



Boekrecensie - Storypower

Geen walk of talk, maar werk aan de winkel

Sigrid van Iersel, juni 2013, *Storytelling Matters*

Eerlijk is eerlijk: ik twijfelde of ik het nieuwe boek *Storypower* van Annet Scheringa wel zou lezen. 'Verhalen die je organisatie veranderen', staat er als ondertitel op de cover. Voegt dit boek iets toe aan alles wat ik eerder gelezen heb over storytelling binnen organisaties, inclusief het fameuze *Handboek Storytelling* dat Annet eerder schreef met Suzanne Tesselaar?

Zodra ik het boek in handen heb en op een willekeurige bladzijde begin te lezen, weet ik dat ik het mis had. Wat een schat aan informatie, technieken en praktijkervaringen.

'Narratief intelligente personen' zoals Annet dat noemt, herkennen in deze intro meteen een 'verhaal'. Dat verhaal is in de wereld van de verandercommunicatie meestal niet groots en meeslepend; een worsteling met een beginpunt en een uitkomst is al genoeg. Toch hebben deze verhalen impact als ze in handen komen van mensen die daarvoor fijne voelsprietten ontwikkeld hebben. En dat valt volgens Annet gelukkig gewoon te leren.

Luisteren is veel belangrijker dan vragen

Meestal ligt bij storytelling het accent op *telling*, maar dat is niet terecht. Het gaat ook om het vinden van verhalen in organisaties, bijvoorbeeld om te weten wat er werkelijk speelt.

Dat betekent vooral *story listening*: luisteren is veel belangrijker dan vragen stellen. Annet vervangt de bekende drieslag 'Luisteren, Samenvatten, Doorvragen' door 'Luisteren, Luisteren, Luisteren'. Het traditionele 'interviewen' werkt vaak niet, omdat de onderwerpen te emotioneel en gevoelig zijn, stelt ze. Wie niet stuurt met vragen, ontdekt bovendien meer onbewuste patronen en details. Zo kun je een diagnose stellen en ontdekken waaraan een organisatie echt behoefte heeft.

Storytelling is dan ook geen doel op zich, maar veelzijdig gereedschap om een organisatie verder te helpen. Dan begrijp je ook meteen waarom de veelvoorkomende vraag 'doe maar een corporate story' zo'n onzinnige is. Op die manier is het iets kunstmatigs, dat niet aansluit op de belevingswereld van de werkvloer. Logisch dat medewerkers het dan vooral zien als een speeltje van de afdeling communicatie of het externe bureau.

Bij het verzamelen van verhalen in organisaties is een grote rol weggelegd voor communicatieprofessionals. Dat vraagt een omschakeling van zenden naar ontvangen: het ontwikkelen van ontvankelijkheid voor bruikbare verhalen. Maar wel waardevol, want met zo'n verzameling verhalen voeden communicatiespecialisten het management met wat er op de werkvloer speelt. Een nieuw perspectief voor deze groep, die zo worstelt met het vinden van een eigentijdse rol.



Verhalen voor afgesleten woorden

Een andere interessante toepassing van verhalen is het opzetten van een ambassadeursnetwerk. Bevlogen vertegenwoordigers in een organisatie dragen uit wat woorden als 'respect' of 'focus op de klant' eigenlijk betekenen. Met persoonlijke verhalen krijgen deze afgekauwde woorden weer vlees op de botten.

Annet beschrijft zelf ook veel voorbeelden uit haar eigen praktijk. Daar heb ik het meest van genoten, want het theoretische deel van haar boek heeft een hoog abstractiegehalte. Ik struikel regelmatig over technische woorden als procesanalyse en zinnen als 'de plan- en commitmentfase is de link tussen strategie en implementatie'. Jammer, want een van de mooiste krachten van verhalen is juist dat ze zo beeldend en concreet zijn.

Gelukkig helpen de duidelijke structuur, de gemarkeerde kernzinnen en de samenvatting achter ieder hoofdstuk om grip te houden op de schat aan informatie en adviezen in dit boek. Dat geldt ook voor de royale kantlijn, waarin tekeningetjes en aantekeningen staan. **Handig om er zelf nog veel meer notities bij te krabbelen, want daartoe inspireerde dit boek mij zeer.**

Dit boek is niet voor de snelle gebruikers, die 'even' wat willen doen met storytelling. Communiceren bij veranderingen is geen roadshow, geen walk of talk. Het is voortdurend werk aan de winkel, waarvoor dit boek een rijk gevulde gereedschapskist geeft.

Verpletterd sla ik het boek na lezing dicht. Wat een veelomvattend vakgebied, wat een mogelijkheden, wat een vlinders in mijn buik. Bij verhalende veranderaars moet 'Storypower' bovenop de stapel storytellingboeken liggen.

Annet Scheringa, *Storypower, verhalen die je organisatie veranderen. Praktijkboek voor Communicatie en Verandermanagement*. 2013, Adformatie Groep Amsterdam