Boekrecensie **Linda Huijsmans**

Verhalen als managementinstrument

Zet een paar mensen bij elkaar en er worden verhalen verteld. Van kletspraatjes bij de koffieautomaat tot opgeklopte succesverhalen op een borrel, van sollicitatiegesprekken tot roddel en achterklap op de werkvloer.

Managers, trainers of onderzoekers die een gevoeligheid ontwikkelen voor alle soorten verhalen binnen een organisatie, hebben een sterk instrument in handen, betogen Suzanne Tesselaar en Annet Scheringa in het *Storytelling Handboek*. Verhalen kunnen inzicht geven in complexe situaties, en concreet maken wat abstract is. Als ze authentiek zijn kunnen ze helpen mensen die verveeld powerpointpresentaties uitzitten te enthousiasmeren en te overtuigen.

Tesselaar en Scheringa maken daarbij onderscheid tussen de 'Corporate Stories' en 'Organizational Stories'. Bij die eerste vorm gaat het om formele verhalen die door het management zorgvuldig in elkaar zijn gezet. Zij weten precies hoe ze over willen komen op de buitenwereld en componeren daar zorgvuldig een verhaal omheen. Over deze vorm van reputatiemanagement is al heel wat onderzoek gedaan en daar is het een en ander aan vakliteratuur over te vinden. Het *Storytelling Handboek* focust juist op de informele verhalen die 'er gewoon zijn'. Juist de anekdotes, de rampen en de heldenverhalen die in elk organisatie de ronde doen, laten zien wat er echt gedacht en gevoeld wordt op de werkvloer. Ze geven inzicht in de dilemma's en de worstelingen van de managers, de medewerkers en de klanten.

In dit helder en praktisch geschreven handboek laten de auteurs overtuigend zien dat wie een gevoeligheid ontwikkelt voor die verhalen, ze makkelijk leert oppikken en in allerlei situaties kan toepassen. In hun 'VVV van organisatieverhalen' leggen ze uit hoe je zelf verhalen kunt vertellen, hoe je aanwezige verhalen kunt 'vangen' en ze vervolgens zo kunt vormgeven dat je ze in je eigen voordeel kunt gebruiken.

Toegankelijkheid	★★★★☆
Toepasbaarheid	★★★★★
Toegevoegde waarde	★★★★☆

Tesselaar en Scheringa brengen technieken uit de oude volkskunst van verhalenvertellen naar de praktijk van het moderne management.

Negen praktijkcases zorgen ervoor dat de theorie niet abstract blijft, maar duidelijke vormen aanneemt. Vervolgens gaan de auteurs dieper in op hoe managers deze methode kunnen toepassen om veranderingen door te voeren, hoe trainers er een concreet en toetsbaar doel mee kunnen formuleren en hoe verhalen kunnen worden gebruikt als researchinstrument.

Om te laten zien dat verhalen mensen met elkaar kunnen verbinden en in beweging zetten, geven Tesselaar en Scheringa het voorbeeld van een bedrijf waar twee afdelingen met elkaar moesten fuseren. De weerstand was groot. Om te laten zien dat verandering leuk kon zijn en wat kon opleveren, werden tijdens dat proces elementen van storytelling ingezet. De operatie kreeg de naam Sting en werd gesymboliseerd door een grappig bijtje. Op dag 1 vonden alle betrokkenen een wollen bijtje op hun beeldscherm geplakt. Op het moment dat ze hun computer aanzetten, verscheen er een tekstje over bijen die zo hard werken en in groepen leven en zo samen veel tot stand brengen. Een week later vonden ze een potje honing op hun bureau en een praatsessie vond plaats op de insectenafdeling van de dierentuin. Het resultaat van deze aanpak was dat de sfeer ontspannen werd; er ontstond een gevoel van verbondenheid.

Dat de informele verhalen van de mensen in een organisatie een goed hulpmiddel zijn bij het realiseren van veranderingen is nog geen algemeen geaccepteerd fenomeen. Er is weinig managementliteratuur over en de wetenschap wil er voorlopig haar vingers niet aan branden. Tesselaar en Scheringa zetten echter overtuigend uiteen dat juist in tijden van grote haast verhalen voor een rustpunt kunnen zorgen. Ze zetten aan tot reflectie en al vertellend geven we vanzelf betekenis aan ons werkend bestaan.

Storytelling handboek € 24,50
Uitgeverij Boom
ISBN 9789 0473 0079 3