

Verslavingsdeskundige Don Schothorst

Van wrak tot redder

De reclameman had geen betere naam voor zichzelf kunnen bedenken: Don Schothorst. Zo'n naam met een beetje van Don Corleone en een beetje van hemzelf... Zo'n naam die uitstraalt dat hij voor de donder niet bang is en – wat er ook gebeurt - altijd weer komt bovendrijven. Ook nu weer, ergens op de Veluwe, anoniem kantoor houdend voor ondernemers en bestuurders die een oplossing zoeken voor hun verslaving. Hij kent hun strijd, aangezien hij zelf ooit reddeloos verloren leek door de 'Hollywood-mix' van wodka en cocaïne.

Door Hetty Nietsch Fotografie door Daan Zuidervijk

Zomaar een dag uit het leven van de succesvolle reclameman: in zijn kapitale woning in Blaricum (goed uitgezocht want op 'kruipafstand' van het bekende Gooise etablissement Moeke Spijkstra) neemt hij voor het douchen een paar wodka's met ijs en een lijntje coke. Na het douchen idem dito. Vervolgens brengt de privé-chauffeur hem naar een andere bekende Gooise uitspanning, hotel Jan Tabak in Bussum. Daar mag hij met speciale permissie audiëntie houden aan de bar die op dat tijdstip voor normale mensen gesloten is. "Mijn secretaresse kwam daar ook en dan namen we met deze en gene wat dingen door. Daar ontving ik ook mijn psycholoog die mij, Bloody Mary voor mijn neus, van de drank probeerde af te praten. Die vent maar lullen, en ik maar drinken en denken: ik heb toch een psycholoog voor hulp, zie je wel dat ik er alles aan doe om van de drank en de drugs af te blijven..."

Daarna naar kantoor in Amsterdam waar hij, 'het lichaam al flink vergeven van het gif', behoorlijk wat werk verzet. Met de rijkelijk met drank besprenkelde lunch wordt vervolgens de 'middag-ontoerekeningsvatbaarheid' ingeluid zodat hij de laatste uren van de werkdag noodgedwongen alleen maar kan doen alsof hij werkt. Dan volgt de avond in een waas; in foute kroegen, met foute mensen. Zijn leven van toen.

U mocht altijd bij Moeke Spijkstra komen? "Natuurlijk, dat vinden ze wel mooi. Ik was de dikste klant."

Doet een normaal reclametalent er jaren over eer het predikaat 'goeroe' is verworven, bij de jonge Don Schothorst gaan de dingen snel. Hij is pas 24 als de eerste grote succesvolle campagne hem in reclameland op de kaart zet. Hij bedenkt voor Seven Up de zeer succesvolle campagne: 'De enige smaak die geen kleur nodig heeft'. In dat jaar heeft deze frisdrank voor de eerste en enige keer in haar historie een groter marktaandeel dan concurrent Coca-Cola. Schothorst is 'hot' in reclameland: 'tegenwoordig heet dat cool'. Iedereen wil met hem werken, voor hem werken, hem voor zich laten werken. Hij is de man van het Zwitserleven-gevoel, van Lancia, van Bad Boys, van Levi's en Dommelsch Bier.

Gaat het dan te hard?

"Ja, het ging heel hard. Maar ik had het gen om verslaafd te raken. Ik was een workaholic en ik werd ook een alcoholic."

Wist u dat u aanleg had?

"Zo ergens in de achterste helft van mijn twintiger jaren, wist ik wel dat ik anders dronk dan een ander. Maar dat was geen probleem, ik was alleen maar wat vaker lam dan een ander en ik had wat meer auto-ongelukken. In '85 vond ik daar een oplossing voor. Ik merkte op een feestje dat ik dat dronken-woorden kon neutraliseren door het gebruik van cocaïne. Dan kon ik langer doorgaan. Ik zei tegen de jongen die het me liet proberen: 'Kan ik je niet eens belen, als ik er zin in heb?' En zo begint de ellende. Op het laatst bel je twee keer per dag. Ik

ging helemaal voor de Hollywood-mix: wodka en coke."

U ging raar doen?

"Ja. Hoewel getrouwd, feesten, losbandig leven, nachtclubs. Je verliest de maat der dingen, de ethiek, alles wat je geleerd hebt. Dure auto's kopen, dure huizen. Mijn eerste huwelijk strandde in '88. In '91 trouwde ik een mooie, jonge meid, maar dat ging ook niet meer. Ik werd extreem achterdochtig, ging oeverloze, domme discussies aan, maakte gruwelijke ruzies om niets. Je verliest controle en dat zien andere mensen. In het begin bedekken ze het met de mantel der liefde. Dan zeggen ze: 'Okay, hij doet raar, maar hij is wel goed in zijn vak.' En dan, op een dag, trekken ze de conclusie: 'Hij is eigenlijk niet meer te pruimen'. Je bereikt het stadium dat mensen niet meer met je geassocieerd willen worden. En aldus ging de firma Schothorst en Partners failliet."

Verdrietig?

"Nou, er zat zoveel tempo in mijn leven – ik had onmiddellijk weer een nieuwe business, nieuwe klanten. Maar het werd natuurlijk niet meer wat het geweest was want ik was niet meer goed. Een vriend van mij nodigde me uit voor de lunch. We zouden over wat zakenplannen spreken. Hij zei, eenmaal neergestreken: 'We gaan niet over de business praten, we gaan over jou praten. Als jij zo doorgaat, ben je over drie maanden dood.' Hij was de eerste die zoiets tegen me durfde te zeggen. De rest van



de wereld vond dat ook, maar niemand durfde Don Schothorst de waarheid te zeggen."

Was u beledigd?

"Nee, helemaal niet. Het was alsof ik op zoiets zat te wachten. Ik had net die nieuwe zaak, daar moest ik dus weg, en iedereen wist dat dit minstens een jaar zou gaan duren. Zo kwam ik in een kliniek in Londen terecht."

Wat deden ze in Engeland met u?

"Onmiddellijk ontgiften. Daarna in kaart brengen wat er gebeurd is, toegeven tegenover jezelf dat je de strijd hebt verloren. Die acceptatie is het noodzakelijke fundament onder je herstel."

U was niet de enige. Wat is er met uw vrienden uit die tijd gebeurd?

"De meesten zijn 'down the drain' gegaan. Sommigen zijn dood. 80 Procent vindt de weg niet, of zoekt niet, of wil niet."

Het is nogal een strijd.

"Ja, na zoveel jaren gedwongen worden eerlijk naar jezelf te kijken. Niet meer liegen, een masker afgooien. Wat je dan ziet, doet je walgen. Je ziet krankzinnigheid, zelfvernietiging. Dus wat je dan moet leren, is van jezelf te gaan houden."

Nooit meer teruggevallen?

"Jazeker, een keer of tien, met alcohol vooral."

Oud-reclameman Don Schothorst ondervond de behandeling in de Nederlandse ontwenningskliniek als een ramp: "Moordenaars en verkrachters die strafijdverkorting krijgen als ze zeggen: 'Ik wil wel naar de kliniek'. Daar kun je als voorzitter van de Raad van Bestuur niet komen."

Verslavingsdeskundige Don Schothorst

Korte hevige terugvallen. De eerste nadat ik acht maanden sober was. Toch weer iets gedronken en ineens zat ik weer in de kroeg en was het een week zuipen, alle remmen los. Na zo'n week wist ik me dan wel in een vliegtuig te hijsen, richting Londen waar ik in de kliniek opnieuw door de mangel werd gehaald. Dan ging ik weer een half jaartje mee. En dan viel ik weer terug. Dat is ettelijke jaren zo gegaan. Het goeie is dat ik eigenlijk nooit opgaf en steeds terug naar Londen ging."

Wat beweegt u om nu dagelijks met die struikelingen uit het verleden bezig te zijn?
"Alcoholverslaving is in Nederland zo'n taboe. Hoe anders is dat in Engeland en Amerika. Heel veel bekende mensen zeggen daar openhartig: 'Ik kan de alcohol niet handlen, dus ik ben even vier weken weg, jongens'."

Wij hebben André Hazes.
"Ja, en oud-minister Pronk en Rob Out en de rest houdt het angstvallig verborgen."

U verzorgt nu afkickreizen naar Amerika, Engeland, Duitsland, België. Is dat nou nodig?
"Jazeker. Het CAD, de Jellinek en Parnassia – de oude Riagg – dat zijn de aanspreekpunten. Maar hun aanpak slaat nergens op. Een paar jaar voor mijn vertrek naar Londen kwam ik ook in dat circuit. Een wanhoopssituatie, auto total-loss, ik in de vernieling. Ik moest naar een kliniek en vriendjes wisten de enorme wachttijd te omzeilen. Maar waar kom je dan in terecht? In een soort gevangenis waarvan ze de sleutel hebben weggegooid. En dan zit je daar. Meer dan 50 procent van de patiënten wordt rechtstreeks vanuit de gevangenis in traliwagens afgeleverd. Moordenaars en verkrachters die strafijdverkorting krijgen als ze zeggen: 'Ik wil wel naar de kliniek'. Nou, dat geeft een lekker sfeertje. Daar hebben we Jan, die heeft zes verkrachtingen op zijn naam, daar hebben we Piet, twee gewapende overvallen en voilà: Arie, die zit voor moord. Dat zijn dan je medebewoners. Daar zit je dan als voorzitter van de Raad van Bestuur van een grote onderneming,

of als gezagvoerder van de KLM. Tegen de tijd dat je daar ooit uitkomt, is je sociale leven stuk, je zaak stuk, je carrière weg en ben je gestigmatiseerd. Dat is de Nederlandse verslavingszorg."

Hoe komt dat?
"Omdat de ziektekostenverzekeraars alles in de klem hebben zodat over de grens gaan, ondenkbaar is. En daar praten we nu over. Om een behandeling in het buitenland gedekt te krijgen. Voor iedereen. Of je nou een Mercedes voor de deur hebt staan of een oude fiets. Het loont, de rekensom is duidelijk. Je kunt beter iemand vroegtijdig behandelen, effectief in een kliniek in het buitenland, dan dat je hem laat doorzuipen. Dan wordt het een wrak, en dan kost het de gemeenschap echt geld, want dan eindigt hij in een korsakow-inrichting. Of hij rijdt mensen dood. Ik heb daar met de verzekeraars en de AWBZ continue gesprekken over."

U behandelt zelf ook?
"Ja, mijn partner Edy en ik zijn opgeleid in Engeland, als counselor. Ik ontvang mensen hier op de zaak, of ik ga naar ze toe, of ga zitten in een donkere lobby van een hotel, waar ze maar willen. We maken een behandelplan en dat kan heel vaak een ambulante behandeling zijn. Lang niet iedereen hoeft meteen de kliniek in. Soms moet er wel onmiddellijk iets gebeuren. Wij hebben geen wachtlijsten. Lichaam ontgiften regelen wij binnen 24 uur in Duitsland, Engeland of Zwitserland."

U ziet veel problemen in kringen van ondernemers?
"Ik zie jachtigheid, moeten presteren, een steeds hardere strijd om de topposities, plus de druk van een economische neergang. Er zijn mensen die dan toch naar de kunstmatige hulpmiddelen grijpen. Meer nu, dan voorheen. Je ziet nu dus ook meer doserings- en verslavingsproblemen bij mensen op hoge posities, tot in Raden van Bestuur toe."

U komt mensen van Ahold en Philips tegen?

"Ja. En dat is heel dapper. Dat zeg ik altijd. Ik merk toch als mensen mij bellen hoe eng het is; ik hoor ze stotteren. Want het is toch een nederlaag om als topman met dit probleem ergens aan te kloppen. Terwijl het in feite een overwinning is."

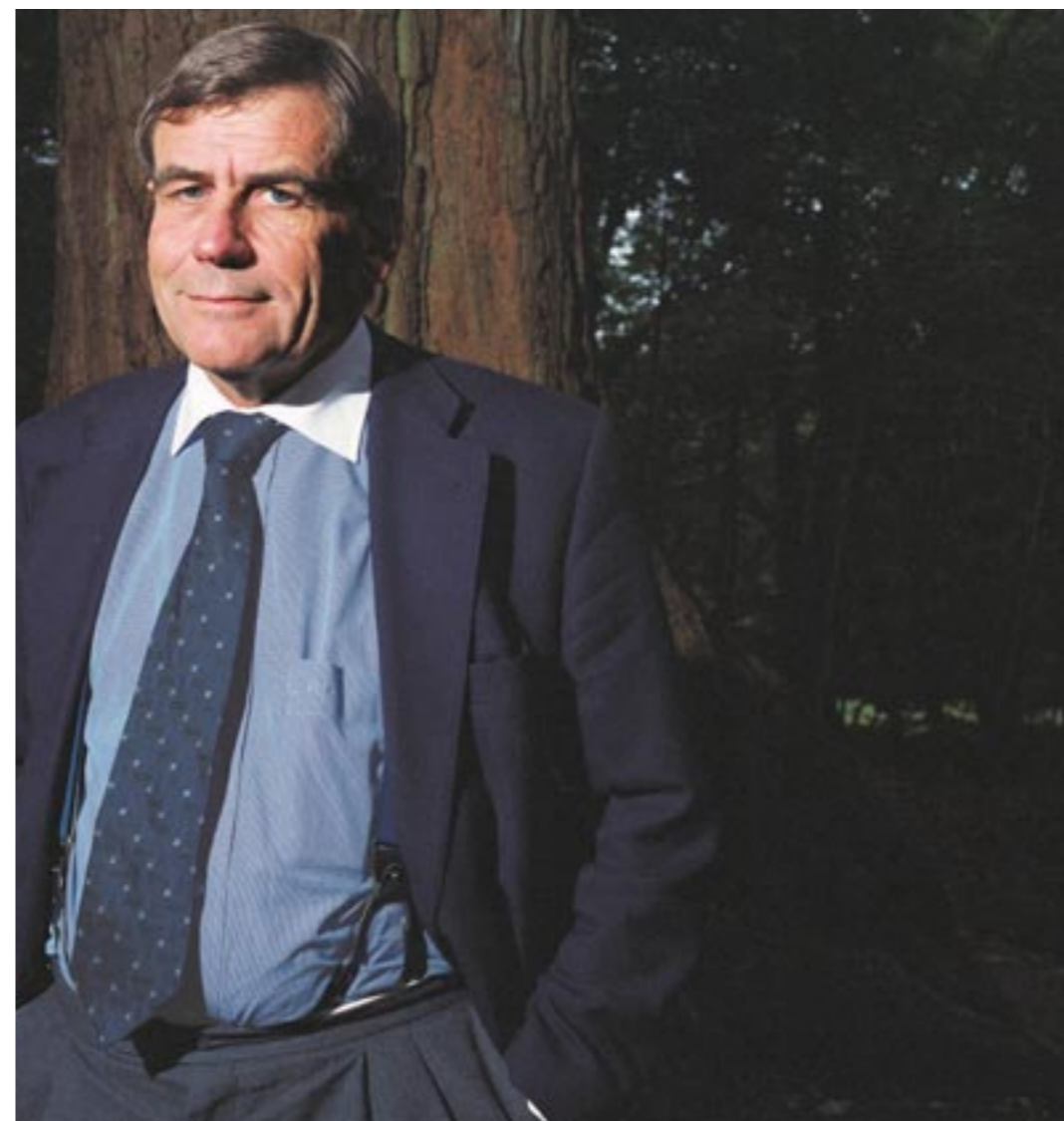
En wat vertellen cliënten daarover?
"Dat ze op een gegeven moment in een stadium zijn beland dat het belangrijker lijkt om die alcohol of die drugs binnen te krijgen, dan te voorkomen dat iemand het ontdekt. Je wordt nonchalanter. Je bent de hele dag bezig met aftoppen: neutje om tien uur, eentje om elf uur... Iedere dag was mijn belangrijkste agendapunt: de voorraad coke. Ik werd al zenuwachtig als ik minder dan vijf gram in mijn zak had. Dan werd ik gek."

Wat moesten de collega's dan doen?
"Kopen. Halen. Aan mij bezorgen. En wel onmiddellijk. Ik liet het in een pakje sigaretten in de vergaderzaal brengen. En dan ging ik vervolgens naar het toilet. Als ik een keer op vakantie moest, of op reis ging, dan nam ik het mee. De insanity, dat je zo'n gevaar durft te lopen, want je kunt in sommige landen gewoon tien jaar achter de tralies verdwijnen. Dat risico nam ik."

Wat zult u blij zijn, nu.
"Elke dag dat ik wakker word, heb ik feest."

Ziet u uzelf als MVO-ondernemer?
"Ik zie mezelf als een duurzaam ondernemer. Ik werk aan een beter klimaat: hoe minder drugs er worden gebruikt, hoe beter onze samenleving presteert. En als ik hier iemand van de alcohol afkrijg, maak ik niet alleen hem gelukkig, maar ook tien mensen uit zijn omgeving. Want de echte slachtoffers zitten om hem heen. Hij is verdoofd. Die vrouw, die kinderen, die zakenpartner, die vrienden van hem, zijn moeder, zijn vader. Hemelschreinde situaties."

www.addiction-solutions.nl



Don Schothorst: "Je kunt beter iemand vroegtijdig in een kliniek in het buitenland behandelen, dan dat je hem in Nederland laat doorzuipen. Dan eindigt hij in een korsakow-inrichting. Da's duur. Ik heb daar met de verzekeraars continue gesprekken over."

Biografie

GEBOREN:
15 oktober 1948, Amsterdam

OPLEIDING:
1970-1978 Zes weken Economie aan de Universiteit van Amsterdam, daarna 'alle' nationale en internationale reclame-marketing opleidingen, waaronder Business Courses aan Harvard en Cambridge University

LOOPBAAN EN FUNCTIES:
1969 Trainee bij Prad, het grootste reclamebureau van Nederland
1970 Account Executive AE buh Young and Rubicam, Amsterdam en Londen

1973 Account Supervisor bij Prad
1974 Account Director bij Ogilvy and Mather in Johannesburg, Zuid-Afrika
1976 Account Director bij Interpublic, New York
1977 Managing Director Campbell Ewald, Amsterdam
1978 Board of Directors Campbell Ewald Europe
1982 Directeur-eigenaar Schothorst en Partners
1993 In behandeling en diverse reclamewerkzaamheden
2003 Directeur-partner van SolutionS, addiction treatment consultants

English summary

In the seventies, Don Schothorst was a well-known figure in the advertising world. He launched some extraordinarily successful campaigns. Under his command, Seven-Up even pushed Coca-Cola from number one in The Netherlands with the slogan: "The only taste that doesn't need a color." The advertiser himself did not drink the soft drink - he preferred vodka. Later, he started adding cocaine to his growing addiction, and he eventually started his day with a so-called "Hollywood cocktail".

A radical detoxification and rehabilitation saved his life. Now it is his turn to help addicted top managers. With his organization, SolutionS, he intervenes within 24 hours, while the regular Dutch addiction care usually takes several months to find a placement for an addict. By then, according to Schothorst, the Chairman of the Board will be surrounded by criminals, and if it doesn't help, he and his career will be finished for once and for all. Schothorst himself has gone through all of that.