

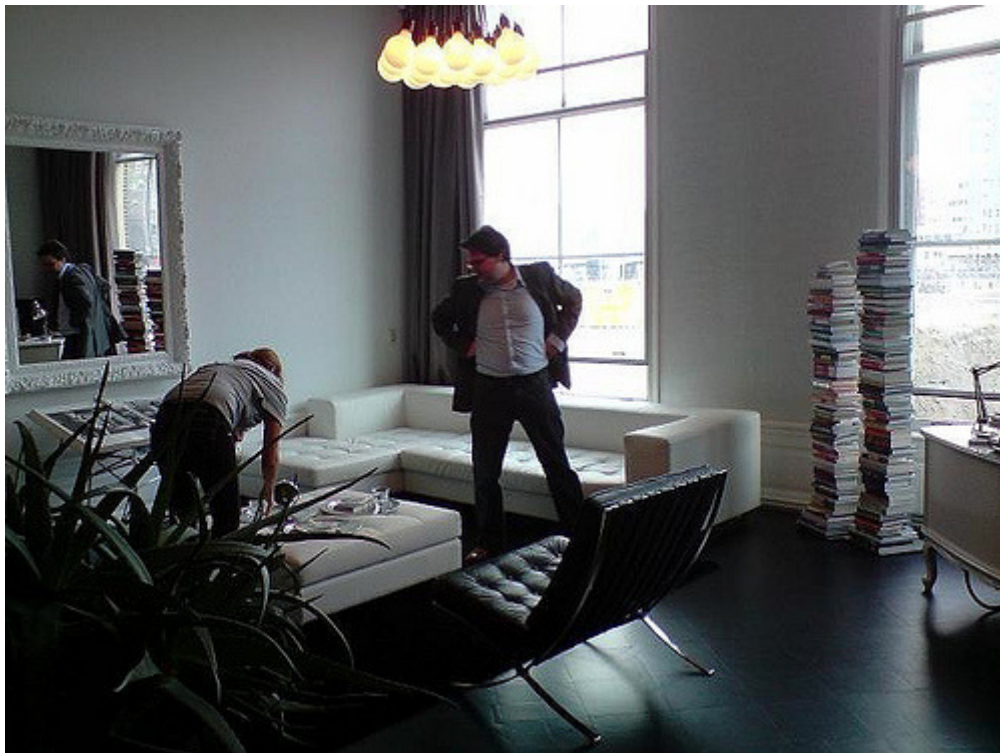
# Sjaak Vink: "Je moet een organisatie zien als een mammoettanker"

Door [Chris Stapper](#) op 16-07-2009 | 0 reacties

Dit gaat over: authentiek , bedrijf , het stormt , sjaak vink

*In een heel bijzonder pand vlakbij de oude Haven in Rotterdam heb ik afgelopen dinsdag een interview gehad met Boris van Beek en Sjaak Vink van [Het Stormt](#). We zitten in een zeer luxe kantoor (zie foto) en krijgen heel gastvrij iets te drinken. Op de achtergrond klinkt ontspannen muziek. Het kantoor ademt stijl en rust uit. En dat is ook de sfeer waarin dit interview gehouden wordt.*

*Als we Sjaak vragen hoe het kantoor zo is ingericht zegt hij 'dat doen we allemaal zelf'. 'Een van onze partners is in zijn vrije tijd fotograaf. Een ander is schrijver of beeldhouwer. Het zijn veelzijdige mensen. Het kantoor ontstaat op zijn eigen, speelse manier.'*



Vanuit deze sfeer stappen we het interview in.

## **Chris: Sjaak, wat is het belangrijkste dat je over jezelf zou vertellen?**

“Ik een paar jaar geleden voor mezelf heb besloten dat ik met alles wat ik doe een bijdrage wil leveren aan een betere wereld. Ik wil het verschil maken. En als dat verschil een heel klein verschilletje is, als mijn invloed beperkt is, dan kan ik daarmee leven. Als mijn rol een hele grote kan worden, dan zou dat mooi zijn. Ikzelf ben niet zo belangrijk.”



“Ik geloof heel erg in leiderschap. Als je dat eendimensionaal bekijkt, dan denk je dat de CEO moet opstaan om iets te doen. Maar ik geloof in persoonlijk leiderschap. Jij bent leider van je eigen leven. Ik denk dat daar de wereld van IKKI en mijn wereld elkaar heel erg raken. Mijn hartenwens is dat mensen, zoveel mogelijk mensen, in hun kracht kunnen komen. Dat ze de ruimte kunnen vinden om hun eigen keuzes te maken. “

“Ik hoop dat wij anderen mogen inspireren om ook het verschil te willen maken. Die anderen zijn individuen in organisaties, vaak leidinggevend. Maar veranderingen kunnen ook bottom-up gebeuren. Als mensen besluiten dat ze het anders kunnen doen, want dat kan, dan volgt er een hele erge worsteling van 'hoe moet je dat nou doen'? Die worsteling is voor mij zeer herkenbaar. Daarin proberen wij de leiders van organisaties en hun mensen te begeleiden. Met het zoeken naar nieuwe betekenis. Opnieuw invulling geven aan beleid binnen de waarden en normen van een organisatie.”

**Chris: Nog even praktisch, wat heb je voor achtergrond qua opleiding en ervaring?**

“Ik heb een bedrijfseconomische achtergrond. Ik ben qua werkervaring vrij snel in de marketinghoek terecht gekomen. Waar ik met name internationaal heb gewerkt. Daar ben ik tegen iemand aangelopen die zei, 'volgens mij ben je een heel creatief iemand, joh, wat zou je er van vinden om samen een communicatiebureau te beginnen?'. Communicatie heeft me altijd al gefascineerd, vanwege de enorme power die er van uit gaat. Kijk bijvoorbeeld de film the wave, waarin je ziet dat wanneer communicatie op een verkeerde manier wordt gebruikt, het ongelooflijk veel leed kan veroorzaken. Ook het niet communiceren, China, kan veel leed veroorzaken. De keerzijde is dat het goede gebruik heel veel goeds voort kan brengen, daarom vind ik communicatie zo mooi en daarom leek dat bureau me erg leuk.”

**Boris: Hoe is Het Stormt ontstaan?**

“We waren een communicatiebureau, maar na verloop van een aantal jaren deden we werk dat heel dichtbij klanten stond. We kwamen in een soort rol van vertrouwenspersoon. Op een gegeven moment gingen we steeds meer voor commerciële organisaties werken. En langzaam maar zeker werden we steeds meer een reclamebureau. Op enig moment zat ons dat niet lekker meer.”

“Sommige mensen hebben hier persoonlijke belevingen bij. Voor mij is dat manifest geworden toen ik thuis kwam 4 jaar geleden. Mijn kleinste zoontje stond bij de voordeur op me te wachten. En ik had het gevoel dat hij zei: 'Hey pap, wat voor belangrijks heb jij vandaag gedaan?'. Dat vroeg hij niet want hij kon amper praten. Maar ik zat 's avonds op de bank en vroeg me af stel dat hij die vraag echt gesteld had. En ik had moeten antwoorden: 'ik heb voor een van mijn klanten een paar huisvrouwen een product aangesmeerd dat ze echt niet nodig hebben.' Dat gaf me zo weinig voldoening, dat werkte heel frustrerend. Daar heb ik een tijd mee geworsteld. Ik dacht: 'ik heb alle ervaring en capaciteit om iets te doen.' Ik ben een zoektocht begonnen. De andere mensen in onze organisatie hebben ook zoiets meegemaakt.”



### **Boris: Hoe krijg je bedrijven mee in een bewustwordingsproces?**

“Ik denk dat er op dit moment een algemeen bewustwordingsproces bezig is. Ik kwam er achter dat mensen 15 jaar geleden hier al mee bezig waren. Ik dacht dat ik voor de groep uitliep, maar die mensen liepen nog veel meer op de groep uit. Ik denk dat een Obama daar een product van is. Deze mensen hebben veel goeds gedaan voor de wereld.

Organisaties worden er langzaam rijp voor en staan meer open voor verandering. Wij proberen zoveel mogelijk mensen te inspireren en te laten zien dat het ook anders kan. Als jij daar voor open staat dan geef jij mij dat seintje wel. En als je daar nog niet klaar voor bent, dan komt het wel.”

### **Boris: Hoe pak je dat aan, start je zo'n project?**

“Alle organisaties zijn verschillend. Het begint vanuit leiderschap. zo brengen we een beweging op gang. Maar het moet uiteindelijk ook de raad van bestuur raken, want zij zijn de enigen die echt beslissingen nemen. Zeker in het begin krijgt een organisatie veel tijd en aandacht van ons. Persoonlijke begeleiding, gezamenlijk zoeken naar de dromen van de organisatie. Waar dacht men aan toen de organisatie werd opgericht? En heeft men nog steeds een vertaalslag naar het business model zoals toen? Die zoektocht. Van daar uit worden nieuwe doelstellingen bepaald, wordt beleid ontwikkeld, wordt de rest van de organisatie steeds uitdrukkelijker naar buiten getrokken. Dat werkt als een soort olievlek. En dit doen we met workshops, coaching, intervisies, het ontwikkelen van meetinstrumenten (zowel harde als zachte indicatiefactoren). Zo dat je kunt zien dat de verandering die je wilt realiseren ook gerealiseerd wordt. Dit gebeurt stapje voor stapje want organisaties zijn kwetsbare organismen ook al lijken ze heel stoer. “

“Je moet een organisatie zien als een mammoettanker, als zo'n tanker zijn koers vaart 1 graad mist, dan kan dat het verschil tussen New York en Rio de Janeiro.

Binnen dat proces is het ongelooflijk gaaf om te zien dat organisaties missies hebben, niet mission statements die keurig netjes staan in het jaarverslag, maar missies die mensen echt

voelen. Die mensen echt doorleven. Die een reden zijn voor mensen ook om bij dat bedrijf te willen blijven werken. En dat zij zichzelf daarbinnen gaan ontplooiën en ontwikkelen en in hun kracht komen.

Daar zie je dat mensen vrijheid krijgen, maar ook verantwoordelijkheid nemen. Want bij vrijheid hoort verantwoordelijkheid.”

**Boris: Wat zijn voor jou bedrijven die al heel ver in dit proces zijn?**

“Er is een boek geschreven door een Amerikaan, met als titel *Small Giants*. Bij nieuwe bewegingen is het natuurlijk zo dat als je een kleine organisatie hebt het veel makkelijker is om de koers te verleggen. Dus als wij die worsteling hebben gehad en de koers. dan kun je nog een giant worden. Een giant heeft dan ook grote aantrekkingskracht. De kunst is om selectief te blijven. Je kunt varen op je grote succes en zo groot en commercieel mogelijk worden, maar dat is vaak ook het begin van het einde. De *small giants* zijn bedrijven die ervoor kiezen om binnen hun niche marktleider te zijn, moreel leider, het boegbeeld, het lichtend voorbeeld. En kiezen voor die echtheid.

Er zijn ongelooflijk veel organisaties die in die worsteling zitten. die begrijpen dat het anders kan, het ook echt anders willen, maar die nog zoekende zijn naar hoe dat dan zou moeten. “



**Boris: Hoe maak je die veranderingen vanuit het stormt?**

“Ik geloof ook in keuzes. Dat is een van de moeilijkste dingen, misschien ook voor jullie doelgroep. We worden overstelpt met keuzemogelijkheden. Wij als organisatie hebben gezegd, we hebben een aantal capaciteiten en een aantal vakgebieden waar we goed in zijn en waar we ons verder in willen specialiseren. Daar focussen we op. Wij geloven dat organisaties, het bedrijfsleven, een ongelooflijk grote invloed kunnen hebben op de samenleving. Op het moment dat je hele eerlijke, transparante ondernemingen hebt, zul je zien dat er veel meer transparantie in de samenleving ontstaat.”

“Er wordt veel gesproken over leiderschap, over oude en nieuwe leiders. Ik begrijp wel wat daarmee bedoeld wordt, maar we moeten uitkijken dat we niet polariseren. Ik denk dat de oude leiders ook wel anders willen, maar nog niet zo goed weten hoe. Er zitten vaak

aanstormende leiders onder, die roepen 'wij weten het wel', maar dat is ook niet de oplossing. De jonge mensen zijn hard nodig om nieuwe wegen te ontdekken, maar tegelijk is de kennis van die oude leiders ook nodig om die wegen op een goede manier in te kunnen gaan. Ik denk dat er een mooie uitdaging ligt voor de babyboomers om zo open minded mogelijk proberen te zijn, niet gemakzuchtig afstand doen van de troon en in hun vakantiehuisje in Frankrijk gaan zitten. maar oprecht open staan voor de energie van de nieuwe generatie.”

**Sjaak: Boris, hoe sta jij in het leven?**

“Dat is de afgelopen 1.5 jaar erg veranderd, voor IKKI heb ik gewerkt bij een grote multinational. Bij toeval kwam IKKI langs. Door IKKI ben ik meer gaan denken over werken vanuit mijn passie en voor mijn plezier. Daarbij is het doel om mensen te helpen zichzelf te kunnen zijn in hun werk. Dit doel is kleinschaliger dan het doel van het stormt.”

**Sjaak:**

“Als je iets wil bereiken, als je die mensen zo coacht en begeleidt dat ze zelfbewust kunnen zijn. Dan gaan al die mensen naar hun gezinnetjes waar ze geen frustraties kwijt hoeven. Daardoor kunnen de kinderen van al die gezinnen, in een relatief stabiele situatie met een papa of mama die in zijn kracht staat, alleen maar baat bij hebben. En die kinderen hebben de toekomst.”

Yes, de charmante receptioniste/secretaresse komt binnen en meldt dat Sjaak bijna geen tijd meer heeft. We moeten afronden.

**Chris: Nog even praktisch, hoe ga je in zo'n total branding proces aan de slag en wat voor achtergrond hebben je consultants?**

“We werken altijd in projectteams. Met mensen uit verschillende hoeken, van HRM, tot psychiaters. Die mensen werken met elkaar samen in deelgebieden en beïnvloeden elkaars deelgebieden ook. Ze bakenen hun gebied niet af, staan open voor de inzichten van de andere mensen. Kruisbestuiving! We werken vanuit de ziel van de organisatie, die ziet er uit als een soort yin en yang. De ziel bestaat uit de droom van de organisatie (Yin) en waarden en normen van de organisatie (Yang). De ziel is tweeledig, want neem bijvoorbeeld Greenpeace en het Wereld natuurfonds. Die hebben allebei dezelfde droom, maar zeer verschillende normen en waarden. “

“Vanuit de ziel toetsen we het beleid van de organisatie. We hopen de bedrijfscultuur gefocust te krijgen op de droom. Om dat te bereiken zetten we bijvoorbeeld de communicatiestructuur opnieuw op de rit. En met name uit de cultuur en het beleid volgt vaak een nieuwe organisatiestructuur.”

*Sjaak, Boris en ik schudden elkaar de hand. Bij ons afscheid krijgen we een kopie van Verkoop je ziel, het boek van Het Stormt. Floor schreef er al een [enthousiaste review](#) over. Op de terugweg naar IKKI discussiëren we over de mooie idealen van Het Stormt.*