze altijd al in gelooft: verhalen maken.

Nieuw perspectief

Het resultaat is een podcast die draait om mensen, niet om feiten of sensatie. Gewone mensen, buitengewone verhalen, verteld door henzelf – met aandacht en ruimte.

“Sinds een jaar of twee merkte ik dat ik iets begon te missen in het media- en verhalenlandschap,” vertelt ze. “Ik luisterde steeds meer podcasts en ontdekte hoe sterk een verhalende podcast op een boek lijkt. Je hebt geen beeld, dus er blijft veel aan de verbeelding over. Veel verhalende podcasts vallen onder true crime, maar daar zit voor mij vaak niet de diepgang. Meestal wordt een zaak niet echt opgelost; er blijven hypothesen, schuldvragen. Wat mij interesseert, is niet zozeer het misdrijf, maar de mensen om wie het draait. Dat perspectief miste ik.”

Ze wilde dat mensen hun verhaal zelf konden vertellen, zonder voortdurende duiding van een interviewer. Eén stem, rechtstreeks naar de luisteraar.

Om te onderzoeken wat werkte, luisterde Van der Lande kritisch naar buitenlandse podcasts. Sommige spraken aan qua inhoud, maar lieten steken vallen in productie: slechte audiokwaliteit, traag tempo, verhalen

die niet tot leven kwamen. Andere, zoals *This American Life* en *Serial*, inspireerden haar juist door hun montage en gebruik van muziek.

De volgende stap was het verzamelen van verhalen. Van der Lande stelde een lijst op met mogelijke onderwerpen en benaderde mensen actief. Met de eerste deelnemers ging ze de studio in, onder meer bijgestaan door freelance redacteurs Loes de Groen en Lotteke Boogert. Later sloot ook de ervaren Annegriet Wietsma aan, documentaire- en televisieregisseur, onder meer bekend van de podcast *De Deventer Mediazaak* die 1,5 miljoen luisteraars had en werd uitgeroepen tot de beste podcast van 2021.



Aandachtige luisteraars bij de première van Verhaal Onbekend

Niet te veel voorbereiding

Aanvankelijk werd veel tijd gestoken in voorbereiding: verhalen werden uitgebreid uitgedacht en opgeschreven. Al snel bleek dat overbodig te werken. “Mensen werden er zenuwachtig van, gingen te veel nadenken. Het verhaal werd er niet beter van. Nu gaan de vertellers zo onvoorbereid mogelijk de studio in en zijn alleen wij degenen die voorbereid zijn.”

Vooraf is er een kennismaking, om de verteller te leren kennen en de lijn, de kantelpunten en mogelijke uitdagingen te begrijpen. In de studio draait het om balans: de redacteur leidt de verteller door zijn of haar verhaal, maar houdt zich verder op de achtergrond laat het woord zoveel mogelijk aan de verteller. “Vaak vertellen mensen hun verhaal beter dan ze zelf hadden verwacht. Wij helpen ze wel bij het bepalen van het onderliggende thema. Dat is vaak moeilijk om van je eigen verhaal te zien.”

Er wordt veel opgenomen: uren aan materiaal worden teruggebracht tot een aflevering van ongeveer een half uur. De deelnemers krijgen de montage vooraf te horen; gebruikelijk in radio en televisie, maar bewust.

„Mensen geven ons veel vertrouwen. De verhalen zijn kwetsbaar en de vertellers hebben vaak al te maken met oordelen. Daarom vinden we het belangrijk dat zij er volledig achter staan.”

Confronterende verhalen

Het zijn verhalen over keuzes en innerlijke conflicten. Over situaties waarin mensen iets deden wat niet vanzelfsprekend is, waar je geen applaus voor krijgt. Voor luisteraars liggen de verhalen soms ver van hun eigen leven. Begrip ontstaat als je ook de onderliggende gevoelens en beweegredenen gaat begrijpen. Zoals de vrouw met een topcarrière die iets schokkends ontdekt over haar man en besluit te blijven. “Zo’n verhaal vertellen dwingt je op een ander niveau naar jezelf te kijken: stop je zelf ook weleens dingen weg, los je het met liefde op, ben je te mild of geef je je grenzen niet goed aan? Dat is confronterend.”

De deelnemers zijn divers: jong en oud, mannen en vrouwen, uiteenlopende achtergronden. Van een man die bolletjes slikte tot een dochter van verstandelijk beperkte ouders of iemand uit een gesloten religieuze gemeenschap.

Op het eerste gezicht draait Verhaal Onbekend om een prettige luisterervaring. Maar daaronder ligt een duidelijke missie. “Ik hoop dat we onze blik verruimen,” zegt Van der Lande. “Dat we beseffen dat er vaak meer achter mensen zit dan wat je in eerste instantie ziet en daardoor niet meteen oordelen.”

Het eerste seizoen is volledig opgenomen; het tweede is in de maak. De podcast is bedoeld als een langlopend project, met meerdere seizoenen per jaar en in totaal zo’n vijftiendertig bijzondere verhalen. In vakantieperiodes komen er bonusafleveringen: gesprekken achter de schermen, making-offs.

Sponsors en donoren

Tijdens de afleveringen klinken bewust geen advertenties. “Ik wil dat luisteraars zich volledig kunnen overgeven aan het verhaal, zonder onderbrekingen of reclames. Mijn ideale scenario is een podcast die eerst het bereik vergroot en waar op termijn een passend verdienmodel omheen ontstaat. Ik denk aan langdurige sponsors en donaties van luisteraars. In Nederland is dat minder gebruikelijk dan in Amerika, maar het valt me enorm mee. Mensen die we niet kennen doneren al, soms vijftwintig, soms vijftig euro. Belangrijkst is voor mij dat ik het kostendekkend krijg. Ik doe het niet om rijk te worden, maar omdat ik het belangrijk vind dat het er is.”

Ze heeft veel geïnvesteerd in een eigen website. “Misschien wel de beste podcastwebsite die er is”, zegt ze met een glimlach. “De meeste websites beperken zich tot Spotify of Apple Podcasts, en dat is prima om te luisteren, maar doneren kan daar niet. Op onze website wel. Bovendien wil ik een plek creëren waar je graag naartoe gaat, waar de afleveringen overzichtelijker te zien zijn en luisteren onderdeel wordt van een grotere ervaring.”

Podcastclubs

Ook experimenteert ze met podcastclubs: kleine groepen die samen luisteren en napraten, zoals bij een boekenclub. “De eerste aflevering leidde tot een intens gesprek onder vriendinnen: wat vonden we eigenlijk van hem? Wat zegt dat over ons? Dat is precies wat ik hoop dat de podcast losmaakt. Zo’n podcastclub zou in digitale vorm ook heel mooi zijn voor mensen die door een beperking aan huis gekluisterd zijn en hierdoor met anderen in contact komen.”

Succes meet ze niet alleen in luistercijfers. „De grootste graadmeter is of het voor mensen eervol voelt om hun verhaal te delen. En als luisteraars aan het denken worden gezet en na afloop met elkaar in gesprek raken, dan heeft Verhaal Onbekend gedaan wat het moest doen: mensen dichterbij elkaar brengen, via een verhaal.”

Marloes de Moor