

Après moi la deluge strategie

Babyboomers. Waar zij ten tonele verschijnen, blijft niets bij het oude. Zij zorgen voor reuring, zetten de wereld op hun kop, grijpen de macht, hebben lak aan tradities en zijn wars van conventies. Zij laten zich door niets en niemand de les lezen. Als adolescenten al, maakten ze korte metten met het gezapige leventje in het Nederland van vlak na de Tweede Wereldoorlog. Ze brachten beweging in vastgeroeste machtsverhoudingen. Waar zij acties voerden, sneuvelden burgemeesters en politiecommissarissen. Zij baarden de Provo's, Kabouters en Hippies. Ze introduceerden het anti-autoritair model, de losse moraal, de *flowerpower* en de vrije seks. Zij waren ludiek en noemden hun acties *happenings*. Toch moest uiteindelijk iedereen en alles wijken voor hun idealen. Bezit was in hun ogen al snel verdacht. Geld verdienen iets abjects. Ondernemers nietsontziende geldwolven. Iedereen die ouder was dan de babyboomers zelf, werd simpelweg als rechts en reactionair bestempeld. Alles wat autoriteit uitstraalde belachelijk gemaakt. Complete families werden ontworpen door generatieconflicten. De zittende klasse werd uiteindelijk zonder veel plichtplegingen ter zijde geschoven. De babyboomers grepen de macht en hebben die niet meer losgelaten.

nieuwe radicalen

In de rest van Europa en de Verenigde Staten was het niet anders. De Parijse opstand eind jaren zestig en de wereldwijde anti-Vietnamdemonstraties die daarop volgden, zetten decennia van actie voeren in gang. Alles werd geradicaliseerd en gepolariseerd. De westerse wereld kwam steeds meer in de ban van onrust. Bob Dylan voorspelde in zijn beroemde lied dat de tijden zouden veranderen en de Beatles predikten de revolutie. Niets mocht bij het oude blijven en niets bleef bij het oude. Deze generatie gooide het politieke systeem om toen zij ging stemmen, veranderde het universitaire model toen zij ging studeren en hervormde het bedrijfsleven toen zij ging werken. Het ligt voor de hand, nu zij stoppen met hun arbeidzame leven, zij geen bedaagde bejaarden zullen worden. Ook als gepensioneerden zullen zij hun macht blijven uitoefenen. Voor politieke druk blijven zorgen. De wereld naar hun hand blijven zetten. Deze generatie is fit en vermogend. Gewend dat

er naar hen geluisterd wordt. Zij zullen met hun massa en macht het begrip 'bejaarden' opnieuw uitvinden en van een radicaal nieuwe dimensie voorzien. Deze nieuwe groep ouderen zorgt goed voor zichzelf. Geniet van het leven. Trekt er massaal op uit. Koopt kunst, antiek, dure auto's en boten. Bevolkt de betere restaurants. Hedonisme viert hoogtij. Zij breken met de traditie van erfenissen. Souperen het vergaarde vermogen zelf op. Vinden dat het nageslacht maar voor zichzelf moet zorgen, al genoeg verwend is. Ze vinden dat het goed voor het karakter is als dit nageslacht hun eigen kapitaaltje bijeen sprokkelen moet.

wie dan leeft

Met hun pensionering is de tijd aangebroken de balans op te maken. Wat is er van hun idealen terecht gekomen? Wat hebben zij in gang gezet? Waar hebben zij hun macht, ambitie en *drive* voor aangewend? Waar is al deze onrust goed voor geweest? We komen tot een verbijsterende ontdekking. Deze generatie, die alleen maar voorspoed en vooruitgang heeft gekend, had idealen die flinterdun waren. De vorm was belangrijker dan de inhoud. Het was allemaal spel. Doen alsof. Een verandering om de verandering. De revolutie van de babyboomers was niet meer dan verpakking. Haar actievoeren een *lifestyle*. Haar gedrag op zijn best een cultuuruiting. Het heeft, achteraf gezien, allemaal weinig betekenis gehad. Een storm in een glas water.



Deze generatie was vooral druk met zichzelf bezig. En ruilde haar verheven idealen met evenveel gemak in tegen pragmatisme en geld. Zij heeft verzuimd haar macht en invloed aan te wenden om daadwerkelijke veranderingen tot stand te brengen. Zij heeft zelfs de macht waar zij zich zo tegen verzette, ten eigen faveure aangewend. Dat zou je terugkijkend kunnen stellen. Terwijl de babyboomers hard aan hun welvaart werkten, veranderde de wereld onder hun handen in rap tempo. Geld en hebzucht gingen een steeds grotere rol spelen. Er was geen tijd in de geschiedenis, waarin welvaart tot zo'n grote hoogte kwam en zo'n brede groep daarvan kon genieten. Zonder dat er noemenswaardige maatregelen kwamen, werden fossiele brandstoffen in hoog tempo opgesoupeerd, vervuilde de wereld, steeg de hoeveelheid CO2, en daarmee de temperatuur op aarde en de zeespiegel. Belangrijke beslissingen en essentiële hervormingen op bijna elk gebied, schoof men voor zich uit. Door naar een volgende generatie. Wie dan leeft, wie dan zorgt. *Après moi la deluge*. Het nageslacht van de babyboomers erft geen geld, maar wel een wereld vol problemen.

De volgende generaties zullen dat wat de babyboomers verzuimd hebben alsnog moeten doen. De eerste stappen worden nu gezet. De kinderen van de babyboomers twijfelen nog, zijn zo gewend tweede viool te spelen, te dansen naar de pijpen van hun dominante voorgangers, dat ze nog niet goed weten hoe ze met hun pas verworven vrijheid moeten omgaan. Hadden de babyboomers het dan écht mis? Moet het roer écht om? Zijn draconische maatregelen écht nodig? Maar voor de jongere generatie, zij die nu de universiteiten en hogescholen verlaten, is het allemaal vanzelfsprekend. Zij prediken geen revolutie, maar zullen revolutie ontketenen. Organiseren geen happenings, maar zullen grootse veranderingen tot stand brengen. Zij zetten zich niet af tegen de vorige generatie, maar breken met al hun tradities. Zij hebben net als de babyboomers idealen, maar zij zullen in tegenstelling tot die generatie hun idealen realiseren. Want deze groep is authentiek. Wars van buitenkant. Van doen alsof. Het gaat bij hen nooit om vorm, maar altijd om inhoud. Zij hebben geen tijd voor ludieke acties. Ze moeten aan de slag. En wel snel.



musketiers & maatschappij

Deze generatie combineert individualisme op een heel vanzelfsprekende manier met gemeenschapszin: *individual togetherness*. Maakt optimaal gebruik van internet om zich te organiseren. In steeds wisselende groepen vormt zij virtuele netwerken om de noodzakelijke veranderingen tot stand te brengen. Ook de jongste groep commerciële bedrijven organiseert zich steeds vaker op deze manier en zijn niet hypocriet. Zij vinden geld niet vies en voos, maar noodzakelijk om hun dromen dichterbij te brengen en hun doelen te financieren. Ook geld en idealen gaan bij de jongste generatie ondernemers hand in hand. Hun streven is niet groot en machtig te worden, maar maatschappelijk relevant te zijn. En hun netwerkstructuur zorgt voor voldoende *body* en structuur om het verschil te kunnen maken. Wij, van Collectief Het Stormt, helpen deze jonge ondernemers. Ondersteunen ze. Net zoals we bestaande bedrijven helpen zich te transformeren naar

een nieuw type organisatie. Het is een groot voorrecht dit werk te mogen doen. Het is mooi, om steeds opnieuw de verbazing te zien, als het management ontdekt, dat het hebben van idealen en het maken van winst zo goed blijken samen te gaan. Het is mooi hun enthousiasme te ervaren als de droom wordt gevonden. Mooi om de energie te voelen, als het hoger doel wordt benoemd. Wij, van Collectief Het Stormt hebben ook een droom. Wij dromen dat steeds meer organisaties zich verantwoordelijk voelen. Voor het grote geheel. De totale maatschappij. Onze gezamenlijke toekomst. Dat organisaties hun invloed, kennis, kunde en talent inzetten om het verschil te maken. Het is ons hoger doel zoveel mogelijk organisaties te inspireren. Hen te helpen hun droom te vinden. En in lijn daarmee een hoger doel te benoemen. Een doel waar je kippenvel van krijgt. Omdat het zo inspirerend is. Zo nuttig is. Niet alleen voor de organisatie zelf, maar ook voor klanten, medewerkers, toeleveranciers en aandeelhouders, zelfs voor de hele maatschappij.



Bert Rorije & Sjaak Vink zijn lid van Total Branding Collectief Het Stormt. Total Branding is een holistische werkwijze, waarbij bedrijfskundige, strategische en organisatorische vraagstukken, HRM-problematiek, marketingcommunicatie en innovatie geïntegreerd worden aangepakt. Het doel: veranderingen bij bedrijven op gang helpen. Organisaties alternatieven aanreiken. Mei vorig jaar verscheen hun boek: *Verkoop je ziel. Authenticiteit als basis voor succes.*

Zijn de idealen van de babyboomers misschien wel niet zo ideaal als Robert Zimmerman bezong? Gaan de tijden nu pas echt veranderen, geen joints maar hennepkleding?