



De corporate antropoloog Jitske Kramer

‘Het Nieuwe Werken is al eeuwenoud’

“Mensen zijn groepsdieren, ze leven en werken samen. Dat doen we overal in de wereld. We regelen dingen, bedenken oplossingen voor thema’s als omgaan met macht, ziekte, leiderschap, politiek en onderwijs. Thema’s die overal ter wereld spelen. Als corporate antropoloog bekijk je hoe verschillende volken oplossingen bij deze thema’s vormgeven. Niet door een vragenlijst op te sturen, maar door met mensen te praten en mee te doen aan activiteiten. Zo beleef je de cultuur zoals zij deze beleven en leer je hun wereld van binnenuit te begrijpen. Antropologen bestuderen hoe mensen culturen vormen en hoe culturen mensen vormen. Ondanks de ogenschijnlijke verschillen zijn er toch ook vaak heel veel overeenkomsten.

‘We kunnen veel leren van wat we al weten.’

Ik ben gespecialiseerd in de dynamiek die ontstaat wanneer mensen (culturele) verschillen ervaren; denk aan *global teamwork*, diversiteit in Nederland en fusieprocessen. Ik richt me vooral op bedrijven en organisaties. Bij een fusie zorgen verschillen regelmatig voor verwarring, strijd om wie wat mag beslissen. Hoe verloopt de besluitvorming? Wat is goed of fout? Wat is de juiste cultuur? Ik kijk naar de organisatie als naar een *tribe* – een dorp of stam – en ontdek samen met de medewerkers en de leiders hun eigen cultuur. Daarnaast reis ik de hele wereld rond, op zoek naar manieren om *tribes* te bouwen en onderlinge relaties sterk te maken. Want alles is al

een keer gebeurd en voorbijgekomen.

Je kunt veel leren van een andere cultuur. Neem Het Nieuwe Werken. Bij de invoering in de praktijk hoor je vaak: hoe werkt dat met leiderschap als steeds iedereen op een andere plek zit of thuis werkt? Maar in feite is dit concept al eeuwenoud! Nomaden leiden altijd al een rondtrekkend bestaan. Hoe doen zij dat met afwezige leiders, afspraken maken zonder e-mail? We kunnen veel leren van wat we al weten.

Ook het fenomeen fusie is al eeuwenoud. Hele verwantengroepen worden samengevoegd tijdens huwelijken. De rituelen en afspraken die daarbij horen kun je ook in een bedrijf toepassen. Om de kracht van deze rituelen te onderzoeken heb ik mezelf ondergedompeld in de wedding ceremonies van Las Vegas. Ik denk dat fusies duurzamer zijn wanneer de fusiepartners elkaar het ja-woord geven met alle plechtigheden, toespraken en feesten die daarbij horen. Vrijgezellenfeesten (nog een keer eten met je oude afdeling), huwelijkse geloften (ik beloof dat...), aardig zijn voor je schoonfamilie (leveranciers, klanten), etcetera. Communicatieprofessionals zijn heel belangrijk voor een *tribe*. Zij moeten zich inleven in de klant, de CEO, de OR, de medewerkers, het management. Allemaal verschillende verhalen met hun eigen werkelijkheid die samen het verhaal van de *tribe* vormen. Doe als communicatieadviseur hetzelfde als een antropoloog: dompel je onder en doe mee. Ga kijken bij andere afdelingen zoals de helpdesk en ervaar hoe het er daar aan toe gaat: participatief observeren noemen we dat. Communicatie-deskundigen hebben een magische taak. Met de kracht van de pen kun je cultuurvorming beïnvloeden. Je bent een waarheidsmaker, dus van onschatbare waarde voor de organisatie. *Use it wisely.*”