

“Je moet betrokkenheid creëren, samenwerking. Alle neuzen in dezelfde richting. Maar het is niet door wat peptalk dat je daar komt”

#### 'Crisis is een kans', is één van je favoriete slogans.

**Bob:** “Ja, dat is mijn geliefkoosd thema. Een aantal jaren geleden ontmoette ik een Chinees die me een spreekwoord leerde dat zegt: ‘When the crisis comes to an end, the chance already began.’ In het Chinees zit in het woord ‘crisis’ dezelfde wortel als in het woord ‘kans’. In elke crisis zit een geweldige kans. Je moet ze alleen willen zien.”

#### Als er een hofnar nodig is om de waarheid te zeggen, wat loopt er dan qua communicatie mis in bedrijven?

**Bob:** “Afdelingen praten niet meer met elkaar. Daarom bied ik ook nog een vervolg op mijn show. Ik vraag dan mannen en vrouwen op de Bühne en breng een soort *Laatste Show*. Niet altijd de hoge jongens, hoor, vooral het middenmanagement, een dame van de administratie, een afdelingschef... Ik durf ook introverte mensen aan het woord laten, of de jongens die op de derde verdieping zitten tussen de kartonnen dozen. De *back office*. Ik zet mensen van verschillende afdelingen bijeen en vraag hen: ‘En hoe zie jij de toekomst?’ Mensen kennen elkaar niet meer. Ze zitten allemaal in hun eigen ‘hokje’ en werken elkaar tegen. Ik probeer die spanningsvelden te ontkrachten.”

#### Mensen e-mailen in plaats van elkaar te zien. Terwijl je juist veel gedaan krijgt als je de persoon kent, toch?

**Bob:** “Schitterend opgemerkt! Internet heeft onze wereld veranderd, maar er zijn ook dingen die niet veranderen. Een klant zal altijd een klant zijn. En mensen motiveren doe je door contact te maken. Je kunt een e-mailtje sturen naar de andere kant van de wereld, maar daarom heb je nog geen contact! Er zijn drie dingen die we kunnen gebruiken – en die we verwaarlozen – om mensen te motiveren: in de ogen kijken, de *tone of voice* – dus de warmte van je stem – en de interactie. Met een e-mail moet je al heel taalvaardig zijn om mensen niet te kwetsen. Heel wat oorlogs-e-mails worden verstuurd om drie uur 's nachts. Dan krijg je bij de ochtendkoffie een guld vitriool in je gezicht.”

#### Wat kan helpen?

**Bob:** “Mensen samenbrengen, samen lachen... dat creëert een band. Dat ventileert het hart. Maar het gaat niet alleen om lachen, natuurlijk. Het is de bedoeling – met een Antwerpse uitdrukking gezegd – ‘dat de mayonaise pakt’. Zodat dat mensen achteraf zeggen: ‘Goh, ik had over die persoon of afdeling een totaal ander idee. Ik dacht dat ze tegen mij waren, maar nu ik dit hoor en zie,

nu ik weet welke problemen zij hebben, ga ik ze helpen.’ *If you scratch my back, I'll scratch yours*. Daar kan ik dan weer in een vervolgssessie op werken. Op vraag van bedrijven breng ik dan twee dagen lang de directie en het middenmanagement bij elkaar. Geen *slides*, geen *blackberry*, geen computer... maar de volle aandacht. Ik ga zo te werk dat ik op twee dagen alle neuzen in dezelfde richting krijg.”

#### Hoe ben je er eigenlijk toe gekomen dit vak zo te bekijken? Is er ook bij jou een moment van *change* geweest?

**Bob:** “Het is niet één *magic moment* van inzicht geweest. Het is geleidelijk aan gekomen. Ik kom niet uit de showbusiness, ik kom uit het bedrijfsleven. Na mijn studies economie en marketing heb ik in een aantal bedrijven gewerkt. Ik ben niet de mens van de grote diploma's maar ik heb, zeg maar, een licentiaatdiploma in gezond boerenverstand. 25 jaar lang heb ik veel naar mensen gekeken. Verder zijn er natuurlijk ook mensen die me geïnspireerd hebben, bijvoorbeeld een werkgever die me verzekerde dat ik zou kunnen, wat ik nu doe. En ik heb ook performances gedaan met **Freek de Jonghe**, ik heb **Youp van 't Hek** ontmoet, **Anton Peters**... Ik zat naast **Gaston Berghmans** in een talkshow. Achteraf gezien, waren dat allemaal positieve duwtjes in de rug!”

Meer info: [www.bobdelbecque.com](http://www.bobdelbecque.com)

Meer lezen?

*Relax! Het leven is al zo kort!*, Loretta Laroche, ZNU, €16,95

aha! moment

“Ooit heb ik een Europese tournee gedaan met **Joe Girard**, de grootste verkoper ter wereld. Toen kwam het inzicht: mensen doen het voor mensen. Dat is ook de boodschap die ik wil brengen, bruggen slaan tussen mensen. Ik ben dan wel de *amuseur public*, de plezante, maar ik ben altijd oprecht. Als je *faket*, voelen de mensen dat. Daarom vind je bij mij geen powerpoint, geen cijfers... maar wel een boodschap die doordringt tot in het hart van wie luistert.”

TEKST: ANNE WISLEZ + FOTO'S: REBEKKA VANDERHAEGHEN