

Jan Rijkenberg



Doorgeprikt

'Wij zijn een jong, dynamisch bedrijf en bieden volop ontplooiingskansen aan onze medewerkers'. Zo maar een zin die ik vaak uitgesproken heb gehoord. Of hij staat in personeelsadvertenties of in vrijwel elke briefing van elke (financiële) dienstverlener. En ook als we niet echt jong zijn (want verzekeraars bijvoorbeeld bestaan al gauw een kleine eeuw), dan zijn we uiteraard 'jong van geest'.

En dan loop ik bij zo'n bedrijf binnen. En dan zie ik zo'n receptie zoals ze overal zijn. Met een hoekje met twee Aspa-grijze stoelen. Een tafeltje waarop oude nummers van vreselijk saaie vakbladen liggen. Een wandkast (ook Aspa-grijs) met daarin 'doodgedesignde' donkerblauwe folderlijnen, uiteraard van elke divisie een exemplaar. En in toenemende mate, geen eigen receptioniste, maar een ingehuurde, gesportschoolde beveiligiger, die mij niet kent en ook niet wil kennen.

Dan word ik door een afdelingssecretaresse opgehaald, en dan loop ik langs zo'n kantine, ook 'ge-outsourced', met broodjes kaas en ham, en op woensdag een kroket. En dan loop ik langs een koffiehoek, meestal de plek waar ook een kopieermachine staat.

En daar hangt ie dan: het prikbord. Met talloze mededelingen van 'De directie', die ik maar al te vaak zie afgetiteld met 'drs. R. W. Smit' en maar zelden met 'Jullie aller Richard Smit'. En dan hangen daar die cynische cartoons. Nog steeds! Die barbabapa-achtige mannetjes die helemaal krom liggen van het schaterlachen, omdat iemand gisteren al zijn stenciltjes vermenigvuldigd had gewild. En ook die krantenknipsels, anoniem opgehangen met in andere context geplaatste koppen (van de voetbalpagina's): 'Richard maakt uitglijder' of 'Transfer Richard kwestie van dagen'. Met een beetje mazzel hangt er nog een foto van het laatste volleybaltoernooi. Ook in de top vijf: een dringend herhaalde oproep om je op te geven voor de ondernemingsraad, want 'je kunt echt invloed uitoefenen'.

Ik vertrouw dus nooit meer op briefings, de theoretisch in elkaar geknutselde gedroomde werkelijkheid, de technische 'blueprint'. Laat mij maar een klein uur door uw bedrijf lopen. Meer is niet nodig. Want dan heb ik de 'redprint', het bloed (of de bloedarmoede), de ziel van uw organisatie al gevoeld. Toon mij uw prikbord en ik zeg u wie u bent.