

INHOUD

■ DEEL I

Inleiding: Welkom in de wereld van de onderstroom 9

1 De onderstroom: De wereld waar we het liever niet over hebben 17

1.1 Ga je mee of niet? 17

1.2 Wat is onderstroom? 21

1.3 Wat is bovenstroom? 24

1.4 Het gaat om de verbinding 24

1.5 Onderstroom in soorten en maten 27

1.6 De onderstroom – waarom je niet zonder kunt 27

2 Verhalen als parels van de onderstroom 33

2.1 Homo significans – verhalen geven grip op een ingewikkelde wereld 34

2.2 Homo sapiens – verhalen helpen ons om informatie te onthouden 36

2.3 Homo socialis – verhalen verbinden ons 38

2.4 Storylistening is verhalen verzamelen 40

3 Van storytelling naar storylistening 41

3.1 De structuur van een verhaal 44

3.2 Moet een verhaal compleet zijn? 49

3.3 Hoe waar is een verhaal? 51

3.4 Wanneer werken verhalen? 53

Samenvatting – deel I in het kort 56

DEEL II

Inleiding: Storylistening in de praktijk	59
4 De basis van storylistening: Verhalen verzamelen	65
4.1 Introductie: De Fabriek	65
4.2 Het verhaal van Annelies: Waarom willen ze niet mee?	66
4.3 De inzichten uit dit voorbeeld	71
4.4 Zelf verhalen verzamelen	77
Dit hoofdstuk in het kort	96
5 Interne communicatie verbeteren met storylistening	97
5.1 Introductie: De gemeentelijke dienst	97
5.2 Het verhaal van Simone: Reiger en de rijst	98
5.3 De inzichten uit dit voorbeeld	106
5.4 Zelf een verhaal vormen en aan de slag met een verhalendialoog	110
Dit hoofdstuk in het kort	118
6 Medewerkers meekrijgen met een visieverhaal	119
6.1 Introductie: De zorgorganisatie	119
6.2 Het verhaal van Udo: Groeien van geluk	121
6.3 De inzichten uit dit voorbeeld	127
6.4 Zelf een visie- of veranderverhaal vormen	132
Dit hoofdstuk in het kort	148
7 Cultuurverandering vanuit de onderstroom	149
7.1 Introductie: Het Shared Service Center	149
7.2 Het verhaal van Annet: Professionals rouwen niet	150
7.3 De inzichten uit dit voorbeeld	158
7.4 Zelf aan de slag met cultuurverandering	167
Dit hoofdstuk in het kort	173
8 Iedereen aan boord met peer stories en zingeverhalen	175
8.1 Introductie: De jeugdgezondheidszorg	175
8.2 Het verhaal van Marjanne: Voorbeeldverhalen overtuigen	176
8.3 De inzichten uit dit voorbeeld	183

8.4	Zelf overtuigende onderstroomverhalen verzamelen	188
	Dit hoofdstuk in het kort	196
9	Betekenis geven aan je missie	197
9.1	Introductie: Rabobank	197
9.2	Het verhaal van Camille: Een betere wereld maak je samen	198
9.3	De inzichten uit dit voorbeeld	205
9.4	Zelf betekenisgeving faciliteren	213
	Dit hoofdstuk in het kort	222
10	De buitenwereld binnenhalen	223
10.1	Introductie: Gemeente Amsterdam	223
10.2	Het verhaal van Anne: Echte mensen	244
10.3	De inzichten uit dit voorbeeld	227
10.4	Zelf de buitenwereld binnenhalen	231
	Dit hoofdstuk in het kort	236
11	Onderstroomverhalen uit de hele wereld en op sociale media	237
11.1	Introductie: De goededoelenorganisatie	237
11.2	Het verhaal van Indra: Ieder verhaal raak	238
11.3	De inzichten uit dit voorbeeld	244
11.4	Zelf onderstroomverhalen inzetten in je contentstrategie	251
	Dit hoofdstuk in het kort	261
	Epiloog: Aan het einde van de hypecycle	263
	Onze verhalen	267
	Verhalenregister	269
	Literatuur	272
	Noten	276