

## Verhaal van de Werkvloer - Assertiviteit oogst Respect

Dit werd weer zo'n dag. Het begon al bij de toegangspoort naar het gebouw in Eindhoven. Omdat Merel voor de tweede keer deze week haar personeelspas niet in haar tas kon vinden, moest ze bellen om de slagbomen te laten openen. Eenmaal binnen moest ze bij de receptionist opnieuw bedelen om een dagpas. Want zonder pas werkt het kopieerapparaat niet en kun je ook niet afrekenen in het bedrijfsrestaurant.

Haar bureau lag nog vol met werk van de vorige dag. Hoe Merel ook streefde naar een clean desk: hard copy, mapjes en losse papiertjes bleven een eigen leven leiden.

Merel was marketingcommunicatiemanager van het onderzoekslaboratorium van een chemiereus. Het hoofdkantoor was gevestigd in het zuiden des lands, haar onderzoeksonderdeel zat in Eindhoven, op het terrein van de TU Eindhoven. Het was een drukke baan. Toen ze in deze baan begon, werd haar verzekerd dat ze binnen afzienbare tijd een assistente of collega zou krijgen. Inmiddels was ze twee jaar verder, was de workload verder toegenomen en was die uitbreiding er nog steeds niet.

Merel werkte zich, als 'eenpitter' op de communicatieafdeling, drie slagen in het rond om alle gewenste communicatieinitiatieven tot stand te brengen, uit te voeren en af te ronden. De collega's, merendeel onderzoekers en onderzoeksleders, begrepen maar niet dat ze het echt heel druk had en soms niet alles op tijd af kon krijgen. Niettemin wilde ze alles doen voor iedereen en 'nee' zeggen vond ze moeilijk. Gelukkig vond ze haar werk gewoon hartstikke leuk en veelzijdig en mocht ze het door het hoofdkantoor aangewezen PR- en reclamebureau af en toe inzetten.

Maar de stress zat hem ook in Merel zelf: ze wilde een collega zijn die gerespecteerd werd en betrouwbaar over kwam. En daarom liep ze zich het vuur uit de sloffen om iedereen tegemoet te komen en als een jongleur alle ballen in de lucht te houden.

Deze dag viel dus niet mee. De stapel werk die nog van gisteren was overgebleven, het vergeten pasje, en inmiddels ook de inlogcode die ze van het bureau gekregen had, die wilde niet werken. Via die inlogcode zou ze vandaag samen met een van de onderzoeksleders kijken naar een '[explanimation](#)', een filmpje waarin zijn onderzoeksproject in een animatie werd uitgelegd voor de buitenwereld. Omdat ze bij het bureau de juiste persoon niet te pakken kon krijgen, moest ze de afspraak met de onderzoeker op het laatste nippertje verzetten, waar die natuurlijk niet blij mee was.

Nog steeds geïrriteerd zat ze haar mail door te nemen -er doemden nieuwe deadlines op- toen Coen van de Bosch, de teamleider Synthetische Kleefmiddelen, duidelijk gehaast haar kantoortuin inliep.

"Mag ik even storen?" vroeg hij, maar hij wachtte niet op haar antwoord en stak van wal. Hij had een geweldig idee voor een 'PR-stunt', zoals hij het noemde. Het ging over een nieuw duurzaam kleefmiddel dat zijn team ontwikkeld had en gepromoot moest worden. Het idee was dat het middel deze week prima gebruikt zou kunnen worden voor het maken van spandoeken en..... Hij ratelde door over een actuele situatie in het nieuws. Dit idee was vanmorgen in de auto tijdens het radiojournaal bij hem opgekomen. Hij dacht het zo te doen: "we bieden de kleefmiddelen en spandoeken gratis aan aan mensen die volgende week gaan demonstreren voor een beter klimaat. Je schrijft even een persbericht en je plaatst het op wat social media en klaar is kees. En je maakt gewoon een deal met onze collega's van Functional Materials voor polyester doeken en wij leveren de kleefmiddelen en ....."

Merel onderbrak hem. Ze had net genoeg van zijn verhaal opgevangen om te weten dat ze deze zogenaamde PR-stunt, die vooral op háár bord terecht zou komen, er nu even niet bij kon hebben. Merel leunde op twee gedachten. Enerzijds wist zij ook dat een originele actie aandacht kan genereren bij het publiek. Maar ze wilde zeker weten dat de actie binnen het beleid paste én bij de doelgroep van de kleefmiddelen zou aanspreken. Goede voorbereiding is het halve werk. Kortom, op

stel en sprong zo iets even doen, dat was niet Merels stijl. En nu kwam dat echt helemaal niet uit. “Volgende week ronden we het lopende communicatieproject af, en dan ben je de eerste om deze nieuwe actie op te zetten”, zei ze. Coens rechter wenkbrauw ging omhoog. Verontwaardigd gaf hij aan dat zijn plan dan niet meer actueel zou zijn, maar Merel onderbrak hem opnieuw. “Coen, we moeten hier echt wat langer over nadenken”, legde ze opnieuw uit “Even het concept doordenken. Of het past, of zal aanspreken bij het publiek en de specifieke doelgroepen. Daarnaast heb ik op dit moment andere projecten lopen die eerst mijn aandacht vergen. Volgende week heb ik alle tijd voor je. Ik zal een afspraak voor ons inplannen.” Ze realiseerde zich dat dit een voor haar doen wel een heel ongewone, bijna afwijzende reactie was. En ook vrij kortaf.

Coen was boos. Normaalgesproken was Merel altijd toeschietelijk en aardig. En dit fantastische plan zou volgende week al achterhaald zijn. Terwijl hij zich abrupt omdraaide riep hij nog dat hij naar 'de ivoren toren' zou stappen. Merel begreep dat Coen nu bij haar manager, Hoofd Corporate Communicatie, zijn beklag zou gaan doen. Tjeetje, escalatie. Deze dag kwam niet meer goed.

De dagen daarna, die gelukkig minder hectisch verliepen, werkte Merel onverdroten door aan de voortgang van alle lopende projecten. Ze verwachtte een telefoontje van Nathalie, haar manager. Maar deze liet een paar dagen niets van zich horen. Ze zegde zelfs via email haar wekelijkse afstem-afspraak met Merel af. Donkere wolken vormden zich boven het hoofd van Merel. Ze sliep er niet van.

Merel besloot Nathalie zelf te bellen. Nathalie bleek een paar dagen niet op kantoor te zijn geweest, wat de reden was van het afzeggen van hun reguliere afspraak. Merel vroeg voorzichtig of Coen van de Bosch misschien contact had opgenomen. Dat ze bang was dat haar klantvriendelijke reputatie een knauw had gekregen, hield ze nog even voor zich. Coen had Nathalie inderdaad benaderd. En wel met de vraag een andere communicatiecollega aan te wijzen voor de promotie die hij graag deze week nog wilde. Merel voelde het schaamrood naar haar wangen stijgen. Maar Nathalie was niet op Coens verzoek in gegaan. “Allereerst ben ik het helemaal eens met jouw weigering om die opdracht op stel en sprong uit te voeren. We zijn net bezig met het verduurzamen van onze reputatie, onder andere door ons meer ‘op lange termijn exposure’ te richten. Nu wil deze interne opdrachtgever juist een korte termijnactie uitvoeren, die bovendien politiek gevoelig ligt.” Nathalie vervolgde “Inderdaad ongepast en zonde van je tijd. Ik begrijp dat dit er even niet bij kon en dat je andere, meer strategische zaken wilde afmaken. Heel assertief van je. Goed dat je je grenzen hebt gesteld door prioriteiten te stellen.” “Nou ja,” bracht Merel er tegen in, “ik heb niet absoluut ‘nee’ gezegd. Meer gevraagd om even de tijd om het even goed te doordenken. Ik heb een nieuwe afspraak ingepland.” Nathalie klonk instemmend “...en ook goed dat je aan verwachtingsmanagement deed.” Merel keek met grote ogen naar haar telefoon. Had ze zich zó schuldig gevoeld, zo slecht geslapen, en nu kreeg ze complimenten. In retrospectief, bedacht de doorgaans rationele Merel, was het goed dat ze deze keer met reden ‘nee’ had gezegd.

Hoewel Merel gesterkt was door de steun van haar manager, was ze toch een beetje zenuwachtig voor haar volgende afspraak met Coen. Hoe zou hij er nu in zitten? Bij binnenkomst in zijn kantoor, kon ze aan zijn gezicht niet aflezen of hij nog boos was. Merel nam de leiding in het gesprek en besprak eerst het andere project, dat nu afgerond was. Daarna vroeg ze Coen of hij de promotieactie die hij vorige week noemde nog eens zou willen toelichten. Merel luisterde. Coen ging ervoor zitten en legde rustig uit wat hij precies had willen doen - wat hij had gewild dat Merel zou gaan opzetten - maar hij was inmiddels tot het inzicht gekomen dat deze actie niet het

gewenste duurzaamheidsstreven van het bedrijf zou uitstralen. Hoewel het nieuwe kleefmiddel zelf de duurzaamheidstoets zou doorstaan. Daarom wilde hij met Merel brainstormen over een aangepaste versie van zijn idee. Over zijn gesprek met Nathalie zei hij geen woord..... maar Merel begreep dat Nathalie zijn inzichten zeker had beïnvloed.

Op dat punt pakte Nathalie het onderwerp weer op er ontstond een levendig en respectvol gesprek over wat wel en niet passend was om de nieuwe kleefmiddelen te promoten, wat effectief zou zijn en ook nog strategisch. Waarbij ze ervoor zorgde dat ook Coen een aandeel zou hebben in de voorbereidingen en de opvolging van de promotie.

Teruglopend naar haar eigen werkplek besloot Merel dat ze weer iets geleerd had. Soms is het beter niet direct te pleasen, maar even bedenktijd in te lassen. Voor jezelf op te komen. Dat komt de relatie ten goede. Al betekent dat niet dat het loont om iemand af te blaffen, gniffelde ze.

*Het is mijn bedoeling om de lezer uit te dagen en te reflecteren op zijn/haar eigen praktijk.  
Reacties zijn dan ook zeer welkom!*

#### Disclaimer

De verhalen die ik schrijf zijn fictieve verhalen. Ze zijn het product van mijn belevenissen én mijn fantasie. Namen, karakters, plaatsen, bedrijven, gebeurtenissen, ze zijn door mij op een fictieve manier gebruikt. Elke overeenkomst die je denkt te zien met bestaande personen, plaatsen, bedrijven en gebeurtenissen is dus puur toeval.

Mirjam Soeterbroek  
©Mimprovisie