





WAT TE DOEN MET WERKNEMERS DIE
WILLEN MEEDENKEN MET HET BEDRIJF OF
OP EEN STEP ARRIVEREN? RAUSI DE DUITSE
MANAGEMENT-GOEROE **JUDITH MAIR**
VOERT EEN BLITZ-KRIEG TEGEN DE PLATTE EN
MODERNE BEDRIJFSCULTUUR. 'STRENGE
REGELS VERLICHTEN HET WERK.'

MEESTERES
MAIR



'HA, THE AGENCY DOG.'

Judith Mair kijkt met een smalend lachje naar de golden retriever die om haar benen slalomt. De 1,60 meter lange Duitse managementgoeroe staat bij de balie van het gerenommeerde reclamebureau Schaeffer Wunsch Has (SWH). De volgelingen van Lode Schaeffer zetelen in een grondig verbouwde etage van een oud pakhuis aan de Hoogte Kadijk in Amsterdam. De vrijgevochten werknemers van SWH zijn gewaarschuwd, want miss Mair heeft een zweep bij de hand. Net zoals Jezus ooit de tempel verblijdde met een bezoekje om de dealende farizeeërs eruit te ranselen, is Mair klaar voor de heropvoeding.

De Teutoonse tuchtmanager veracht losbandigheid en bestrijdt lolbedrijven. *Schluss mit lustig* heet het provocatieve pamflet dat ze dit voorjaar schreef. Het boekje, in het Nederlands getiteld: *Het is mooi geweest. Het kantoor is geen pretpark*, rekent af met de laatste restjes van de dotcomcultuur en eist herstel van hiërarchie, tucht en stipte werktijden. Troosteloos is de morele erfenis van de nieuwe economie in haar ogen geweest. 'Vroeger lieten veranderingen in de samenleving de meer zakelijke ingestelde organisaties onberoerd, maar nu viel, na de mode en de muziek, ook de gewone onderneming ten prooi aan de revolutie van het jonge, creatieve optimisme en plezier. Vroeger moest je in een band zitten om cool, rijk en sexy over te komen. Nu was het opeens voldoende om bij een hip bedrijf te werken.'

Mairs boek gaat van hand tot hand bij vertwijfelde en aangeslagen werknemers. De in vormgeving afgestudeerde blondine, zelf ooit een gefrustreerde medewerker van een hip



webdesign- en reclamebureau, is op tournee in Nederland om de boze boodschap te verspreiden. Mark Aink, mededirecteur van SWH, heeft Mair uitgenodigd om zijn bedrijf te recenseren. Ze stapt op haar zware, zwarte laarzen in een blauw uniform en met paarse coltrui door het surrealistisch ingerichte pand. Bij een kamer die doet denken aan een aquarium houdt ze halt. Aan de glazen deur wiebelt een rubberen Elvis-popje. Ze frons haar wenkbrauwen en pakt het popje even tussen haar vingers. Met een blik vol afschuw: 'Accessoire Maximalismus! Twee strafpunten. Dit mag dus niet, wat mij betreft.'

Het moderne kantoor moet eruitzien als een crematorium: vreugdeloos en efficiënt. Bij Mair, die zelf een advertentiebedrijf exploiteert in Keulen, zijn persoonlijke totems of dierbare voorwerpen taboe. Mair werkt om te werken, het liefst van negen tot zes. Ze hanteert opmerkelijke dogma's. Werknemers die op een step arriveren, kunnen meteen doorstappen naar het arbeidsbureau. *Raus!* Ze is antihip. 'In is uit', citeert ze in haar boek uit Bret Easton Ellis' roman *Glamourama*. 'We hebben geen tijd voor dingen die in de moderne arbeidsmarkt als "trendy" of "hip" te boek staan', luidt regel 16 van bureau Mair U.A. Meedogenloos springt ze in haar boek om met modieuze managementtermen. Een 'platte organisatie' is een gemakkelijk excuus voor ondernemers die hun verantwoordelijkheid niet nemen. Teamwork is een illusie: werk is niet collectief. (Team staat volgens Mair voor: Toll Ein Anderer Macht's) en van de werking van 'nieuwe managementconcepten' is nog nooit een bewijs geleverd, net zoals je maar moet afwachten of de medicijnman inderdaad regen kan maken.

Cultuurcritici zien in Mair de wederopstanding van Rosa Luxemburg, een reactionaire revolutionair: antikapitalistisch, maar niet vooruitstrevend. Geen gekke gedachte. Ze is de dochter van een hoogleraar pedagogiek die zich in the roaring sixties volzooog met het zwartgallige gedachtegoed van Marcuse, Adorno en Horkheimer. 'Mijn vader was een '68-er. Natuurlijk ben ik daar mede door gevormd. De intellectuelen zetten zich enerzijds af tegen de vrijheid blijheid van de *summer of love* in 1967, maar wilden ook niet terug naar de jaren vijftig. Ik ben geen reactionair, hoor', zegt ze afgemeten.

Het lijkt alsof ze het meent. Het boek, dat in gortdroge zinnen is geschreven en bol staat van herhalingen, is in eerste instantie ironie. *NRC Handelsblad*-journalist Freek Staps betrapte haar op het overtreden van de eigen regels. Ze verbiedt werknemers een sleutel te hebben van het werk, maar heeft er zelf wel één. 'Natuurlijk speel ik een rol.'

Ze past in het rijtje van *angry young women* als Noreena Hertz en Naomi Klein, de parelkettingdames van het antiglobalisme. In Duitsland is haar boek toe aan de vijfde druk. De media, van Japan tot Brazilië en van Canada tot Australië, zijn in de ban van de blonde verschijning met het Tolkienachtige elfenhoofdje. Maar ook onder managers is de publicatie van Mair een hit. Begin september ontving ze een uitnodiging van het prestigieuze World Economic Forum. De organisatoren van de jaarlijkse economische conferentie in Davos willen dat Mair het congres voor jonge zakelijke leiders toespreekt. Ze stopt bij een ledereen bank. Ze gaat zitten en zakt ver weg. Te ver. 'Hmm. Dit is meer om je te ontspannen.'





GOEDE GRAP, GOEDE STUNT OM JE BOEK ZO TE PROMOTEN.

Ze verstart: 'Het is geen van beide, al hou ik ervan om prikkelend stelling te nemen en een beetje te overdrijven. Provocatie beschouw ik als een legitiem middel. Om mijn boodschap onder de aandacht te brengen, moet ik waargenomen worden. Maar dat is geen berekende strategie. Ver voordat mijn boek uitkwam, werkten mijn collega's en ik al volgens de strikte regels.'

WAAROM HEB JE DIT BOEK GESCHREVEN? WAS JE ZELF NIET HIP GENOEG?

'Als freelancer heb ik enkele jaren gewerkt voor multimediabedrijven, webdesigners, reclamebureaus en uitgeverijen. Wat mij toen direct opviel was de enorme discrepantie tussen de werkelijkheid en de wijze waarop werkgevers hun personeel aanmoedigen. Bedrijven hebben de mond vol van zelfontplooiing en flexibiliteit, maar de praktijk is dat je geleefd wordt. Ik moest 's avonds laat regelmatig overwerken en ook werd van me verwacht dat ik samen met mijn collega's de kroeg in dook. Toen besloot ik een eigen bedrijf op te richten. Ik had geen zin meer om mezelf uit te laten buiten.'

MAAR WANNEER KWAM JE AHA-ERLEBNIS?

'Mijn onvrede sluimerde langer, maar de maat was vol na het afronden van een webdesignproject voor een bedrijf van Leo Kirch. Het was de zoveelste klus met meetings waar eindeloos werd gediscussieerd. Iedereen mocht voortdurend zijn zegje doen. We tutoyeerden elkaar, dronken tientallen kopjes koffie en kletsten alleen maar over ons privé-leven. Dat duurde uren en



we hadden nog steeds geen flauw idee wat er nou van ons verwacht werd. Maar Kirch was zeer tevreden. We werden allemaal dik betaald zonder dat we iets substantieels hadden gedaan.'

WAT MANKEERT DAARAAN, MET WEINIG INSPANNING VEEL GELD VERDIENEN?

'Niks. Maar die klus van Kirch heeft me wel aan het denken gezet. Ik realiseerde me dat we onderdeel uitmaakten van een bedrijfscultus die gedoemd was te mislukken. Al die euforie over hippe en sexy bedrijven en de nieuwe economie is bullshit gebleken.'

WAAROM MAG WERK NIET LEUK ZIJN?

'Nog niet zo lang geleden geloofde iedereen nog in de mythe "werk is leuk". Alles wat werknemers in hun vrije tijd zochten, wilden ze ook in het werk vinden: erkenning, avontuur, in een team iets bereiken, vriendschap en intieme relaties. We dachten dat je baas een vriend was, dat tutoyeren goed was en met elkaar een biertje drinken erbij hoorde. Maar je baas is niet je vriend. Je kunt door hem op straat worden gegooid. We bevinden ons nu in de fase na de hoogconjunctuur en funcompanies. De illusie van gezellig naar het werk gaan is voorbij.'

HET MOET NU WEER SAAI WORDEN.

'Mensen hebben een baan omdat ze geld nodig hebben. Je denkt toch niet dat een caissière of een boekhouder puur voor de lol werken? Ik erger me aan de leugenachtige beloftes van werkgevers. Werken in hun bedrijf zou geweldig zijn. Kijk maar naar de advertenties waarin wordt gevraagd om caissières die 'in een jong team' willen werken en 'op zoek zijn naar >

TEUTOONSE TUCHT

Er wordt gewerkt van maandag tot en met vrijdag. In het weekend blijft het kantoor dicht. Geen enkele werknemer krijgt een sleutel.

De werkdag begint om klokslag negen uur 's ochtends. Om 17.30 uur is de dag afgelopen, uiterlijk om 18 uur verlaat de allerlaatste het kantoor. De werktijden zijn bindend; ze dienen onvoorwaardelijk te worden nagekomen en aangehouden.

Er wordt alleen op kantoor gewerkt. Documentatie mag niet worden meegenomen naar huis. Werkt iemand thuis door, dan heeft dat consequenties.

Wie denkt dat werk alleen goed is als je er plezier aan beleeft, is bij ons aan het verkeerde adres.

Iedere medewerker heeft een eigen vaste werkplek die hij na afloop van zijn werkdag netjes en opgeruimd dient achter te laten.

We zijn geen vrienden van elkaar, maar collega's of chefs. Daarom komen privé-aspecten onder werkdag op de laatste plaats. Een privé-gesprek van maximaal vijf minuten wordt gedoogd.

Het mobieltje staat uit onder kantoortijd. Persoonlijke telefoongesprekken en de uitwisseling van privé-mails zijn alleen toegestaan tijdens de middagpauze. Ook hier geldt: vijf minuten moet volstaan.

Leidinggevenden en collega's worden aangesproken met 'u' en de achternaam. Niemand is verplicht jolig, charmant of onderhoudend te zijn.

Tijdens kantoortijd en bij afspraken met een klant is het dragen van werkkleding verplicht.

Wat iemand in zijn eigen tijd doet, is privé en daarmee zijn zaak. Van het werk een avondvullend gespreksthema maken wordt ontraden, evenzeer als een overmatig contact met collega's.

Iedereen bemoeit zich met zijn eigen zaken. Taken worden verdeeld en niet naar believen zelf uitgezocht.

De meeste beslissingen en taken worden bepaald door de leidinggevenden. Alle medewerkers hebben zich aan deze beslissingen te houden; ze zijn bindend en staan niet ter discussie.

Voor 'trendy' en 'hip' hebben we geen tijd. U wilt op de step naar kantoor komen? Step dan direct maar door naar een andere werkgever.

Kantoorbegrippen, zoals 'key visual', 'mood chart' of andere obligate marketingprietpraat, dienen verboden te worden.

Elke maandagochtend komen medewerkers en leidinggevenden bij elkaar voor een bespreking waarin de 'top' aangeeft wie deze week wat doet, wanneer en hoe. Informele praatjes staan niet op het programma.

Routine is goed. Het werk staat centraal. Pogingen om van de reguliere werkdag een happening te maken en die kunstig in scène te zetten, worden niet op prijs gesteld.

