

# Liefdesadvies voor 'the happy few'

Door Loes Reijmer – 14/03/2011 (foto van Pier Ebbing)



'Sympathieke vrouw aan de top (68). Sterke persoonlijkheid. 'Jong' en sociaal. Gezien in bestuur en commissariaat. Maakt vaak het verschil', luidt het begin van een advertentie in de Volkskrant. Tussen de artikelen over onrust in de Arabische wereld wekt de annonce nieuwsgierigheid: welke vrouwelijke commissaris en topbestuurder is op zoek naar die 'gezellige, stijlvolle man die aan het leven eigen inhoud en betekenis geeft'?

De advertentie komt van Pier Ebbing Relationship, een relatiebureau voor 'the happy few'. Wie die 'happy few' zijn, houdt Ebbing strikt geheim. 'Mensen die mij een opdracht geven, treden naar buiten met een kwetsbaar verhaal. Ze proberen iets te doen aan de situatie waar ze niet nog tien jaar in willen zitten. Dat vind ik moedig.'

De 72-jarige Pier Ebbing houdt kantoor in 's-Graveland, een chique dorpje buiten Hilversum. Daar, aan de rand van het Gooi, sieren namen van huizen de gevels, zijn straten 'lanen' en dragen zorginstellingen de naam 'Residentie Jagtlust' in plaats van ondefinieerbare afkortingen zoals elders in het land. Ebbing woont en werkt in een voormalig koetshuis, omgeven met groen en uitbundig kwetterende vogels.

Sinds anderhalf jaar leidt hij Pier Ebbing Relationship, een relatiebureau. 'Géén relatiebemiddelingsbureau', benadrukt Ebbing, 'want daar wordt gevist in de persoonlijke visvijver van de bemiddelaar. En die is vaak beperkt.' Het is ook zeker geen datingsite, want daar is volgens de liefdesadviseur 'de ellende vaak niet te overzien'. 'Datingsites zijn makkelijk en kosten geen bal, maar je ligt wel op straat. Dat moet je maar leuk vinden.'

Ebbing, een grote man met grijs haar en een beschaafde bulderlach, is niet bescheiden. Zijn bureau heeft naar eigen zeggen een unieke werkwijze, en onderscheidt zich door 'specifieke deskundigheid en persoonlijke betrokkenheid'. Mensen die het bureau inschakelen, steevast aangeduid als 'opdrachtgevers', worden intensief begeleid bij het vinden van een partner. Volgens Ebbing zijn maar weinig mensen goed in het bij elkaar brengen van de juiste mensen, maar zelf is hij er toevallig 'heel goed in'. Jarenlange ervaring in de werving en selectie hebben hem veel mensenkennis opgeleverd.

Aan dat alles hangt echter ook een uniek prijskaartje: het starttarief voor het vinden van een relatie via Ebbing is ongeveer 13 duizend euro. 'Inclusief btw', haast hij zich te zeggen. 'Dat is een flink bedrag voor een particulier. Maar in vergelijking tot wat er tegenover staat is het honorarium dat ik vraag heel laag.'

De bedrijfseconoom begon zijn carrière als productmanager bij Unilever. In 1982 richtte hij het werving- en selectiebureau Ebbing & Company op. Het werd al snel een succes. Nadat Ebbing het bedrijf in 1995 aan KPMG verkocht, verdween hij tijdelijk in de luwte 'op het vlak van investeringen en bedrijfsactiviteiten'.

Totdat hij op een ochtend de krant opensloeg. 'Bij een artikel over relatiebemiddeling voor oudere mensen stond een foto van een man van in de tachtig, die heel geïnteresseerd een foto stond te maken van zijn nieuwe partner', zegt hij. 'De rok van de vrouw die voor hem poseerde waaide een beetje omhoog, waarbij haar typische oude vrouwenbeentjes en onderbroek zichtbaar waren. Zo schattig', lacht Ebbing. Nadat zijn echtgenote het bijbehorende artikel had gelezen merkte ze op: 'Dat kan jij ook. En nog veel beter.' Ebbing: 'Toen zei ik: ja, daar heb je gelijk in.'

## Het bureau

Na een voorbereidingsperiode zag Pier Ebbing Relationship in 2010 het levenslicht. Het is nog een klein bureau, met ongeveer een tot drie opdrachtgevers per maand. In maanden dat er meer opdrachtgevers zijn, werkt hij met consultants.

De eerste stap in de zoektocht naar een geschikte partner is een zogenoemd Interview en Adviesgesprek. In dit drie uur durende gesprek worden de persoonlijkheid en partnerwens van de opdrachtgever besproken. Ebbing: 'Ik vind het belangrijk om de mensen thuis te bezoeken. Kijken waar ze leven, hoe ze leven, wat ze aan de muur hebben hangen. Dat zegt veel over mensen.' Ook komt het verleden van de opdrachtgever ter sprake. 'Ik vraag naar het ouderlijk huis: naar de gedragspatronen van de vader en van de moeder. Hoe je in het leven staat heeft ook op je zestigste nog veel te maken met je jeugd.'

Vervolgens wordt een profiel van de opdrachtgever opgesteld, en een advertentie geschreven. Deze anonieme advertentie verschijnt in de Volkskrant, NRC Handelsblad en Het Financieel Dagblad. Interessante reacties op de advertentie worden door Ebbinge geselecteerd, waarop met de potentiële relatiekandidaat hetzelfde diepgravende gesprek volgt als de liefdesconsultant eerder met de opdrachtgever had. Denkt Ebbinge dat het klikt, dan volgt er een ontmoeting. In de maanden na het eerste afspraakje kunnen opdrachtgever en de potentiële nieuwe liefde zo vaak ze willen contact opnemen met de liefdesadviseur. 'Vrijblijvendheid bestaat niet bij mij', lacht Ebbinge.

Hoeveel het bureau jaarlijks omzet wil Ebbinge niet zeggen. Hij zit nog in de aanloopfase, waarbij de kosten uit 2010 nu terug worden verdiend. Mocht hij al winst maken, dan is het vooral door het succeshonorarium. Dat wordt geïnd als er een serieuze relatie of vriendschap ontstaat. De hoogte van het succeshonorarium is minstens 3.000 euro en veel hoger als een opdrachtgever het makkelijk kan betalen. 'Maar het is natuurlijk nog geen bureau met een omzet van boven de miljoen', vertelt Ebbinge. 'Zo ver zijn we nog niet. Hoewel het in de toekomst wel zover zou kunnen komen, want er is grote behoefte aan.'

Ebbinge rekent voor dat er bijna 150 duizend miljonairs zijn in Nederland. 'Daarnaast zijn er ongeveer 250 duizend mensen die tussen een half miljoen en een miljoen euro bezitten. Mijn markt bestaat dus uit ongeveer 400 duizend mensen. Ik zou graag meer mensen bedienen, maar die kunnen het niet betalen.'

'Mensen die mij een opdracht geven, zijn vaak vrouw', vervolgt Ebbinge. 'Soms zijn het ouders die het honorarium voor hun 35-jarige dochter betalen. Mannen geven mij minder snel opdrachten. Die generen zich; hebben toch het gevoel dat er een parel uit hun kroon valt als ze mij inschakelen. Maar ze reageren wel op advertenties.' Die advertenties zet Ebbinge bewust op de eerste pagina's van kranten, zodat ze de aandacht trekken van mannen die graag over wereldproblematiek lezen. 'Dan lezen ze iets over Libië, waarna hun oog plotseling op de advertentie valt. Dat is belangrijk, want het zijn geen mannen die contactadvertentiepagina's lezen.'

Ebbinge bedient naar eigen zeggen 'de top van de markt'. Reageert er ook wel eens iemand met een huurflatje in Almere? 'Dat komt wel eens voor', antwoordt hij. 'Maar dan is het aan mij om op een beleefde manier te zeggen dat er waarschijnlijk weinig aansluitingsmogelijkheden zijn.'