

Roos en de kille koffiereus

Waar haal jij het liefst je kop koffie, vraagt econoom Hans de Geus. Bij Coffee Company van Douwe Egberts, een groot bedrijf, met forse bonussen voor de top? Of bij Roos, een bescheiden koffiehuis? Op zoek naar een andere economie.

HANS DE GEUS

‘O h gelukkig, je bent er nog.’ Zo door collega’s onthaald worden, terug van vakantie, klinkt nogal luguber. Als had je in afwezigheid je leven op het spel gezet met een gevaarlijke expeditie. Maar op het hoofdkantoor van Douwe Egberts (‘DE Master Blenders 1753’) is de betekenis van ‘Gelukkig, je bent er nog’ een heel andere. Daar is de paranoia onder het personeel over wie er nu weer met stille trom is ontslagen zo groot dat je collega’s het ergste vrezen als je je neus om wat voor reden dan ook een tijdje niet hebt laten zien. Want zoveel anderen waren met een vertrekregeling, op voorwaarde dat ze over hun ontslag hun mond hielden, zomaar, onaangekondigd uit hun midden verwijderd.

“Voor respect hebben we nu even geen tijd.” Onder dat motto wordt op zeer grofmazige wijze het kaf van het koren gescheiden binnen de centrale staf van de koffiebrander. Een lange staat van dienst en een reeks goede beoordelingen bieden geen bescherming. Integendeel, want het lijken vooral de oudjes (lees: boven de 45) die moeten oprasssen. *Clean* en snel, en dat mag wat kosten. Teken bij het kruisje, en je kunt rekenen op een royale ontslagvergoeding. Maar mondje dicht, anders krijg je die worst niet. En graag even akkoord gaan met de bepaling in het afscheidcontract dat “er een geschil

is waar we het al meerdere keren over hebben gehad”. Juridisch handig manoeuvreren, daar moeten we het maar op houden. Want een bedrijf dat bedrijfsethiek hoog in het vaandel heeft, zal toch niet bewust in geschrifte met de waarheid knoeien?

DE Master Blenders 1753 laat weten dat er geen ‘angstcultuur’ binnen de onderneming heerst. Maar “de wereld verandert en daarmee moeten ook organisaties soms noodzakelijke aanpassingen doen”.

‘Aanpassingen doen.’ Voor mensen die Jan Bennink al langer kennen is de manier waarop hij, niemand ontziend, het uiterste uit de organisatie perst niets nieuws. In zijn tijd als topman bij Numico gedoopt als de ‘Methode Bennink’, voert hij die nu als *chairman* van Douwe Egberts rigoreus door. Dat doet hij samen met zijn CEO, Michiel Herkemij, die afgelopen week tijdens de Dag van de Belegger opschepte over het personeelsbeleid van DE. “Van de top-

150 is al eenderde vervangen; uiteindelijk zal zestig procent eruit vliegen.” Applaus voor Herkemij – zulke taal horen beleggers graag.

Douwe Egberts is daarin natuurlijk niet uniek. Er zijn talloze andere werkgevers waar bijna niemand zijn pensioen haalt. We leven in een meritocratische maatschappij. Dat houdt voor veel mensen in dat ze de kans hebben zich te bewijzen. Voor elke doorgewinterde commerciële kracht die bij Douwe Egberts weg moet, staat een batterij jonge *high potentials* te trappelen om zich in zijn plaats een slag in de rondte te werken.

De vraag is wat deze manier van ondernemen, werken en met mensen omgaan op langere termijn met de maatschappij doet, met hoe we ons tot elkaar verhouden, met vertrouwen in elkaar en uiteindelijk ook met vertrouwen in onszelf.

Want, en dat zullen ook de veelbelovende marketeers voelen die nu onder grote druk nieuwe koffiepakkingen en doelgroepen mogen gaan uitwerken: ooit kunnen de rollen omdraaien. Want wanneer ben jij aan de beurt bent om de *loser* te zijn?

Die continue dreiging, onlosmakelijk verbonden met de vrijemarktideologie, ondermijnt sluipenderwijs ons individueel en gezamenlijk welzijn. ►



Hans de Geus is econoom. Hij werkte in de obligatiehandel en als consultant, is commentator bij RTLZ en columnist van ‘Tros in Bedrijf’.



We zijn onwetend over ons lot, en al zien we het onheil van ontslag aankomen, dan kunnen we er niets aan doen. Erger nog, schetst socioloog Zygmunt Bauman: als ik mijn baan verlies, neem ik dat mijzelf kwalijk.

Succes is immers een keuze. Bepalend voor de moderne arbeidsverhoudingen is dat we ons lot niet kennen, dat we onmachtig zijn om ons lot te veranderen en dat we ons vernederd voelen door de overtuiging dat het toch onze eigen schuld is.

Dat is een naar verhaal. Liever een ander verhaal, over een andere werkelijkheid? Dat komt er zo aan, en dat is belangrijk want van verhalen moeten we het hebben. Als we één ding van de crisis hebben geleerd, dan is het dat economie geen exacte wetenschap is maar een sociale. Juist rond kantelpunten, als je de cijfermatige modellen eigenlijk het hardst nodig hebt, dan heb je er niets aan.

Goed, enkele economen bleven, los van de waardeloze modellen, zelf nadenken en zagen de gevaren van de uit de hand lopende bankbalansen en dito private schulden, maar ook zij konden niet zeggen wanneer de bom precies zou barsten. Hun roep bleef daardoor ijdel.

Uiteindelijk is er maar één ding dat telt: onze *Animal Spirits*, ons collectief gemoed en vertrouwen.

Eigenlijk wisten we dat ook allang. Van Keynes, de man die we van de middelbare school kennen van wat formuleetjes, zijn we precies deze les in de afgelopen decennia vergeten: met ons gezamenlijk gemoed bepalen we de ontwikkeling van de economie. En wat bepaalt dat gemoed meer dan de verhalen die we elkaar vertellen?

Economie is dus niet meer of minder dan het collectieve verhaal dat rondgaat. Daarom is het verhaal van een firma als DE Master Blenders zo belangrijk: het geeft een gezicht aan een hele wereld, een wereld die we met z'n allen maken en zijn. Een icoon van een tijdperk waar we misschien wel van af willen, en om daar achter te komen en toe te besluiten, moet het verhaal gedeeld worden. Verhalen gaan niet alleen over de realiteit, ze zijn de realiteit. Verhalen verklaren niet de feiten, ze zijn de feiten. Zoals economie en PvdA-senator Esther-Mirjam Sent treffend twitterde: economie gaat niet over tellen, maar over vertellen.

Dat is relevant voor nu, want we hebben sinds de crisis uitbraak in 2008 zo ontzettend dringend een nieuw verhaal nodig. We snakken ernaar. Naar een verhaal dat alles anders moet, dat we af willen van de cynische Douwe Egberts-ontslagverhalen. Een tastbaar verhaal. Bijvoorbeeld over kleinere banken die zich

weer ten dienste stellen van de maatschappij en de maakindustrie.

Teleurstellend was daarom de Occupybeweging, omdat die geen idee had over hoe het wél moest. Met als dieptepunt de herdenking van het eenjarig bestaan van deze leegheid op het Amsterdamse Beursplein. Occupy had geen verhaal over wat we willen.

Een verhaal over de economie die we wel willen, zou draaien om begrippen als: eerlijker, kleinschalig waar het kan, lokaal, schoner, overzichtelijker. Door en voor elkaar, participerend, inclusief in plaats van uitsluitend, in en met de buurt en de gemeenschap, coöperatief.

Dat het concept van de anonieme aandeelhouder op afstand, waarbij zeggenschap en winstrecht op een aandelenbeurs verhandeld worden, nog eens ter discussie zou mogen worden gesteld: wie had het vijf jaar geleden voor mogelijk gehouden? Maar daartoe hebben we verhalen nodig, van mensen die ons erin trekken en het een gezicht geven.

'Station Roos' is een koffie- en ijszaakje aan de hoofdstedelijke Wibautstraat. Het doet Berlijns aan. Een espresso kost er € 1,- en het Italiaanse ijs wordt door ondernemer Roos Marijn Kok zelf in de winkel gemaakt. Haar bedrijfsfilosofie: laagdrempelig, simpel, hip en gemeenschappelijk tegelijk. Stoer en ruig. Het hoeft niet te

Ik was op het laatst obligatiehandelaar. Toen ik daarmee opgehouden was, begon mijn leven



FOTO HH

mooi, opgesmukt, popperig of gelikt. Kwaliteit staat voorop. Gemaakt en geserveerd zoals de Italianen dat doen: met passie en voor een redelijke prijs. Wat het tot zo'n geheel maakt is haar verhaal, haar aanstekelijkheid. Je kunt niet nalaten om te vragen hoe ze alles voor elkaar heeft gebokst.

Ze vertelt het graag, want ze geniet ervan dat ze haar leven een nieuwe wending heeft gegeven. Met een doctoraat psychologie op zak gaf ze toe aan haar behoefte om iets tastbaars te maken en zichzelf zo opnieuw uit te vinden. Ze hield een caféruimte al langer in de gaten toen bleek dat de afhaalchinees zou vertrekken. Die ruimte gebruikt ze nu 'antikraak', tegen een bescheiden huur. Het klassieke espressoapparaat kocht ze tweedehands, zodat ze niet onder de knoet zit door een huurkoop van een grote koffieleverancier. En de bonen kan ze daardoor helemaal naar eigen smaak selecteren.

Het relaas van Roos kan ook het verhaal zijn van een andere economie. Het schetst het scenario van hergebruik en overzichtelijkheid, die ecologisch en lokaal tot stand zijn gekomen.

Het verhaal biedt een oplossing voor de crisis op de vastgoedmarkt, als vastgoedeigenaren eindelijk afboeken op de waarde van hun bezit, en de banken met hen, zodat de huurprijs omhoog kan en ondernemers weer de ruimte krij-

gen. Lage huur, betaalbare koffie; wellicht is dit ook het verhaal van de deflatie die ons te wachten staat. Dit is het verhaal van ondernemen zonder grote schulden, zonder aandelenbeurs waar eigendom en zeggenschap anoniem worden verhandeld, een beurs die je dwingt om onmenselijk met personeel om te gaan.

Dit is een verhaal over wat schrijver Robert Musil in zijn legendarische boek 'De man zonder eigenschappen' zo mooi 'mogelijkheidszin' noemt: de hoopvolle, scheppende tegenhanger van de vigerende vloek der 'werkelijkheidszin' waar de meesten van ons zich in onderdompelen. Zelf een eigen weg banen, in plaats van je als een mak schaap over te geven aan de moderne slavernij van een groot advocatenkantoor of beursgenoteerde geldmachine.

Ik was op het laatst obligatiehandelaar. Jarenlang werkte ik als econoom in best spannende functies bij grote banken, voordat ik uit de tredmolen stapte en mijn leven echt van start ging.

Het is daarom dat het verhaal van Roos verteld moet worden. Ik heb zelf ervaren wat een bevrijding het kan zijn om je niet altijd maar te conformeren, om sprongen te wagen, jezelf als een feniks in brand te steken en weer uit de as te herrijzen. Afdalen tot het existentiële nulpunt, door eindelijk te accepteren dat je het ge-

woon even niet meer weet, waarna ineens heel veel mogelijk blijkt en op zijn plaats valt. 'Mogelijkheidszin' moet je leren, denk ik. Dat herkende ik in het verhaal van Roos.

Een cappuccino kost bij Station Roos € 1,50. Bij de Coffee Company, een keten van koffiewinkels die enige tijd geleden werd ingelijfd bij het concern 'DE Master Blenders 1753', betaal je voor een medium cappuccino € 3,50. Maar het is niet de prijs die het grote verschil maakt. Het is het verhaal erachter. Dat van Jan Bennink, de man die een Nederlands record vestigde met een bonus van tachtig miljoen euro door het oer-Hollandse Numico aan Danone te verpatsen. Bij Douwe Egberts kan Bennink nog tien miljoen overhouden aan zijn pakket opties en aandelen.

Het doet allemaal wellicht niets af aan de aardigheid van de Coffee Company, met vestigingen op prima locaties in zeven grote steden. Toch zou ik nu, bij het afrekenen van € 4,80 voor een grote latte, de nare smaak in mijn mond hebben dat ik bijdraag aan de miljoenen voor Bennink en aan rendementen die aan mondiaal opererende aandeelhouders beloofd zijn. Dat bevalt me niet.

Maar ook het kleine verhaal ter plekke staat me niet aan, dat van de wezenloze, onpersoonlijke bediening. ►

In de Coffee Company krijg ik het gevoel dat ik meebetaal aan de miljoenen voor Bennink



Van de sfeer in de winkel zelf, waardoor klanten onderling bezig zijn elkaar vooral zo hard mogelijk te negeren. Van melk in de cappuccino zelf, die de hippe *barrista* soms door gebrek aan betrokkenheid en gevoel voor detail heeft laten koken. Die ik daar vervolgens niet over durf aan te spreken. De afstand is te groot.

Natuurlijk: ook de slogan 'Welkom Thuis' van Douwe Egberts is een verhaal. Dat van de terugkeer van het merk uit Amerikaanse handen naar de Hollandse gezelligheid, de geur van koffie, ouderwetse kwaliteit. Maar het is een gecreëerd verhaal, het is wat marketeers en reclamemensen aan emotie trachten mee te geven met wat in jargon de 'merkbefORTE' of de 'positionering' heet. Verkopers weten als geen ander de waarde van het verhaal, sprookjes die wij kennelijk graag horen. Net zo nep als de Efteling en de soapopera.

In het vooroorlogse Wenen was het koffiehuis de plaats waar de cultuur haast tastbaar was, in de vorm van de ontmoetingen, de discussies, de verhalen. Magistraal beschrijft Stefan Zweig dit in zijn autobiografische 'De wereld van gisteren' (1942). Het arcadische beeld dat hij van Wenen schildert, roept een vaag verlangen naar een oer-Europees gedeeld levensgevoel op. Met het koffiehuis als icoon, de plaats om verhalen te vertellen, de ontmoetingsplaats waar over een tafel met alle buitenlandse kranten een uitwisseling op ongekend niveau plaatshad, waar de nieuwste compositie van Brahms of het laatste werk van Von Hofmannsthal een gedeelde zindering losmaakte.

Zijn we tussen 1980 en 2008, de tijd van neoliberale 'werkelijkheidszin' en toenemend geloof in een economische realiteit van extreme prestatiedruk, misschien ergens onze 'verhaalzin' kwijtgeraakt? Bret Easton Ellis' 'American Psycho' als levensgevoel – hyperindividueel, losgezongen van elkaar door hebzucht? Wellicht.

Dat denkt in ieder geval de Vlaamse Hans Achterhuis, de Gentse psychotherapeut, denker en schrijver Paul Verhaeghe. Hij ziet sinds de jaren tachtig een toenemend aantal mensen met een nieuw type depressie zich melden in zijn praktijk: ze voelen een verlies aan identiteit. Althans, ze gingen ten onder aan de illusie van de identiteit die ze meenden te ontleen aan de *struggle for survival* in de meritocratische, neoliberale maatschappij waar ze zich in moesten storten. Waar bij een onderneming elk jaar de minst presterende tien of twintig procent werknemers het veld moet ruimen. Die druk, en de wetenschap dat eenieder 'gelijke kansen' zou hebben en falen dus je eigen schuld is, eiste volgens Verhaeghe steeds meer slachtoffers.

Hij laat zien dat het verhaal van Douwe Egberts niet op zichzelf staat, maar typisch is voor een maatschappij vol deregulering, ongebreidelde marktwerking en competitie. Waarin we ontegenzeggelijk welvarender zijn geworden, niet meetbaar ongelukkiger, en waar jonge mensen uit allerlei spannende, veeleisende banen kunnen kiezen die er vroeger niet waren. Je kunt bij Douwe Egberts, als je er kunt handhaven, vast in korte tijd een hoop van

marketing leren. Maar dat alles heeft zijn prijs, schetst Verhaeghe, die de huidige crisis als een systeemcrisis ziet, niet louter als een financiële. Net als de geestesproblemen van zijn patiënten geen incidenten zijn, maar wezenlijke identiteitscrises.

Ook het bedrijfje van Roos kan voor meer staan, als we dat tenminste willen. Als voorproefje.

Het is een prachtig voorbeeld van hoe werken en ondernemen eruit kunnen zien na de Derde Industriële Revolutie, die ons volgens de visionaire econoom Jeremy Rifkin te wachten staat. Rifkin schets hoe met nieuwe IT-toepassingen, decentrale opwekking van energie en technieken als 3-D-printen een einde zal komen aan de noodzaak van de grootschalige, geïntegreerde onderneming. We krijgen volgens Rifkin een 'gedistribueerde economie': kennis, energie, schaalgrootte, kapitaal zijn niet langer voorbehouden aan bedrijven met een duidelijke buitengrens, maar *open source* beschikbaar voor elkaar aanvullende en 'insluitende' netwerken. Niemand weet natuurlijk hoe dit alles gaat uitpakken, en of het met het model van Rifkin inderdaad beter wordt. Maar dat is het hem nou juist: dat bepalen we zelf. Als we meer 'Roos' willen, moeten we dat verhaal kiezen.

Wat die nieuwe door Rifkin geschetste economie met ons als werkend mens doet, en hoe we daarmee onze identiteit vormgeven, vertelt hij natuurlijk niet. Die nieuwe werkelijkheid mogen we gelukkig zelf invullen. ■