

Risicomangement steeds belangrijker

Als gevolg van de economische situatie en de vele voorbeelden van 'omvallende' bedrijven besteden ondernemers en directies steeds vaker meer aandacht aan risicomangement. Dat wil zeggen dat zij hun eigen risicofactoren in kaart brengen en de nodige maatregelen nemen.

Uit wereldwijd onderzoek van Korn/Ferry is gebleken dat 59 procent van de ondervraagde topmanagers en ondernemers dit een positieve ontwikkeling vond, terwijl circa 28 procent stelde dat deze extra aandacht eigenlijk niets had opgeleverd.

Meer dan de helft van de bedrijven vond dat hun onderneming duidelijke verbeteringen had aangebracht in de beheersing van risico's en het plannen van de nodige maatregelen.

Risicomangement is het identificeren en kwantificeren van risico's (bijvoorbeeld in een project) en het vaststellen van beheersmaatregelen. Met beheersmaatregelen worden activiteiten bedoeld waarmee de kans van optreden of de gevolgen van risico's worden beïnvloed (definitie Wikipedia).

En hoe staat het met de risico's in uw bedrijf? Hebt u voor alles de juiste risicobeheersingsmaatregelen genomen? Wanneer is in uw onderneming eigenlijk voor het laatst een risicoanalyse gemaakt? Heb het hier eens over met uw bedrijfsadviseur! Voorkomen is nog altijd beter dan (proberen te) genezen!

Letten op kosten verschuift naar Groeistrategie

Ondernemingen houden zich minder bezig met kostenbeheersing en verschuiven hun focus weer naar groei. Daarbij zal voor veel bedrijven het tekort aan hooggeschoolde vaardigheden echter een probleem worden.

Adviesbureau Accenture laat weten dat ruim de helft van de grote bedrijven die het afgelopen jaar mensen hebben ontslagen, ervan uitgaan dat zij binnen twee jaar weer op het oude aantal medewerkers zitten. Dit resultaat uit hun onderzoek sluit aan bij gegevens van een ander bureau, ExecuNet, dat er weer groei zit in het aantal vacatures voor managers.

'Het ziet er beter uit,' stelt David Smith van Accenture, 'maar het is essentieel dat ondernemingen weten welke competenties ze nodig hebben en de groei van hun personeelsbestand strategisch benaderen. Ze zullen moeten nadenken over hoe ze hun medewerkers de nodige vaardigheden kunnen bijbrengen. Ze zullen ook nieuwe strategieën moeten bedenken om het beschikbare talent te werven en te ontwikkelen.'

Hebt u al enig idee waar u met uw onderneming staat over een paar jaar? Hoe ziet uw personeelsbestand er dan uit? Waar haalt u de nodige mensen vandaan? Beschikken die allemaal onmiddellijk over de kennis en de vaardigheden die ze nodig hebben om hun werk goed te kunnen doen? Ook dit is een thema waarbij uw bedrijfsadviseur u kan ondersteunen.

Leugenaarsindex

Een Amerikaans werving- en selectiebureau houdt een zogenoemde 'Leugenaarsindex' bij. De index bereikte in het eerste half jaar van 2010 een recordhoogte van 21,43%. Dit percentage staat voor het aantal managers dat op de een of andere manier in de sollicitaties die ze stuurden naar het bureau een verkeerde voorstelling van zaken gaf over hun opleiding.

De index wordt nu zo'n tien jaar bijgehouden. Het laatste hoogterecord dateert van de recessie van 2000-2001. Hieruit zouden we kunnen concluderen dat het percentage opkloppen en liegen min of meer gelijke tred houdt met de werkloosheidscijfers.

Wat we hiervan leren is dat het altijd verstandig is om de gegevens van een sollicitant goed te controleren!

Dit blad wordt u aangeboden door: Frank Willems AInstIB



at ease bv
Stijn Streuvelsstraat 11, 5531 VA BLADEL
tel.: 0497 - 360 949
fax: 0497 - 360 999
e-mail: info@at-ease.nu
www.iib.ws - www.at-ease.nu

STUUR EEN E-MAIL NAAR info@at-ease.nu ALS U ZAKEN DOEN IN HET VERVOLG NIET MEER WENST TE ONTVANGEN.

Slechte dag? Gefrustreerd?

John Baldoni, auteur van het boek *12 Steps to Power Presence: How to Assert Your Authority to Lead* (voor zover wij weten nog niet vertaald in het Nederlands), heeft het volgende advies voor mensen die na een tegenvallende dag op het werk toch hun gezin positief tegemoet willen treden.

1. Doe vlak voor het einde van de werkdag iets waarvan je weet dat je er goed in bent. Ga dan naar huis. Zo vertrek je niet met een gefrustreerd gevoel.
2. Haal diep adem, houd de adem even in en adem dan zo langzaam mogelijk uit. Dit yoga-ademen kan je een paar keer doen. De frustratie zal wegsmelten. Het helpt echt om frustratiegevoelens weg te werken.
3. Doe iets gemakkelijk waarbij je niet echt hoeft na te denken.
4. Wat je zeker niet moet doen: je e-mailinbox controleren vlak voor je wilt vertrekken.

Frustraties komen altijd voor, vooral bij wie met anderen samenwerkt. Het is een uitdaging je niet op je kop te laten zitten door kleine dingen en de dag af te sluiten met een activiteit waardoor je je lekkerder voelt.

Meer dan 90% van online-consumenten leest reviews

Amerikaanse webshoppers lezen massaal reviews van andere klanten voor zij overgaan tot een online aankoop. Negen op de tien Amerikanen leest de klantenbeoordelingen, die bijna altijd invloed hebben op de uiteindelijke aankoopbereidheid. Dat blijkt uit de 2010 Consumer Shopping Habits Survey van ChannelAdvisor, meldt *Twinkle Magazine*.

Voor het onderzoek werd driehonderd Amerikaanse

webshoppers gevraagd naar koopmotieven- en oriëntatiekanalen. De opmerkelijkste conclusie is dat 92 procent van de respondenten stelt reviews te lezen, aldus ChannelAdvisor.

Na het lezen van een review wordt in de helft van de gevallen de koopbereidheid vergroot en in iets minder gevallen wordt afgezien van een aankoop. Het komt slechts zelden voor dat een klantenbeoordeling de webshopper koud laat.

Retailer moet mobile-commercemarkt analyseren

Retailers, die in de wereld van m-commerce stappen, moeten het continu veranderende landschap en de wens van hun klanten duidelijk in beeld hebben, aldus Tom Davis, vicepresident e-commerce bij fashion retailer Kenneth Cole. 1,5 procent van online aankopen wordt gedaan met een mobiele telefoon. Dat is veel, sites draaien meestal niet zo goed op een mobiele telefoon. Hierop anticepeerde Davis door snel een geoptimaliseerde site voor mobiele shoppers te laten ontwikkelen. Kenneth Cole heeft de afgelopen

twee maanden alle signalen die zij zagen op hun mobiele site gebruikt om hun strategie op m-commerce gebied vast te stellen voor de komende twee jaar. Het mobiele landschap verandert de komende tijd zo vaak en zo snel dat direct anticiperen een basisvoorwaarde is. Voorlopig zijn goede mobiele webshops simpel en clean. Maar dit zal de komende periode veranderen, wanneer het mobiele internet sneller wordt en de toestellen meer gegevens kunnen verwerken.

Flexwet: jongeren mogen vaker en langer werken

Op basis van de Wet Flexibiliteit en Zekerheid konden er tot nu toe maximaal drie aaneensluitende contracten worden afgesloten in een periode van drie jaren, waarbij het laatste contract nog steeds automatisch van rechtswege werd beëindigd. Contracten met een tussenliggende periode van minder dan drie maanden worden daarbij als aansluitend beschouwd. Dit noemt men de zogenaamde ketenbepaling.

Om de jeugdwerkloosheid terug te dringen is de Flexwet per 8 juli uitgebreid. De flexibiliteit voor werkgevers is uitgebreid in de hoop dat daarmee meer jongeren een dienstverband (voor bepaalde tijd) wordt aangeboden. Uitsluitend voor jongeren tot 27 jaar geldt nu dat er maximaal vier contracten kunnen worden afgesloten in een periode van vier jaren. Let dan wel op dat het laatste contract eindigt voordat de medewerker de leeftijd van 27 jaar heeft bereikt.

Er is sprake van semi-dwingend recht. Op basis van de CAO kan zowel positief als negatief van de ketenbepaling worden afgeweken.

Voorlopig heeft de oprekking betrekking op de periode tot 2012. Mogelijkerwijs volgt er een verlenging tot 2014 als blijkt dat hiermee de terugdringing van de jeugdwerkloosheid positief wordt beïnvloed en de noodzaak daartoe nog steeds aanwezig is.

Lessons learned...

Wat hebben 1400 financieel directeuren in heel Amerika geleerd van de economische recessie? Op de vraag 'Wat is uit de volgende opties de belangrijkste les die je hebt geleerd van de recessie?' gaven zij de volgende antwoorden:

- Meer werken aan het goed houden van de werksfeer onder de medewerkers – 27%
- Sneller maatregelen nemen om te voorkomen dat er meer kostenbesparingsrondes moeten worden gehouden – 22%
- Ervoor zorgen dat we genoeg mensen overhouden om productief te blijven – 22%
- Meer gedetailleerde opvolgingsplannen maken en uitvoeren – 15%

Amerikaanse managers incompetent?

Een alarmerend hoog aantal medewerkers vindt zijn manager óf enigszins óf compleet incompetent en nog eens 17% zijn maar net tevreden over de competenties van hun manager, zo is gebleken uit een recent onderzoek van Right Management. Het bedrijf heeft bijna 800 werknemers in Noord-Amerika de vraag gesteld: 'Hoe denkt u over het functioneren van uw manager?'

28% heel competent
22% competent
17% enigszins competent
13% enigszins incompetent
20% incompetent

'Deze uitslag heeft ons wel verbaasd,' zei George Hermann van Right Management, 'De economische situatie heeft geleid tot veel snelle en reactieve veranderingen – vaak snelle besluiten zonder dat de achterliggende uitleg werd gegeven aan de medewerkers. Wij zien deze resultaten dan ook als

een signaal van gebrek aan vertrouwen tussen veel medewerkers en hun managers.

Met alle veranderingen van de laatste tijd – ontslagen, reorganisaties, veranderingen in de bedrijfsstrategie – hebben de meeste managers hun handen vol gehad aan het runnen van het bedrijf en het halen van haast onmogelijke doelen met steeds minder middelen. Maar als mensen niet weten waarom dingen gebeuren – de zakelijke achtergrond, de business case – en ook niet te horen krijgen wat de toekomstplannen inhouden, is het best logisch dat zij niet veel vertrouwen hebben in hoe er met de zaken wordt omgegaan.'

En hoe is het vertrouwen in uw bedrijf? Legt u wel altijd uit waarom u een bepaalde richting uitgaat of wat de achtergronden zijn van uw besluiten? Interne communicatie is een van de belangrijkste strategische aspecten van uw bedrijfsvoering. Bespreek dit gerust eens met uw bedrijfsadviseur!

Hierop aansluitend...

Onlangs werd aan 655 HR-managers gevraagd: 'Als je één vaardigheid van jullie topmanagers zou kunnen verbeteren, welke zou dat dan zijn?' De antwoorden: 73% Communicatievaardigheden, 13% Besluitvaardigheid, 14% Anders.

Werkkostenregeling

Per 1 januari 2011 wordt de werkkostenregeling ingevoerd. Als u er nog niet over heeft nagedacht, is het nu tijd om u te gaan voorbereiden op de nieuwe regeling. De regeling wordt verplicht per 1 januari 2014, maar u mag er al vanaf 1 januari 2011 mee gaan werken.

Wat houdt de werkkostenregeling in?

Door de werkkostenregeling kunt u maximaal 1,4% van uw totale fiscale loon (de 'vrije ruimte') besteden aan onbelaste vergoedingen en verstrekkingen voor uw werknemers. Over het bedrag boven de vrije ruimte betaalt u 80% eindheffing. De regeling kent ook 'gerichte vrijstellingen' en 'nihilwaarderingen', die niet ten koste gaan van uw vrije ruimte. Ook is er een nieuwe manier voor het waarderen van loon in natura.

Wat betekent dat?

Voor de meeste werkgevers betekent het dat zij de arbeidsvoorwaarden, arbeidscontracten en de loonadministratie moeten aanpassen, uiterlijk per 1 januari 2014. Dat lijkt nog ver weg. Maar sommige werkgevers zullen het voordelig vinden om gebruik te maken van de mogelijkheid om al per 1 januari 2011 met de nieuwe regeling te gaan werken. Want:

- U kunt een vast percentage van de loonsom onbelast vergoeden en verstrekken.
- U hoeft de meeste vergoedingen en verstrekkingen niet meer op werknemersniveau in uw loonadministratie te registreren.
- U hoeft geen rekening meer te houden met de voorwaarden en beperkingen van de bestaande regels voor vrije vergoedingen en verstrekkingen: u krijgt meer vrijheid.
- U waardeert loon in natura tegen de factuurwaarde. U hoeft de factuur dan alleen in uw financiële administratie te boeken en niet ook in uw loonadministratie.

Binnen de werkkostenregeling kunt u nog steeds belast loon omzetten in een vrije vergoeding of verstrekking volgens het cafetariasyteem.

Informatie van de belastingdienst

De belastingdienst heeft de voor- en nadelen van de regeling op een rij gezet:

http://www.belastingdienst.nl/zakelijk/loonheffingen/werkkostenregeling/werkkostenregeling-11.html#P214_23975

U kunt ook alle informatie over de regeling downloaden via <http://www.belastingdienst.nl/download/2648.htm>

Weetje

Uit onderzoek van de Universiteit van Puget Sound (USA) is gebleken dat managers die ontslagen waren wgens reorganisaties veel vaker last hadden van maagzweren, slaapproblemen en hartproblemen.

Doordenkertje

'Er is maar één baas: de klant. En die kan iedereen in het bedrijf ontslaan, van de hoogste baas tot de reprojongen, simpelweg door zijn geld ergens anders uit te geven.'

Sam Walton, oprichter van Wal-Mart

Effectiever adverteren

Hoe effectief zijn uw gedrukte advertenties? De volgende factoren zijn van belang.

1. **Grootte en plaats:** Hoe groter de advertentie, hoe beter hij opvalt. Ook omdat er dan meer plaats is voor goede tekst en plaatjes. Laat de advertentie ook zo plaatsen dat hij niet wegvalt tussen de andere advertenties. Kleinere advertenties kunnen ook goed opvallen als ze de volgende elementen bevatten:
2. **Grafische elementen:** Plaatjes en tekeningen trekken de aandacht en kunnen een gecompliceerd onderwerp helpen uitleggen of sneller duidelijk maken dan tekst. Plaatjes van mensen trekken de blik sneller naar de advertentie dan andere illustraties.
3. **De tekst:** Kopij voor een advertentie moet compleet en overtuigend zijn en een oproep tot actie bevatten. Leg de nadruk op de voordelen, niet op de kenmerken. Vertel uw klanten niet hoe groot of hoe snel uw product is – laat hen weten hoe de grootte of de snelheid hun voordeel oplevert.
4. **Speciale aanbiedingen:** ('Vier halen, drie betalen') kunnen prospects veranderen in klanten.
5. **Oproep tot actie:** Vertel de lezer wat u van hem verwacht: 'Vraag ons gratis rapport aan', of 'Lees alle details van onze speciale aanbieding op de website: www...'

Column Verandermanagement

Voor de redactie van **Zaken Doen** en de onafhankelijke IIB-adviseurs in Nederland is **verandermanagement** een bijzonder interessant thema om in het jaar 2010 extra aandacht aan te besteden. De redactie van **Zaken Doen** zal in elk nummer dat in 2010 verschijnt in een column ingaan op dit thema.

Hoe creatief je bent is maar voor 20% genetisch bepaald

Binnen het thema 'Verandermanagement' is **creativiteit** een van de sleutelbegrippen, zowel voor de verandermanager zelf als voor alle deelnemers binnen een bedrijf of organisatie die aan het proces deelnemen. Daarom is in deze column de schijnwerper gericht op de stelling "Wie durft te *spelen* en zijn fantasie de vrije loop laat, zal verstedd staan van zijn eigen creativiteit."

Kent u 'Mind-magazine', het tijdschrift met psychologie voor een leuker leven? Onlangs stond er in de rubriek 'Gedrag **Zelfkennis**' een artikel van Pietermel Dijkstra onder de titel "Ontdek de Crea-Bea in jezelf", waarin bovengenoemde stelling geponeerd wordt. Ook de titel van deze column komt uit het betreffende artikel en wordt nog aangevuld met "De rest doe je zelf. Kwestie van aanboren en aanwakkeren."

Kleine kinderen zijn fantasierijk, spontaan en speels: alle benodigde ingrediënten voor creativiteit. Maar veel mensen zijn op volwassen leeftijd helaas blind geraakt voor het vinden van creatieve oplossingen. Ze vinden het moeilijk om nog buiten de gebaande paden te denken. Dat betekent dat wij mensen ergens in de loop van ons leven onze speelsheid verliezen en beleefder, geremder en realistischer worden. Kortom, we leren ons inhouden, waarmee jammer genoeg tegelijkertijd veel creatieve impulsen verloren gaan.

Volgens Freud is dit te wijten aan de ontwikkeling van het superego oftewel het geweten, zo rond het vijfde levensjaar. Het superego zorgt ervoor dat je als mens je verstandig gedraagt, geen gekke dingen doet en niet toegeeft aan primaire impulsen. Naarmate het superego sterker ontwikkeld is, voelen mensen zich meer geremd. Ze mogen dan minder van zichzelf en er is sprake van minder of zelfs geen spontaniteit. Laat staan dat ze creatief zijn.

Het goede nieuws is dat uit onderzoek blijkt dat creativiteit slechts voor 20% genetisch bepaald is. Zeker als je niet bedeed bent met een sterk creatief gen is het goed om te weten dat je toch nog creatief kunt worden, dus ook als je dat van huis uit niet hebt meegekregen.

Maar hoe ga je nu te werk als het je niet van nature komt aanwaaien? Creativiteit stimuleer je allereerst met een ontspannen houding. Pas dan kan er een stuk spontaniteit en speelsheid bovenkomen. Stress zorgt voor een tunnelvisie: je bent alleen nog maar bezig met moeten en rennen. Juist dan blokkeer je. Vergeet het moeten op zo'n moment en ga iets anders doen. Juist als je een probleem hebt losgelaten, komen de beste ideeën boven.

Voor creativiteit geldt bovendien dat je een dosis zelfvertrouwen nodig hebt. Geloven in je ideeën en de kracht daarvan is een vereiste om er iets mee te doen. Daarbij wordt onderscheid gemaakt in taakcreativiteit en sociale creativiteit. Bij de taakcreativiteit gaat het vooral om mentale en praktische handigheid, terwijl bij sociale creativiteit vooral een beroep gedaan wordt op je sociale vaardigheden. Beide hoeven niet samen te gaan. In welke vorm van creativiteit je uitblinkt, hangt af van je aanleg. Ben je van nature extravert (spontaan, gezellig, praterig), dan zul je makkelijk sociaal creatief worden. Wie daarentegen goed is met zijn handen en een goed verstand heeft, zal bijna automatisch een stuk taakcreativiteit ontwikkelen.

Hoe creatief bent u? Doe een test om te zien hoe creatief u op dit moment bent. Uw bedrijfsadviseur verstrekt u graag een testformulier. Besluit vandaag nog tot het aanvragen van het formulier. Ook op dit terrein kunt u verzekerd zijn van daadkracht en "praktisch advies dat werkt".

Wat er echt nodig is om veranderingen voor elkaar te krijgen

Tegenwoordig heeft iedereen in het bedrijfsleven wel een veranderwens. Of het nu gaat om het verbeteren van HR-processen of om het compleet omgooien van ondoelmatige of zinloze talentmanagementactiviteiten, er staat druk op en de roep om innovatie is haast overal en in elke onderneming hoorbaar.

Maar waar moet je dan beginnen?

Professor Chip Heath van de Universiteit van Stanford, medeauteur van het boek *Switch – Veranderen als verandering moeilijk is* (te koop via o.a. www.managementboek.nl) gaf tijdens het Wereld Innovatie Forum een alternatief advies. Hij stelde dat we niet alleen maar gegevens moeten verzamelen en analyseren om een goede business case te (onder)bouwen voor de verandering. Er zijn namelijk heel wat ogenschijnlijk innoverende projecten die waren onderbouwd met evenzovele Excel spreadsheets, compleet mislukt in het bewegen van de doelgroep in de richting van het gewenste nieuwe gedrag.

Heath stelt dat in elke organisatie het veranderproces zou moeten beginnen met een uitstekend begrip van de emotionele stimulus die nodig is om werkelijk nieuwe activiteiten te ondernemen, risico's aan te gaan en nieuwe inzichten te bieden in wat vaak al oude problemen zijn.

Innoveren is volgens Heath niets anders dan dat je je doelgroep 'iets laat voelen dat maakt dat ze willen veranderen.' Als je collega's, klanten of welke andere doelgroep dan ook zover krijgt dat zij op een andere manier omgaan met jouw organisatie, krijg je ze uiteindelijk ook zover dat zij de verandering willen aangaan, mogelijk via een andere weg dan die jij ze had willen opleggen.

Wat aandacht krijgt, groeit

Jarenlang is in werk- en opleidingssituaties alleen maar gekeken naar de zaken die verkeerd gingen, die mensen fout deden. Beoordelings- en onderwijssystemen, opleidingsplannen – alles was gericht op het versterken van zwaktes, het wegwerken van tekortkomingen en het verbeteren van fouten. En vaak moesten we constateren dat het allemaal niet (voldoende) werkte. Erger nog: zwaktes werden vaak nog zwakker en de tekortkomingen groter, net als de frustraties en de onzekerheid van de medewerkers.



Wat aandacht krijgt, groeit! Het is dan ook veel effectiever om te reageren op wat er deugt aan mensen in plaats van wat er aan hen schort. De Gallup organisatie heeft alweer een tijd geleden een enorm onderzoek gedaan naar de consequenties van positieve of negatieve benadering van medewerkers van organisaties. Daaruit bleek dat mensen, om werkelijk goed te functioneren en voldoening te halen uit hun werk, moeten weten waarin ze goed zijn. Effectieve managers blijken inderdaad te werken volgens de overtuigingen dat iedere mens eigen blijvende en unieke talenten heeft en dat de grootste ontwikkelmogelijkheid voor iedere mens ligt op het terrein van zijn sterkste punt.

Marcus Buckingham en Donald Clifton hebben dat beschreven in hun boek: *Now, discover your strengths*. (Verkrijgbaar in het Engels; in het Nederlands is – o.a. via www.managementboek.nl - het boek van Marcus Buckingham verkrijgbaar: *Ontdek je sterke punten*).

De afsluiter

Je kunt maar beter een goed matras kopen

We zitten aan mijn grote keukentafel. Mooie zomeravond. De ramen open. De gordijnen wapperen en het is eigenlijk net te warm om binnen te zitten. Maar het zijn zaken en die doe je binnen. Wel zaterdagavond. Dus komt er bier en wijn op tafel. En kaas in allerlei smaken. En omdat ik daar dan niet vanaf kan blijven, ook nog druiven, appels en aardbeien.

Ze kijkt me aan. Kort. Dan kijkt ze weer over mijn schouder schuin naar boven. We zitten hier al een half uur of zo te praten. Het is me niet helemaal duidelijk waar ze heen wil. Autoverkoopster, blond, eigengereid, ongebonden, eigen zaak, maar het loopt niet zo. Daar begon het gesprek mee.

“Ja, we zijn natuurlijk nog niet door de crisis heen. Het is in de hele branche nog steeds sappelen.” Maar ze begrijpt het niet. Ze moet het vooral ook van het onderhoud hebben. En nu laten haar vaste klanten het ook steeds meer afweten. “Stappen over naar de Kwik-Fit. Terwijl ik hen altijd de scherpste prijs heb gegeven. En ze als mijn eigen familie heb behandeld.”

Ze schudt met haar hoofd. Haar haren echoën de beweging nog even na. Ze kijkt me weer even scherp recht in de ogen. “Service, service en nog eens service. Dat is wat we verkopen en leveren. Mooie auto's. Die het altijd doen. Waar bijna nooit iets aan mankeert. En als er dan iets is, dan los ik het snel, makkelijk en zo goedkoop mogelijk op. Bel nog even na. Zorg dat ze zich nergens zorgen over hoeven te maken.”

Ze zucht, vooral omdat ik haar vraag waar het nu eigenlijk aan geschort zou kunnen hebben. Ze kijkt naar haar vingernagels die ze uitstrekt op de tafel. Rode knokkels. Ze is gespannen. Duidelijk. Praat tegen haar lange vingers.

"Mijn monteurs houden van hun werk. Vinden me een prima baas. Daar ligt het ook niet aan. Eens per maand nodigen ze me uit om gezellig met zijn allen pizza te eten. Ik ken elke vriendin en elk verhaal. Alle kinderen en alle vakantieplannen. Er zit er geen een bij die het in zijn hoofd zou halen om er de kantjes vanaf te lopen."

Ze kijkt even op. "Dat doe je namelijk niet bij familie."

Ik kijk, zoals altijd, rustig terug. Vriendelijk. Een en al oor. Er moet iets gebeurd zijn, waar ze zich voor schaamt. Wat ze niet durft te vertellen. Er valt een stilte. Ik schraap mijn keel: "Luister, ik merk dat je heel goed in staat bent om te zien wat er allemaal niet gebeurd is. En dat je je bedrijf goed hebt geleid. Als een moeder voor je mensen en je klanten. Maar: is er iets dat je me wilt vertellen ... waar het eigenlijk over gaat?" Eindelijk durft ze me langer dan een paar seconden aan te kijken. Grote pupillen. Nerveuze lippen.

"Eigenlijk heb ik het nog niemand in mijn familie durven te vertellen. En zeker ook het personeel niet." Ze ademt jachtig. "We staan op het punt failliet te gaan. Ik kan de rekeningen al een paar maanden eigenlijk niet meer betalen. De bank heeft het doorlopende krediet opgezegd. Heeft ons de wacht aangezegd. En... er lopen een paar vervelende klachten. Volstrekt ongegrond. Klanten die bij de Kwik-Fit of welke andere beunhaas dan ook gehoord hebben dat we een zootje van het onderhoud gemaakt zouden hebben. Goede onderdelen door tweedehandsjes vervangen zouden hebben. Lekke remleidingen over het hoofd zouden hebben gezien. Dat is natuurlijk bullshit, maar ja, ik ben zo stom geweest om mijn verzekering een jaartje op te schorten, dus ik draai voor alle kosten op. En dan is er een ex-klant. Leraar. Net gescheiden. En die maakt er een zaak van. Zegt dat wij er aansprakelijk voor zijn dat-ie vorig jaar tegen een lantaarnpaal reed. Echt bullshit. Het was gewoon slecht weer en die man rijdt als een varken." Ze gooit de woorden er snel achter elkaar uit. Als de hulzen uit een automatisch geweer. Ze springen van haar af. Ze luistert hoe ze over de tafel rollen.

Ik zeg niets. Het is haar verhaal. Ze haalt adem. Diep adem. Het huilen is bijna aangeslagen.

"Afgelopen donderdag, kreeg ik aan het eind van de dag iemand aan de deur. Getraind om vriendelijk maar vooral spijkerhard te zijn. Wist eigenlijk niet precies wat hij was maar zag later dat op zijn kaartje dat het een deurwaarder was. Even dacht ik nog dat hij me ruimte ging geven, maar de boodschap was heel duidelijk. Hij bleef ook maar even. Er viel niet meer te onderhandelen. De zaak ligt dinsdag bij de rechter. Ik legde hem uit dat ik niet kan betalen. Ik heb al bij iedereen de grens bereikt van uitstel en niet-nagekomen betalingsregelingen. Heb alles al de deur uitgedaan waar ik geld van kon maken. Heb zelfs mijn monteurs op "crisisverlof" gezet – die mooie regeling van Donner. Vonden ze eigenlijk wel prettig, met de voetbal en vakantie. Heb ik mooi weten te verkopen. Blond, hè?"

Alsof ik haar nu opeens guitig zou moeten vinden. Zo kijkt ze me aan. Nee, zo gaat dat niet, zo makkelijk kom je bij mij niet uit je verhaal. "Heftig", zeg ik, "wat heb je toen gedaan?"

Ze schiet weer terug in het moment dat de deurwaarder de deur dichtsliep: "Ik belde meteen de boekhouder. Die spreek ik nog vaker dan mijn moeder de laatste weken. Maar die wist het ook niet meer." Ze schokt langzaam met haar bovenlichaam. "En opeens drong het tot mij door: ik ben een mislukte ondernemer. Ik ga mijn appartement kwijt raken en nog jaren tegen schulden aanlopen. En ik zal een baan moeten gaan zoeken." Ze trekt er een gezicht bij alsof ze onzedelijk benaderd is. Er is weinig meer over van de zelfbewuste, guitige, ondernemende vrouw die hier een half uur geleden nog zat. Ze zit zachtjes te huilen. Rouwverwerking.

Ik bied haar een servet aan. Stop een druif in haar mond. Zachtjes, en voorzichtig begin ik weer: "Dit gaat nog lang duren, deze pijn. Een faillissement is bijna nog erger dan een scheiding. Of een kind dat bij je wegloupt. Verdriet, dat hoort erbij. En dat moet en mag erbij horen. Je moet dit nog aan veel mensen gaan vertellen. Dus geef het een plaats. En je moet nog een hoop rotzooi opruimen. Ik wil je daar ook best bij helpen, als dat nodig is". Ze knikt gerustgesteld.

"Maar er komt een moment over een jaar of twee dat je gaat herinneren wat ik nog ga zeggen. En dat je erbij lacht." Ik schraap even mijn keel. Ze kijkt me aandachtig aan. Door haar tranen en verlopen mascara heen. Ze knikt.

"Heb je ook de kracht in je om dit van een heel andere kant te bekijken? Als ik het goed begrijp ben je eigenlijk op zoek naar een leuke en goed betaalde baan? Maar weet je eigenlijk niet hoe dat moet? Zullen we dat varkentje eens gaan wassen? Dat moet toch niet moeilijker zijn dan een auto in elkaar zetten. Of een mooi bedrijf runnen?"

Ik heb gelijk. Ze knikt en lacht. "Ja, dat moet eigenlijk toch prima te doen zijn. Ik weet goed wat ik kan en wat ik wil. En ik weet ook wel wat er op de markt te koop is."

"Een mens brengt gemiddeld een derde van zijn leven in bed door. Koop daarom een goed matras, zeg ik altijd. De meeste mensen brengen ook ongeveer een derde van hun leven in een baan door. Laten we dus een mooie baan voor je gaan zoeken.", zeg ik er vrolijk achteraan.

Er komt weer energie in haar. "Ken je die film "Up in the air"? Je kunt nog heel wat van George Clooney leren. Maar, laten we aan de slag gaan..."

JvM