

## Anders denken over beloning bedreigt productiviteit en economisch herstel

Adviesorganisatie Mercer heeft een opvallend verschil geregistreerd tussen hoe werkgevers en werknemers denken over de waarde van hun beloningselementen. Goed opgezette en goed gehanteerde beloningssystemen – met de juiste elementen - kunnen heel effectief zijn bij het aantrekken, motiveren en behouden van goede medewerkers. Maar uit een onderzoek van Mercer is gebleken dat de loyaliteit van medewerkers ten opzichte van hun werkgevers flink is ingezakt, tot zelfs lager dan voor het begin van de recessie. En dat komt door een groeiend 'gat' in de waardering van hun beloning.

'Er ligt een directe relatie tussen een betrokken en gemotiveerd werknemersbestand en de productiviteit van een bedrijf,' stelt Chris Johnson, het hoofd van de Human Capital afdeling van Mercer.

In het rapport valt te lezen dat het aantal werknemers dat zichzelf betrokken en gemotiveerd noemde, of dat zich zeer verbonden voelde met hun huidige rol, maar liefst 17% gedaald is sinds een vergelijkbaar onderzoek van Mercer in 2006.

Mercer ziet drie redenen voor het 'beloningsgat':

1. werknemers denken dat hun beloningsniveau lager is dan het marktgemiddelde terwijl hun werkgever denkt dat ze een stuk concurrerender zijn;
2. werkgevers onderschatten het belang dat werknemers hechten aan hun basissalaris, baan zekerheid en werk-privé-balans;

3. werknemers begrijpen over het algemeen weinig van de samenstelling van hun beloningspakket en de communicatie daarover.

'Werkgevers overschatten meestal het belang van een goede werksfeer, loopbaanontwikkeling en training en opleiding,' zegt Johnson. 'Erger is dat zij ook het belang onderschatten dat werknemers hechten aan baan zekerheid en beloning. De betrokkenheid lijdt eronder als werknemers vinden dat niet aan hun behoeften wordt voldaan. Bedrijven besteden hun middelen wellicht aan de verkeerde elementen en krijgen dan problemen met het aantrekken, behouden of motiveren van hun mensen. Het komt regelmatig voor dat bedrijven meer dan nodig uitgeven aan sommige elementen en te weinig aan andere.'

## Hoe ziet úw beloningssysteem eruit?

Maakt u onderscheid in primaire, secundaire en mogelijk tertiaire arbeidsvoorwaarden? Wat vinden uw medewerkers hiervan? Maakt u optimaal gebruik van fiscale mogelijkheden? Weten uw medewerkers wel wat hun beloningspakket inhoudt en wat het waard is? En sluit het aan op hun behoeften?

Misschien is het handig als u dit eens doorspreekt met uw bedrijfsadviseur!

## Pensioenkennis

Pensioen is een van de beloningselementen waarvan werknemers (en laten we eerlijk zijn, ook werkgevers!) meestal niet veel begrijpen. Niet meer dan twaalf procent van de mensen in loondienst is 'pensioenbewust'. De meeste mensen denken dat ze meer pensioen zullen krijgen dan feitelijk het geval is.

Sinds kort is er een website waarop werknemers kunnen nakijken hoe het staat met zijn of haar pensioenopbouw. Aan deze site werken alle grote pensioenverzekeraars en pensioenfondsen samen. Het gaat dus om wat er is opgebouwd in loondienst bij een werkgever met een pensioenregeling. Ook de AOW is meegeteld. Alleen de aanvullingen die mensen individueel hebben geregeld, zoals koopsompolissen, staan er niet bij. Bekijk de nieuwe website hier: [www.mijnpensioenoverzicht.nl](http://www.mijnpensioenoverzicht.nl)

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](mailto:info@at-ease.nu)  
[www.iib.ws](http://www.iib.ws) - [www.at-ease.nu](http://www.at-ease.nu)

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

## Waarom betalen mijn klanten niet?

*Door Walther Ploos van Amstel, © NUzakelijk – overgenomen met toestemming van de auteur*

Veel debiteuren betalen niet omdat ze het niet eens zijn met de factuur. Wat zijn de grootste problemen?

Debiteurennota's staan vaak lang open omdat er discussie is over de factuur, over promotiekortingen die niet duidelijk zijn afgesproken, over backorders die tegen een hogere prijs zijn geleverd, over beschadigingen en noem maar op.

Uit analyse blijkt dat bedrijven soms wel één tot anderhalf procent van de omzet weggeven aan coulance om de facturen toch betaald te krijgen. Veel van die ellende aan het eind van het ordertraject heeft te maken met interne fouten in het orderproces.

### Problemen

Er zijn vijf punten in het orderproces waar het mis kan gaan. Een daarvan is het beheer van productgegevens aan het begin van de keten. Wordt er per doos gerekend? Hoeveel dozen staan er op een pallet? Klopt het artikelnummer?

Daarover ontstaan vaak misverstanden bij de klant. Dan is de bestelling van de klant al 'fout'.

Het tweede punt is de communicatie over prijzen. Verkopers maken soms complexe afspraken met een klant, die niet in de factuur worden doorgevoerd of niet kunnen worden vastgelegd in de informatiesystemen. Of er is onduidelijkheid over de ingangsdatum van nieuwe prijzen.

### Voorraad

Andere aspecten waar het orderproces faalt zijn het voorraadbeheer en de pick-fouten in het magazijn. Gelukkig zie je wat dat laatste betreft veel

## Beetje dom...

Echt gebeurd, afgelopen zomer: Een Nederlandse partner van een bekend internationaal advocatenkantoor zou bij een klant een presentatie geven over handige belastingconstructies. Hij stak een USB-stick in zijn laptop, die vervolgens automatisch begon te spelen. De verbouwereerde cliënten werden "getrakteerd op een niet te stoppen diashow met harde porno uit de privécollectie van de partner van het advocatenkantoor".

De kijkers konden er overigens de lol wel van inzien: 'Ach, het was weer eens wat anders dan cijfertjes, tabellen en grafieken. Wel verfrissend. Iedereen was bij de les, ik heb niemand zien indutten...'

## Toch maar (weer) in loondienst?

We doen als ondernemers in het MKB toch iets verkeerd...

Volgens HR adviesbureau Hay verdiende de best verdienende directeur in de Verenigde Staten, Gregory Maffei van Liberty Media, vorig jaar \$87,1 miljoen. Dat was viermaal zoveel als zijn salaris in 2009. Gregory Maffei werd in 2006 CEO van Liberty Media. Hij heeft sindsdien de ingewikkelde structuur van Liberty gestroomlijnd, met betere resultaten tot gevolg. De koers van het Liberty-aandeel steeg vorig jaar met 247%.

Maffei kreeg in december een nieuw contract voor vijf jaar, waarbij zijn beloning sterk gekoppeld is aan de aandelenkoers. Een onderdeel van zijn nieuwe contract was een optiepakket van \$79,3 miljoen, bedoeld om hem aan het bedrijf te binden. Maffei kan die opties immers ten vroegste over vier jaar uitoefenen. Waarschijnlijk krijgt hij dit jaar niet opnieuw een optiepakket. Er moet toch bezuinigd worden...

## Populair voornemen 2011: nieuwe baan zoeken

Van de 850 bezoekers van de vacaturesite Monsterboard.nl die in december 2010 bereid waren een enquête in te vullen, gaf 70% aan uit te kijken naar een nieuwe werkgever. Het tweede 'goede voornemen' was het realiseren van een salarisverhoging (16%). In andere jaren veel gegeven antwoorden als 'een studie of cursus doen' en 'promotie maken' scoorden deze keer veel lager. Niet meer dan twee procent stelde helemaal geen goede voornemens op het gebied van werk en loopbaan te hebben.

verbetering door meer aandacht voor de kwaliteit van de processen in het magazijn.

De vijfde en meest kritieke schakel is de levering. Onder meer doordat die vaak over verschillende schijven gaat, kan er veel mis gaan, zoals een verkeerde levering of beschadiging van de producten. Deze schakel wordt steeds belangrijker door de snelle groei van de B2C webwinkels.

### On time

De perfecte order is de bestelling die OTIFNE (on time, in full, no errors) wordt uitgevoerd. En nog liever 'no contact'. Dan heb je ook geen discussie over de factuur. Als je het percentage perfecte orders gaat meten, dan kom je bijna geen bedrijf tegen dat boven de zeventig procent zit. Verbeteren begint bij meten. Door te analyseren waar en waarom er dingen fout gaan.

Van de klantorder tot en met de betaling. Ervaring leert dat problemen vooral te maken hebben met het prijstraject; complexe afspraken en te late invoer van data. De overige fouten zitten in de logistieke processen.

### Opjagen

De oplossing hoeft de credit manager dus niet te zoeken in het opjagen van debiteuren, maar juist in de eigen bedrijfsprocessen. Wat zou het schitterend zijn als elke klantenorder op tijd, compleet en zonder problemen wordt geleverd.

Geen kosten van nalevering, geen dure creditnota's en geen discussie over prijsverschillen. Het hoeft geen utopie te zijn.

## Werkkostenregeling

Met ingang van 1 januari 2011 is de werkkostenregeling ingevoerd. Deze regeling komt in de plaats van de oude (huidige) regels voor vrije vergoedingen en verstrekkingen. U bent nog niet verplicht gebruik te maken van de werkkostenregeling. Tot en met 2013 mag u ieder jaar opnieuw kiezen voor de werkkostenregeling of voor de bestaande regels voor vrije vergoedingen en verstrekkingen. Na 2013 geldt de werkkostenregeling voor alle werkgevers.

De belastingdienst heeft alles op een rij gezet: <http://www.belastingdienst.nl/download/2648.html>

## HR Trends 2010-2011

HR Trends 2010-2011 is een onafhankelijk, representatief onderzoek van salaris- en HR-dienstverlener ADP Nederland, organisatieadviesbureau Berenschot en Performa Uitgeverij onder 819 Nederlandse HR-professionals. Daarmee is HR Trends het grootste onderzoek onder HR-professionals in Nederland.

### Arbeidsmarkt trekt aan

Volgens het jaarlijkse onderzoek 'HR Trends 2010-2011' verwachten personeelsfunctionarissen dat de arbeidsmarkt vanaf volgend jaar aantrekt. Voor het eerst sinds 2008 denken ze meer problemen te ondervinden met werving & selectie.

Het afgelopen jaar heeft slechts 6,7% van de organisaties ernstige problemen gehad met het werven van medewerkers, dat is iets meer dan vorig jaar (5,2%). Het komende jaar verwacht 8,5% een ernstig probleem. Het percentage dat geen problemen verwacht neemt echter af, van 49,9% naar 44,3%. De grootste problemen worden verwacht binnen de functiegroepen ICT (20,0%), techniek en onderhoud (18,7%), financiële zaken (17,5%) en verkoop (16,9%).

### Belonen: gevolgen van economische crisis zichtbaar

De vaste beloning exclusief vaste en variabele toeslagen is gemiddeld gezien toegenomen met 2,3 procent - het laagste cijfer van de afgelopen jaren. Voor 2011 zijn de verwachtingen zelfs nog iets lager (2,0%). Vorig jaar groeiden de salarissen nog met 4,3 procent. Voor bijna 40% van de respondenten wordt het beloningsniveau vastgesteld op basis van individuele afspraken, voor de overigen gelden CAO- of bedrijfsspecifieke salarisafspraken.

Iets minder dan een derde van de werknemers kan aanspraak maken op een resultaatgerichte bonus, terwijl nog geen 20% van de respondenten in aanmerking komt voor een winstuitkering. 49,9% van de organisaties kent flexibele arbeidsvoorwaarden. Een vergoeding van de studiekosten is met 92,3% de populairste arbeidsvoorwaarde. De mobiel van de zaak volgt met 88,6%. 62,6% van de werknemers is tevreden met de beloning. 37,4% denkt dat de beloning minder dan marktconform is.

### Verschillen mannen en vrouwen

Mannen krijgen (nog steeds) een hogere vaste beloning dan vrouwen. Uit het onderzoek blijkt dat de verschillen niet te verklaren zijn door leeftijd, gemiddelde werkervaring of organisatiegrootte.

## Doordenkertje - Integriteit

Met dank aan @SterkOndernemen, #SOClub op Twitter

- 1: Weten wat er goed is en wat verkeerd; 2: Handelen naar je (ge)weten, ook al verdien je daar niets mee;
- 3: Openlijk zeggen dat je handelt naar jouw (ge)weten wat er goed en verkeerd is – Stephen Carter

Ook zijn er verschillen op het gebied van de secundaire arbeidsvoorwaarden. Zo krijgt 37,7% van de mannen een bonus, tegen 27,4% van de vrouwen. 42,2% van de mannelijke deelnemers aan het onderzoek beschikt over een auto van de zaak tegen 17,0% van de vrouwelijke respondenten.

De tevredenheid over de salarissen sluit nauwelijks aan op de bovenstaande bevindingen: 38,8% van de vrouwen denkt onder de markt te worden beloond, tegen 35,0% van de mannen.

### Verschillen profit en non-profit

Bij non-profitorganisaties ontvangen de medewerkers hogere vaste salarissen dan bij profitorganisaties. In de profitsector hebben ze weer betere variabele beloning en secundaire arbeidsvoorwaarden. Zo biedt 42,4% van de profit tegen 6,0% van de non-profit organisaties een resultaatsafhankelijke bonus. Maar 2,2% van de respondenten uit de non-profit sector heeft een auto van de zaak (tegen ruim één derde in de profitsector). Of medewerkers tevreden zijn over hun beloning verschilt niet, of ze nu in de profitsector werken of in de non-profit. 64,1% van de medewerkers in de non-profit ervaart marktconform of beter, te worden beloond (tegen 61,9% in de profit).

### Ontwikkeling HR-afdeling

Veruit de meeste onderzoeksdeelnemers geven aan dat er in hun organisatie een leidinggevende met de HR portefeuille in het MT zit (69,8%). HR-afdelingen hebben een breed takenpakket. De afdeling of hr-functionaris houdt zich voornamelijk bezig met personeelsmanagement, aanname en ontslag, ziekteverzuim en re-integratie en secundaire arbeidsvoorwaarden.

Het ontwikkelen van de organisatie en de medewerkers is met 61,3% het belangrijkste beleidsthema van 2010. Daarna volgen belonings- en functioneringsgesprekken en de reputatie van de organisatie met het oog op de arbeidsmarktcommunicatie en het opzetten van een (nieuw) opleidingsbeleid. Ook voor 2011 zijn dit naar verwachting de belangrijkste beleidsthema's.

## Betrokkenheid en binding zijn niet hetzelfde

Mensen kunnen erg betrokken zijn bij hun werk en de organisatie waarvoor zij werken, maar dat zegt niet alles over de mate waarin zij zich gebonden voelen aan het bedrijf. Ze kunnen altijd openstaan voor nieuwe loopbaanstappen.

In een Amerikaans onderzoek gaf 75% van de werknemers aan dat zij zich betrokken voelden bij hun werk, maar tegelijk zei maar 50% dat het werk hun genoeg voldoening gaf. Veel werknemers zijn dus onrustig en staan open voor de nieuwe mogelijkheden van de zich herstellende economie. Die hoeven maar een leuke advertentie te zien, of een telefoontje te krijgen van een recruiter en dan zijn ze weg! Daarom doen ondernemingen er goed aan te bedenken wat de gevolgen zijn voor de productiviteit, financiële resultaten en doorstroom van mensen als ze er niet in slagen om hun goede medewerkers te behouden. Halen ze dan hun bedrijfsdoelstellingen voor dit jaar nog wel? Beperken van het verlooprisico zou een vast agendapunt moeten zijn op de agenda van de directievergaderingen. Hoe houdt u uw mensen gemotiveerd en hoe creëert u een sterkere binding met de organisatie? Hoe kunt u ervoor zorgen dat ze genoeg voldoening halen uit hun werk en dat ze meer voordeel zien in blijven dan vertrekken?

## Blijfgesprekken

Voor veel ondernemingen is verloop een echte risicofactor. U hebt geïnvesteerd in de medewerker, hij is nu goed ingewerkt en werkt lekker zelfstandig. U moet er niet aan denken dat hij vertrekt! Want voordat u dan een vervanger hebt gevonden en ingewerkt..., voor die op hetzelfde ervaringsniveau kan werken als de huidige medewerker..., dat kost al gauw een jaarsalaris!

In andere artikelen in deze **ZakenDoen** kunt u lezen dat de arbeidsmarkt aantrekt en dat veel mensen op dit moment 'om zich heen kijken'. Het risico dat ze een andere, aantrekkelijker, baan vinden is dus weer aan het groeien. Wat kunt u doen om medewerkers te behouden?

Een van de beste methodes is het geven van persoonlijke, individuele, aandacht in wat je een 'blijfgesprek' zou kunnen noemen. Bespreek dan met uw medewerker de volgende vragen:

- Waarom blijf je hier werken?
- Wat zou voor jou een reden kunnen zijn om te vertrekken?
- Wat zou je nog meer willen doen of leren zolang je bij ons in dienst bent?
- Wat zou je in je werk of in je beroep willen bereiken in de komende drie jaar?

Ga in dit open gesprek na wat u (uiteraard binnen de koers van de onderneming) kunt doen om tegemoet te komen aan de wensen en behoeften van de medewerker. Wees duidelijk over de mogelijkheden die u wél en niet heeft. U zult zien – met het gesprek op zich biedt u de medewerker erkenning en dat schept al veel goodwill!

## Doordenkertje - Identiteit

Met dank aan @NOBTRA, #NOBTRA op Twitter

Vrienden delen met ons wat zij denken en voelen; Leraren vertellen ons wat we moeten doen en hoe; Coaches vragen ons wie we willen worden; Mentoren laten ons zien wie we kunnen worden; Echte meesters laten ons zien wie we werkelijk zijn.

- Masami Sato

## Een zaterdagochtend, over de heg

'Arme Tom, wat heb jij het druk! Ja, natuurlijk verdienen je goed, maar het is wel erg jammer dat je zoveel moet reizen en daardoor je gezin zo weinig ziet. 't Is moeilijk te accepteren dat je als jonge kerel 60 of 70 uur per week moet werken om de eindjes aan elkaar te kunnen knopen. Zonde dat je niet naar de dansuitvoering van je dochter kon. Maar laat me jou eens iets vertellen dat mij heeft geholpen bij het prioriteiten stellen.'

En toen legde hij me zijn theorie van de duizend knikkers uit.

'Ik zat eens een keer te rekenen. Gemiddeld leven we 75 jaar of zo. Ja, sommigen wat langer, anderen wat korter, maar gemiddeld leeft een mens 75 jaar. Als je dat vermenigvuldigt met het aantal weken in een jaar, dus maal 52, krijg je 3900 – het gemiddelde aantal zaterdagen in een mensenleven. Let op, Tom, nou wordt het belangrijk! Ik kreeg het pas door toen ik 55 jaar oud was en toen had ik al 2800 zaterdagen gehad. Dus als ik 75 word, dacht ik, heb ik er nog ongeveer duizend te gaan.

Ik ben naar een speelgoedwinkel gegaan en heb alle knikkers gekocht die ze in voorraad hadden. Uiteindelijk moest ik er drie bezoeken om aan duizend knikkers te komen. Die heb ik thuis in een grote doorzichtige bak gedaan. Sindsdien heb ik er elke zaterdag één knikker uitgehaald en weggegooid. Ik heb gemerkt dat het zien hoe het er steeds minder werden, maakte dat ik beter let op wat er belangrijk is in mijn leven. Niks helpt je beter prioriteiten stellen dan zien hoe de tijd wegtikt, die je nog hier op aarde hebt.

Nog één ding, Tom, voor ik afscheid van je neem en lekker met mijn lieve vrouw ga ontbijten. Vanochtend heb ik de allerlaatste knikker uit de bak gehaald. Dus als ik volgende week zaterdag nog leef, heb ik wat extra tijd gekregen. En dat is toch wat we allemaal kunnen gebruiken: een beetje meer tijd.'

## Column: Keuzes maken

Voor de redactie van **Zaken Doen** en de onafhankelijke IIB-adviseurs in Nederland is **het keuzeproces** een interessant thema om in het jaar 2011 extra aandacht aan te besteden. De redactie van **Zaken Doen** zal in elk nummer dat in 2011 verschijnt in een column ingaan op dit thema.

### Kiezen om (vaker) gekozen te worden

Hoe kun je als ondernemer ervoor zorgen dat kopers een positief gevoel bij jouw merk ontwikkelen? Ofwel: wat kan de weg zijn om een groot gedeelte van jouw klanten over 'mijn merk' te laten spreken als ze het over jouw product of dienst hebben?

Zoals we al eerder hebben gesteld: om dat te bereiken moet je als ondernemer eerst een aantal bewuste en weloverwogen keuzes maken. Bewust kiezen om bepaalde dingen wel en bepaalde dingen niet te doen.

Een cruciaal punt waarover een persoonlijke keuze gemaakt dient te worden: **wil ik indien nodig ook mezelf veranderen?** Dat betekent overigens beslist niet dat je hele persoonlijkheid 'op de helling' moet. Integendeel, wat goed is en ook als zodanig door de diverse stakeholders ervaren en beleefd wordt, moet vooral gecontinueerd en (her)bevestigd worden.

Waar het hier om gaat is de bereidheid om aanpassingen te doen, omvormingen te initiëren en/of te ondersteunen en het beleid tijdig bij te sturen. Hoe staat u zelf daarin?

"Je moet leren omgaan met de situatie zoals die zich aan je voordoet", aldus Léon de Caluwé, hoogleraar Advieskunde aan de Vrije Universiteit. De Caluwé is al ruim 35 jaar actief in de 'veranderkunde'. Zijn verdere conclusie na al die jaren: "Mensen veranderen over het algemeen niet omdat anderen dit willen. Soms wel, maar dan is het de vraag hoe oppervlakkig of duurzaam dat veranderen is. Mensen veranderen vooral omdat ze dit zelf (al dan niet graag) willen."

Zeg nou eerlijk, u weet uit persoonlijke ervaring eigenlijk toch ook al wel dat veranderen alleen kans van slagen heeft wanneer je er voor openstaat en je dus daadwerkelijk **wilt** veranderen? En dat, wanneer je niet wilt veranderen of jezelf verzet of afsluit tegen verandering, je feitelijk niet benaderbaar bent en de verandering dus ook niet zal plaatsvinden?

Bij medewerkers speelt dat ook in hoge mate. Hoe groter de betrokkenheid, des te sterker is de motivatie. De wil om te winnen is een belangrijke factor voor het behalen van succes, maar de moed om ergens aan te beginnen verdient nog meer aandacht. Welke talenten zijn er beschikbaar onder uw medewerkers en op welke wijze zijn die te ontwikkelen? Het verdient daarbij aanbeveling om eens goed naar de verhoudingen te kijken: in sommige arbeidsintensieve sectoren kan de bruto loonsom oplopen tot 65% [!] van de totale kosten.

Een andere belangrijke keuze die gemaakt moet worden is de wijze waarop je wel en de wijze waarop je niet met enerzijds 'interne klanten' en anderzijds met externe (potentiële) klanten in gesprek wilt komen en blijven. Hoe kun je het meest doeltreffend tonen dat je ze serieus **aandacht** geeft? Op deze en andere te maken keuzes gaan we de volgende keren verder in.

## De afsluiter

### Keuzes, eindelijk keuzes

"Bestemming bereikt," zo stelt mijn navigator vast met haar vriendelijke Vlaamse stem. Ik ken het hier niet. Ik draai het bevroren grind van het parkeerterrein op. Het knarst onder de banden. Zit ik wel goed? Ik pak de uitnodiging er bij. Check het adres. Ja, het klopt. Ik sta voor een verzorgingshuis.

Ze hebben besloten het anders te doen dit jaar. Geen receptie. Het is een uitnodiging die zich onderscheidt. Ik lees het nog eens door. Er staat een foto van de directrice op. Ik ken haar goed. Ik kom altijd zo eens in de zoveel maanden aanlopen. Als ze me weer eens ge-sms't heeft dat ze het micromanagen goed zat is en iemand zoekt om mee te praten en zich weer te herinneren wat ook alweer de grote lijn was waar ze achteraan zou moeten gaan. Het zijn altijd goede gesprekken. Ze is echt goed in haar vak. En ook nog enorm gedreven. En bereid om door te pakken als het moet.

Op de foto staat ze met haar haar in de war en een gekrenkte blik die recht in de camera kijkt. Eronder: "Alsjeblieft geen receptie. Ik moet er niet aan denken om de zoveelste in de rij te zijn. Die weer met een drankje en een hapje en een flauw praatje aankomt. Waarbij u ongemakkelijk schuifelt omdat u alleen uw accountmanager kent. Waarbij u een paar flauwe handjes schudt, drie keer "Insgelijks" mompelt tegen mensen die u half kent. En zich na een minuut of tien vooral afvraagt hoe en wanneer u er zo onopvallend mogelijk tussen uit kunt knijpen." Dat dus niet. Alleen de aankondiging dat het dit jaar anders gaat. En een adres. En de datum van vandaag: 14 januari 2011. Ik ben benieuwd.

Als ik de hal binnenkom word ik opgevangen door een oudere vrouw. Duidelijk geen verpleegster. Geen witte jas, maar gewoon een geruit broekpak. Zoals dat in de jaren 70 in de mode was. Vaal bruin en oranje. Ze ontvangt me met een lach. Neemt mijn jas aan. Netjes opgemaakt en het haar in de krul. Een stevige vrouw in een mager lichaam. Vraagt vriendelijk wie ik ben.

Nergens enig teken van Liesbeth of haar bedrijf. Als ze mijn zoekende blik ziet, zegt de vrouw dat ze Liesbeths moeder is. Ik kan eerlijk gezegd geen gelijkennis herkennen, zo snel. Ik laat haar de foto van de uitnodiging

zien: "Deze Liesbeth?" en ik mompel erachter aan, "die op een of andere manier geraden heeft dat ik niet van recepties houd."

Liesbeths moeder moet er wat om lachen. "Wees niet bang. Liesbeth had het al over u. Volgens haar bent u erg goed met mensen. En komt u altijd met een verrassend nieuw gezicht." Ze kijkt me aan terwijl ze tegen me praat. Recht in de ogen. Dat maak ik niet zo vaak mee. Die is nergens bang voor. Ze durft ook gerust een korte stilte te laten vallen.

"Mag ik u vragen om mee te gaan naar boven?" vervolgt ze als ze merkt dat ik wegkijk.

"Dat is goed", antwoord ik. "Is Liesbeth daar dan?"

Ze kijkt me stralend aan, verbaasd dat ik blijkbaar nergens wat van weet. "Natuurlijk. We gaan oliebolletjes bakken met z'n drieën". Het moet niet gekker worden. Met Liesbeth kan je alles verwachten.

De trap op dus. Een klein kamertje in. Dit had door mijn moeder ingericht kunnen zijn. Ze staat al in het kleine keukentje. Met een schort voor. Ze steekt haar hoofd om de hoek en kijkt me vrolijk aan. "Hai. Ik ben blij je te zien. Hoe is het met je?"

Geen twijfel. Ze meent het. Haar haar zit net zo in de war als op de foto. Er zitten deegspatters op haar zwarte schort. Het lijkt of ik de enige ben die het vreemd vindt hier te zijn.

"Ik had je toch geschreven dat ik het anders ging aanpakken, dit jaar." Ze strooit rozijnen in het deeg en klopt het nog eens goed door. "Ik zou graag willen dat je me even helpt. Ben je goed in oliebolletjes bakken?"

"Nou, niet echt", zeg ik. "Maar wellicht kun je me het eens voordoen. Ik leer snel." Ze knikt instemmend. We lopen samen naar het fornuis. Het valt inderdaad mee. Na vier gedochten begin ik mooi ronde bolletjes uit het vet te scheppen. In het vergiet. Met keukenpapier erin.

"Weet je", zegt ze. "Ik heb jou en nog vijf anderen een persoonlijke uitnodiging gestuurd. Alle mensen die me ooit echt goede raad hebben gegeven. En met jullie allemaal wil ik afzonderlijk spreken. Niet op kantoor maar daar waar ik me thuis voel." Ze geeft me een biertje en kijkt me indringend aan.

"Ik ben blij dat ik tot dat selecte gezelschap behoor," antwoord ik. Ik kijk er eigenlijk wat te serieus bij. "Een nieuwe tak van sport: oliebolletjescoaching!" lach ik er, ter compensatie, achteraan. "Dat is nog eens wat anders dan een wandelcoach". Ze lacht mee. Maar kijkt naar de grond. En trekt aan haar schort. Ik vraag haar zachtjes waar het over gaat vandaag.

"Keuzes maken," zegt ze. "Ken je dat nieuwjaarsgevoel niet? Dat je je afvraagt waarom je alles niet anders doet. En gewoon keuzes maakt. Stoppen met roken. Het roer om in de zaak. Een nieuwe vent zoeken. Veel meer met mijn moeder doen, nu het nog kan. Mooie vakantie boeken. Eindelijk eens wat op papier zetten. Ik snak zo naar keuzes. Eindelijk keuzes..."

"En...", zeg ik, "dat kan je toch allemaal gewoon. Als je je er toe zet."

"Ja," antwoordt ze met een zacht stemmetje. "Ja, je hebt gelijk. Ik ben iemand die alles kan." Ze kijkt weer op. "Maar het kost wel energie. Want, weet je, al het andere gaat gewoon door. Het gedoe. Ik moet er niet aan denken."

"Mm," zeg ik weer, in een poging het gesprek luchtiger te maken, "ik las ergens dat veel mensen niet goed kunnen kiezen, omdat kiezen met kiespijn komt. Je moet er wel wat voor laten. Het is niet vrijblijvend."

Ze kijkt naar de oliebolletjes in het vergiet. "Je bent een natuurtalent," grapt ze. Dan weer snel ter zake: "maar, weet je, ik voel me zo verantwoordelijk. Ik vind het heel moeilijk om voor mezelf te kiezen. Ik ben doodsbang dat ik daarmee mijn medewerkers en mijn klanten te kort doe." Haar ogen vernauwen wat.

"Wat ben je toch een prachtig mens," zeg ik terug. "Als je al die keuzes tegelijk maakt dan gaat het natuurlijk ook niet lukken. Maar als je nu elk jaar er gewoon één doet. Dan valt 't wel mee, toch?" Ze knikt schuchter.

"Het is nog wel Nieuwjaar. Laten we eens gek doen. Jij kiest één ding uit dat je echt voor jezelf wilt bereiken, en ik ook." Ik geef haar een oliebol. "Gelijk oversteken. Oké?"

Haar gezicht opent weer. "Weet jij het al?"

"Nou," zeg ik, "ik vond jouw idee wel mooi om eindelijk eens iets op papier te zetten – over wat ik al die jaren geleerd heb. Dan sluit ik me een tijdje in mijn caravan op, ergens waar ik niet gestoord word. Is dat wat?"

"Ja, mooi," fluistert ze. "als jij dat nu doet, dan kan ik doen wat ik allang echt besloten had op 31 december. Ik ga de zaak wegdoen. En jij gaat me helpen dat allemaal netjes te regelen. Deal?"

Ik knik schuchter en wat geschrokken.

"Mooi!" lacht ze doorpakkend, "dan gaan we ons nu te buiten aan de oliebolletjes!"

JvM