

Een kijkje achter de schermen van de bedrijf

Laat ons beginnen met een analogie!

Er was eens een "adviesbureau". Dit bedrijf werkte wereldwijd. Op zich klinkt dit niet zo ongewoon. Vooral vandaag. Toch was dit bedrijf ongewoon. Zelfs volgens de huidige normen.

De klanten van dit adviesbureau waren vooral kleine bedrijfjes en non-profit organisaties in Europa. Het bedrijf zelf had zijn hoofdzetel in Amerika, waar het een groot voordeel had tegenover bedrijven die in Europa zetelen dankzij de vrijheid van meningsuiting en -volgens de Europese standaarden- minimale overheidsregulering.

De directeur (CEO) van dit bedrijf was een "Duitse Amerikaan". Of eerder een "Amerikadeutscher" of "Auslandsdeutscher".

De medewerkers van dit bedrijf kon men indelen in verschillende categorieën: a)"zakenpartners" en "zelfstandige ondernemers", b)"vrijwilligers" die sympathiseerden met de persoonlijke overtuigingen van de directeur, c) "vrijwilligers" die zich op één lijn plaatsten met groepen met soortgelijke overtuigingen, en d) mensen die simpelweg geloofden in het ideaal van vrije meningsuiting en die wilden protesteren tegen de onderdrukking van vrije meningsuiting. Los van idealen.

De erg dichte samenwerking van al deze diverse elementen in eenzelfde bedrijf had zowel voor- als nadelen. De voordelen zijn vanzelfsprekend. Eén van de nadelen is VEILIGHEID!

Daarom nam het bedrijf erg strikte en uitgebreide veiligheidsmaatregelen. (Bijvoorbeeld, zelfs intern werden enkel "nicknames" gebruikt in plaats van echte namen.) Deze maatregelen lijken misschien overdreven. Vooral voor Amerikanen die binnen Amerika wonen. Niettemin, werden ze gedwongen tot het nemen van deze maatregelen door het risico van "kruisbesmetting" en mogelijke tracerings via voornamelijk elektronische communicatie.

Laten we nu dit bedrijf eens van wat dichterbij bekijken!

Voor de leesbaarheid van de hierna volgende "illustratie", zullen we een man genaamd "Leo" gebruiken.

Leo contacteerde het bedrijf en verklaarde dat hij vrijwilligerswerk wilde doen.

Hij ontving een antwoord waarin het volgende werd medegedeeld:

Eerst vroeg men hem naar zijn vaardigheden, interesses en het soort werk dat hij wilde doen.

Vervolgens werd hem zijn eerste "opdracht" aangeboden. (Uiteraard was hij vrij om eender welke opdracht aan te nemen of af te wijzen. Als hij het aannam, werd hem gevraagd een ETA (elektronische reistoestemming) te voorzien.)

Dan vertelde men hem een klein beetje over de veiligheidsmaatregelen van het bedrijf.

Wanneer Leo's eerste opdracht werd omschreven, werd hem verteld dat het "makkelijk maar saai" was. Hij aanvaardde de opdracht.

Leo voerde ijverig zijn effectief "makkelijk maar saaie" taak uit. Het was hem intussen duidelijk geworden dat het inderdaad "werk" was en niet "plezier en spelletjes". Maar Leo was een toegewijde idealist. Geen hobbyist. Dus het maakte hem niet uit.

Leo bekeek het als volgt; Dit ondankbare werk moest door iemand gedaan worden. Overigens bood dit de "nieuweling" een kans om te bewijzen dat hij een "doener" was en geen "praatjesverkoper".

Tenslotte werd Leo nog een opdracht aangeboden. Hij aanvaardde ze. Deze opdracht was noch zo makkelijk, noch zo saai als de eerste. Maar het was niet aartsmoelijk. Leo zei tegen zichzelf: "Oké! Nu ben ik geslaagd voor het boot camp."

Een jaar ging voorbij. Leo was zeer tevreden. Hij had gedurende die tijd veel gedaan en geleerd. Hij begreep nu hoe zijn werk had bijgedragen tot de indrukwekkende vooruitgang van het bedrijf. Hij zag concrete resultaten. Hij wist dat hij een betekenisvolle rol had gespeeld. Zijn opdrachten werden geleidelijk aan interessanter. Hij vond het leuk ze uit te voeren!

Er waren vele mensen zoals Leo in het bedrijf.

Uiteraard is "Leo" een fictieel persoon. Maar dit verhaal is gebaseerd op echte mensen en echte gebeurtenissen!