



## KWETSBAAR

Hoeveel boeken zouden er pakweg de afgelopen vijf jaar geschreven zijn over (zakelijk) 'veranderen'? In het Nederlands zeker honderden en internationaal misschien wel tienduizend. Is daar dan nog iets nieuws aan toe te voegen? Ja, bewijst Shirine Moerkerken met haar boek *Hoe ik verander*. En gelukkig moderniseren auteurs ook en kun je eerst dit eenminutenfilmje even bekijken, dan ken je de inhoud een beetje (interveniëren bij organisatievraagstukken) en kan ik me hier verder concentreren op de reflectie ;- ) <https://www.youtube.com/watch?v=XzqVGqckP-U>. 'Succesvol veranderen is een kunst', schrijft Eric de Macker in het voorwoord, 'omdat het doel bij de belanghebbenden altijd weer zo anders blijkt te zijn.' En Moerkerken laat je, heel praktisch, ondervinden waarom dat doel dus minder belangrijk is dan de kwaliteit van het proces. Haar werkwijze is geïnspireerd op het sociaal constructionisme. Is dit een zwaar boek? Nee! Prachtige mix van onderbouwing en praktijk. Ze geeft gedetailleerd inzicht haar werkwijze door hele e-mails letterlijk af te drukken. Ze deelt bijvoorbeeld vrijelijk over de weerbaarheid van het eerste contact, waarin de potentiële opdrachtgever vindt dat een half uurtje kennismaken voldoende is en hoe het contracteren juist daar al begint. Dat maakt dat dit boek niet alleen geschikt is voor veranderkundigen maar voor alle communicatieadviseurs. We komen allemaal in aanraking met de beschreven situaties.

Een goede veranderaar is zich ervan bewust op welke wijze hij/zij zelf onderdeel is van het veranderproces en zelfs actor. Auteur is zich dat bewust en deelt dat bijvoorbeeld in dagboekfragmenten. Daarmee geeft ze ons de kans om mee te kijken. En een mening te hebben. Dat is een professioneel kwetsbare opstelling die ik nog niet eerder aantrof in een boek. Is het geloofwaardig? Ja. Meer dan het type boeken waarbij de beste stuurlied toch altijd veilig aan de kant blijven staan. Heeft deze kwetsbaarheid meerwaarde? Ik vind van wel. De titel *Hoe ik verander* is ook heerlijk dubbelzinnig: deze verwijst natuurlijk naar haar veranderaanpakken. En tegelijk brengt het tot uitdrukking dat auteur zich ervan bewust is dat zij zelf ook onderhevig is aan veranderingen. Mooi. Het boek is ook mooi geïllustreerd. Nee, dat is het niet. Het betekent méér voor haar. Nadrukkelijk heeft Moerkerken kunst en poëzie onderdeel gemaakt van de inhoud. Koop het boek en onderga het zelf. Wie niet van lezen houdt en wel van veranderen: er is ook een Leer-gang *Interveniëren*. MARJOLEIN TE KOLSTÉ

Shirine Moerkerken (2015). *Hoe ik verander. Anders interveniëren in organisaties en maatschappelijke vraagstukken*. Deventer, Uitgeverij Vakmedianet. ISBN 978 94 62 76054 7. 303 blz. € 39,50

## ALTIJD UP-TO-DATE MET ADFO BOOKS



€10,-  
(incl. btw)

**ANNET SCHERINGA**  
**STORYPOWER III**  
Snelter en duurzamer verander-succes dankzij de verbindende kracht van verhalen



€32,-

**PATRICK PETERSEN**  
**HANDBOEK SOCIAL**  
Het boek over social business en social media marketing



€43,-

**ERIK BLOKLAND, MONIQUE MEYZEN, SONJA WAGENAAR**  
**OPINIE VAN COMMUNICATIE**  
Het handboek voor Public Relations

Bestel onze boeken op  
[www.adfoshop.nl](http://www.adfoshop.nl)

**BOOKS** | **ADFO GROEP**  
VOOR DE AMBITIEUZE MARCOM PROFESSIONAL



### COLOFON

COMMUNICATIE, JAARGANG 21,  
IS EEN UITGAVE VAN ADFO GROEP

**REDACTIE** Rocco Mooij (hoofdredacteur, roccomooij@adfogroep.nl), Jasper Mulder (redacteur, jaspermulder@adfogroep.nl), Ellen Elsinghorst (eindredacteur, ellenelsinghorst@adfogroep.nl) Postbus 75462, 1070 AL Amsterdam Tel. 020 573 36 75

e-mail [communicatie@adfogroep.nl](mailto:communicatie@adfogroep.nl)  
[www.communicatieonline.nl](http://www.communicatieonline.nl)

#### VASTE MEDEWERKERS

Sander Beekman, Bartha Boer, Annick van Dijk, Hans Laroes, Jeroen Siebelink

#### ONTWERP & VORMGEVING

Studio Room, Naarden

#### AAN DIT NUMMER WERKTEN VERDER MEE

Floor Bakhuis Roozeboom, Anouk Broersma, Marjolein te Kolsté, Roland Kroes, Harrie van Rooij, Marika van Zanten

**FOTOGRAFIE** ANP, Peter Cox, Hollandse Hoogte, Cor Mooij, Ilvy Nijokiktjen (cover)

#### DRUK

Senefelder Misset

**ADVERTENTIE-EXPLOITATIE** Vincent van Beek, [vincentvanbeek@adfogroep.nl](mailto:vincentvanbeek@adfogroep.nl) tel. 06 528 14 084, 020 573 36 32, Postbus 75462, 1070 AL Amsterdam

Op al onze aanbiedingen en overeenkomsten zijn de Algemene Voorwaarden van toepassing.

Op alle overeenkomsten tussen Uitgever en Afnemer met betrekking tot advertentieplaat-

singen (daaronder begrepen alle overeen-

komsten met adverteerders en bemiddelaars)

zijn in aanvulling op deze Algemene Voor-

waarden van toepassing de laatstgeldende

versie van de Regelen voor het Advertentie-

wezen, uitgegeven door de Raad van Orde en

Toezicht voor het Advertentiewezen (ROTA),

hierna: 'de Regelen'. Bij tegenstrijdigheid van

de Algemene Voorwaarden met de Regelen

prevaleren de Regelen. Een exemplaar van de

Algemene Voorwaarden en de Regelen zal op

eerste verzoek gratis worden toegezonden. U

kunt beide ook vinden op: [www.adformatie.nl/](http://www.adformatie.nl/)

[algemenevoorwaarden.html](http://algemenevoorwaarden.html).

**ABONNEMENTEN** Je kunt een abonnement afsluiten

via [www.communicatieonline.nl/abonneren](http://www.communicatieonline.nl/abonneren).

Voor overige vragen: tel. 020 573 36 78.

Bij wijzigingen in de tenaamstelling en/of het

adres gelieve te e-mailen of de adres-

drager met de gewijzigde gegevens op te sturen

naar: Klantenservice Adfo Groep Postbus 37743,

1030 BG Amsterdam Abonnementen kunnen

uiterlijk drie maanden voor het begin van een nieuw

abonnementsjaar schriftelijk worden opgezegd.

**ABONNEMENTSPRIJZEN** Communicatie verschijnt 10

keer per jaar. Een abonnement kost € 176,-

(ex. BTW). Studenten betalen € 49,- (ex. BTW).

Losse nummers € 18,95 (ex. BTW).

[www.communicatieonline.nl/shop](http://www.communicatieonline.nl/shop)

ISSN 1381-4974

Auteursrecht is voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag

zonder voorafgaande schriftelijke

toestemming van de uitgever worden

openbaar gemaakt of vervoelvoudigd.



**ADFO GROEP**  
**MARCOM NEWS & INTELLIGENCE**