

Spirit!

Spirit! staat voor ziel, karakter, energie en zingeving.

In 2020 nemen de consultants van PublicSpirit in het maandelijkse medium Spirit! het woord over ontwikkelingen, ervaringen, vakinhoudelijke en/of actuele thema's binnen het werkveld.

*In de Spirit! van maart is het woord aan **Miriam Oosterwijk Keulers**.*



Miriam Oosterwijk Keulers is actief als senior consultant voor werving en selectie van topfuncties in het publieke domein (met name openbaar bestuur), organisatieadvies, training, teambuilding en interimmanagement.

De wereld draait niet meer door

In ons vak, het vak van executive search, dat uiteindelijk nog vrij nieuw is, gaan we toch nog altijd vrij traditioneel te werk. We vragen sollicitanten brieven te schrijven (!), we lezen al die brieven, maken een longlist, bespreken die met de opdrachtgever, komen tot een shortlist, maken een schema voor de gesprekken van de eerste ronde, komen tot een selectie voor de tweede ronde, leggen de kandidaat een casus voor, onderwerpen hem of haar nog aan een assessment, komen tot een finale keuze, adviseren over een arbeidsvoorwaardengesprek en klaar is Miriam.

Zo lijkt het best een beetje op lopendebandwerk, het proces dat de heer Henry Ford in 1896 optimaliseerde om zijn eerste auto's te kunnen bouwen. Hij koos voor eenvormigheid en massaproductie. Daarmee kon hij de prijs laag houden, zodat meer mensen een auto konden kopen. In die tijd een lopende band, in de huidige tijd noemen we dat een efficiënt proces. Maar die massaproductie van Ford leidde ook tot eenvormigheid: de T-Ford mocht elke kleur hebben 'as long as it's black'!

Wat we leren uit deze historische schets is dat je een tijdlang veel geld kunt verdienen met massa en eenvormigheid. Maar dan komt de klap: ineens wil de consument het juist anders, creatiever (een groene T-Ford), eigener, frequenter en vooral: toegespitst op zijn situatie.

Geldt dat niet ook voor onze opdrachtgevers? Natuurlijk wel, en dat betekent dus dat het aan ons is om dan creatief te zijn! Als wij geen kans zien om ook de 'lopende band' van werving en selectie te vernieuwen door 'anders, meer, eigener, frequenter en toegespitst', dan gaat de weelde van deze eindeloze stoet eenvormige procedures zomaar ineens op de schroothoop.

Vernieuwen is in mijn optiek meer dan innovatie. Innovatie blijft toch vaak het verbeteren van het bestaande. Ook goed, hoor. Maar het is vaak op basis van kosten en efficiency en die wereld moeten we zo onderhand toch ook eens een beetje kunnen loslaten. Echt vernieuwen komt door creatie! Dat woord geeft aan dat er eerst niets was en dan is er door een creatie plotseling wel iets, iets wat er nog niet eerder was. In de kunst zie je dat heel duidelijk; creëren wordt daar ook bijna als een heilige graal gezien. Maar al is beeldhouwen echt een vorm van creatie, innovatief is het zeker niet, want we doen het al 2600 jaar.

En ik zou deze column zo graag richten op iets nieuws, iets wat er nog niet is: nieuwe ideeën, creatieve impulsen, het ontwikkelen van enthousiasme voor experimenten in ons vak...



Natuurlijk weet ik dat er altijd mensen klaarstaan om te zeggen: 'Niks nieuws onder de zon', 'Wat is er mis met hoe het nu gaat?' of: 'Ach, de wereld draait zo ook wel door!'

Maar dat gaat sinds een maand echt niet meer op! Niemand had het ooit voor mogelijk gehouden, maar we kregen wereldwijd een virus op bezoek en de wereld staat stil. Eerst deden we er – ook ik! – nog wat lacherig over; kom kom, een griepje. Helaas weten we inmiddels beter. Alle zekere dingen, ook ons werk, komen zomaar ineens grotendeels stil te liggen. Noodgedwongen hebben we afgelopen week een aantal mooie instrumenten afgestoft (Microsoft Teams, Google Hangout, conferencecall, etc.) en intensief benut. Onze thuisisolatie is pas net begonnen, maar ik hoor collega's nu al verzuchten dat ze telefoon, scherm en laptop niet meer kunnen zien. We doen dus ons best om thuis nog wat overeind te houden, maar is juist ons vak van werving en selectie niet het vak van de ontmoeting en de verbinding? Van elkaar in de ogen kunnen kijken en echt contact? Worden wij daarmee een slachtoffer van de coronacrisis? Ook dat is dan helaas geen nieuws, want naast al het grote menselijke leed zullen er dit jaar nog heel wat klappen vallen en ondernemingen ten onder gaan, voordat de wereld langzaam weer op gang komt.

Wat mij betreft hoort PublicSpirit daar niet bij! Onder het motto 'never waste a good crisis' willen we bij PublicSpirit deze tijd aangrijpen om eens principieel na te denken over de

dingen die we doen en vooral over de dingen die we (nog) niet doen, omdat het toch allemaal wel naar ons toe kwam. We gaan de tijd thuis benutten voor een creatieve time-out: de meest verregaande plannen aan elkaar presenteren. Tijd en ruimte genoeg om de gekste te verzinnen en ook weer af te wijzen, tot we er vijf overhouden waarmee we aan de slag gaan. Individuele trajecten organiseren, zelforganisatie van mensen en bedrijven op gang helpen, personeelsmobiliteit als arbeidsvoorwaarde introduceren, verzinnen hoe we een digitale werving-en-selectieprocedure wel kunnen optimaliseren, nieuwe loopbaantrainingen bedenken – en daarnaast blijven we natuurlijk ook gewoon die nieuwe gemeente-secretaris voor Amersfoort werven.

Nu investeren in nieuwe ideeën betekent een voorsprong nemen op de markt van 'de wereld draait toch wel door!'

Miriam Oosterwijk Keulers

