▶ open brief

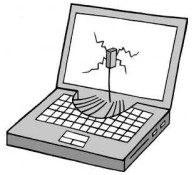
Wat ik nog wil zeggen

Lieve generatie Next,
Iedereen zou ooit de kans moeten krijgen een lijstje te maken van dingen die je anderen mee zou willen geven, en dit is mijn laatste brief aan jullie; ik heb het voorrecht gehad tien kansen achter elkaar te krijgen, en misschien heb ik in de negen voorgaande keren al wat boodschappen achtergelaten.

Weet dat je ooit de mode niet meer gaat begrijpen, onthoud dat andere hondenbezitters je niet groeten als je in het Vondelpark loopt, word geen klant van de ABN Amro om dat ze je naar Schiphol sturen als je cash wilt opnemen, blijf van je kinderen houden, geef geen geld aan de SFVI, en er bestaan nerds die vrienden hebben.

Ja, dat zijn goeie boodschappen. Ik wil maar zeggen: ik heb vast indruk gemaakt.

Ik heb nog een paar dingen die ik erdoorheen wil jagen voor m'n ruimte op is: blijf trouw aan de mensen die jou het beste kennen, onthoud dat mensen die zichzelf schrijver of dichter of kunstenaar vinden over het algemeen aanstellers zijn (anders waren ze wel iets anders gaan doen) en dat ze je kunnen teleurstellen, zorg dat je elke dag iets doet waar je tevreden over kan zijn, al is het een lange wandeling met je hond (vermijd het Vondelpark), projecteer niet, geef niet alles meteen uit, je bent nog steeds een man als je niet weet dat Ajax speelt, vraag zelf ook hoe het met iemand anders gaat en



Illustratie Tomas Schats

vertel niet alleen hoe het met jou gaat, ze houdt van je, en nogmaals: blijf trouw aan de mensen die jou het beste kennen.

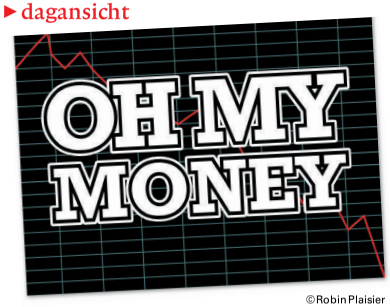
Ja; zo heb ik er toch een lijstje van gemaakt met dingen die ik aan mezelf mee wil geven, sorry – dan maar kijken of ik me er aan kan houden. Als dit in de krant heeft gestaan, knip ik het uit en hang ik het boven m'n bed.

Jullie waren een fantastisch publiek. Gebruik mijn lijstje naar eigen goeddunken.

WALTER VAN DEN BERG

Schrijver Walter van den Berg (38) schreef de afgelopen week een brief aan de lezers van nrc.next.

▶ dagansicht



©Robin Plaisier

Dagansicht is een 'beeldcolumn', die commentaar geeft op de actualiteit.

Dagansicht is een project van Boomerang Media en nrc.next.

Zelf een dagansicht insturen? boomerang.nl/nrcnext

▶ 160

Er is post
voor jou alleen
maar alleen
tussen de regels
Kijken is niet genoeg
lezen is teveel
Tussen de regels
lezen kan alleen
met dichte ogen
en een open ziel

JACQUES VAN SCHAIJK
OOSTBURG

Een '160' is een gedicht van 160 tekens inclusief spaties: het maximale formaat van een sms'je. **Zend zelf een 160 in via www.precies160.nl of 06-18881117 (25 ct per bericht)**

Briljant mislukt en toch geslaagd

Prijs niet alleen je successen maar ook je fouten

▶ Het Instituut voor Briljante Mislukkingen bevordert een positieve houding ten opzichte van mislukkingen.

▶ Risico nemen, fouten durven maken én ervan leren.

Door PAUL ISKE en BAS RUYSSENAARS

Veel mensen kiezen voor risicomijdend gedrag omdat ze de kans op negatieve gevolgen van een mislukking hoger inschatten dan de beloning bij succes. De angst om je baan te verliezen, een faillissement te riskeren of het onbekende tegemoet te treden is dus groter dan de erkenning, status en zelfrealisatie die je ten deel vallen met het slagen van een initiatief.

Onze 'afrekencultuur' ten aanzien van mislukkingen versterkt daarbij die terughoudendheid om onze nek uit te steken. En waarom zouden we ook? We hebben het toch goed? Toch valt het belang van experimenteren en risico nemen, misschien wel juist in deze turbulente economische tijden, niet te onderschatten. Anders wordt het middelmatigheid troef!

Stel, je wilt een snellere handelsroute naar het Verre Oosten vinden. Je regelt financiering, goed uitgeruste schepen, een ervaren bemanning en je neemt de gok. Je vaart vanaf de Portugese kust in westelijke richting. Tot je verbazing stuit je niet op het beloofde Indië maar op een onbekend continent.

Als je grenzen verkent kom je, net als Columbus, vaak nieuwe vindingen tegen waar je in eerste instantie

▶ Iemand is op zoek naar het één en komt stomtoevallig tot een heel ander resultaat ◀

niet naar op zoek was. Vooruitgang en vernieuwing gaan hand in hand met experimenteren en risico nemen. Mislukkingen zijn daar onlosmakelijk mee verbonden. Het kostte Dom Pérignon duizenden geëxplodeerde flessen voordat hij zijn champagne succesvol kon bottelen. En Viagra was nooit ontdekt als fabrikant Pfizer niet volhardde in zijn lange zoektocht naar een nieuw medicijn voor een geheel andere aandoening, angina.

De wereld waarin wij leven verandert snel en de complexiteit ervan neemt toe. Tegelijkertijd wordt onze *global connected world*, met name door het internet, steeds kleiner. Op het gebied van kennis, ideeën en diensten, wordt het aanzienlijk drukker op het wereldtoneel. Met middelmatigheid, direct verbonden met de angst om te falen, red je het daarmee niet. Michael Eisner, voormalig CEO van The Walt Disney Company was ervan overtuigd dat het bestraffen van mislukkingen altijd leidt tot middelmatigheid, want "middelmatigheid is waar angstige mensen altijd genoegen mee nemen." Kortom, het belang van een open houding ten aanzien van risico nemen, uitproberen, durven mislukken en daarvan leren neemt toe.

Temeer daar de genoemde verschuivingen op het wereldtoneel sowieso gepaard gaan met toenemende onzekerheden. Volgens strategisch management-goeroe Igor Ansoff (1918-2002) beperkt onzekerheid de mogelijkheid van mensen en organisaties om vooruit te plannen. Dus hoe meer onzekerheid, des te meer behoefte aan wat hij 'proactieve flexibiliteit' noemt; de vermogens om van nature te reageren voordat anderen dat doen, om te kunnen gaan met verrassende uitkomsten en de snelle veranderlijkheid van onze omgeving. Om je weg te vinden in deze tijd wordt navigeren, in plaats van beheersen en beheren, steeds belangrijker. En deze vermogens leer je nu juist door te experimenteren, fouten te maken en bij te sturen.

Parallel aan deze verschuivingen is er een toenemend aantal mensen dat een vast dienstverband inruilt voor een ondernemend bestaan en daarmee kiest voor meer flexibiliteit, vrijheid en risico. De Kamer van Koophandel registreerde vorig jaar een record aantal van 100.000 starters. En FNV voorspelt dat het aantal zelfstandigen zonder personeel zal groeien van 550.000 in 2006 naar één miljoen in 2010. Steeds meer mensen wagen dus de stap, maar lopen nog vaak op tegen onbegrip in de omgeving als het succes nog even uitblijft.

Het Instituut voor Briljante Mislukkingen wil een positieve houding ten opzichte van mislukkingen bevorderen. De term 'briljant' slaat in dit verband op een oprechte poging met een andere uitkomst dan gewenst en een leermoment. Het gaat dus om inspirerende zaken, die het zeker niet verdienen om 'weggemoffeld' of weggehoond te worden. Het instituut is een van de projecten van Dialogues, een initiatief van ABN Amro, dat ondernemend denken en gedrag wil stimuleren, niet alleen bij ondernemers maar in de maatschappij als geheel. Iedereen kan een bijdrage leveren aan 'voorzichtigheidsreductie' en grotere tolerantie ten aanzien van fouten maken.

Dat geldt in eerste instantie voor wetgevers, beleidsmakers, sociale partners en topmanagers. Zij kunnen ervoor zorgen dat regelgeving wordt vereenvoudigd en dat sancties bij het mislukken worden omgezet in een positieve prikkel om je nek uit te steken. Ten tweede kunnen ook de media een belangrijke rol spelen bij berichtgeving over de positieve kanten van mislukkingen. Uiteindelijk kan iedereen in zijn eigen omgeving meer ruimte creëren voor het uitproberen van zaken en fouten tolereren.

Op de website van het instituut wordt de beperkte Nederlandse tolerantie ten aanzien van briljant mislukken gestaafd met uitspraken van ervaringsdeskundigen. Nadat Michiel Frackers in Nederland bijvoorbeeld hard onderuit ging met zijn internetbedrijf Bitmagic, kreeg hij mooie aanbiedingen vanuit de VS. Frackers: „Om voor Google bijvoorbeeld de Europese markt te doen als managing director Europe. Uit Nederland kreeg ik nul aanbiedingen. In de VS werd gezegd: *Good! Now you've a little blood on the nose...* Iedereen zegt dat je meer leert van je mislukkingen dan van je successen, dat is ook mijn persoonlijke ervaring. Maar in Nederland lijken we dat niet echt te willen zien."

Veel briljante mislukkingen ontstaan volgens het Columbus-principe. Iemand is op zoek naar het één en komt stomtoevallig tot een heel ander resultaat. Dit fenomeen heet in het Engels *serendipity*. Een briljante mislukking hoeft echter niet altijd een onbedoeld succes op te leveren. Het leermoment kan ook schuilen in de mislukking zelf.

Maatschappelijk ondernemer Marcel Zwart begon vorig jaar met de ontwikkeling van een elektrisch aangedreven bestelauto voor stadstransport. De luchtkwaliteit in urbane om-

▶ Een briljante mislukking hoeft niet altijd een onbedoeld succes op te leveren ◀

gevingen met een grote verkeersdichtheid zou met de komst van de nieuwe polyester bestelwagen aanzienlijk kunnen verbeteren. Het plan was om in het productieproces lokale jongeren met technische achtergrond zonder baan in te schakelen. Er was startkapitaal beschikbaar, de technologie was gereed en marktonderzoek in binnen- en buitenland toonde goede afzetkansen. Toch lukt het niet om het project in een privaatpublieke samenwerking van de grond te krijgen. Investeerders zien nog te veel risico, overheden vinden de technologie nog onvoldoende bewezen en voor subsidies is een eigen inbreng van 50-70 procent nodig. Samen met de complexe regelgeving kwam het project in een vicieuze cirkel terecht en ligt het inmiddels nagenoeg stil.

Zwart: „Ik heb ervan geleerd dat je nooit moet onderschatten hoe moeilijk het is voor mensen om los te komen van de hokjesgeest en over hun eigen belang heen te kijken. Zo'n project moet je vanaf het begin integraal aanpakken. Dat heb je als kleine initiatiefnemer nodig. Verder is de realisatie van een dergelijke auto wel dichterbij gekomen. Mocht het initiatief weer worden opgepakt, dan zijn we al een heel eind op de goede weg."

Paul Iske is directeur van het ABNAMRO Dialogues House waar men zich bezighoudt met ondernemerschap en radicale en open innovatie. Bas Ruyssenaars versterkt organisaties en bedrijven met creatieve strategievorming en is als zelfstandige aangesloten bij FCTB en The Beach, netwerkorganisatie voor creatieve innovatie.

Heb jij dat ook?

Had je de beste bedoelingen?
☑ Ja, ga verder ☐ Nee, stop

Heb je onnodige fouten voorkomen?
☑ Ja, ga verder ☐ Nee, stop

Was het resultaat van je poging niet wat je oorspronkelijk had willen bereiken?
☑ Ja, ga verder ☐ Nee, stop

Heb je er wat van geleerd en kunnen anderen er iets van leren
☑ Ja, HOUSTON, WE'VE GOT A BRILLIANT FAILURE

Briljant mislukken

Omdat je van fouten maken kunt leren, is het **delen van ervaringen** van groot belang. Daarom tref je de komende vier weken op dinsdag een bijdrage over het belang van briljant mislukken op de pagina Zin.

Op 6 november organiseert het Instituut voor Briljante Mislukkingen **een symposium over het vergroten van de ruimte voor risico nemen, experimenteren en briljant mislukken** in de Nederlandse samenleving. Het symposium vindt plaats in samenwerking met New Shoes Today.

Meer informatie over het symposium op de website van het Dialogues House: www.dialogueshouse.nl

Illustratie Nanne Meulendijks