***Tussen ‘take it’ en ‘leave it’.***

*Over het marktdenken in het maatschappelijke domein en de noodzaak tot zelfreflectie.*

*Door Heleen van der Meulen, master-student aan de UvH.*

*Column, uitgesproken bij de Opening van bet Academisch jaar 2012-2013 d.d. 3 september 2012*

Goedemiddag,

En, hoe zit het met je salaris vroeg ik mijn vriendin Marlies die ik nog ken van mijn rechtenstudie. Ze had net verteld over haar nieuwe baan. Ik ken haar als iemand die bescheiden leeft maar ook graag financiële zekerheid heeft. Financiële gevolgen van haar carrièreswitch zouden haar vast niet koud laten.

Ja, daar vraag je wat, zei ze – ik ga inleveren. Niet op het basissalaris. Maar de winstdelingsuitkering, die gaat er af.

Die focus op winst, want dat is zo’n uitkering eigenlijk, was wat haar bij haar vorige werkgever – een rechtsbijstandsverzekeraar – juist zo tegenstond. Die is gebaat bij veel klanten, weinig claims en een zo goedkoop mogelijke afhandeling van die claims. Hoe lager de kosten, hoe hoger de winst.

Marlies moest als jurist verzekerden bijstaan. Juristen zijn volgens de bedrijfslogica kosten, geen winst. Op kosten kan worden bespaard en daarom hebben de juristen altijd teveel werk op hun bord liggen. Dus heeft u als verzekerde een huurconflict of een uit de hand gelopen burenruzie? De jurist die helpt, werkt hard, maar heeft altijd te weinig tijd voor u en uw zaak.

Dit alles wrong voor Marlies. Persoonlijke aandacht voor cliënten was niet mogelijk. En altijd had ze een schuldgevoel over het ondermaatse werk dat ze noodgedwongen afleverde. Het bloemetje dat een cliënt ooit bracht, maakte haar schuldgevoel nog groter. Had hij niet eens door hoe matig hij geholpen was?

Marlies haar werkgever trouwens, wond er geen doekjes om: het gaat primair om kwantiteit, niet om kwaliteit. De beloning was goed, ze moest niet zeuren en vooral gewoon haar *targets* halen. Bovendien, ze kon toch weggaan?

Dat deed ze. Naar een vriendelijke welzijnsorganisatie waar ze aan geestelijke rijkdom hoopt te winnen. Dat moet opwegen tegen het financiële verlies. Ze begint vandaag.

Deze feestelijke opening van het academische jaar heeft als thema marktwaarden en hoe die kunnen wringen met eigen waarden van maatschappelijke instellingen, zoals de UvH. U ziet het, dat thema kan overal spelen.

We zagen net de uitersten hoe om te gaan met wringende waarden: ‘take it or leave it’. Dat laatste deed Marlies. Dat eerste – ‘take it’ – doet haar vorige werkgever. Zijn eigen waarden en marktwaarden zijn congruent. Goed voor het financiële succes. En qua geestelijke rijkdom? Tja….

‘Take it or leave it’. Maatschappelijke organisaties ervaren de markt vaak als een ongenode en ongemanierde gast die ze het liefst kwijt zijn. Maar: is die benadering niet te zwart-wit? Hoe constructief is zo’n houding? Die vragen kwamen bij mij op toen ik het afgelopen jaar stage liep in het notariaat. Ik zat bij de KNB, de Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie. Ik boog mij over twee zaken. De notariële beroepswaarden in relatie tot de huidige markt, en de mogelijkheid zelfreflectie in de beroepsgroep te bevorderen.

De notaris van weleer was een dienaar van de maatschappij. Hij leefde voor de rechtszekerheid. In zijn stoffige kamer tussen beduimelde dossiers zorgde hij er met zijn ganzeveer voor dat u , als u een huis kocht, dat ook echt kreeg. De notaris was trots op het vertrouwen dat hij genoot en wilde dat niet beschamen. Daar ging het hem van oudsher primair om, en niet om de winst.

De notariële tijden zijn veranderd. Het huidige marktdenken laat geriefelijke overheidsbescherming niet meer toe, zoals concurrentiebeperking, vaste tarieven en een *numerus clausus* op het aantal beroepsgenoten. Daarom moest de notaris zich bezig gaan houden met ‘riekende’ zaken zoals winstgerichtheid, concurrentie, acquisitie en marketing. Dat zijn zaken die slecht passen bij zijn vaak conservatieve moraal. De ‘*booming*’ onroerend goed markt en het gouden geld dat daarin verdiend werd, maakten eerst nog veel goed. Vijf jaar geleden echter, keerde het economische tij en stortte die markt in. Daardoor, en door genadeloze concurrentie, werden sommige notarissen gedwongen tot een pijnlijke ‘leave it’. Eigen waarden en marktwaarden leken toch niet samen te gaan.

De onrust in het notariaat kwam tijdens mijn stage tot een kookpunt toen het bestuur werd afgezet. Zo’n coup is voor het op harmonie gerichte notariaat uitzonderlijk en toont de noodzaak zichzelf te hervinden.

Dat is makkelijker gezegd dan gedaan, besef ik. Leden staan nu in groepen tegenover elkaar. Wat echter nodig is, is dat ze collectief, als de broederschap die ze ooit waren, nagaan hoe nu verder. De markt rukt nu eenmaal op. Nodig is dan een bezinning op hoe je zelf met de markt wilt omgaan. Geen ‘take it’, geen ‘leave it’, maar iets daar tussen in. Dat betekent reflectie op wie je als beroepsgroep en als professional bent, wie je *wilt* zijn, welke mores je er op nahoudt, wat je waarden zijn. En hoe dat alles zich verhoudt tot wat in de markt speelt. Is ergens verandering nodig en mogelijk? Wat betekent winst? En zijn van potentiële kwellingen van de markt juist kansen te maken?

En nu de UvH. Ook voor ons is ‘take it or leave it’ te zwart-wit. Ook wij moeten een middenweg kiezen en zijn genoodzaakt tot een fundamentele collectieve reflectie. De UvH nu, vangt daar *wel* mee aan. Vandaag is daar een voorbeeld van. Bovendien hebben wij kennis in huis over reflectie en reflectievaardigheden. Wij zijn in staat uit te vinden hoe zo’n bezinning op de markt kan worden aangepakt. Ons instituut lijkt daarmee een voorsprong te hebben op andere maatschappelijke organisaties, zoals de KNB.

En dat nu mag ons positief stemmen over onze toekomst. Want opereren in de markt betekent ook geld verdienen, wellicht winst maken. Het is het leukst dat te doen met iets waar je goed in bent, wat bij je past. Er zijn meer maatschappelijke instellingen die moeten leren omgaan met marktmores. Dat vergt – zo betoogde ik – reflectie. Ons mooie instituut nu, is in staat anderen daarover iets te leren. Het moet dus mogelijk zijn een *niche* in de markt te vinden voor zoiets als collectieve levenskunst, corporatieve reflectie. Vul maar in dat businessplan!