

# et muziek ef je jezelf bloot'

Ruby Lemm. Haar leven speelt zich af tussen de zakelijke reclamewereld en de emotie van het pianospel. De jazzpianiste en reclame-superwoman houdt van beide polen.

'Toen ik een jaar of 16 was, wilde ik de reclame in. *Glamorous*, dynamisch, lekker veel geld verdienen en doen wat je zelf wilt. De reclame als één groot feest. Mijn vrienden vonden me reuze oppervlakkig als ik over mijn toekomstige BMW sprak. Aan de andere kant lonkte de muziek. Ik wilde naar het conservatorium. Een beroemde pianiste of dirigent worden. Maar omdat ik mijn kansen op succes in de reclame hoger schatte dan die op het concertpodium, koos ik voor het eerste.'

Zo kwam ze met de eerste lichting van de heao communicatie. 'Van mijn beeldvorming van de reclame deugde natuurlijk niets. Mijn ambitie was er niet minder om: ik wilde een van de beste vrouwen in het vak worden.' Ze wilde naar het buitenland, maar niet te ver. 'Mijn eerste echte bureau was JWT Brussel. Daar heb ik van Ron Vorstenbosch het vak geleerd. Als we de Belgen zat waren, gingen we samen lekker eten, dat kan daar goed! Na drie jaar Brussel waagde ik de stap naar de grote reclamewereld in Amsterdam. Ik heb er inmiddels bij aardig wat bureaus gewerkt. Ik had de mazzel bij DMB&B mee te groeien in de beste tijd, met inspirerende collega's.'

Bij DDB werd ze lid van het managementteam en CSD op sterklanten als Volkswagen en Achmea. 'Daar merkte ik wel dat er nog altijd een glazen plafond is voor vrouwen.' Enkele jaren geleden maakte Ruby de overstap van het grote themabureau naar een werkelijk geïntegreerd en klein bureau: Skipintro. 'Ik koos voor Hans van Dijk. Pas toen ik er eenmaal zat, kwam ik er achter dat ik zo veel internet ging doen. Ik schrok me dood. Het eerste jaar dacht ik voortdurend dat ik niet meer met de troepen mee liep. Heel confronterend. Heeft me een jaar gekost. Tot het lampje ging branden en ik besepte dat ik met de vlag vooroploop! We rennen niet mee in (onbetaalde) pitches. Varen onze eigen koers. We zijn niet in een hokje te plaatsen en na 20 jaar reclame geeft deze keuze me een enorm gevoel van vrijheid. In internet lopen veel talenten rond. Die denken breder en veel verder dan een reclamefilmpje.'

## ..... toehoorders raken

In al die succesvolle reclamejaren bleef de piano lonken. Thuis heeft ze een studio, en in de prachtige zestiende-eeuwse ruimte van de Noorderkerk waar Skipintro huist, staat een elektrische piano. 'Daarmee kan ik zelf creatief zijn. Niet alleen managen, ook voelen. Ik ben geen tekstschrijver, geen artdirector maar wel muzikant. Dat heeft raakvlakken met creatie. Je moet door je schaamte heen om dingen die je zelf hebt gemaakt, te laten horen. Je geeft jezelf bloot als je een concept op tafel legt, en zo is dat ook met muziek. Door muziek te maken, leer je met mensen omgaan. In een band ben je met z'n allen verantwoordelijk voor het resultaat. Niet door de zanger heen spelen bijvoorbeeld, maar in dienst van de band. Optreden heeft veel parallellen met reclamepresentaties. Elkaar steunen, kijken waar je collega mee bezig is. Met z'n allen beseffen dat het goed moet worden. Het publiek hoort feilloos of iemand met zijn eigen ego bezig is of dat de groep met veel plezier iets moois maakt. Dan raak je de toehoorder, die is gevoelig voor integriteit: hebben ze er plezier in, zijn het gelijkgestemden, of is het een verhaal dat opgedreund wordt?'

Met klanten werkt het precies hetzelfde. Succesvolle bureaus en bands communiceren letterlijk en figuurlijk op dezelfde golflengte.

## ..... verstand loslaten

Reclame kost me energie, van muziek krijg ik energie. Zeker 15 uur per week zit ik achter de piano. Op de zaak, thuis in mijn eigen studio, tijdens workshops en af en toe op het podium. Met m'n eigen jazztrio treden we wel eens op, als het *Bob McIntyre Quartet*. De grap is dat Bob er nooit bij is, maar we kondigen wel altijd aan in zijn geest te spelen. Een ideeetje van Hans en Maarten, heerlijke humor. In het voorjaar komt er weer een jazzcrossoverjam aan. Heerlijk, met allemaal gelijkgestemde reclamemensen muziek maken. Zoals Wim Ubachs en Gemma Veel die zingen en Victor Silvis die drumt. Muziek doe je op je gevoel, je moet je verstand loslaten. En de nadruk ligt op het gehoor. Ons vak is heel beeldgedreven. Er wordt weinig gebruikgemaakt van het gehoor. Je oren zijn beter ontwikkeld als je muziek maakt. Daardoor leer je ook beter naar anderen te luisteren, naar wat ze écht zeggen.'

.....

