

SHIRINE
MOERKERKEN
STRANGE, STRATEGY
AND CHANGE

JEZELF OPNIEUW UITVINDEN

‘Ik zie het
wel voor me:
veroorzaker,
hofnar of
omdraaier
op het
visitekaartje’



Je zal maar op je visitekaartje hebben staan dat je ‘communicatieadviseur’ bent. Dat is bijna net zo erg als dat er ‘P&O-adviseur’ of, nog erger, ‘verzuimadviseur’ op je kaartje staat. Je opdrachtgevers denken meteen te weten waar je van bent. Er is geen verwarring meer, ook geen nieuwsgierigheid trouwens, naar wat jij mogelijk zou kunnen bieden in welk vraagstuk dan ook. Want jij bent van de bewonersnieuwsbrief, toch? Of van de film die medewerkers op de nieuwjaarsborrel te zien krijgen. Of met een beetje geluk de schrijver van het ‘communicatie beleidsplan 2014’. Ik had op mijn visitekaartje ‘organisatieadviseur’ staan. Daar lopen er in Nederland erg veel van rond. En velen van hen profileren zich als supermanagers, die net iets slimmere antwoorden hebben dan de managers die zij adviseren. Zij introduceren ‘lean’ in organisaties, of geven slimme analyses over waarom er niet goed wordt samengewerkt over de grenzen van de organisatie heen. Als ze het licht hebben gezien, strooien ze met de kleuren van het enneagram.

Op mijn visitekaartje staat nu niet langer dat ik ‘organisatieadviseur’ ben. Ik vermeld veiligheidshalve maar geen titel. De naam van mijn bedrijf zegt genoeg. Soms roep ik nog dat ik veranderekundige of interventiekundige ben, maar meestal laat ik het in het midden.

Tijdens de kennismaking schat ik in hoe ik uit de pas kan lopen. Bij de opdrachtgever die mij wil inhuren vanwege een ‘cultuurverandering’ introduceer ik taal die ook gebruikt wordt door adviseurs van BCG of McKinsey. En geef ik aan dat een ‘cultuur’ helemaal niet bestaat en daarmee ook niet te veranderen is. Het zijn vaak de ‘harde’ randvoorwaarden (bijvoorbeeld hoe werkprocessen georganiseerd zijn; de fysieke ruimte; de aard van het werk; de strategische vraagstukken die in de branche spelen) die mensen uitnodigen tot gedrag. Probeer maar eens een cultuur te veranderen bij een politiecorps, dat nu ‘lastig’ gevallen wordt door de vorming van een Nationale Politie. In een land waar de politieke discussie over ‘veiligheid’ wordt beheerst door angsten zoals verlies van vrijheid van meningsuiting, verlies van Nederlandse identiteit en verlies van recht op privacy. En de nadruk wordt gelegd op ‘transparant en efficiënt werken’.

Aan de opdrachtgever die zijn jeugdgevangenis wil reorganiseren, en die al druk bezig is om nieuwe harkjes te tekenen, vraag ik of hij heeft overwogen om een filmmaker en een dichter in te huren, zodat het voor medewerkers ‘beleefbaar’ wordt – zij als het ware al ervaren hoe het is – om dadelijk te moeten samenwerken met professionals van de gemeente en bureau jeugdzorg.

Ik zie het wel voor me: een communicatieadviseur die op zijn visitekaartje ‘veroorzaker’, ‘strategisch verbeelders’, ‘hofnar’ of ‘omdraaier’ heeft staan. Dat scheidt functionele verwarring en maakt nieuwsgierig. Het opent de deur om, in plaats van zelf een communicatiebeleidsplan te schrijven, de directeur van de verslavingszorg en de directeur van de woningcorporatie elkaars communicatiebeleidsplannen te laten schrijven – zodat ze in dat schrijfproces ook meteen het probleem oplossen van afgekicked cliënten die terug willen in de maatschappij, maar geen woning kunnen vinden. Alleen je visitekaartje veranderen is natuurlijk niet genoeg. Je zult bereid moeten zijn ook jezelf steeds weer opnieuw uit te vinden.

PROFIEL

Na tien jaar lang in de leer te zijn geweest bij degenen die aan de wieg hebben gestaan van het vak verandekunde en interventiekunde, richt Shirine Moerkerken in 2008 *Strange Strategy and Change* op. *Strange* is een netwerk van veranderekundigen en interventiekundigen, die steeds vernieuwen en ontwikkelen en die willen bijdragen aan oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken.

Shirine schrijft op dit moment haar eerste boek: *Hoe ik verander*. Het boek gaat over interveniëren in maatschappelijke vraagstukken. Doelgroep: bestuurders, managers en adviseurs. Zij geeft een andere kijk op veranderen, met name als het om complexe vraagstukken gaat. Het boek verschijnt in oktober. Zij zegt daarover: ‘Het mooiste dat bereikt kan worden, is dat mensen in organisaties “blijvend zoekende” zijn. Alerte organisaties blijven nieuwsgierig, onderzoekend en staan open voor alternatieven.’ Over hoe je steeds opnieuw alert blijft, schrijft zij op deze plek.