

'360 graden bereik'

Marianne van den Anker & Rob Oudkerk



Rob Oudkerk en Marianne van den Anker trekken na de zomer van 2016 het land in.

Met de 'straat' als metafoor presenteren ze hun 360 graden-theorie (verzeker, vind, luister, voel, sta, communiceer en draag), die is gebaseerd op wetmatigheden in de zin van succesvolle formules en strategieën, maar ook van bizarre, kromme, soms zelfs van lachwekkende aard. "Inzicht daarin helpt overheden, bedrijven, instellingen zonder en met winst oogmerk en instanties bij het laten landen van hun begrijpelijke en goede instanties bij hun doelgroep."

“**D**e succesvolle presentatoren van het voormalige dagelijkse radioprogramma '1-op-straat' en het huidige programma 'Kwesties' (NPO1, iedere zondagavond vanaf 20.00 uur) Rob Oudkerk en Marianne van den Anker gaan – gewapend met hun zeer brede ervaringen – na de zomer van 2016 het land intrekken. Oudkerk was huisarts, publicist, politiek commentator, parlementslid en wethouder en is nu naast radiopresentator strategisch adviseur van profit en non-profitorganisaties. Van den Anker was wetenschapper, auteur, strategisch adviseur, raadslid en wethouder en is naast radiopresentator nu vooral moderator en daarnaast toezichthouder.

Oudkerk & Van den Anker geven lezingen over hun politieke ervaringen, maatschappelijke belevenissen en analyses uit hun radio-programma. “Een waarachtig, humoristisch maar ook hard verslag van de rauwe, ongecensureerde waarheid van en met de betrokkenen zelf”. Zij diepen in hun programma 'Kwesties' een onderwerp tot op het bot uit en geven aan waar het debat werkelijk over zou moeten gaan. Ze slaan framing aan flarden en gooien heilige huisjes omver.

Hebt u een bijeenkomst waar u werkelijk tot-de-kern van problemen en oplossingen wil komen en stappen vooruit wilt zetten, dan zijn Oudkerk & Van den Anker uw ideale partner.

Zij hebben in hun diverse werkkringen en de laatste 2 jaar dagelijks op Radio 1 de goede intenties van de tekentafel met de rauwe ongecensureerde werkelijkheid geconfronteerd. Als geen ander weten zij hoe de kloof tussen de intenties en waar het moet gebeuren kan worden gedicht. Communicatie is hierbij, simpel gesteld, de sleutel, maar o zo weerbarstig om te doen

“Beleid maken, uitvoeren en handhaven? Een strategie doorvoeren? Een nieuw product op de markt zetten? Duurzame kostenbesparingen realiseren? Dat kan alleen vanuit waarachtigheid, zonder beperkingen, zonder ego, volledig geïnformeerd, authentiek en oorspronkelijk!”

WAT IS JULLIE WERKWIJZE?

Wij gaan uit van de ‘straat’ als metafoer, als symbolische plek waar werelden samenkomen. De ‘straat’ als landingsplaats, de plek waar je ziet of gelukt is wat je wilt bereiken. De ‘straat’ als spiegelplaats, “klopt het?”. De ‘straat’ wordt vaak gezien als ‘eind van de pijn’ maar is juist de vindplaats van ideeën, expertise en energie. De ‘straat’ is voor ons het symbool van het geluid dat juist óók gehoord moet worden. De ‘straat’ is dus die leraar voor de klas die opeens 5 zorgleerlingen in zijn klas krijgt, dat bedrijf dat plots een dijk van een imagoprobleem ziet opdemen, die organisatie die opeens overgesla-



gen lijkt te worden in de samenwerking, het instituut dat 30% van zijn omzet moet inleveren, dat dorp dat opeens 750 vluchtelingen gaat opvangen of een windmolenpark in de achtertuin krijgt, die ambtenaar met gewetensbezwaren of die burgemeester die durft te zeggen dat zijn gezag wordt ondermijnd door criminelen. De ‘straat’ zit vol waarachtige experts, met geluiden, ideeën en weerstand, divergerende belangen, 'niet-in-mijn-achtertuin'-emoties, irrationele overwegingen: zij zullen er altijd gelijktijdig zijn. Het is een kwestie van deduceren en analyseren, om te weten waar je uit kan en wil komen.

Wij putten daarnaast uit een oneindig lijkend aantal praktijkvoorbeelden op basis van onze ervaring na jaren werkzaam te zijn geweest in de politiek, binnen de politie en de zorg, en na honderden radio-uitzendingen, in alle hoeken en gaten van het land over de meest uiteenlopende kwesties.

De betrokkenen staan in onze aanpak centraal: of dat nu uw werknemers zijn, klanten, relaties of stakeholders zijn, of het veld, de kwestie of de samenleving in brede zin.

JULLIE HEBBEN EEN EIGEN THEORIE GEFORMULEERD GEBASEERD OP WETMATIGHEDEN, WELKE ZIJN DAT?

Onze theorie is gebaseerd op wetmatigheden in de zin van succesvolle formules en strategieën, maar ook wetmatigheden van bizarre, kromme, soms zelfs van lachwekkende aard. “Zo dus niet!” Inzicht in deze wetmatigheden helpt U bij het ontwikkelen en uitvoeren van hoe U als overheid, bedrijf(stak), profit of non-profit-instelling of instantie begrijpelijke en goede intenties laat landen bij uw doelgroep, die overigens echt niet altijd bezig is met het grotere geheel.

Wij geven ook een toelichting op onze managementtheorie en -filosofie. Want de gebruikelijke theorieën volstaan niet. Die zijn te plat, te tweedimensionaal. Die pakken maar een deel van de werkelijkheid. De blik van de top blijkt veel te beperkt en er is bij de top een grote informatieachterstand waar te nemen van de dagelijkse praktijk en context. Beleid is te vaak gebaseerd op vooral de papieren werkelijkheid. De top benut ook de expertise en kennis van uitvoerders niet voldoende. Zo blijft de onderstroom daar waar hij is, en verwijdert steeds verder van de mainstream. Het klassieke systeem van hiërarchie blokkeert dat uitvoerders durven te zeggen wat er gezegd moet worden, soms overigens niet alleen in het veld zelf, maar ook in de (sub)top.

Er is niet veel fantasie nodig om je te realiseren dat de maatschappij en de onderstroom – ook vanwege de invloed van sociale media en internet – op een heel andere wijze omgaat met de top van de samenleving dan voorheen. Er is veel opstand en weerstand.

Omdat iedereen met iedereen kan communiceren, overal, altijd en op elk gewenst moment is echter de kracht om zaken niet alleen te agenderen maar ook te veranderen

onvergelijkbaar met de conservatieve wegen om mensen te mobiliseren. De onderstroom krijgt bij slim opereren meer kennis en dus potentieel meer invloed, maar in plaats van het feit dat de top gebruik maakt van die kennis en kunde, reageert ze te vaak behoudend en conservatief. Toch zitten er vele voordelen aan onderstroom mainstream maken. Neem de muziekindustrie, waar sinds op internet muziek kon worden uitgewisseld de platenindustrie gedwongen werd haar conservatieve manier van werken – haar systeemwereld – te veranderen. Opeens hadden ze niet meer het monopolie op de verkoop, maar moesten ze na gaan denken hoe ze hun industrie toch levend konden houden. Zonder internet was dat nadenken niet eens gebeurd. Ook bij multinationals krijgen aandeelhouders steeds meer macht, omdat ze via internet veel meer informatie krijgen dan vroeger, toen de top van zo'n concern die kennis niet deelde of wilde delen. Een beter geïnformeerde aandeelhoudersvergadering zegt geen ja en amen maar (be)stuurt mee. De revolutie in Egypte die begon op het Tahirplein was zonder facebook ook nooit van de grond gekomen.

Leiders, hoe goed ze ook zijn en welke goede intenties ze ook hebben, genieten in het huidige tijdsgewricht niet langer en niet vanzelfsprekend meer het voordeel van de twijfel. Het gat tussen maatschappij en top moet effectiever gedicht worden en daar springen Oudkerk en Van den Anker op in.

Er zijn voorbeelden zat om dat "gat" serieus te nemen. Neem de opkomstcijfers bij lokale verkiezingen: In maart 2014 nog geen 50%. Heb je dan mandaat? Nee, eigenlijk maar 1 agenda die je mag, kunt en moet hebben als politiek: vertrouwen terugwin-

nen in het instituut politiek, het instituut overheid. In het private domein gelden de bankencrisis of de recente crisis rondom de vluchtelingen of de Fyra of rondom Volks-

wagen als meest pregnante voorbeelden van vervreemding tussen top en maatschappij.

Er is een vrij grote vertrouwens- en loyaliteitscrisis. 🎓

DE 360 GRADEN THEORIE

Om dat te mitigeren, te veranderen, kleiner te maken hebben Oudkerk en Van den Anker een conceptueel kader gemaakt. Globaal bestaat dat kader uit de volgende elementen:

VERZEKER je van een goede informatiepositie, verzeker je ervan dat je weet wat je moet weten, vertrouw niet op papier alleen, ga de haarvaten in van je organisatie, de werkvloer, de gebruiker, de samenleving. Dat is de basis van alles. Weten door waarachtig te doorgronden. Dan hoor je ook het geluid van al die experts die de samenleving en jouw organisatie rijk is, waardoor goede ideeën, invalshoeken en analyses tot je komen die je anders zou missen, niet hoort of hoort uit frustratie (ze luisteren toch niet). En hoor je ook waar het in de uitwerking/uitvoering verkeerd gaat.

VIND (essentie beetpakken, kern benoemen). Alle beweging, verandering komt immers voort uit 'iets vinden'. Eerst moet je dus 'ergens iets van vinden, een mening hebben, een oordeel hebben.

LUISTER: doe dat 360 graden om je heen, dus ook en vooral naar de betrokkenen. Dus niet doordrukken, arrogant zijn en menen dat de macht die je hebt als overheid, burgemeester, minister, grote instantie, speler op de markt, top van een bedrijf

leidend is. Hoor ook de weerstand, redeneer die niet meteen weg, wals het niet plat vanuit ratio, papier en omdat je zelf vindt dat het zo'n goed plan is. Doorleef de consequenties van wat je wil bovenop het gebruikelijke feit dat je zaken goed doorberekent, risico's in kaart brengt etc.

VOEL en herzie zo nodig wat je vindt.

STA ervoor en handel vanuit opgebouwd draagvlak.

COMMUNICEER duidelijk, open en transparant (ook en vooral over hoe je de belangen hebt afgewogen, waar de dilemma's zaten en hoe je daarin tot (ethische) keuzes hebt gemaakt.

DRAAG de volle verantwoordelijkheid en wimpel deze niet af (voorbeeld: een burgemeester die niets anders kan dan de COA/minister zijn zin geven dat er 1500 asielzoekers op een relatief kleine gemeenschap komen: 'ik kan dit besluit niet tegenhouden', terwijl de essentie is dat je het niet wil tegenhouden, omdat je immers later nog een baantje nodig hebt).

Oudkerk & Van den Anker zijn uw dagvoorzitters en werken samen met u dat ideale 360-graden-programma uit. "Vooruit met dat waar het werkelijk om gaat." Het vermogen om de essentie direct beet te pakken, veel en snel te schakelen en focus aan te brengen met een kwinkslag, maken dat uw bijeenkomst anders eindigt dan hij begon. U wilt immers dat de moeite die u doet om mensen op één plek samen te brengen al wordt benut.

mariannevandenanker@speakersacademy.nl | roboudkerk@speakersacademy.nl

