

NILS ROEMEN & FANNY KOERTS

HOE REGEL IK
EEN JAAR FIETSEN
DOOR AFRIKA?

Hoe
begin ik
voor mezelf?

DOORFIETEN VRAGEN

Wie kan mij
helpen met mijn
boekhouding?

Iemand tips
voor een
hotel in Parijs?

Hoe organiseer
ik een spetterend
evenement?

DE KRACHT VAN
SOCIALE OVERWAARDE

HAYSTACK

NILS ROEMEN & FANNY KOERTS

DURFTE VRAGEN

DE KRACHT VAN
SOCIALE OVERWAARDE

HAYSTACK

‘Onze grootste armoede is wellicht dat we onze rijkdom
niet eerlijk kunnen verdelen’

Nils Roemen

Moet dat niet met een hoofdletter?

Nils: 'Durftevrage, moet dat niet in het hele boek met een hoofdletter?'

Uitgever: 'Nou, durftevrage is zo populair geworden dat het inmiddels een soortnaam is, en die schrijf je met een kleine letter.'

Nils: 'Maar het is ook een netwerk waar mensen werken die er hun brood mee verdienen!'

Uitgever: 'Maar met een hoofdletter lijkt het net alsof het iets van jullie is, en durftevrage, dat is toch van ons allemaal?'

Nils: 'Mmm, dat is ook waar. Misschien kunnen we dit dilemma ergens in het boek beschrijven?'

Durftevrage

Eerste druk oktober 2011

Uitgeverij Haystack
Postbus 308
5300 AH Zaltbommel
0418-680180
needle@haystack.nl
www.haystack.nl

Auteur: Nils Roemen en Fanny Koerts
Corrector: Carolien van der Ven
Vormgeving en opmaak: Foxy Design

ISBN: 9789461260048
NUR: 600, 740, 770, 780, 800

© 2011 Nils Roemen en Fanny Koerts / Uitgeverij Haystack

Copyleft

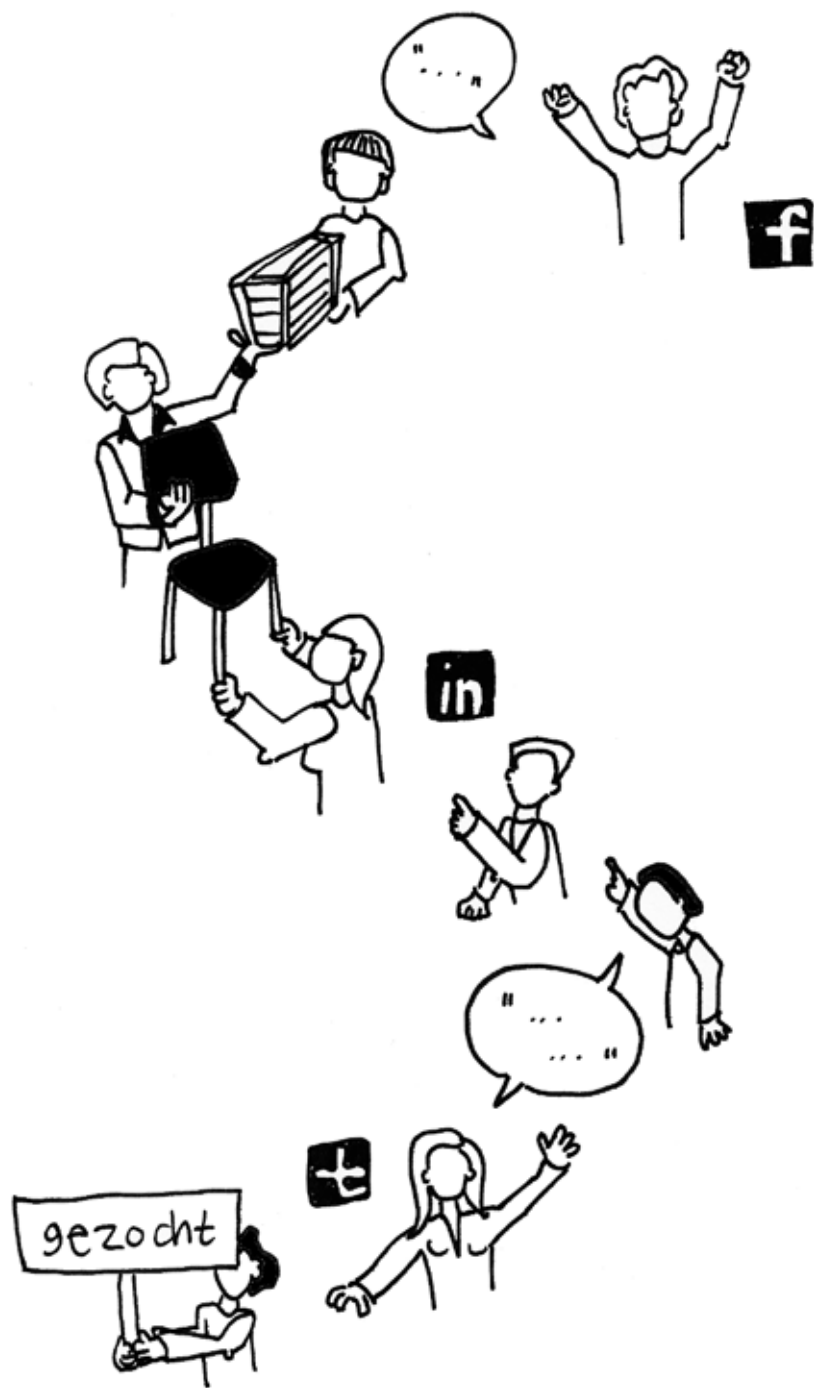
Durftevrage ontleent zijn kracht aan de kunst van het delen. Hoe zichtbaarder je bent en hoe meer je weggeeft, hoe makkelijker het voor mensen wordt om jouw ideeën te verspreiden en hoe uitnodigender je voor hen bent om geholpen te worden. Het is de nadrukkelijke droom van durftevrage om over de hele wereld bekend te worden, en uiteindelijk overbodig te worden. Alles uit dit boek mag je daarom kopiëren, uitscheuren, filmen, fotograferen, naspelen in films of toneelstukken, uitbeutelen in rotsen. Het maakt ons niet zo veel uit, we willen graag dat dit gedachtengoed zo veel mogelijk mensen bereikt. We vinden het wel tof wanneer je ons als bron noemt. Alvast bedankt voor het helpen verspreiden van onze ideeën, verhalen en ervaringen.

INHOUD

INLEIDING OVERVLOED, WAAR VIND JE DAT?	13
Helpen helpt	
Sociale overwaarde	
Wegwerpcultuur	
Aan de slag	
1 WAT IS ER EIGENLIJK AAN DE HAND?	23
De wereld verandert razendsnel	
Delen met TED	
Delen was nog nooit zo eenvoudig	
What you give is what you get	
Meer ideeën dan tijd	
Je netwerk uitbreiden met nieuwe media	
Schiet met hagel	
De strategie van de marktkoopman	
Van kennis is macht naar reputatie is kracht	
Iedereen kan expert worden	
2 WAT WIL JE NOU EIGENLIJK?	39
Wie wil er nou eigenlijk wat?	
Van waarheen naar waarom	
Schaam je niet	
Het durftevragenvenster	

3 HOE FORMULEER JE EEN GOEDE VRAAG?	51
Vertel een verhaal	
Hoe stel je de juiste vraag?	
De kunst van het waffel houden	
Antwoorden is vrijwillig	
4 WIE WIL MIJ HELPEN?	59
Trek eens een blik onbekenden open	
Vind duurzame mensen	
Vind toverballenmensen	
Trek niet aan dode paarden	
Zoek helden	
5 EN NU AAN DE SLAG	69
Het gaat om lukken	
Creëer je eigen toekomst	
Houd niks geheim	
Niet denken maar doen	
Ga eens op je bek	
6 STEL DAT IEDEREEN DURFT TE VRAGEN!	79
Stel dat iedereen zijn eigen toekomst vormgeeft	
Stel dat alle ideeën op straat liggen	
Stel dat iedereen zich bewust wordt van de kracht van netwerken	
Stel dat alle kennis vrij toegankelijk en makkelijk vindbaar is	
Stel dat alle sociale overwaarde in kaart wordt gebracht	
Stel dat we onze economie van geld zouden veranderen in eentje van waarde	
Waardebepaling achteraf	

7 DE DURFTEVRAGENGEREEDSCHAPSKIST	91
Denken	
Doen	
Lifehackingtips	
8 ONZE VERLANGLIJST	97
LEESTIPS	103
Boeken	
Websites en blogs	
Online netwerken	
Plaatsen	
Video	
TOT SLOT	107



OVERVLOED, WAAR VIND JE DAT?

■ Durftevragen werd enkele jaren geleden bedacht door Herman Dummer en Nils Roemen. Al vlug werden er durftevragenbijeekomsten georganiseerd, waar mensen elkaar in levenden lijve gingen ontmoeten om elkaar te helpen. Inmiddels zijn er al veertien durftevragenbegeleiders en worden er door het hele land durftevragenworkshops verzorgd, en daar zijn we best trots op. Inmiddels is durftevragen echter vooral bekend van de hashtag op Twitter. Vele duizenden mensen gebruiken *#durftevragen* elke dag om een computerprobleem op te lossen, een studentenkamer te vinden of hulp te zoeken bij het organiseren van een bijeenkomst.

Of het nou op internet gebeurt of in levenden lijve: we zijn telkens weer verrast als we zien wat er gebeurt wanneer mensen elkaar ontmoeten en hulp vragen. Het werkt, elke keer weer! Mensen ontdekken wat ze willen vragen en gaan elkaar helpen.

We hebben inmiddels talloze durftevragenbijeekomsten begeleid, soms in zalen met honderden mensen en soms in kamers met een klein groepje mensen. Elke keer weer merken we dat mensen graag iemand anders willen helpen. Het mooie daarbij is dat tijdens een durftevragenbijeekomst zelden tot nooit wordt gevraagd: 'Wat krijg ik daarvoor terug?' Mensen vinden het kennelijk gewoon leuk om iemand die duidelijk aangeeft wat hij wil een stapje verder te helpen.

Wat ons fascineert, is dit: als we inderdaad zoveel hulpkracht hebben in de wereld, hoe kunnen we die hulp dan zo organiseren

dat ook grote vraagstukken worden opgelost? En als je denkt dat dit te veel gevraagd is: in 2008 heeft een groep van vijftigduizend vrijwilligers in vijf uur tijd héél Estland opgeruimd en ontdaan van al het zwerfvuil.

Als je een heel land in een dag kunt opruimen, wat kan er dan nog meer als je hulp mondiaal en professioneel zou inrichten?

We denken wel eens dat wij Nederlanders collectief hebben afgeleerd om anderen om hulp te vragen. Hoe dat komt, weten wij ook niet precies. Bij navraag horen we vaak dat mensen met zichzelf hebben afgesproken dat ze ‘het zelf maar moeten oplossen’. En dat kan natuurlijk ook. Er is niks op tegen om veel alleen te doen. Maar als wij moeten kiezen tussen alleen een event organiseren – met alle tijdsinvesteringen, regelwerk en drukte die daarbij komen kijken – of aan mensen vragen wat zij kunnen bijdragen, waardoor het makkelijker te regelen is, dan weten we het wel! We merken keer op keer dat de tweede manier leuker is, sneller gaat en meer energie oplevert.

Als je hulp mobiliseert, krijg je (zeker tegenwoordig, met internet en andere hulpmiddelen) meer voor elkaar, tegen lagere kosten dan ooit tevoren. Je bespaart alleen al enorm op postzegels, papier en dure advertenties als je tegenwoordig iets ‘wereldkundig’ wilt maken of aandacht wilt krijgen voor een idee of een evenement dat jou na aan het hart ligt.

Helpen helpt

Een andere vaak gehoorde reden om geen hulp te vragen is dat mensen denken een ander tot last te zijn als ze om hulp vragen. Maar ga voor de grap eens bij jezelf na hoe het voelt als je een

ander verder kunt helpen met advies of iets wat je kunt missen. Goed, toch? Echt, mensen blijken zich over het algemeen beter te voelen wanneer ze een ander kunnen helpen.

Dat is ook wetenschappelijk bewezen. Enkele wetenschappers gaven twee groepen mensen aan het begin van de dag een geldbedrag. De eerste groep kreeg de opdracht dit geld gedurende de dag aan zichzelf te besteden. De tweede groep kreeg de opdracht het geld die dag zo uit te geven dat anderen er blijer van zouden worden. Aan het eind van de dag werd gemeten welke van de twee groepen zich gelukkiger voelde. Je raadt het al: de groep die de opdracht had gekregen om het geld weg te geven bleek zich aan het eind van de dag een stuk gelukkiger te voelen dan de groep die het geld aan zichzelf mocht besteden. Een goede reden dus om bij je volgende aanval van shopverslaving cadeautjes voor anderen te kopen in plaats van voor jezelf!

Mensen vinden het leuk om je te helpen. Door hen niet 'lastig te vallen' ontnem je hun feitelijk een kans om jou te helpen én om zich beter te voelen. Dus wat houd je nog tegen om een ander zich beter te laten voelen? Durftevragen!

Moeilijk is het niet, maar het is ook niet per se makkelijk. Een reden om geen hulp te vragen zou zijn dat mensen pas om hulp willen vragen als ze helemaal helder hebben wat ze willen vragen. Wij merken in de praktijk dat dit klopt, maar het is onze ervaring dat je de hulpvraag makkelijk kunt verbeteren.

Bovendien: zelfs een vage vraag stellen is goed, want daarmee daag je mensen uit om mee te denken. Hierdoor wordt een vraag, droom of ambitie gedurende een gesprek steeds helderder. In je eentje broeden op je vraag, plan of ambitie is meestal niet de meest effectieve route naar een doel.

Sociale overwaarde

Iedereen, écht iedereen in Nederland heeft toegang tot een netwerk, tot middelen, ideeën, talenten en andere waarden. Kijk maar eens rond in je eigen omgeving. Welke mensen ken jij die ergens vreselijk goed in zijn? Wat heb jij zoal rondslingeren dat je al jaren niet meer gebruikt maar waar een ander iets aan kan hebben? Kortom, hoeveel heb jij te geef of te leen?

Wat zou er gebeuren als iedereen op de wereld zijn verlanglijst zichtbaar zou maken? Niet alleen op een verjaardag of tijdens Sinterklaas, maar continu. Stel dat je ergens online inzichtelijk zou maken waar jij anderen met plezier bij zou kunnen helpen, welke spullen je te leen hebt of wilt weggeven en wat jouw eigen wensen zijn. De kans is groot dat bekenden en onbekenden bij je aankloppen om je te helpen met de dingen die op jouw verlanglijstje staan. En de kans is even groot dat bekenden en onbekenden op zoek zijn naar datgene wat jij over hebt – of het nu gaat om een paar planken of om een oude computer op zolder die je niet meer gebruikt omdat je inmiddels een laptop hebt aangeschaft.

En wie twijfelt aan het aanbieden van een paar planken: van honderd rondslingerende stukjes hout kun je nog een knappe tafel maken, zoals wij met de overwaardetafel hebben bewezen. Het verhaal hierover lees je verderop in dit boek. En al die ongebruikte computers kunnen van waarde zijn om mensen computercursussen te geven. De tafel en de cursussen hebben we gerealiseerd in de Waarmakerij in Nijmegen, een van de voorbeelden waaruit blijkt dat je de overvloed in onze maatschappij kunt benutten. Wij noemen dit 'het benutten van sociale overwaarde'. Volgens Van Dale:

so·ci·aal *bn, bw betrekking hebbend op de maatschappij, op het welzijn daarvan*

over·waar·de *(de. v) hogere waarde dan nodig of dan normaal*

HOE ONTSTOND DURFTEVRAGEN?

In 2005 ontmoette ik Nils Roemen op een beurs. We kwamen erachter dat we allebei netwerkers pur sang zijn, met een passie voor eenvoud en projecten die ertoe doen. Vele mooie ontmoetingen volgden.

We wisten dat mensen graag in contact komen met anderen en ook dat pogingen voor het opzetten van netwerken vaak strandden. We hadden ideeën over hoe mensen elkaar zouden kunnen versterken en inspireren, maar plannen kwamen niet verder dan de tekentafel.

In het najaar van 2006 werd ik benaderd door de organisator van de beurs waar ik Nils had ontmoet. Hij vroeg of ik een creatief idee had voor een standruimte van 150 vierkante meter. Deze ruimte was op het laatste moment vrijgekomen, dus de organisator had 'iets over'. Voor een vraag om creativiteit ben je bij mij aan het goede adres, daar maakt mijn hart een salto van. Ik beloofde binnen één dag met een plan te komen en belde intuïtief direct met Nils. De gesprekken en ideeën die ik eerder met Nils deelde, kwamen in één keer samen. Een aantal telefoontjes later was durftevragen geboren. Samen met goede verbinders uit onze netwerken was de eerste durftevragensessie een feit, twee dagen lang. De beurs was enkele jaren de vaste 'ont-moetingsplaats' van durftevragen. Elke keer werden we weer blij en enthousiast van de grote hoeveelheid energie die vrijkwam. Gelukkig bleef het niet bij de sessies tijdens de beurs en werden al vlug overal in het land wekelijks durftevragensessies georganiseerd, waar tot op de dag van vandaag elke keer 'een waanzinnige bak energie' vrijkomt.

Herman Dummer

Uitgaande van deze twee definities is sociale overwaarde dus datgene wat over is of gemist kan worden op de plek waar het nu niet van waarde is. Terwijl het door het op een andere plaats in te zetten of op een andere manier te verbinden, weer van nut kan zijn. Het gaat hierbij niet om geld (dat is zelden 'over'), maar om materiële zaken, ideeën, toegang of vormen van hulp.

Wegwerpcultuur

Er is gelukkig veel op deze wereld, maar helaas ligt het vaak onbenut op de verkeerde plek. Als we al deze sociale overwaarde nieuw leven inblazen, dragen we bij aan een afnemende wegwerpcultuur en daarmee aan een waardevollere, duurzamere wereld.

Misschien is de grootste armoede in het Westen wel dat we onze kennis en materiële rijkdom niet eerlijk verdelen. Met durftevragen proberen we mensen die nog niet om hulp durven te vragen te prikkelen om hun gedrag te veranderen. Voor de mensen die nog niet weten hóé ze hulp kunnen vragen, willen we werkwijzen aanreiken om anderen makkelijker te helpen. Het oplossen van schaarste is nu eenmaal ook een logistiek vraagstuk.

Durftevragen helpt je om slimmer in te spelen op sociale overwaarde waardoor ook jij kunt bijdragen aan het oplossen van schaarste in de wereld. Onder het motto: verbeter de wereld, begin bij jezelf.

Aan de slag

Inmiddels wordt er in heel Nederland geëxperimenteerd met het oplossen van grote vraagstukken door sociale overwaarde te benutten. Wij vinden het geweldig om te zien dat de principes van durftevragen hiervoor door steeds meer mensen worden gebruikt.

Het begon met durftevragenbijeenkomsten: mensen bezochten workshops en lezingen, luisterden naar de tips van durftevragenbegeleiders en enthousiasmeerden elkaar. Het fenomeen durftevragen nam pas echt een grote vlucht toen we de hashtag #durftevragen lanceerden op Twitter. Dit is inmiddels de meest gebruikte hashtag in Nederland. Het is een effectieve manier om hulp te vragen bij grote en kleine vragen aan mensen die je wel

DURFTEKOKEN

Op Twitter vraagt @MrsCKT op 14 oktober 2010 of iemand een lekker recept voor een wildstoofpotje heeft. Het bericht belandt in de keuken van restaurant Romanoff, het luxe restaurant van Hotels van Oranje in Noordwijk. Chef-kok Maurice Hoegee mailt vervolgens een leuk recept. Het recept bevalt en een tijdje later tuitert @MrsCKT het volgende bericht:

@hotelsvanoranje of iemand anders met liefde voor koken: ik zoek een recept voor visvoorgerecht voor 4 personen (en een iPhone) #durftevragen



Chef-kok Maurice Hoegee mailt opnieuw een recept, maar @MrsCKT vindt het recept voor kreeft erg lastig. Ze vraagt via Twitter of ze een kijkje in de keuken mag nemen. Maurice nodigt haar uit en op 26 november ontmoeten @MrsCKT en @hotelsvanoranje elkaar in levenden lijve en krijgt de hobbykok een heuse workshop kreeft bereiden van een echte chef-kok.

of juist niet kent. Met een dagelijks bereik dat schommelt rond de tweehonderdduizend, is het een bijzonder krachtige vraag- en hulpbron op internet geworden.

Als jij ook van plan bent om grootste plannen en ambities te realiseren en eindelijk datgene te gaan doen waar je hart salto's van maakt, en als je daarvoor de kracht wilt gebruiken van een netwerk met mensen die graag met je meebouwen, dan helpt dit boek je op weg.

Welke vragen kun je stellen? Aan wie stel je die vragen? Hoe zet je de antwoorden op die vragen om in concrete acties? Hoe realiseer je je plannen? Hoe kun je de achterliggende gedachten van durftevragen inzetten voor de rest van je leven en welke rol kun

TIENTJE GEVONDEN



Caroline zat een paar jaar geleden op een middag uitgeblust en gedeprimeerd thuis. Ze was net ontslagen, maar ze was wel verantwoordelijk voor vier kinderen. Ze zag het even niet zitten, tot ze met haar vriendin Erna bedacht dat ze mensen in dezelfde situatie zou kunnen helpen. Niet tegen hoge tarieven, maar voor een tientje, het bedrag dat ze zelf als uitkeringsgerechtigden (ze waren beiden net ontslagen) ook nog zouden kunnen missen.

Ze namen deel aan een durftevragenworkshop en presenteerde het plan van Tientjes tijdens Stand Up Inspiration, waar enthousiaste mensen de kans krijgen om hun ideeën uit te leggen. Binnen korte tijd was er een bedrijfsplan en groeide er landelijk belangstelling voor het initiatief. Op 10 oktober 2010 organiseerden ze zelfs een symposium voor driehonderd mensen, zonder dat het hun een cent kostte. Nationale grootheden zoals Huub van Zwieten en Marinus Knoope kwamen langs, en zelfs Carolines held Thomas Crum kwam over uit Amerika, voor een tientje.

Overal in Nederland zijn inmiddels lokale Tientjesafdelingen die promotie maken voor het concept en lokale activiteiten ontplooiën. Overal worden mensen geholpen, voor een tientje.

jij hierin spelen voor de rest van de samenleving? Deze vragen en meer van onze ideeën en ambities komen in dit boek aan de orde.

Als je direct aan de slag wilt, kun je naar het eind van dit boek bladeren. In de gereedschapskist vind je veel krachtige tips, die in elk geval voor ons goed hebben gewerkt, en die ervoor zorgen dat wij zo in het leven staan dat wij er daadwerkelijk van overtuigd zijn dat we bijna alles kunnen bereiken wat we willen.

Als je wilt, kun je ook naar een van de durftevragenworkshops komen, die door heel Nederland worden georganiseerd.

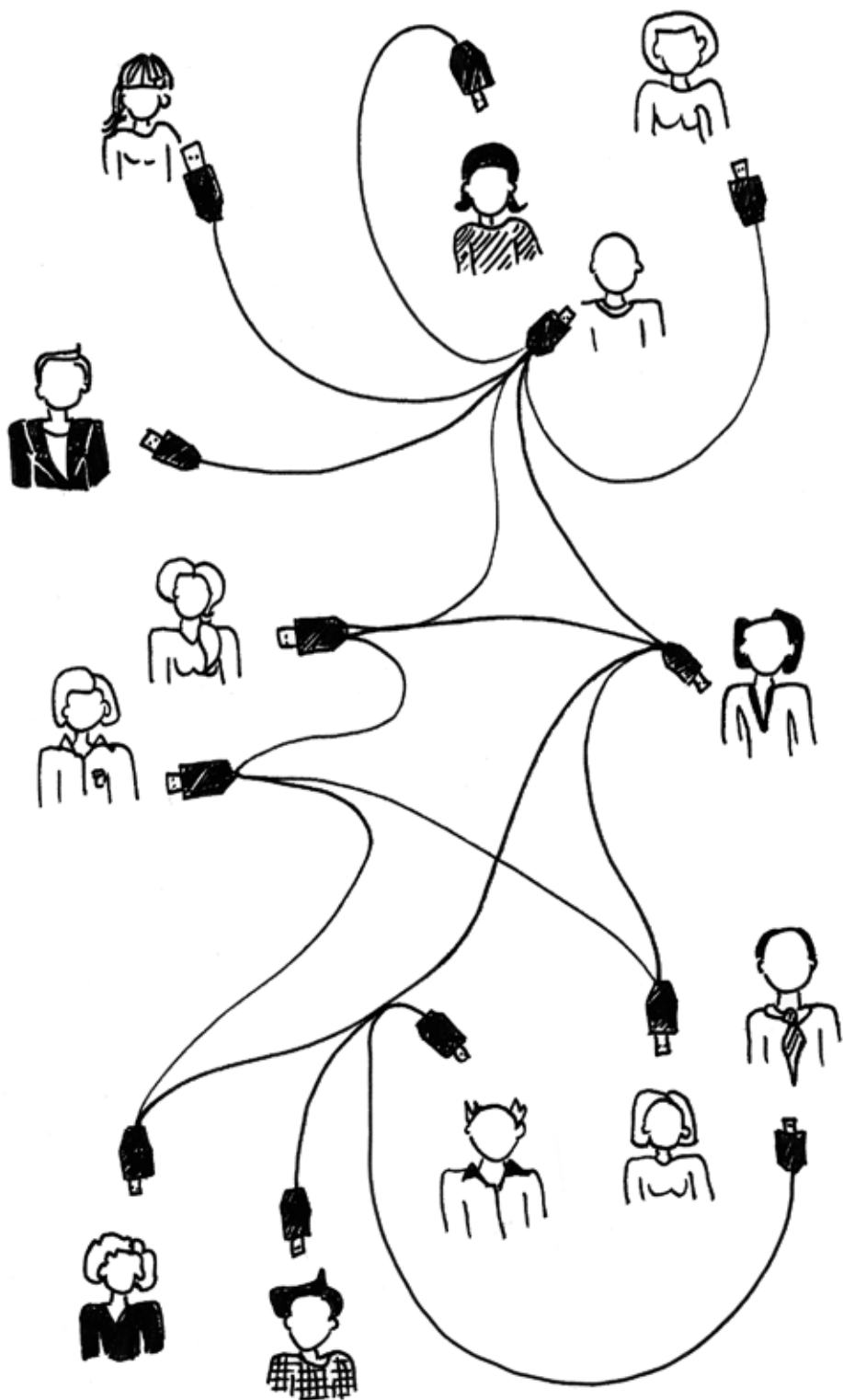
Onze droom: mensen over de hele wereld elkaar laten helpen met

het realiseren van hun plannen door gebruik te maken van durfgevragen en het slim benutten van sociale overwaarde. We hopen dat dit boek hier een beetje aan bijdraagt – en dat jij eraan bijdraagt. Daarom: doe je mee?

We willen graag alle, maar dan ook echt álle mensen bedanken die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van dit boek. En dat zijn er nogal wat: alle mensen die op welke manier dan ook hebben bijgedragen aan het succes van durfgevragen, alle mensen die hun verhaal met ons deelden, iedere vragensteller die het lef had om een vraag te stellen tijdens een bijeenkomst, iedere kritische denker die met zijn scherpe blik ons gedachtegoed aanscherpte, alle begeleiders en andere meebouwers die binnen en buiten de organisatie hun steentje hebben bijgedragen aan het verspreiden van het gedachtegoed. En natuurlijk alle twitteraars die vragen hebben gesteld en beantwoord. Onze dank is groot!

Er zijn twaalf mensen die we speciaal willen bedanken. Zonder hen zouden veel mensen niet eens van durfgevragen hebben gehoord. Zij zorgden ervoor dat duizenden mensen door heel Nederland durfgevragen hebben ervaren. We hebben het natuurlijk over het team durfgevragenbegeleiders. Daarom: dankjewel Herman Dummer, Lisa Portengen, Sander Datema, Juul Martin, Jan Peter Bogers, Walter Brand, Ingeborg van Meggelen, Piet Hurkmans, Marrije Prins, Josien Pennings, Remco Langeler en Yvonne Beckers. Het is heerlijk om dit avontuur met jullie mee te maken.

Fanny en Nils



WAT IS ER EIGENLIJK AAN DE HAND?

■ Voordat we begonnen met het schrijven van dit boek, hebben we heel wat uurtjes gefilosofeerd. Waarom werkt durfgevragen eigenlijk? Wat zorgt ervoor dat het juist nu door zo veel mensen wordt opgepikt? In dit hoofdstuk beschrijven we wat ons heeft geïnspireerd en welke antwoorden wij de afgelopen jaren hebben gevonden.

De wereld verandert razendsnel

Het industriële tijdperk is definitief voorbij. Natuurlijk zien we her en der nog prikklokken en andere bureaucratische symptomen die mensen het gevoel geven dat ze werken om te kunnen leven, maar dat zijn slechts symptomen. Het is niet meer waar onze economie en samenleving om draaien.

Onze huidige samenleving draait om netwerken en informatietechnologie. De kosten om nieuwe dingen in beweging te zetten zijn nog nooit zo laag geweest als nu. Verandering grijpt razendsnel om ons heen omdat we leven in een wereld van interconnectiviteit, vol met vrij toegankelijke technologie. Communiceren met gelijkgestemden, of het bereiken van nieuwe mensen, markten of doelgroepen was nog nooit zo makkelijk en goedkoop als nu.

Lange tijd hebben we ons denken zo ingericht dat het verkrijgen, behouden en vergroten van bezit (en kennis) grotere drijfveren waren dan delen, het laten circuleren van kennis en waarde, en anderen verder helpen. Met het ontstaan van de netwerk- en

informatiesamenleving is er echter een verandering gaande waarin andere motivatoren belangrijk worden. Internet en sociale media spelen daarbij een cruciale rol. Het vasthouden en afschermen van kennis wordt steeds moeilijker, terwijl tegelijkertijd de ontwikkeling en de collectieve groei steeds makkelijker worden.

Het delen van kennis en ideeën was nog nooit zo makkelijk en aantrekkelijk. Niet *wat* je hebt, maar *wat je deelt* is belangrijk. Het gaat niet meer om wat jij voor elkaar hebt gekregen voor je eigen gewin. Wat telt is wat jij voor de wereld om je heen, inclusief jezelf, voor elkaar hebt gekregen. Het doet er niet meer toe hoe je anderen kunt inzetten voor je eigen doeleinden, maar hoe je anderen kunt helpen met het bereiken van hun doelen door hen te koppelen aan die van jezelf. De kentering heeft al plaatsgevonden, de manier waarop we samenleven en samenwerken is al aan het veranderen. En het is deze nieuwe manier van samenwerken die durfgevragen mogelijk maakt.

Delen met TED

Een mooi voorbeeld van netwerken, informatietechnologie, interconnectiviteit en belangeloos samenwerken is TED.com. Dat is een fysiek en online platform waarop originele denkers hun nieuwste ideeën en ervaringen delen met de wereld. Hun presentaties worden gratis gedeeld via de gelijknamige website, en als je enkele video's hebt gezien, dan weet je hoe verslavend ze zijn. En zoals vaak gebeurt met goede ideeën, op een gegeven moment ontstond op meerdere plekken op de wereld de behoefte om ook zoiets te doen, om ook TED-events te organiseren. Zo vond op 20 november 2011 in zestig steden wereldwijd de eerste TEDx-YouthDay plaats.

DE TWITCHHIKER



De Brit Paul Smith slaagde erin zonder een stuiver uit te geven van Gateshead in Groot-Brittannië naar Nieuw-Zeeland te reizen. De zogenaamde Twitchhiker verspreidde zijn plannen en de bijbehorende praktische vragen om hulp via Twitter. Nog geen maand later arriveerde de drieëndertigjarige Brit op een regenachtige dag in Stewart Island.

Smith legde de achttienduizend kilometer niet alleen af dankzij de donaties van genereuze welgestelden, maar ook en bovenal dankzij de hulp van enthousiaste twitteraars die bijvoorbeeld voor hem kookten of een stukje taxichauffeur speelden. Smith maakte de reis om geld in te zamelen voor een goed doel en daarin is hij geslaagd. Hij toonde zich meer dan trots: 'Het Twitchhiker-project laat zien dat vriendelijkheid universeel is, dat het geheel meer is dan de som der delen en dat sociale media misschien online beginnen, maar dat het kan samensmelten met de werkelijkheid wanneer en waar je dat wilt.'

De organisatie zei niet: zeg, dit is ons idee, dat mag niemand na-doen; integendeel. De organisatie juichte het initiatief toe, hielp bij de uitvoering en zo kon het gebeuren dat in één klap vele duizenden jongeren op een inspirerende manier konden proeven van hun vermogen om zelf ideeën te bedenken en waar te maken. Nieuwsgierig? Zoek (en luister) eens naar 'We will change everything', het lied dat ter ere van de TEDxYouthDay werd geschreven.

Delen was nog nooit zo eenvoudig

Zoals TED.com laat zien, zet internet ons leven aardig op z'n kop. Steeds meer kennis is (vrij) toegankelijk. Dat delen gaat heel ver.

Universiteiten zetten een deel van hun curriculum, inclusief videoblogs van hoorcolleges, online. Wikipedia is net zo betrouwbaar als de *Encyclopedia Britannica*, hebben onderzoekers in het gerenommeerde tijdschrift *Nature* beschreven. Bovendien: wetenschappelijke ontwikkelingen zijn niet langer voorbehouden aan mensen die een wetenschappelijk tijdschrift als *Nature* kunnen betalen en begrijpen, nu de informatie ook voor iedereen in 'Jip & Janneke-taal' wordt besproken op websites als nu.nl.

Via websites als wordpress.com kan iedereen binnen tien minuten zijn eigen weblog inrichten en publiceren. Door gebruik te maken van sociale media als Twitter bouw je in *no time* aan een hoogwaardig, gezellig, divers, gespecialiseerd netwerk van mensen aan wie jij gelijkwaardig kennis, informatie, ideeën en contacten geeft en van wie je die ook ontvangt.

Kennis is niet makkelijker geworden, maar de toegankelijkheid van kennis is nog nooit zo eenvoudig geweest.

What you give is what you get

Het onbeschroomd delen van alles wat je óver hebt, heeft grote voordelen, want delen is vermenigvuldigen. Hoe meer kennis je deelt, hoe groter de kans dat mensen terugpraten en op die manier jouw kennis weer verrijken. Bovendien verlies je je eigen kennis niet door die te delen, de kans is juist groot dat je je die kennis meer eigen maakt, dat deze beter in je systeem komt te zitten en dat je steeds meer manieren vindt om je kennis in de praktijk toe te passen.

Hoe meer ideeën je deelt, hoe groter de kans dat andere mensen hier op gaan voortbouwen, waardoor jouw idee sterker wordt. Net als bij kennis geldt dat je je idee niet kwijtraakt als je het deelt. Je hebt het zelf ook nog steeds. Niet voor niets is veel software tegenwoordig opensourcesoftware: software die iedereen

AFHAALVRAAG

'Toen ik naar Nijmegen verhuisde, was ik op zoek naar een goede afhaalchinese. Natuurlijk eens op Twitter gevraagd of iemand er een wist rond het centrum #durftevragen. En ja hoor, binnen tien minuten drie reacties, afgegaan op de reactie waarbij gezegd werd, "het ziet er niet uit maar is wel super lekker, Loong Sing aan de Groenestraat". En lekker was het, vaste klant zijn we er inmiddels. Anders had ik die Chinees echt nooit gevonden/geprobeerd.'

@tijdegroot



kan verbeteren. Nu is dit heel normaal, maar toen de Amerikaanse historicus en socioloog Eric Raymond voor het eerst over het delen van de broncode van een programma schreef in het boek *De Kathedraal en de Bazaar*, vond de gevestigde orde zijn ideeën knap revolutionair.

Veel mensen vrezen dat anderen misbruik maken van hun vrijgevigheid als ze kennis delen. Die kans bestaat inderdaad. Wij pleiten er dan ook niet voor om je hele hebben en houwen ongefilterd en ongecensureerd te delen met iedere willekeurige voorbijganger. Uiteraard is het belangrijk om na te gaan wat handige en betrouwbare plekken, mensen en situaties zijn om jezelf bloot te geven. Voor sommige ideeën is het bijvoorbeeld slim om het podium bij Stand Up Inspiration te bestijgen. Andere ideeën kun je beter bespreken in rokerige achterkamertjes, tijdens het sterrenkijken met je partner, tijdens een durftevragensessie of tijdens een cappuccino met een creatieve relatie of een übertwerker.

Meer ideeën dan tijd

Bij het ontwikkelen van onze ideeën over durfgevragen heeft het ons geholpen om te beseffen dat wij veel meer ideeën kunnen bedenken dan we ooit in een mensenleven kunnen realiseren; het weggeven van kennis en ideeën is dus erg goed voor ons erfgoed en onze focus op de dingen die we per se wel zelf willen laten lukken. Ook helpt het volgens ons om te bedenken dat als iemand anders aan de haal gaat met een idee dat jij ooit hebt bedacht, hij waarschijnlijk betere talenten, resources en netwerken tot zijn beschikking had dan jij op dat moment. Wat fijn dat je idee dan niet verloren is gegaan, maar is opgepakt door zo'n succesvol en kansrijk persoon!

En ja, het zou best fijn zijn als jij waardering krijgt voor het bedenken of in gang zetten van het idee. Als je daar behoefte aan hebt, is het heus geen schande om bij de succesvolle ideeënpikker aan te geven dat je behoefte hebt aan erkenning (heel raar, maar lang niet iedereen is in staat om gedachten te lezen).

En als iemand miljonair wordt dankzij jouw geniale idee, en hij waardeert je niet om jouw aandeel in zijn succes, dan heb je in elk geval een heel waardevolle les geleerd. Een volgende keer kijk je wel drie keer uit voordat je een idee aan deze ideeënpikker vertelt. Mogelijk deel je deze ervaring ook nog eens met andere mensen binnen je netwerk, waardoor de stroom van ideeën naar deze ideeënpikker opdroogt.

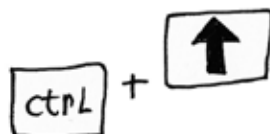
Je netwerk uitbreiden met nieuwe media

Vijftig jaar geleden moest je een ontdekkingsreiziger zijn om je wereld te kunnen verbreden met nieuwe mensen en nieuwe kennis. Over de wereld reizen was een stuk minder gebruikelijk dan nu. De kennis die als eenvoudige thuisblijver tot je kwam, kreeg je

CONTROL EN PAGE UP

'Mijn #durftevragen-ervaring is een kleine, maar wel leuke ervaring. Ik vroeg laatst op Twitter wie wist hoe je in Excel van tabblad kunt veranderen met behulp van sneltoetsen in plaats van met de muis. Met natuurlijk #durftevragen erbij. Een halfuurtje daarna of zo, toen ik het eigenlijk alweer vergeten was, liep ik naar de koffieautomaat op m'n werk, en toen kwam er een collega naar me toe die zei: Control en Page up.' Hij had dus via Twitter mijn vraag gelezen, en kwam me even in real life het antwoord brengen :)'

@Lina445



via kranten, tijdschriften, radio en de paar beschikbare tv-zenders. Als je in die tijd iets voor elkaar wilde krijgen, dan was het veel ingewikkelder om alle talenten, mogelijkheden en middelen die je nodig had om je heen te verzamelen. Al was het alleen maar omdat de communicatie beperkter was en de afstanden groter leken.

Dit is nu nauwelijks nog voor te stellen. De gemiddelde Nederlander voelt zich al ongemakkelijk als hij tijdens het boodschappen doen vergeet om zijn mobiele telefoon mee te nemen. Door de komst van mobiele telefonie en internet kunnen we steeds sneller schakelen en dingen in beweging zetten. De dynamiek van projecten verandert en contact maken met onbekenden of vage bekenden wordt steeds makkelijker.

In het onderwijs hebben brugklassers gemiddeld meer dan honderd 'vrienden' bij diverse sociale media. Zij groeien op met het besef dat ze via Hyves en Facebook snel en succesvol dingen in beweging kunnen zetten. Ze kunnen moeiteloos uitzoeken waar het gaafste feest is komend weekend of hulp zoeken bij het be-

antwoorden van een lastige wiskundevraag. Voor hen is het vanzelfsprekend om snel tot gewenste resultaten te komen.

LinkedIn, blogs en Twitter bieden je de mogelijkheid om persoonlijke en professionele relaties op te bouwen met volslagen onbekenden. Je kunt mensen filteren op branche, interessegebied, karaktertrekjes, talenten, activiteiten en expertises. En als je zelf iemand over het hoofd ziet, is de kans groot dat hij je door iemand anders wordt aanbevolen. Als iemand die wij niet persoonlijk kennen, maar wel waarderen om zijn tweets, iets positiefs te melden heeft over een andere twitteraar, dan is de kans aanwezig dat we toch even een kijkje gaan nemen. Zo zorgt Twitter ervoor dat we met gemak in contact komen met honderden potentieel interessante, leuke mensen. Datzelfde geldt voor LinkedIn. Een eenvoudige search laat zien dat er al bijna 47.000 Nederlandse groepen zijn – onvoorstelbaar toch?!

Dus waar je ook mee bezig bent, de kans is groot dat je gelijkgestemden vindt via deze en andere sociale media. En het is natuurlijk een stuk gemakkelijker om te sparren en samen te werken met mensen die (deels) hetzelfde referentiekader hebben als jij. Maar daarin schuilt volgens ons niet het grootste voordeel. Dat voordeel komt juist voort uit het feit dat zij inspiratie, kennis, ideeën en contacten opdoen op *andere* plekken dan jij!

Een mooi voorbeeld van het slim inzetten van diverse sociale media is het initiatief van Annemarie Appelman. Zij startte de '60 Day Challenge': een poging om in zestig dagen tijd haar droombaan te vinden in de goededoelenwereld door alleen gebruik te maken van online media.

Annemarie had al talloze keren op de traditionele manier met brieven en sollicitatiegesprekken geprobeerd om een baan te vinden, maar dat werkte voor geen meter. Uiteindelijk heeft ze door

veel te bloggen, te Twitteren, LinkedIn in te zetten en veel koffie te drinken met onbekenden die haar via sociale media werden aangeraden, daadwerkelijk een baan gevonden: ze werkt nu bij Nudge, een consumentenplatform rondom duurzaamheid. Het lukte haar in precies 56 dagen.

Inmiddels zie je vaak dat mensen via sociale media op zoek gaan naar een nieuwe uitdaging. En het opvallende is dat het vaak lukt. Een bijkomend voordeel is dat deze zoekers zelf een knooppunt gaan vormen tussen diverse netwerken. Annemarie is nu bijvoorbeeld een goede bekende in de goededoelenwereld, maar ook een interessant contact voor carrièrecommunities, werkzoekenden, headhunters, online marketeers enzovoort.

Het wordt door sociale media niet alleen makkelijker om in contact te komen met mensen, het wordt ook steeds makkelijker om de diverse netwerken aan elkaar te koppelen. Met een klein beetje moeite vind je al gauw welke netwerken in jouw stad of in jouw vakgebied actief zijn en welke mensen in diverse netwerken actief zijn. Deze mensen vormen de schakels of knooppunten tussen deze netwerken en maken het mogelijk om informatie te delen, gezamenlijke kansen te verkennen en gezamenlijke activiteiten te ontplooiën – of om juist te voorkomen dat er wielen dubbel worden uitgevonden. Het koppelen van netwerken kan dus een sterke hefboom betekenen voor je mogelijkheden.

Er wordt vaak gezegd dat sociale media ons helemaal niet socialer maken. Of dit in wetenschappelijk opzicht klopt of niet, weten we nog niet, maar de praktijk laat in elk geval ook heel andere kanten zien.

Verlies echter bij het benutten van sociale media fysieke contacten niet uit het oog. Het is een menselijke behoefte om elkaar

PRIVEVLUCHT MET TWITTER AIRLINES



Twee deejays kregen het voor elkaar om een privéjet van KLM te charteren via Twitter. Ze deden hun beklag via Twitter toen luchtvaartmaatschappij KLM bekendmaakte dat het op een latere datum dan verwacht weer op Miami zou gaan vliegen. Deejay @SiedvanRiel reageerde teleurgesteld omdat precies in de week daarvoor alle grote dancefeesten in Miami zouden plaatsvinden.

KLM was zo sportief om een extra vlucht aan te bieden als de deejays het vliegtuig vol zouden krijgen. Tot verbazing van KLM slaagden ze erin, en op 21 maart 2011 vertrok een jet vol muziek- en dansliefhebbers naar de zon.

ook IRL (in real life) te ontmoeten, en het is bovendien effectief. Twiners (Twitter diners), open coffee clubs (mensen uit een stad die elkaar één keer per maand informeel ontmoeten) en co-werkplekken zoals Seat2Meet en The Hub zijn populair en laten een innige verstrengeling zien tussen de online wereld en de offline wereld.

Schiet met hagel

Kost dit allemaal niet veel tijd? Kun je niet beter scherp schieten dan met hagel? Op beide vragen is het antwoord tegelijkertijd 'ja' en 'nee'.

'Ja', want nieuwe mensen leren kennen, leren werken met sociale media en de kansen daarvan leren benutten, zijn zaken die tijd kosten. Er gebeurt zo veel online en in al die interessante netwerkclubjes, dat je er met gemak 24/7 mee bezig kunt zijn. Discipline, focus en het maken van keuzes zijn dus, net als bij

veel andere zaken in je leven, belangrijke kwaliteiten die je moet ontwikkelen en inzetten om effectief en plezierig gebruik te kunnen maken van deze sociale media.

Terwijl we dit boek aan het schrijven zijn, staan onze Twitter, mail en telefoon uit. We moeten ons nu concentreren op het vertellen van dit verhaal, het schrijven van dit boek. Maar zodra we wat feiten willen checken, vormen de sociale media weer een ontzettend waardevolle en snelle toevoeging aan onze manier van werken.

Tegelijkertijd is het antwoord ook 'nee'. Het is bijvoorbeeld niet slim om pas een (online) netwerk te gaan bouwen op het moment dat je het nodig hebt. Als je bouwt aan je netwerk als een blijvende investering voor de toekomst, dan krijg je met de meeste mensen een goede en persoonlijke relatie die goed van pas komt zodra je hen nodig hebt. Het bouwen en onderhouden van netwerken kost dus veel tijd, maar het bespaart je op termijn ook een enorme hoeveelheid tijd. Bedenk hierbij dat nieuwe informatie, kennis en ideeën verzamelen via andere kanalen ook tijdrovend is, en misschien minder effectief.

De strategie van de marktkoopman

Hulp vragen lijkt op het aan de man brengen van een product of een dienst. Bij het verkopen van een product of dienst wordt je meestal aangeraden om eerst de doelgroep helder te definiëren. De belangrijkste vraag is dan: wie wil je precies bereiken?. Dat is natuurlijk een verstandige strategie als je een concreet product of een concrete dienst aanbiedt. Het is immers niet handig om gehakt te verkopen aan vegetariërs.

Durftevragen werkt echter op een andere manier. Hier ligt de nadruk namelijk niet op het verkopen van een dienst of product,

maar op het realiseren van een doel. Dan is het helemaal niet slim om zelf te bedenken wie je daarbij zou kunnen helpen. Als je dat doet, houd je namelijk per definitie je eigen blinde vlekken in stand. De mensen die je wel willen helpen maar aan wie jij niet hebt gedacht, zullen dan immers ook niet helpen.

Als je een vraag hebt, moet je de eeuwenoude maar beproefde strategie van de marktkoopman gebruiken: je moet zo hard mogelijk roepen wat jij wilt op zo veel mogelijk plekken.

Stel dat je een groot diner wilt geven, maar je hebt nog geen bestek en servies. Dan kun je via Twitter berichten volgen waarin het woord 'samenwonen' voorkomt. Je zult dan natuurlijk veel berichten zien van en over mensen die gaan samenwonen. Dat betekent vaak dat een van hen geen servies en bestek meer nodig heeft. Omdat mensen meestal een persoonlijk profiel op Twitter hebben, kun je hen direct benaderen en vragen of jij het overtolige bestek mag hebben.

De effectiviteit van de marktkoopmanstrategie wordt versterkt door de *cold leads* die sociale media als Twitter opleveren: je kunt mensen bereiken die niet per definitie in jou geïnteresseerd zijn. Stel dat jij duizend volgers hebt, duizend mensen die geïnteresseerd zijn in jouw boodschap. Als zij gemiddeld vijfhonderd volgers hebben, kunnen zij dus over jou vertellen en kun je in theorie $1.000 \times 500 = 500.000$ mensen bereiken!

Juist dat doorvertellen over jou wordt door Twitter heel makkelijk gemaakt. Je kunt namelijk op Twitter 'retweeten'. Dit houdt in dat iemand een door jou geplaatst bericht opnieuw op Twitter kan plaatsen en zo zichtbaar kan maken voor de mensen in zijn netwerk. Jouw bescheiden bericht kan dus een stroom waardevolle reacties opleveren doordat talloze onbekenden worden bereikt.

Van kennis is macht naar reputatie is kracht

Nu de toegankelijkheid van kennis en informatie is toegenomen, verschuift de waarde van het eeuwenoude adagium 'kennis is macht'. Ook nu nog betekent het hebben van kennis dat je meer mogelijkheden hebt om dingen voor elkaar te krijgen, maar deze macht is nu voor veel meer mensen toegankelijk. In het kader over de 'Tientjes' kun je lezen dat het nu voor bijstandsmoeders misschien wel makkelijker is om veel te leren en om van waarde te zijn dan voor een drukbezette CEO die drie kwart van zijn tachtigjarige werkweek in vergaderingen zit. Kennis is dus niet voorbehouden aan de elite, maar bereikbaar voor iedereen die bereid is kennis tot zich te nemen en te delen.

Kennis delen is echter niet genoeg: wie effectief kennis wil delen (en ontvangen!), moet betrouwbaar zijn en een goede reputatie hebben. Je hebt meer macht (of eh... invloed – wij Nederlanders vinden 'macht' maar een vies woord) als je een goede reputatie hebt. Dit was vroeger ook al zo, maar het wordt steeds belangrijker.

Ga maar na: er worden nu geen sollicitatiegesprekken meer gevoerd voordat alle kandidaten even zijn gegoogeld. Helemaal ideaal is het als een kandidaat ook nog een paar mooie *recommendations* (aanbevelingen) heeft op LinkedIn. En die aanbevelingen zijn des te waardevoller als de mensen die de aanbevelingen hebben gedaan een goede reputatie hebben. Een aanbeveling van econoom en hoogleraar duurzaamheid en maatschappelijke verandering Herman Wijffels wordt toch hoger gewaardeerd dan die van buurman Piet. Of dit nou terecht is of niet, het werkt wel zo.

Een tijdje geleden was een van ons aan het eten in een restaurant in Zwolle. Op de kaart stond met grote letters 'Wij overtreffen graag al uw verwachtingen'. Toen bleek dat de bediening slecht

MET DE BILLEN BLOOT



'Durftevragen? Dat is met je billen bloot. Niet op Twitter of in de mail, nee, voor levende mensen in een groep. Je staat oog in oog met tien anderen. En je stelt je vraag. In eerste instantie een veilige vraag. Maar daar wordt snel doorheen geprikt. Dat was best confronterend. Zeker als je zoals ik marketingcommunicatieadviseur bent en anderen adviseert hoe ze hun product of dienst in de markt kunnen zetten. En dan weet je zelf even niet hoe je jezelf moet verkopen. . .

Uiteindelijk stelde ik mijn vraag. Heel veel ideeën en suggesties volgden daarna uit de groep. Heel leuke, slimme en mooie ideeën. Maar nog niet iets waarvan ik dacht: "Yes!" Totdat iemand riep: "Ik zie jou wel in een bus rondrijden!" Zij wist niet eens dat ik thuis voor de deur een blauw camperbusje had staan. Het kwartje viel en dit is het resultaat: www.bluebuzz.nu! Sinds de durftevragensessie zit ik weer in de flow en opdrachten komen makkelijker binnen.'

Suzanne Klaassen

was, dat bestellingen niet goed doorkwamen en dat hier niet helder over werd gecommuniceerd, hebben we op Twitter gevraagd welke ervaringen andere twitteraars met dit restaurant hadden. Binnen de kortste keren ontstond een levendige discussie op Twitter over de slechte service van het restaurant. Dat is niet zo goed voor de reputatie van het restaurant...

Reputaties worden gebroken op internet, maar natuurlijk ook gemaakt. Een populaire hashtag is #ff, oftewel Follow Friday: een populair fenomeen op Twitter waarbij je een paar van je 'Twittervriendjes' aanbeveelt aan andere Twitterfollowers. Als iemand uit onze *inner circle* iemand aanbeveelt op Twitter, is de kans gro-

ter dat wij het ook leuk vinden om diegene te volgen. En als mensen ons aanbevelen op Twitter, dan is dat toch betere reclame dan dat wij zelf roepen: volg ons, koop ons, werk met ons, geloof ons!

Iedereen kan expert worden

Oké, kennis en informatie zijn dus vrij toegankelijk. De enige beperking is de beperking die je jezelf oplegt. Wees eerlijk: je hoeft nou eenmaal niet alles te weten. En je wilt ook af en toe slapen, die leuke televisieserie zien, met vrienden afspreken en even het gevoel hebben dat je niet de hele wereld hoeft te bestormen.

Je kunt expert worden, maar dat wil nog niet zeggen dat het ook makkelijk is om expert te worden. Want als alles kan, wordt kiezen nodig en bovendien moeilijker. Over het maken van keuzes, het ontdekken van je passies en talenten, en het vinden van je missie zijn al aardig wat boekenkasten vol geschreven. Dat doen we dus in dit boek niet nog een keer. Wel hebben we een belangrijk advies: begin gewoon. Ook als je niet precies weet waar je wilt eindigen, kun je vast en zeker een eerste stap verzinnen, een eerste vraag formuleren. Je zult zien dat als je eenmaal een eerste stap hebt gezet, er vanzelf meer volgen.

Zoals de Amerikaanse schrijver Malcom Gladwell overtuigend laat zien in zijn boek *Uitblinkers*, blijkt dat je, ongeacht het supertalent waarover je beschikt, minimaal 10.000 uur hard moet werken voordat je kunt excelleren. Zelfs Mozart, The Beatles, Einstein en andere genieën hadden deze tijd nodig, dus helaas zal het voor jou en mij niet anders zijn.

Aan de slag dus!

?



?

?



WAT WIL JE NOU EIGENLIJK?

■ Door het begeleiden van durftevragensessies in heel Nederland hebben wij inmiddels een neus gekregen voor mensen die graag iets voor elkaar willen krijgen. En we komen steeds meer tot de ontdekking dat bijna iedereen wel iets te wensen heeft. Of het nou om een groots en meeslepend plan gaat, of om een kleine bescheiden wens, bijna niemand is volmaakt tevreden met het leven dat hij nu leidt.

Toch is er iets wonderbaarlijks aan de hand. Door onze betrokkenheid bij durftevragen hebben we de indruk gekregen dat Nederlanders collectief hebben afgeleerd om hulp te vragen, terwijl we ook ontdekten dat veel mensen graag hulp willen bieden. Een constatering die wordt bevestigd door het feit dat Nederland zoveel vrijwilligers telt. Toch sluiten vraag en aanbod nog niet goed aan. We zijn en blijven optimistisch: we denken dat we in Nederland bergen zouden kunnen verzetten als we al deze onbenutte hulp weten te koppelen aan al die oprechte vragen van mensen. Maar hoe zorg je er nou voor dat je in staat bent om je plannen, ideeën, dromen en ambities te realiseren? Het begint met ontdekken wat je diep in je hart wilt bereiken.

Wie wil er nou eigenlijk wat?

Een van de terugkerende vragen die Jan Willem Wolff – een van de beste adviseurs die wij kennen – keer op keer aan zijn klanten stelt, is: ‘Wie wil er nou eigenlijk wat?’ De ‘wie’ en de ‘wat’ die in deze vraag de hoofdrol spelen, zijn vaak belangrijke factoren

voor het wel of niet slagen van een project. Er moet iemand zijn die iets heel graag wil, en die persoon moet duidelijk maken wat hij wil. Als een van deze twee factoren ontbreekt, zullen andere mensen niet (kunnen) helpen.

Benoemen wat je wilt is eigenlijk hetzelfde als wat wij 'denken in eindresultaat' noemen. Je moet ervoor zorgen dat iedereen weet naar welk eindresultaat je verlangt.

Benoemen wat je verwacht van wie is net zo belangrijk. Want ondanks ons optimistische geloof in de hulpvaardigheid van mensen gaan dingen nog steeds niet vanzelf, je moet mensen soms persoonlijk aanspreken voordat ze in actie komen.

Met alleen maar dromen en praten over plannen kom je niet zo ver. In je eigen hoofd visualiseren wat je wilt bereiken is al krachtig, maar praktische stappen zetten om je eigen toekomst te creëren is nog veel krachtiger.

Als je niet duidelijk genoeg maakt hoe belangrijk het realiseren van je idee voor jou is, zal het een stuk moeilijker zijn om andere mensen bij je idee te betrekken. Veel mensen zijn namelijk druk met hun eigen plannen, hebben eigen prioriteiten en als jij niet duidelijk laat merken dat het er voor jou écht toe doet dat jouw plan gerealiseerd wordt, dan zullen de meeste mensen, bewust of onbewust, denken: 'Hm, als het voor hem of haar al niet belangrijk is of ik wel of niet help, dan besteed ik mijn tijd, energie, middelen, talenten en geld liever aan iets anders.'

Zorg ervoor dat je in woord, maar vooral in daad laat zien dat jij in elk geval heel graag wilt dat het idee slaagt. Deel je verhalen en tussentijdse successen, de stappen die je zet, en heb (zeker in het begin) regelmatig contact met de mensen die hebben aangegeven je te willen helpen met het realiseren van je plan. Een kort telefoontje, een complimentje via sms en meedenken als er problemen ontstaan doen wonderen voor de betrokkenheid.

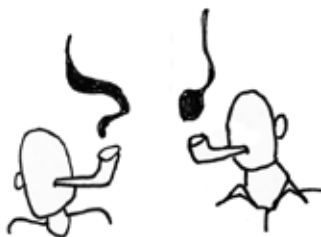
NEW BOYS NETWORKS

'In mijn werk als innovatieadviseur bij Syntens is netwerken belangrijk. Bedrijven, maar nog belangrijker mensen met elkaar in contact brengen omdat ze misschien iets voor elkaar kunnen betekenen. Soms breng ik hierbij zelfs mogelijke concurrenten met elkaar in contact. Ze kunnen elkaar per slot van rekening beter persoonlijk kennen en bellen als er iets dwarszit.

Met regelmaat hoor ik verhalen over oude "traditionele" netwerken, ook wel old boys networks genaamd, die niets moeten hebben van LinkedIn. Ze bestaan nog steeds. Een veelgehoorde opmerking bij hen is dat ze er niet over peinzen hun netwerk open te stellen. Hun macht wordt voor een deel ontleend aan het netwerk dat ze hebben – dat is de indruk die het althans bij mij wekt. Ze besluiten weloverwogen wie ze aan wie koppelen. Besluiten worden genomen voor anderen. De jongere generatie – van geest of gewoon qua leeftijd – denkt en handelt vaak heel anders. De opkomst van zzp'ers heeft hiermee te maken.

Door sociale media als LinkedIn zijn netwerken inzichtelijk geworden en daarmee ook veel makkelijker benaderbaar. Zowel met de tools van LinkedIn als door gewoon de telefoon te pakken is het eenvoudig geworden om in contact te komen met mensen in het netwerk van een ander. Net zoals durftevragen je vraagt om zonder voorwaarden al je kennis en je netwerk open te stellen voor mogelijke oplossingen van de ingebrachte vraag, zo gebeurt dit bij netwerken ook steeds meer. Een mooie ontwikkeling wat mij betreft!

Dit is ook de reden dat durftevragensessies bij diverse Syntensbijeenkomsten zijn ingezet. Ondernemers kun je op deze manier laten zien dat je door het stellen van eenvoudige maar goede en gerichte vragen uit onverwachte hoek goede oplossingen kunt krijgen. Elke keer weer zijn de reacties onverdeeld positief!



Raymond Witvoet

Wees niet verbaasd als je opzet slaagt. Als je actief bent, is de kans groot dat je steeds meer mensen om je heen verzamelt die willen helpen. Tenzij de intenties van de helpers botsen met die van jou, is dat natuurlijk fantastisch. Hoe meer mensen je aan jouw doelen kunt koppelen, hoe meer verschillende talenten je kunt inzetten om die doelen te bereiken. In de meeste gevallen wordt het realiseren van een project of idee een stuk eenvoudiger als er meer mensen zijn die zich eigenaar voelen van dat plan. In het ideale geval voelen deze mensen zich net zo betrokken als jij, zijn ze even alert op kansen en bedreigingen en verruimen ze bovendien je blikveld.

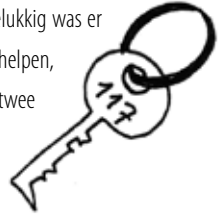
We hebben het graag over 'bergen verzetten'. Dat klinkt als een cliché, maar wist je dat voormalig profwielrenner Thijs Zonneveld ergens in Nederland een berg wil bouwen? Hij slaagde er begin 2011 in om tientallen serieuze en deskundige mensen aan zich te binden met dit toch best lastige plan. Ingenieurs, politici, ondernemers en andere enthousiaste mensen omarmden zijn plan en boden aan te helpen.

Van waarheen naar waarom

Zoals beschreven is het ook goed om hulp te zoeken als je plan nog niet helemaal duidelijk is, maar met een helder plan krijg je natuurlijk wel meer handen op elkaar, zoals Zonneveld laat zien. Wiske Wulff wilde bijvoorbeeld verhalenverteller worden. Dat wilde ze echt héél graag. Wiske ging op zoek naar de allerbeste opleiding op dit gebied. Toen ze die eenmaal had gevonden, kwam ze bij durfgevragen terecht. Haar doel was helder, net als haar vraag: hoe kom ik aan de vijfduizend euro die ik nodig heb voor die buitenlandse opleiding?

JE GELD OF JE LEVEN

Stel, je hebt op straat een vrouw geholpen die was gevallen met haar fiets. Gelukkig was er niks ernstigs, maar je vond het toch je burgerplicht om deze mevrouw even te helpen, gerust te stellen en een fijne en pijnloze dag te wensen. Een dag later staat er twee miljoen euro op je rekening met als bijschrift: 'Dank voor je hulp, ik vertrouw erop dat jij met jouw houding nog veel meer goeds doet in deze wereld.' Wat ga je doen met al dat geld? Nog meer goeds doen natuurlijk!



En stel, je hebt een vrouw geholpen, maar er is een dag later niets bijgeschreven op je rekening. Waarom zou je nu niemand helpen? Je bent toch creatief, je hebt toch allerlei talenten, je vindt het toch leuk om anderen te helpen? Weet je zeker dat dit zonder twee miljoen op de bank niet kan?

Geld is een fantastische uitvinding, een ontzettend efficiënt ruilmiddel, maar het vertroebelt op de een of andere manier de essentie van ruilen: het afstemmen van vraag en aanbod tussen twee mensen. Met andere woorden: zorgen dat de een vraagt wat hij nodig heeft, en dat de ander geeft wat hij kan missen.

Natuurlijk lukte het niet om een weldoener te vinden die het geld zonder morren op haar rekening overmaakte. Mensen zijn namelijk enorm hulpvaardig, maar niet snel geneigd om zomaar een berg geld aan een vreemde te geven. Maar kleine beetjes willen ze wel geven: Wiske slaagde erin met kleine stappen dichterbij haar doel te komen. Dankzij de hulp van mensen binnen het durftevragennetwerk zamelde ze geld in en kreeg ze de kans om spreekervaring op te doen.

Mensen verbinden zich graag aan een doel, droom of gepassioneerde persoon. Wij zijn er trots op dat we eraan hebben kunnen bijdragen om Wiske een goede verhalenverteller te laten worden.

DE TIPS BLEVEN MAAR STROMEN



'Tijdens een durftevragenbijeenkomst vroeg een van de deelnemers: 'Hoe kan ik het imago van de verzekeringsbranche positief veranderen?' De andere deelnemers kwamen direct met tips als: bel X (inclusief telefoonnummer), neem eens contact op met Y (inclusief e-mail) en ga eens kijken op deze website... Maar ook: organiseer een congres over dit onderwerp en nodig de grote verzekeraars uit, begin een NING-groep, stel je vraag via Twitter, bedenk een nieuwe naam voor je nieuwe rol in de verzekeringsmarkt, begin een blog over je eigen verbazingwekkende ervaringen. Tijdens het werken aan zijn vraag had een van de collega's de vraag ook op Twitter geplaatst, gemerkt met #durftevragen. Via Twitter kwamen er reacties en ideeën vanuit andere durftevragensessies, maar ook van anderen op het net. De ondernemer had aan het eind meer dan dertig tips en ideeën, waarmee hij dezelfde avond al aan de slag kon. Hij sprak aan het eind van de bijeenkomst ook zijn oprechte verbazing uit over de openheid, concreetheid en verrassende ideeën die hij had gekregen. Dit had hij nog nooit zo ervaren.

Het was prachtig om te zien hoeveel contacten en kennis een handjevol mensen heeft als je hun een concrete vraag stelt.'

Caroline Rijnbeek

Al is het maar met een heel kleine bijdrage, het geven van één tip, het leggen van één verbinding met een andere verhalenverteller, het bieden van één podium waar ze mocht optreden. Voor ons een extreem kleine moeite, voor Wiske essentiële puzzelstukjes die haar dichterbij haar einddoel brengen.

De Amerikaanse managementdenker Simon Sinek vertelt hierover op TED.com in een van de best bekeken video's van de organisatie (How great leaders inspire action. Sinek vertelt over het belang om na te denken over de vraag waarom je dingen doet en wilt. Mensen verbinden zich volgens hem niet met *wat* je doet of

hoe je het doet. Mensen gaan je helpen, steunen en over je praten als ze weten *waaróm* je het doet. Als mensen je begrijpen en in je gaan geloven, verzetten ze samen met jou die berg. Soms door er net zo hard voor te gaan als jij, soms met heel kleine bijdragen.

Denken in *waarom* zijn we echter niet zo gewend. In Nederland leer je tijdens gesprekstrainingen steevast dat waaromvragen geen goede vragen zijn. Verdieping is fout, laten we het vooral simpel houden. Stel gesloten vragen, dan weet je wat je aan het antwoord hebt!

Wij zijn het echter grondig eens met Sinek en geloven net als hij dat waaromvragen de belangrijkste vragen zijn die je kunt stellen en beantwoorden. Waarom wil je een berg bouwen? Waarom wil je verhalenverteller worden? Het antwoord op deze vraag legt je motivatie bloot. Als jij niet weet waarom je verhalenverteller wilt worden, hoe moeten wij onszelf dan motiveren om jou te helpen?

Stel dat een stichting wasbare en dus herbruikbare inlegkruisjes in Kenia (de zogeheten afripads) in omloop wil brengen zodat meer vrouwen deel kunnen nemen aan het onderwijs. Het zal niet makkelijk zijn om mensen zover te krijgen dat ze dit project steunen, zo leuk is praten over inlegkruisjes nou ook weer niet. Het zal alleen lukken als je mensen ervan kunt overtuigen dat het écht een goed doel is, dat je het project bent gestart omdat je heilig gelooft in de kracht van Keniaanse vrouwen en hun recht op onderwijs.

Schaam je niet

Voor echte dromen geldt vaak dat ze groter zijn dan de mogelijkheden en vaardigheden waarover je op dat moment beschikt. Je kunt dus wel wat hulp gebruiken. Toch is hulp vragen voor veel mensen vaak een brug te ver. Tot het moment dat ze het wél doen, en dan blijkt het helemaal niet zo moeilijk!

AMSTERDAM SLAAPT, VINCENT WAKKER



Student Vincent van Dijk was op zoek naar woonruimte in Amsterdam en hij wilde ook aan de slag als lifestyletrendwatcher. Hij combineerde het een met het ander en vroeg Amsterdamse hotels of hij een dag mocht overnachten. In ruil hiervoor schreef hij een objectief verslag op amsterdamslaapt.nl. Iedereen verklaarde hem voor gek, maar Vincent vertrouwde er stiekem op dat het zou lukken – per slot van rekening ging hij zo al jarenlang uit eten.

En het lukte. In 2010 sliep hij een jaar lang elke nacht in een ander hotel. Hij deed verslag van zijn belevenissen voor een groeiend publiek dat niet alleen onder de indruk was van zijn lef, maar ook dankbaar gebruikmaakte van zijn verslagen.

Wat houdt mensen zo lang tegen? Wat houdt jou zo lang tegen? Om je denkproces hierover een beetje op gang te brengen zetten we drie bekende vooroordelen op een rijtje die we geregeld tegenkomen bij durftvragensessies.

Voor wat hoort wat - Wij Nederlanders helpen nog steeds in de kerk en we zijn zonder morren jarenlang penningmeester van de volleybalvereniging. Volgens ons zit hulpvaardigheid dan ook in onze genen, om de eenvoudige reden dat we elkaar als mensen nodig hebben om te overleven als soort. Toch vragen we niet graag om hulp: door ons kapitalistische systeem hebben we een ‘voor wat hoort wat’-samenleving gekregen. Mensen zijn bang dat ze bij een ander in het krijt komen te staan. Wie de proef op de som neemt, ontdekt echter dat het zo niet werkt. Als jij je buurman vraagt om te helpen een boom om te zagen, vraagt hij zonder twijfel pas om een wederdienst als hij je nodig heeft, en

niet omdat hij jou eerder heeft geholpen. En ja, er bestaat volgens ons wel zoiets als een sociale bankrekening. Er zijn mensen die alleen maar nemen en nooit geven. Daar kun je je heel druk om maken. Je kunt er ook voor kiezen om gewoon minder met die mensen te doen. Geef je grenzen aan en zeg 'nee', simpel zat. En als je zelf het gevoel hebt dat je meer vraagt dan geeft, wordt het misschien tijd om de mensen om je heen te vragen waar je hen blij mee kunt maken.

Hulp vragen is een teken van zwakte - Fouten maken en falen passen niet zo goed bij ons. Misschien komt dat door ons schoolsysteem, waarin het aantal fouten wordt geteld en je pas een sticker krijgt als je het heel goed doet. Misschien komt het ook doordat je in organisaties vaak wordt afgerekend op de fouten die je maakt. Alleen de bestbetaalde medewerkers worden beloond met een bonus als ze hun werk goed doen. Het is dus een handige strategie om je fouten te verbloemen en je succes te etaleren. Wat de oorzaak ook is, wij Nederlanders durven niet snel toe te geven dat we iets niet kunnen of weten.

Maar zeg nou zelf: hoe meer je leert, hoe meer je beseft dat je weinig weet (dit wisten de Grieken al). Dus hulp vragen, nieuwsgierig zijn en willen leren van anderen is geen teken van zwakte, maar een teken van kracht. Probeer het eens: ga gewoon naar iemand anders toe als je hulp nodig hebt.

Geef geen touwtjes uit handen - Als je alles zelf wilt doen, krijg je uiteindelijk weinig voor elkaar; elke dag heeft namelijk maar 24 uur. Als je weigert om de touwtjes uit handen te geven, leer je bovendien weinig bij.

Laat de touwtjes los: delegeer, geef vertrouwen en verantwoordelijkheid aan anderen, en je zult merken dat je ervan groeit. Natuurlijk, er zijn vast dingen die daardoor langzamer gaan of in

MOGEN WE MEE IN JE PRIVEJET?

Omar Kbiri en Lennard Hulsbosch namen op 20 januari 2009 deel aan een bijeenkomst waar ondernemer en multi-miljonair Richard Branson sprak. Toen hij had verteld dat hij niet veel later met zijn privéjet naar Washington zou vliegen om aanwezig te zijn bij de inauguratie van Obama, gaf hij de mogelijkheid om per sms een vraag te stellen. De twee studenten vroegen hem of ze mee mochten vliegen, en tot ontsteltenis van alle aanwezigen stemde Branson toe. Wel zei hij dat ze de hotelkosten zelf moesten betalen, waarop de directeur van hoofdsponsor Exact Software hun enkele biljetten van vijftig euro in de hand drukte. Enkele uren later vlogen de heren met champagne en kaviaar boven de Atlantische Oceaan.



de soep lopen, maar er zijn altijd meer voordelen dan nadelen: je hebt plotseling meer tijd om je te concentreren op de dingen die je echt belangrijk vindt, je wordt plotseling een inspirerend voorbeeld voor anderen... Door de touwtjes uit handen te geven, gaat iedereen erop vooruit, cool toch?

Het durftevragenvenster

In 1955 ontwikkelden Joseph Luft en Harry Ingham het Johari-venster: een even slim als helder model dat je kan helpen om de communicatie met anderen iets beter te begrijpen. Volgens Luft en Ingham worden de kwaliteit en de effectiviteit van communicatie bepaald door de mate waarin mensen bereid zijn hun kennis te delen. Ze kunnen geheimen bewaren, maar ook openheid tonen en feedback vragen. Op basis van het wetenschappelijke

model hebben we voor durfgevragen een eigen variant ontwikkeld, dat we het durfgevragenvenster hebben gedoopt.

	Bekend voor jezelf	Onbekend voor jezelf
Bekend voor anderen	<p>HELPDESK</p> <p>Als je geregeld feedback vraagt en je toegankelijk opstelt voor anderen, maak je het makkelijk voor mensen om met je mee te denken en je te helpen.</p>	<p>BOUWTERREIN</p> <p>Als je weet wat je wilt en je deelt het met anderen, is de kans het grootst dat anderen input toevoegen waardoor je met elkaar de maximale bouwkracht mobiliseert.</p>
Onbekend voor anderen	<p>DE KLUIS</p> <p>Hier zitten je geheimen. Ja, daar kan nu niemand bij helpen. Als je geen hulp wilt, moet je dit vooral zo houden.</p>	<p>JUNGLE</p> <p>Als je nog niet weet wat je wilt en ook niet weet hoe anderen je kunnen helpen, kun je al wel in beweging komen. Bedenk alvast een eerste stap, een eerste vraag.</p>

Je kunt dit model gebruiken om erachter te komen wat het effect is van het delen van jouw wens. Vraag jezelf steeds af in welk vlak jij je eigenlijk bevindt. De meeste meebouwkracht mobiliseer je natuurlijk op het bouwterrein...



HOE FORMULEER JE EEN GOEDE VRAAG?

■ We zijn niet goed in vragen om hulp. Zoals we al schreven, lijkt het wel alsof we in Nederland collectief hebben afgeleerd om te vragen wat we willen: kinderen die vragen worden overgeslagen. Als je dan toch hulp gaat inschakelen, kun je maar beter je best doen en de best mogelijke vraag stellen. In dit hoofdstuk beschrijven we welke regels we hiervoor hebben ontdekt.

Vertel een verhaal

Een goede vraag is een vraag die de meeste bruikbare antwoorden oplevert. Dat is echter niet altijd een korte vraag van zeven woorden. Een klein verhaal is soms effectiever. Probeer maar eens om alle beelden in je hoofd te omschrijven. De kans is groot dat anderen vervolgens inspelen op (een van) de puzzelstukjes die je beschrijft.

Stel, je zoekt ander werk. Iets met mensen. Reizen, dat heb je altijd leuk gevonden. Je bent goed in talen. Je verwacht stiekem dat mensen je aanraden om je koffers te pakken en reisleader te worden op Bali. Maar andere mensen zijn anders. En plotseling zegt iemand: reisjournalist, is dat niet iets voor jou? En iemand anders: verkoper in een winkel met outdoorspullen, is dat niet wat voor jou? En weer iemand anders: waarom emigreer je niet? Volgens mij voel je je gewoon beter thuis in een andere cultuur. Dat had je allemaal niet verwacht, maar je denkt bij jezelf: hé, daar zit ook wat in.

Beginnen met praten (het liefst tegen mensen met een ander

referentiekader dan jij) is al een goed begin. Je merkt vanzelf wanneer anderen ‘aan’ gaan. Welke delen van jouw verhaal raken hen? Bij welke delen beginnen ze mee te denken voordat jij überhaupt je vraag hebt geformuleerd? Waar zit de onduidelijkheid? Bij durftevragen krijgen we vaak mensen over de vloer met de meest fantastische plannen, die echter nog niet zo veel hebben geoefend met vertellen erover. Dit resulteert vaak in abstracte, ‘zweverige’ verhalen. Zodra deze mensen een vraag stellen in een durftevragensessie, is een van de eerste tips die ze vaak krijgen: hun verhaal concreter maken, er een *elevatorpitch* of een *moodboard* van maken, zodat ze meer beeld en taal benutten om anderen te betrekken in hun avontuur.

Pas als jij je je verhaal helemaal eigen hebt gemaakt, kun je ermee spelen. Spelen met het type mens aan wie jij je verhaal vertelt. Spelen met de metaforen die je gebruikt. Spelen met de resultaten waar je naar streeft. En spelen met de manier waarop je anderen betreft bij de uitvoering van je plan.

Taal is multi-interpretabel. Je weet pas of iets goed overkomt als je het hebt uitgeprobeerd. Hoe meer je oefent, hoe makkelijker het voor je wordt om de juiste vraag, de hamvraag te formuleren. De juiste vraag zorgt ervoor dat mensen graag meedenken en meedoen, en hun ideeën, contacten en kennis aan jouw plan toevoegen.

Hoe stel je de juiste vraag?

De beste vraag is een vraag die oproept tot actie, tot concrete tips en hulp. Het is een kunst om de juiste vraag te formuleren. Zo leveren wie-, wat- en welkevragen concrete antwoorden op waar je soms weinig aan hebt. Wie kent een goede trainer om mij te helpen? Oh, dan moet je Jan even mailen. Maar misschien is Jan niet de ideale trainer.

HOE WE DE WAARMAKERIJ WAARMAAKTEN

'In het najaar van 2010 was ik bezig met de voorbereidingen van 7 Days of Inspiration in Nijmegen, het initiatief om overal in Nederland maatschappelijke projecten op te richten, geïnspireerd door het schoonmaakproject in Estland.

Steeds meer mensen haakten aan en het leek ons handig als we een vast plekje zouden hebben voor alle werkzaamheden en overleg. We vroegen Standvast Wonen, een woningbouwcorporatie waarmee we bevriend waren door een fijne samenwerking bij andere projecten, of die ons kon helpen. Dit vereiste gewoon een telefoontje naar Esther die daar werkte. Ze zou even nadenken. Een week later vroeg ik Nils Roemen met een grote glimlach op mijn gezicht of hij de volgende ochtend op Tooropstraat 117 wilde verschijnen. Waarom verklapte ik niet. Die volgende ochtend stond hij voor een leegstaand pand toen ik daar aankwam met Theo, 'chef gebouwen' van Standvast. Theo had een sleutel bij zich en zei: alsjeblieft, maak er wat moois van, en hij vertrok weer. Overrompeld door dit vertrouwen in de vorm van een sleutel gingen we het pand binnen. Wat bleek? Het was een enorm, ruim gebouw. We verdwaalden de eerste keer letterlijk. We bedachten al snel dat we die plek als co-werkplek zouden inrichten zodat iedereen zelf mooie projecten kon waarmaken, 7di of niet. De Waarmakerij was geboren. We belden iedereen die we kenden om te vertellen dat we ruimte beschikbaar hadden en spullen nodig hadden. Dat hebben we geweten, we moesten snel een vrachtwagen lenen: we kregen bureaus en stoelen voor 32 werkplekken, een prachtig logo, een huisstijl, website, banners, verf, koffiezetapparaten, zo veel servies dat je er een restaurant mee zou kunnen beginnen, Wi-Fi, printers, laptops, scanners, zelfs een oldskool fax, papier, kunstwerken, beamers, duizenden blocnotes en pennen van een bedrijf dat net een nieuwe huisstijl had, zo veel boeken dat we ze weer weggaven en niet te vergeten tientallen handen van mensen die een uurtje over hadden om te sjouwen en te schilderen. Binnen een week was het pand opgeknapt en ingericht en werd er "waargemaakt". Natuurlijk zeiden sommige mensen nee, maar het mooiste vind ik dat niemand ooit heeft gevraagd: wat krijg ik ervoor terug?'

Juul Martin



SOMS IS EEN GESPREK GENOEG



'Ik was al geruime tijd bezig met het opzetten van een ontwikkelcirkel voor jongeren met een neurodivers brein (autisme, ADHD, en dergelijke) en wilde erg graag een kantoorruimte vlak bij het station, zodat we ook voor jongeren uit de regio makkelijk bereikbaar zouden zijn. Ik heb de stoute schoenen aangetrokken en ben rond gaan vragen. Vorige week kreeg ik onderstaande e-mail na slechts één vraag aan het bestuur van het Ondernemershuis:

"We kunnen namens de Stichting Steenwijk Support een subsidieaanvraag voor huisvesting voor jullie indienen. Insteek is dan dat deze kosten door middel van de subsidie aan ons worden voldaan: jullie gratis huisvesting inclusief alle voorzieningen en wij bezetting van het kantoor. Het is het deel aan de linkerkant van het gebouw met een aparte eigen ingang: op zich ideaal voor jullie lijkt me. Ga je akkoord met voorgaande werkwijze?"

We zijn met liefde akkoord gegaan.'

Diny van den Bout

Wij merken dat hoevragen vaak veel meer opleveren. Hoevragen zorgen er namelijk voor dat mensen creatief gaan meedenken. Hoe kan ik een goede trainer vinden die mij kan helpen?

De kunst van het waffel houden

Vragen is gezond, maar soms krijg je meer antwoorden als je zwijgt. Ooit zat een van ons met een aantal mensen aan tafel die graag meer verbinding tussen twee steden wilden realiseren. Iemand gaf de tip om een groot park tussen de twee steden te bou-

wen. Omdat er niet veel tijd was, ontstond het idee om dat park in een week te bouwen. De vraagsteller was ervan overtuigd dat dit – zeker gezien de beperkte tijd – niet mogelijk was. En wellicht had hij gelijk. Maar het was nog niet geprobeerd, dus je kon niet met zekerheid zeggen dat het niet zou lukken. Zonde!

Vaak hebben vragenstellers de neiging om bij nieuwe ideeën direct te melden in hoeverre zij denken dat die ook haalbaar zijn. Zoals iedere innovatiedeskundige je kan vertellen is dat dodelijk voor elke creatieve sessie. Er ontstaan alleen nieuwe ideeën als de ideeënstroom vrij kan vloeien. De belangrijkste vaardigheid die je moet beheersen om maximaal te oogsten, is dan ook wat wij noemen ‘de kunst van het waffel houden’.

Wanneer mensen tips geven, is de verleiding vaak groot om te vertellen dat je dat al een keer hebt geprobeerd, dat je die en die al eens hebt gebeld. Vaak is de achterliggende intentie hierbij om te laten weten dat het weliswaar een lief bedoelde tip is, maar dat die waarschijnlijk niet gaat werken. Wat daardoor helaas maar al te vaak gebeurt, is dat mensen het gewoon niet meer leuk vinden om nieuwe tips te geven. Je wilt er immers toch niks mee te doen, dus waarom zouden ze nog? Houd daarom dapper je mond dicht. Bedenk daarbij dat je misschien zwijgt, maar dat je lichaam niettemin boekdelen spreekt. De meeste communicatie is non-verbaal. Laat op geen enkele manier merken dat je denkt niets aan de betreffende tip te zullen hebben. Wees dankbaar en oogst vriendelijk lachend je tip.

Antwoorden is vrijwillig

Het komt geregeld voor dat vragen weinig tot niets opleveren – tijdens bijeenkomsten, maar natuurlijk ook via sociale media. Wen er maar aan, er kunnen allerlei goede redenen voor zijn. Soms hebben mensen gewoon geen antwoord op de vraag, een

DURFTEVRAGEN IN HET KWADRAAT

'In juni 2010 bezocht ik voor het eerst een durfgevragenbijeenkomst. Tijdens de eerste bijeenkomst was mijn vraag: hoe maak ik mijn beroep van de thema's spiritualiteit en natuur? Deze ietwat zweverige vraag leverde bijna veertig ideeën op, waaronder de tip om scholen te helpen een moestuin te maken. GEWELDIG, dat had ik niet verwacht.

Ruim een halfjaar later bezocht ik de tweede bijeenkomst. Er was intussen veel gebeurd. Ik heb een pakketje ontwikkeld waarmee kinderen op een vierkante meter hun eigen (groente)tuin kunnen beginnen. Mijn vraag was nu: hoe kom ik in contact met driehonderd basisschoolkinderen van tien tot twaalf verschillende basisscholen die met het pakket *Mijn eigen tuin* aan de slag gaan? En opnieuw kwam er een stortvloed van ideeën op gang.

Ik ben aan de slag gegaan. Mijn acties hebben ertoe geleid dat op dit moment een basisschoolklas en een BSO aan de slag zijn met *Mijn eigen tuin*. Daarnaast is het pakket op dit moment in tien winkels op verschillende plaatsen in Nederland te koop!

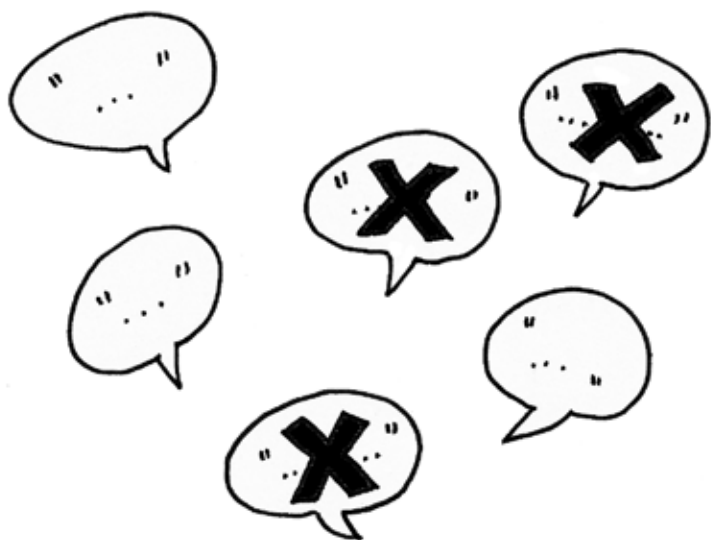


Janet Pasveer
(www.roeach.nu/kindertuin)

soort tipgeefblock zou je kunnen zeggen. Soms voelen deze mensen zich vervolgens schuldig over het feit dat ze niet konden helpen, wat natuurlijk onzin is. Je bent niets verplicht. Nee zeggen mag altijd.

Omgekeerd is het ook niet erg voor de vragensteller als er weinig antwoorden komen. Misschien moet je op zoek gaan naar betere vragen. Misschien moet je de mensen die je spreekt (of online benadert) eerst beter leren kennen. Misschien benader je de verkeerde mensen.

Het is in elk geval beter om het prima te vinden als mensen je niet kunnen of willen helpen. Zodra mensen het gevoel krijgen dat jij het hun kwalijk neemt dat ze niet helpen, is de kans groot dat ze je uit de weg gaan. Niemand houdt van een schuldgevoel. De meeste mensen houden echt van helpen – als ze maar kunnen helpen.



WIE WIL MIJ HELPEN?

■ Het succes van durfgevragen is te danken aan het fenomeen netwerken, dat zoals beschreven een grote vlucht heeft genomen sinds het ontstaan van internet en met name sociale media als Twitter. Bedenk dat vele handen licht werk maken – een waarheid als een koe, ook in ons digitale tijdperk.

Je moet het zelf weten, maar wij vinden het gewoon doodzonde om al die mensen die jou willen helpen niet in te zetten. Je wilt een kinderdagverblijf opzetten? Schakel dan al die bekende en onbekende mensen in die je strategisch advies kunnen geven en met praktische dingen kunnen helpen. Ze zitten achter hun beeldscherm te wachten tot je hen benadert. Doe dat dan! Echt, mensen vinden het leuk om te helpen.

Trek eens een blik onbekenden open

Je vrienden hebben hoogstwaarschijnlijk een soortgelijk wereldbeeld als jij. Vaak hebben ze hetzelfde opleidingsniveau, komen ze in dezelfde kroegen, gaan ze naar dezelfde feestjes en bekijken ze dezelfde websites en tv-programma's als jij. Dat is heerlijk voor je vriendschap. Je krijgt bevestiging, hebt lol, snapt elkaar en hoeft niet continu moeite te doen om uit te leggen wat jij belangrijk vindt.

Als je iets nieuws voor elkaar wilt krijgen, richt je je meestal ook tot je vrienden. De kans is echter groot dat je nu weinig aan hen hebt. Je hebt juist nieuwe verbindingen, nieuwe informatie, nieuwe contacten en nieuwe kansen nodig. Alles wat je vrienden weten, weet jij zo ongeveer toch al. En als dat voldoende was ge-

weest, dan was je plan waarschijnlijk al uitgevoerd en geslaagd. Maar dat is het niet.

De kracht van het inschakelen van onbekenden staat bekend als de *Strength of the weak ties*, een theorie van de Amerikaanse socioloog Mark Granovetter. Juist je vage kennissen komen op onvermoede plekken en hebben toegang tot voor jou waardevolle mensen, ideeën, kansen en plekken.

Dit is ook een van de redenen dat durftevragesessies elke keer weer tot zulke verrassende resultaten leiden. Een groep onbekenden kan meestal ontzettend veel mogelijkheden, ideeën en contacten bedenken waarmee jij weer dichterbij je einddoel komt.

Vind duurzame mensen

Sommige mensen kosten vooral energie. Je stopt er iets in – aandacht, energie of kennis – en vervolgens gaat alles moeizaam en stroef. De samenwerking komt niet op gang, er is altijd iets mis, je begrijpt elkaar continu verkeerd, de ander draagt telkens bezwaren of excuses aan waarom dingen niet lukken. Elke keer dat je hen hebt gesproken, voel je je leeggezogen en wil je alleen nog maar op de bank hangen.

Waarschijnlijk schieten er nu al een paar mensen door je hoofd. Dit zijn mensen die voor jou, om verschillende redenen, meer energie kosten dan ze opleveren.

Gelukkig bestaan er ook mensen die juist lijken te leven op duurzame energie. Elke keer als je ze ziet, gaat het bruisen. Jullie pingpongen moeiteloos nieuwe ideeën. Je hebt samen lol terwijl je focust op het onderwerp en continu in een doe-stand staat. Alles lijkt makkelijker te gaan als je in de buurt bent van zo'n duurzaam mens. Het lijkt af en toe alsof jullie breinen samensmelten tot één collectief brein, zo makkelijk kun je met elkaar schakelen en inspelen op wat de ander noemt of bedenkt. De relatie die je

TWITTERWET



IJsland is het eerste land dat al zijn burgers heeft gevraagd om mee te denken over een nieuwe grondwet. Een website en sociale media speelden een belangrijke rol bij de totstandkoming van de tekst. In de zomer van 2011 werd de tekst voor de grondwet voorgelegd aan het parlement.

Na de onafhankelijkheid van Denemarken in 1944 had IJsland de Deense grondwet behouden. Na de financiële crisis en het faillissement van spaarbank Icesave vond men het hoog tijd voor een nieuwe wet. Voor de verandering werd de tekst niet geschreven door louter ambtenaren of politici in ivoren torens, maar samen met alle 320.000 burgers van het land.

Tijdens een bijeenkomst werd een basistekst besproken met 950 vrijwilligers, waarna alle IJslanders de tekst konden beoordelen. Via e-mail, Twitter, YouTube en Facebook deden duizenden IJslanders suggesties voor veranderingen.

met duurzame mensen hebt, levert je meer (energie) op dan die relatie kost.

De kunst is natuurlijk om zo veel mogelijk samen te werken met duurzame mensen, en minder met energieverblindende mensen. Moeilijk? Op het eerste gezicht lijkt het lastig om de juiste mensen te kiezen, maar waarschijnlijk weet je diep in je hart heel goed bij wie je het best kunt aankloppen.

Vind toverballenmensen

Je hebt van die mensen van wie je precies kunt vertellen wat ze doen en waarvoor je hen midden in de nacht wakker kunt bellen. Je wéét gewoon dat ze geboren Wordpressprogrammeurs, managers, of filmproducenten zijn. Deze mensen blijven gewoon

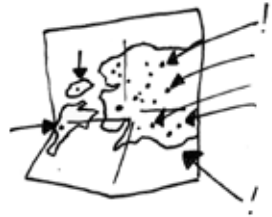
HOE ZE IN EEN DAG ESTLAND OPRUIMDEN

Er was eens een man die Rainer Nolvak heette. Hij woonde in Estland en hield van de natuur. Maar elke keer als hij door de uitgestrekte bossen van Estland wandelde, ergerde hij zich groen en geel. Esten zijn leuke mensen, maar ze hebben de slechte gewoonte om al het overtollige afval en alle kapotte spullen een laatste rustplaats in het bos te geven. Daar had Rainer genoeg van. En hij wilde ook niet wachten tot de overheid het ging opruimen. Dus hij stelde zichzelf een onmogelijk doel. Hij wilde met 40.000 Esten in één dag het hele land opruimen.

Hij vroeg om zich heen wie de beste experts waren op dit vlak. Die sloten zich met plezier aan. Vervolgens startten ze een mediacampagne. Allerlei sterren in Estland verbonden zich als ambassadeur aan het doel. Er werd mapping software gemaakt zodat mensen foto's konden maken van afval in hun eigen omgeving en dit met een speld op een digitale kaart vast konden plakken. Zo hadden ze uiteindelijk tienduizend afvalstortplaatsen in kaart gebracht. De laatste stap was om zo veel mogelijk mensen te motiveren om daadwerkelijk die rommel op te ruimen op de Nationale Opruimdag.

Het bleef heel lang spannend of er voldoende mensen mee zouden doen. Maar uiteindelijk hebben vijftigduizend Esten in vijf uur tijd heel Estland opgeruimd

(Zoek via YouTube Country clean-up project "Lets Do It 2008") en dit alles praktisch zonder budget. Als de overheid dit zelf had moeten doen, had het zeker drie jaar en 23 miljoen euro gekost. Nogal een verschil, toch? En verbazingwekkend om te zien wat één iemand in beweging kan zetten.



Het mooie van dit verhaal is dat het echt groter wordt dan Rainer en zijn team ooit hadden durven dromen. Inmiddels is namelijk niet alleen Estland opgeruimd, maar ook Letland, Litouwen, Portugal, Slovenië (daar hadden ze te weinig afval voor de hoeveelheid mensen die wilden helpen, meer dan tien procent van de bevolking hielp mee!) en nu zijn ze bezig met een deel van India en is de actie voor Brazilië in voorbereiding. Een simpel idee, waar mensen met plezier en gemak aan bijdragen.

heerlijk overzichtelijk aan je verwachtingen voldoen. Maar soms zit er ineens een toverballenmens tussen.

Toverballenmensen zijn mensen die, naarmate je hen langer kent, ineens over onvermoede kwaliteiten blijken te beschikken. En hoe langer je op hen sabbelt, hoe meer je over hen ontdekt. Niet alleen een feest van verrassing, maar ook ontzettend handig om een paar van dit soort mensen in je buurt te hebben.

Om deze toverballenmensen te vinden is het handig om de mensen die je al kent buiten hun natuurlijke habitat te observeren. Ga bijvoorbeeld eens met collega's naar het café en probeer te ontdekken waar ze nog meer van houden dan alleen hun werk. Ontdek toverballenmensen binnen je eigen netwerk door in een gesprek met collega's of vrienden eens een gek idee in de groep te gooien. Wie komt er met onverwachte suggesties en oplossingen? En als je hen hebt gevonden, vertel het dan ook aan anderen! De kans is groot dat zij weer andere kwaliteiten van dezelfde persoon hebben ontdekt of dat ze vanaf dat moment beter gaan opletten en hun ervaringen weer met jou gaan delen.

Trek niet aan dode paarden

Misschien ken je het wel: je hebt helder wat je wilt, je bent dolenthousiast over je doel en nu is het tijd om er anderen bij te betrekken. Na de eerste twee of drie enthousiaste reacties komen de eerste ja-maren op je pad. Gebruik dan je gezond verstand en geef het eerlijk toe als ze gelijk hebben: trek niet aan een dood paard. Het advies om niet aan dode paarden te trekken heeft voor ons een dubbele betekenis. We bedoelen met 'dode paarden' ook de mensen op wie je vertrouwt. Je kunt mensen tegenkomen wier inzet uiteindelijk niet zo productief blijkt als jij lange tijd dacht. Hoe eerder je ontdekt wie deze 'dode paarden' zijn, hoe eerder je mensen kunt zoeken die je wél helpen.

GERED DOOR VRIJWILLIGERS

Sommige succesvolle organisaties bestaan al jaren bij de gratie van vrijwilligheid en het lef van de betrokkenen om hulp te vragen. Bekende organisaties zijn bijvoorbeeld de Koninklijke Nederlandse Reddings Maatschappij KNRM en de vrijwillige brandweer. De vrijwilligers die voor deze organisaties werken, steken niet alleen veel tijd en energie in hun 'hobby', maar riskeren zelfs hun leven voor dit werk. Ze zijn extreem gemotiveerd, en zoals ze zelf niet nalaten te vertellen is het feit dat ze het vrijwillig doen een belangrijke stimulans. Niemand dwingt hen, het is hun eigen keus.

De organisaties hebben niet alleen steun van de vrijwilligers, zijn maar ook van talloze donateurs, niet zelden mensen die ooit geholpen door de brandweer of de KNRM.

De hulp komt beide organisaties naar eigen zeggen niet aanwaaien, ze moeten erom vragen. Geen van beide organisaties maakt zich veel zorgen over de toekomst.



En als je nou eens twijfelt over de keuze tussen mensen, neem dan het advies ter harte van onze goede vriend Martijn Aslander: 'Er zijn twee soorten mensen: putjes en motortjes. Een putje, daar gooi je een knaak in: knaak weg. Een motortje, daar gooi je een knaak in en er gebeurt iets, de motor gaat lopen. Geef aandacht aan de motortjes, verbind ze met elkaar en je zit altijd in een scheppende omgeving.'

CROWDSOURCING



Dankzij internet kun je de communicatie tussen (miljoenen) mensen makkelijk structureren. Dit wordt bewezen door Wikipedia, waarvan de miljoenen artikelen inmiddels geroemd worden om hun betrouwbaarheid – hoewel ze vooral worden geschreven door professionele deskundigen, en niet door deskundige professionals.

Het inschakelen van een grote groep mensen voor het vinden van een antwoord op een vraag wordt ook wel crowdsourcing genoemd, en het wordt almaar populairder. En geavanceerder: steeds vaker worden vragen automatisch beantwoord. Een eigentijds en indrukwekkend voorbeeld is de Keniaanse website Ushahidi. Na de presidentsverkiezingen in Kenia in december 2007 braken rellen uit in het hele land. Iedereen wilde uit de buurt blijven, maar niemand wist waar er werd gevochten. Een advocate, Ory Okolloh, volgde al het nieuws over de gevechten en blogde erover, maar het was te veel werk. Ze riep de hulp in van twee programmeurs en bouwde samen met hen de website Ushahidi.com. Software analyseerde automatisch al het nieuws en liet op een kaart zien waar werd gevochten. Het initiatief moet sindsdien veel levens hebben gered. Ook in andere landen wordt de opensourcesoftware sindsdien voor vergelijkbare doeleinden gebruikt.

Zoek helden

Na-apen is een van de belangrijkste leerstrategieën. Als baby doe je niet anders, en ook als volwassene leer je bewust en onbewust veel van de mensen om je heen. Kies daarom rolmodellen en probeer van die personen zo veel mogelijk te leren, maak het je eigen en pas het zelf toe op een manier die bij jou past.

Concentreer je niet op één persoon, maar volg verschillende mensen. Juist doordat je je op verschillende mensen richt en zo ver-

PATATJE JOPPIE



Als je producten aan de massa wilt verkopen, kun je die massa misschien ook inschakelen om producten en diensten te ontwikkelen. Sinds iemand op dit idee kwam en het co-creation noemde, neemt deze werkwijze een grote vlucht. Steeds meer bedrijven organiseren een wedstrijd en nemen het winnende product op in hun assortiment.

Koffieketen Star biedt de Chocolate Banana aan, die tot stand kwam na suggesties op de website MyStarbucksIdea.com, waar je ook kunt vertellen hoe het smaakte: 'Ik heb vandaag de Chocolate Banana geprobeerd en was blij verrast. Smaakte best goed! Mijn suggestie is om de smaak te behouden maar er minder suiker in te stoppen... Ik denk dat dit "gezonde" drankje er beter van wordt!'

Bij ijsfabrikant Do the world a flavor werd de Almond Delight (karamelijs met pralineamandelen en karamelsaus) van Toni Gunnison in productie genomen en chipsfabrikant Lay's nam Peter Boogaards Patatje Joppie in productie. Hij liet de twee andere finalisten, Mango Red Chili en Nr. 66 Babi Pangang, ver achter zich. Niet iedereen binnen het Unileverconcern was overtuigd van deze manier van productontwikkeling, tot ze de verkoopcijfers zagen.

schillende vaardigheden en verschillend gedrag bestudeert, hoef je niet bang te zijn dat je een slap aftreksel wordt van jouw held, maar word je juist sterker dan je al was.

Helden lijken vaak onbereikbaar, en sommigen zijn inderdaad extreem druk of moeilijk te bereiken. Maar je zult verbaasd zijn hoe toegankelijk ze soms zijn. Helden zijn ook maar mensen en hebben er net als veel anderen behoefte aan om hun verhalen, ervaringen en kennis te delen. Zeker als jij je niet als een ja-knikkende groepie opstelt, maar als een enthousiaste kritische denker, is de kans groot dat het voor je held net zo waardevol is dat jij een tijdje meeloopt als voor jou.

Bedenk dat helden niet in alles held hoeven te zijn. Ze hoeven niet de Mandela's van deze wereld te zijn om voor jou een rolmodel te zijn. En ze hoeven natuurlijk evenmin in een film te spelen of de zanger van een wereldberoemde band te zijn. De helden van wie je het meest kunt leren, zijn niet zelden bescheiden en relatief onzichtbare mensen in jouw directe omgeving. Welke docent, winkeleigenaar, buurvrouw of lokale politicus vind jij inspirerend? Bel eens bij hen aan.



EN NU AAN DE SLAG

■ Sommige mensen doen heel veel moeite om goede vragen te bedenken, mensen te mobiliseren en zo goede antwoorden te verzamelen. Vervolgens doen ze er niets mee!

Vreemd is dit niet. Als je eenmaal weet wat je moet doen om je doel te bereiken, besef je pas hoeveel tijd, geld of energie het nog kost. Toch is het zonde om nu op te geven: de finish is in zicht. In dit hoofdstuk beschrijven we enkele beproefde hulpmiddelen die je kunnen helpen om je doel (toch) te bereiken.

Het gaat om lukken

De krachtigste vragen tijdens een durfgevragenbijeenkomst gaan vaak over wat je moet doen om iets te laten lukken. Het gaat dus om *doen* en om *lukken*.

Keer op keer merken we bij de mensen om ons heen dat ze heel veel energie krijgen van het bereiken van een doel. Als iets lukt, geeft dat een enorme kick. Sommige mensen hebben zo'n kick al enige tijd niet meer gehad en weten dan ook niet 'waar ze het voor doen'. Vandaar dat wij tijdens bijeenkomsten graag de volgende vraag stellen: 'Als jou gelukt is wat je wilt dat lukt, wat is er dan gelukt?' Het effect van deze vraag is dat mensen zich richten op het succes en op het goede gevoel dat dit oplevert, en niet op falen en op de frustratie die dit oplevert.

We komen geregeld mensen tegen die beren op de weg zien, die overal valkuilen ontdekken en actief redenen zoeken waarom het kan mislukken. In de overtuiging dat alles groeit wat je aandacht geeft, creëren deze mensen mentaal hun eigen mislukking.

FOOD FOR THOUGHT



'Als bestuurslid van Voedselbank Nederland "durf ik te vragen". Hier gaat een positieve werking van uit: iedereen heeft wat over voor een goede zaak en de mensen worden er zelfs blij van. Sinds 2010 worden wij belangeloos geholpen door logistiek deskundigen en tal van andere mensen bij de introductie van een webbased voorraadsysteem waardoor we overtollig voedsel dat we krijgen van fabrikanten eerlijk kunnen verdelen over heel Nederland. Sommigen helpen een paar dagen, sommigen verrichten enkele werkzaamheden. Maar vele brokjes hulp maken het geheel.

Wij durven te vragen en krijgen nu een systeem dat eten bij mensen brengt die dit heel hard nodig hebben en daar soms niet om durven te vragen. Bijna 23.000 gezinnen die daarmee week in week uit iets te eten op hun tafel kunnen zetten.'

Jan Pieter van Haaps

Natuurlijk is het belangrijk te weten wat er mis kan gaan, het is soms zelfs essentieel dat je veel energie steekt in het oplossen van problemen. Maar de kunst is om je te richten op het succes aan het einde van de horizon. Voor ons is dit al jaren een betrouwbaar kompas: we hebben elke dag maar 24 uur de tijd en die tijd willen we niet verspillen aan onoplosbare problemen of mensen die niet aan een oplossing kunnen of willen bijdragen. Wij denken in termen van mogelijkheden benutten, experimenteren, risico's nemen en net zo van de reis genieten als van het realiseren van een doel. Deze houding zorgt ervoor dat we bijna continu met mensen optrekken die meer energie opleveren dan ze kosten. Die komen om te bouwen in plaats van te remmen, en die ook bij faalervaringen naast ons blijven staan, omdat ze dat als een onderdeel van de reis zien.

Creëer je eigen toekomst

Een doel bereiken begint met het maken van keuzes. Vandaag ga ik me inschrijven voor die cursus. Vandaag ga ik langs bij Erik om te vragen of hij zaterdag wil helpen. Als je vandaag niet in actie komt, ben je morgen even ver als vandaag.

Veel mensen maken vandaag echter geen keuze omdat ze eerst zeker willen weten dat die keuze goed is. Ze maken zich schuldig aan het Nostradamuseffect: ze willen de toekomst voorspellen terwijl die per definitie onzeker is. Je kunt nooit zeker weten of de cursus een succes wordt en of Erik zaterdag wilt helpen. Het is een begrijpelijke houding, maar niet productief. Bedenk dat elke reis begint met de eerste stap. Ook al moet je onderweg de weg vragen en een andere route nemen, je bent in elk geval op pad. En dat geeft energie, die je heel hard nodig hebt om door te zetten. Niets doen *kost alleen maar energie*.

Houd niks geheim

Wat zou er gebeurd zijn als Johan Vaaler, de Noorse uitvinder van de paperclip, er nooit iemand over had verteld? Wat als Esmee Denthers de homevideo waarop ze een liedje van Justin Timberlake zingt niet online had gezet? Dan had Justin Timberlake haar een paar weken later vast niet bezocht en was ze nu niet zo beroemd geweest. Met anderen woorden: door een ontdekking of een talent niet geheim te houden en juist publiekelijk te delen, kunnen andere mensen het verhaal doorvertellen en verspreiden. Waardoor het succes op gang komt.

Met enige regelmaat ontmoeten we mensen die wel hulp willen, maar niet durven te vertellen *waarbij*. Eén keer is ons zelfs gevraagd om een geheimhoudingsverklaring te tekenen voordat de betreffende persoon daadwerkelijk naar een durftevragenbije-

komst wilde komen. Hoewel we snappen dat sommige mensen pas naar buiten durven te treden met hun idee als een patent geregeld is, denken we toch dat zo'n geheimhoudingsverklaring het ontwikkelingsproces eerder remt dan versnelt. En we spreken hierbij uit ervaring.

Durftevragen is ook ooit bedacht, het is ook een uitvinding. We hadden vanaf het begin duidelijk voor ogen dat we voor durfgevragen zo veel mogelijk mensen wilden mobiliseren. We hebben er geen bedrijf voor opgericht en het concept op geen enkele manier beschermd. Sterker nog: we hebben al in een pril begin mensen opgeleid om durfgevragenbijeekomsten te organiseren en te leiden. Niemand ging er met het idee vandoor, maar iedereen was juist extra gemotiveerd om durfgevragen tot een succes te maken. We ontmoetten steeds meer bouwers en geen enkele sloper.

Toen Martijn Aslander vervolgens in een gesprek met Nils de briljante tip gaf om tijdens de durfgevragenbijeekomsten de vragen die gesteld werden ook op Twitter te stellen, gaf hij daarmee de aanzet voor de enorme bekendheid die durfgevragen nu geniet. #durftevragen heeft inmiddels een gemiddeld bereik van zo'n tweehonderdduizend mensen per dag. Je kunt dus niet van ons zeggen dat we het concept geheim hebben gehouden. Dit was echter best even wennen. Toen onbekenden de hashtag gingen gebruiken buiten workshops om, reageerde zelfs Nils met de opmerking: 'Ho, stop, dat hebben wij bedacht!' Om vervolgens te beseffen dat dit het succes van durfgevragen slechts in een stroomversnelling zou brengen.

Kortom: doordat wij durfgevragen en de bijbehorende hashtag niet beschermden (als dat al mogelijk zou zijn), is er een enorme club enthousiaste ambassadeurs en deelnemers ontstaan die vrijwillig, enthousiast en belangeloos bouwt aan onze naamsbekendheid. Daar is geen marketingbudget tegen opgewassen.

WILT U EEN MILJOEN?



Midden jaren negentig onderhandelde de topman van een Nederlandse computerfabrikant over de aankoop van een restpartij computeronderdelen met een leverancier die kort daarvoor failliet was gegaan. De flamboyante directeur was geïnteresseerd in de partij, maar niet voor het gevraagde bedrag van meer dan drie miljoen gulden. Een overeenkomst leek er niet meer in te zitten en het gesprek liep vast, tot hij een koffer op tafel legde en opende. 'We kunnen er nog lang over praten, maar we kunnen het ook nu ter plekke regelen. Dit is een miljoen gulden. Het is voor jou als je nu tekent, zeg maar wat je wilt.' Binnen vijf minuten was de overeenkomst gesloten en de koffer van eigenaar verwisseld.

Op Google Alerts zagen we op een dag tot onze grote verbazing dat iemand via internet T-shirts (madbello.spreadshirt.nl/p2) van #durftevragen verkocht. Ook toen reageerden we eerst geschrokken. We zochten contact met Mike di Bello, de initiatiefnemer, en hij reageerde heel integer. Nu zijn we eigenlijk heel blij dat er T-shirts van #durftevragen zijn. Want hoe handig is het niet als er mensen in T-shirts met jouw merk door Nederland lopen terwijl je daar zelf niks voor hoeft te doen? Klopt, wij verdienen er niets aan. Maar wat denk dat je dat meer oplevert: de verkoop van T-shirts of de spil vormen in een landelijke beweging?

Als je je ideeën niet beschermt, loop je natuurlijk het risico dat er mensen met je idee vandoor gaan wier principes je niet onderschrijft. Zo waren wij behoorlijk verbaasd dat het Nederlandse leger 'onze' hashtag gebruikte voor een wervingscampagne. Via #durftevragen op Twitter werd hulp gevraagd bij allerhande za-

ken. Als iemand daar het juiste antwoord op gaf, kreeg hij of zij via Twitter het bericht 'GESCHIKT' en kon er meteen worden doorgeklikt naar de betreffende functie op werkenbijdelandmacht.nl. Was het antwoord onjuist, dan was iemand 'ONGESCHIKT' voor de betreffende functie, maar kon hij zich wel aanmelden voor de vacaturenieuwsbrief *Het Vizier*.

Het was een originele en zelfs bekroonde campagne, maar wij hadden persoonlijk moeite met het feit dat we met durfttevragen zouden bijdragen aan het versterken van het Nederlandse leger. Zelf zijn we meer gecharmeerd van de keuze van Costa Rica om als enige land ter wereld zijn leger af te schaffen en het bespaarde geld in onderwijs en duurzaamheid te steken. Niettemin hebben we ervoor gekozen om niets tegen dit soort acties te doen. In actie komen zou te veel tijd kosten en bovendien zou het andere mensen ervan kunnen weerhouden om durfttevragen te omarmen.

Kortom: wat zou er gebeuren als jouw ideeën wél gedeeld werden?

Niet denken maar doen

Stel, je hebt een idee en je wilt er wat van maken. Een buurman, kennis of adviseur zal je dan al snel influisteren dat je naar de Kamer van Koophandel moet gaan, uiteraard ook even een tripje belastingdienst moet maken en dan natuurlijk de bank moet bezoeken om een financiering aan te vragen. Zeer waarschijnlijk zit je na de tocht thuis met een flinke stapel huiswerk: je bent vriendelijk verzocht om niet alleen alle aanvraagformulieren in te vullen, maar ook om een businessplan én een financieringsplan te schrijven.

Al schrijvend bedenk je allerlei waardevolle ideeën, maar toch heb je het gevoel dat je niet erg productief bent. Dat komt ons bekend

voor. Zelf hebben we ook allerlei formele plannen in de la liggen die minder hebben opgeleverd dan de praktische plannen waarmee we in een vroeg stadium aan de slag gingen.

Het is onze ervaring dat er niets mis is met plannen. Het is goed om na te denken over alle stappen die je moet zetten en over alle belemmeringen die je moet wegwerken. Maar vroeg of laat (liefst vroeg!) moet je achter je computer vandaan komen en in actie komen.

We hebben inmiddels menig startend waarmaker ontmoet die in werkelijkheid plannenmaker bleek te zijn. Het nog niet hebben van een logo, een website, een elevatorpitch, een unique selling proposition of een doelgroepspecificatie bleek dan het legitieme excuus om nog niet op pad te gaan. De aanname die hieronder schuilgaat, is dat je dit allemaal nodig hebt om te vertrekken, en dat is nou net niet waar. Het mooie is dat je al deze dingen ook kunt maken, schrijven en ontdekken terwijl je op pad bent.

Wij organiseren Waarmaakdagen waarbij we mensen helpen om deze zaken goed maar snel te bedenken en te beschrijven. Ze merken dan dat het helemaal niet zo veel tijd hoeft te kosten. Ter plekke komen ze erachter dat ze geen excuses meer hebben om niet op reis te gaan, en meestal gaan ze de volgende dag enthousiast aan de slag.

Ga eens op je bek

O ja, misschien vind je het eng om met een nieuw plan aan de slag te gaan. Daar kunnen we heel kort over zijn: dat is het ook. Maar daarom is het nog niet vervelend. Gaandeweg verleg je je grenzen en boek je successen, wat ontzettend inspirerend en leuk is.

Om te leren, te ontdekken en daarmee jezelf verder te ontwikkelen moet je per definitie dingen doen die je nog niet eerder

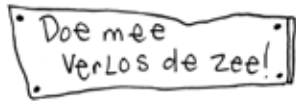
DOE MEE, VERLOS DE ZEE!

'Op zoek naar avontuur, en ook om mijn hoofd leeg te maken, ga ik geregeld juttten op de stranden van Goeree. Tijdens mijn strandwandelingen kan ik het nooit laten naast mooi hout ook aangespoelde troep op te rapen. Het strand ligt er vol mee: kapotte netten, flesjes, bekers, plastic en nog eens plastic. Omdat ik me hierin op een gegeven moment een beetje alleen voelde staan, bouwde ik bij de strandopgang een grote berg van zeeafval. Daarbij plaatste ik een van juthout vervaardigd bordje met de geschilderde tekst 'Doe mee, verlos de zee!'.

Toen ik een paar weken later terugkwam, was de berg tot mijn verbazing enorm gegroeid! Veel wandelaars hadden blijkbaar gehoor gegeven aan de oproep.

De week daarna was de berg opeens verdwenen. Dat was jammer, want die berg was leuk. Maar het bordje stond er nog. Ik trok hieruit de conclusie dat de instantie die het vuil had weggehaald het initiatief leuk vond. Opnieuw legde ik wat zeeafval bij het bordje en de berg begon weer te groeien. Na een paar weken werd de berg weer weggehaald. Dit spelletje herhaalde zich twee maanden, totdat er ineens een grote houten bak stond op de plek van de berg. 'Natuurmonumenten Zeeafvalbak – help mee!' stond erop. Tegen de bak was een houten paal de grond in geslagen met bovenaan mijn oorspronkelijke bordje met de tekst 'Doe mee, verlos de zee!' getimmerd. Ik was euforisch! Een mooie bak die er blijft staan en continu mensen prikkelt om mee te helpen! Ik heb direct contact met de boswachters gezocht, een mooie ontmoeting. Samen hebben we ervoor gezorgd dat er een strandopgang verder ook een bak kwam te staan. Het was mooi om te zien dat de bakken om de drie weken vol zaten met aangespoelde troep, opgeruimd door wandelaars. De hele buurt doet inmiddels mee.

Maar als het hier werkt, werkt het misschien wel op alle stranden, dacht ik. Allereerst heb ik een Facebookpagina aangemaakt en met hulp van een vriend een mooie website (www.verlosdezee.nl) gebouwd. Vervolgens benaderde ik verschillende kustgemeenten en kreeg ik een aantal enthousiaste reacties. Texel plaatste als eerste gemeente zes bakken. Zandvoort volgde. Alle bakken zijn voorzien van een gejutte plank met daarop geschilderd 'Doe mee, verlos de zee!'. Een open uitnodiging.



Via Twitter en Facebook hebben veel mensen aangeboden mee te willen helpen om een 'Doe mee, verlos de zee!'-bak bij hen in de buurt te krijgen. Zo kom ik op het moment van schrijven net terug uit Zeeland. Een vrouw uit Vlissingen, die met een vriendin geregeld **het strand** schoonmaakt, had in het kwartaalmagazine van Natuurmonumenten een artikel gelezen over 'Doe mee, verlos de zee!' en heeft hierop contact met mij gezocht. Vandaag hadden we een afspraak bij de gemeente en het initiatief werd omarmd! Ook hier komen binnenkort bakken te staan.

Samen het strand schoonmaken. In je eentje ben je maar alleen, en sommige dingen moet je echt samen doen. Dat begint met vragen, en dat is vaak verrekte moeilijk. Daarom gebruikte ik er in het begin waarschijnlijk ook een plank voor. Intussen durf ik het ook op papier. Bij dezen: help jij mee de bakken te vullen of nieuwe bakken voor elkaar te krijgen? Doe mee, verlos de zee!

Matthijs Lievaart

hebt gedaan. Er is geen andere manier: je moet risico's nemen en dat betekent dat je ook op je bek kunt gaan. Dat moet je in-calculeren, letterlijk door te bedenken wat de gevolgen zijn als het mis gaat. Veelal ontdek je dan dat die gevolgen niet zo groot zijn. In de praktijk zijn de meeste mensen bang om nagewezen te worden als mislukkelingen, maar het is onze ervaring dat dit helemaal niet gebeurt. Mensen die nieuwe dingen doen, die hun grenzen verleggen en risico's nemen worden juist gewaardeerd voor het lef dat ze hebben getoond. Of zoals een van de organisatoren van Estonia clean-up zei: 'Op je bek ga je sowieso geregeld, je kunt hooguit kiezen waarbij je dat wilt doen, ik kies dan voor de tofste projecten die ik kan bedenken.' Dus: waarbij wil jij op je bek gaan?

"Heeft u
misschien...?"



STEL DAT IEDEREEN DURFT TE VRAGEN!

■ Door te werken met durfgevragen hebben wij persoonlijk een ‘het kan wel’-mentaliteit ontwikkeld. Deze zorgt ervoor dat we niet bang zijn om groot te dromen, te experimenteren en geregeld hard onderuit te gaan, en daar weer lering uit te trekken voor een volgende keer. Door de kracht van durfgevragen en door te zien wat er gebeurt met mensen die ook in het ‘het kan wel’-paradigma terechtkomen, hebben wij het flauwe vermoeden gekregen dat er nog veel meer kan veranderen als de principes die we in dit boek beschrijven doorsijpelen in de rest van de samenleving.

Hoe zou het zijn als iedereen vol zelfvertrouwen zijn goede ideeën gaat waarmaken en hier anderen bij betreft? Hoe zou het zijn als het makkelijk wordt om bij te dragen aan plannen van anderen? Hoe zou het zijn als we alle verspilling en overvloed in kaart brengen zodat we daar weer een goede bestemming voor vinden? En hoe zou het zijn als iedereen die dit boek leest – jij dus – hier een steentje aan zou kunnen bijdragen?

Stel dat iedereen zijn eigen toekomst vormgeeft

Stel je voor wat er zou gebeuren als we ons allemaal ten volle bewust zouden zijn van de mogelijkheden die wij persoonlijk hebben. Stel je voor dat iedereen zich in staat zou voelen om zijn eigen toekomst vorm te geven.

We leven nu al in luxe. Bijna iedereen heeft een dak boven zijn hoofd, genoeg te eten en vrijheid. En nu al worden steeds meer

mensen gestimuleerd om persoonlijke keuzes te maken. Studenten worden gestimuleerd om bewuste studiekeuzes te maken. Ondernemend gedrag in het bedrijfsleven wordt steeds meer norm dan uitzondering. Het aantal zzp'ers dat eigen keuzes wil maken rijst de pan uit.

Met andere woorden: er is een groeiende groep mensen die actief in het leven staat, die kiest voor zelfsturing, eigen verantwoordelijkheid nemen en het uitstippelen van een individuele koers. Maar er zijn tegelijkertijd ook nog steeds duizenden mensen die zich afhankelijk voelen van instanties, hun omgeving en 'het lot', dat het niet zo best met hen voorheeft. Mensen in bijstandssituaties die het gevoel hebben dat elk initiatief dat ze nemen alleen maar wordt tegengewerkt. Mensen die in de wurggreep leven van hun baan, hypotheek, studerende kinderen en pensioengaten. Mensen met een beperking die zich door kilo's papier heen moeten worstelen om de ondersteuning te blijven krijgen die ze nodig hebben. En dan is er nog een grote middengroep die geen problemen heeft met zijn status-quo, maar misschien niet weet wat men mist.

Droom nu eens met ons mee. Stel dat we alle Nederlanders zouden stimuleren om hun ideeën, dromen, plannen waar te maken. Stel dat we iedereen zouden faciliteren om in samenwerking met anderen te bepalen wat het beste is voor henzelf en de mensen en wereld om hen heen. Stel dat we zelfs de meest idiote plannen zouden steunen. Wat zou er dan gebeuren met onze welvaart en het Bruto Nationaal Geluk van Nederland?

Stel dat alle ideeën op straat liggen

Stel dat we het voor elkaar zouden krijgen om niet meer te denken in termen van concurrentie. Stel je nou eens dat alle ideeën via

EEN JAAR ZONDER GELD

Carolien Hoogland (34) veranderde haar leven na een cursus veranderkunde: ze wilde weten of ze zonder baan kon. Ze maakte een lijst met dingen waar ze niet zonder kon, waaronder eten en drinken, een dak boven haar hoofd (en dat van haar zoontje) en haar tangolessen. Wat ze nodig had, ruilde ze bijvoorbeeld met de biologische winkel (waar ze een koffiehoek gingen runnen) en energieleverancier Eneco (waar ze advies gaf).



Niet alleen bleef ze een jaar in leven (zie <http://eenjaarzondergeld.nl>), maar ze kreeg ook steeds meer werk, veelal in haar eigen buurt, wat ze prettig vond omdat ze daar de mensen en hun leven beter kende. Haar netwerk 'ontplofte'. Ze slaagde er niet in geen cent uit te geven. Zo moest ze bijvoorbeeld geld uitgeven voor de zorgverzekering en het openbaar vervoer. In totaal heeft ze echter niet meer dan zo'n duizend euro uitgegeven aan kleine uitgaven in het eerste jaar.

creative commons of *copy left-denken* van iedereen zouden worden. Stel je nou voor dat er aan ideeën net zo zou worden gebouwd als aan opensourcesoftware. Negeer intussen het stemmetje in je hoofd dat zegt 'dat kan nooit, het zou een chaos worden' of 'de boeven zouden misbruik maken van al die vrijgevigheid'. Stel nu eens dat alle ideeën onbeschermd op straat zouden liggen, wat zou er dan gebeuren?

Op dit moment blijven veel ideeën onbenut. Ze worden niet uitgevoerd omdat de mensen die ze hebben bedacht, er om verschillende redenen maar niet in slagen om deze ideeën ook daadwerkelijk om te zetten in gerealiseerde projecten. Dat is niet leuk voor deze mensen, maar het is ook niet leuk voor alle anderen; zo

EEN PAPERCLIP VOOR EEN HUIS

Kyle MacDonald, een dertiger uit Canada, ruilde een paperclip voor een huis. De Amerikaanse tiener Steven Ortiz ruilde een oud mobieltje voor een Porsche. Makkelijk was het niet, maar het is hun wel gelukt.

In 2005 vroeg Kyle op een website wie zijn rode paperclip wilde ruilen voor iets groters of mooiers. Het werd een pen in de vorm van een vis. Vervolgens ruilde hij de pen voor een deurknop. Na slechts veertien ruilhandelingen bezat hij een huis met twee verdiepingen in Kipling Saskatchewan.

Steven kreeg op zijn vijftiende een oud mobieltje van een vriend en ruilde het moeiteloos voor een iPod. Hij bedacht dat dit wel heel eenvoudig was, en ging nog even door met ruilen. Het kostte hem twee jaar en eveneens veertien ruilbeurten om bij een Porsche uit te komen. Stug volhouden, raadt hij mensen aan die hetzelfde willen proberen. Makkelijk is het niet, vooral niet om je geduld te bewaren en focus te houden.



loopt iedereen alle geniale oplossingen mis. Als alle ideeën onbeschermd op straat zouden liggen, zouden veel meer ideeën benut worden.

Zouden wij als Nederland geen voorloper kunnen worden in de ideeëneconomie? Met behulp van sociale media en hulporganisaties zouden we mensen kunnen uitdagen om elkaar te helpen. Wat als alle startende ondernemers hun ideeën voor een bedrijf bekend zouden maken via een online marktplaats? Wat als medewerkers ideeën voor het verbeteren van hun werk zouden delen met hun managers. Wat als managers de *Google-rule* zouden invoeren en hun medewerkers zouden stimuleren om twintig

procent van hun tijd te steken in de dingen waar zij warm voor lopen?

Een bijkomend voordeel van een samenleving waarin ideeën vrij worden gedeeld, is dat slechte ideeën snel worden afgeschoten. Zo wordt voorkomen dat mensen of organisaties jarenlang tijd, geld en energie verspillen aan ideeën waarvan anderen hadden kunnen voorspellen dat ze kansloos zijn.

In het mooie boek *Where Good Ideas Come From* legt Steven Johnson uit dat de beste ideeën vaak te danken zijn aan het versmelten van ideeën van verschillende mensen. Dus als we onze oude spelregels rondom bijvoorbeeld patenten, concurrentie en winstoptimalisatie zouden loslaten en in plaats daarvan mensen zouden uitdagen om elkaars ideeën te testen en te versterken, dan zou dat er wel eens toe kunnen leiden dat veel meer waardevolle initiatieven gerealiseerd worden, die ook nog eens meer zouden kunnen opleveren.

Stel dat iedereen zich bewust wordt van de kracht van netwerken

Ken je het ‘geheim van de tweede graad’? Een dertigjarige Nederlander kent gemiddeld vierhonderd andere Nederlanders (ja, echt waar, denk maar eens aan al je collega’s, burens, oud-klasgenoten, vrienden van vrienden, et cetera) en al die vierhonderd mensen kennen ook weer vierhonderd mensen. Dat betekent dat jij via één tussenstap toegang hebt tot 400×400 mensen = 160.000 mensen. Dat zijn erg veel mensen.

Stel je eens voor dat we de mensen om ons heen niet alleen zouden zien als individuen, maar ook als onderdeel van netwerken. Dat we zouden beseffen dat niet alleen onze vrienden, familieleden en collega’s iets voor ons kunnen betekenen, maar dat we via hen toegang hebben tot een enorm aantal experts die ons allemaal kunnen helpen. Wat als we dat netwerk zouden gebruiken?

Wat zou dat betekenen voor het oplossen van kleine problemen en grote maatschappelijke vraagstukken?

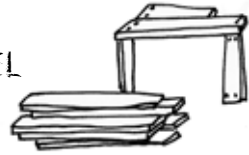
Eerlijk is eerlijk, zo makkelijk is het niet om 160.000 mensen in te schakelen voor jouw praktische vraag of jouw droom. Maar laat je daar niet door weerhouden en gebruik in elk geval de bestaande communicatiemiddelen om het netwerk te benutten waar je nu al gebruik van kunt maken. Gebruik het prikbord naast de koffieautomaat, Twitter op je computer en netwerkbijeenkomsten zoals durftevragen.

Tsjonge, dingen zouden wel eens een stuk simpeler te regelen kunnen zijn in Nederland als we alle contacten zouden kunnen benutten. Dit soort verschuivingen in ons denken wordt uitgebreid beschreven in het boek *Easycratie* van Martijn Aslander en Erwin Witteveen, dat gaat over de verschuiving van de bureaucratie naar de easycratie. Als je het ons vraagt, zou deze verschuiving wel eens kunnen betekenen dat meer mensen op een dag niet meer werken om te leven, maar leven om te werken. Mensen hoeven dan niet meer verplicht te worden om door te werken tot ze 67 zijn; ze willen dan niet eens meer stoppen omdat ze gelukkig worden van hun werk en er anderen blij mee kunnen maken.

Stel dat alle kennis vrij toegankelijk en makkelijk vindbaar is

Stel dat alle boeken ter wereld online doorzoekbaar zouden zijn. Stel dat alle colleges die professoren wereldwijd geven online bekeken zouden kunnen worden. Stel dat alle #durftevragen vragen door alle denkbare experts gevolgd zou worden. Stel dat alle juridische, medische en andere deskundige teksten zo vertaald zouden worden dat iedereen ze met zijn boerenverstand zou kunnen begrijpen. Zeker is dat veel meer mensen dan in staat zouden zijn om zich te ontwikkelen en om anderen te helpen.

DE SOCIALE-OVERWAARDETAfel



Begin 2010 was een moeilijke tijd voor meubelmaker Gerrit Snijders. Opdrachten bleven uit en hij wist eigenlijk niet welke kant hij op wilde. Via Syntens nam hij deel aan een workshop durfgevragen, wat de sleutel bleek voor een grote verandering in zijn leven en in zijn werk.

Tijdens de bijeenkomst vertelde hij dat hij tafels wilde maken en bekender wilde worden. Durfgevragenbegeleider Nils Roemen vertelde dat hij al enige tijd stukken hout verzamelde, in de overtuiging dat zelfs dit eenvoudige resthout op een dag meer waard zou kunnen worden. Nils bood Gerrit spontaan aan om er een tafel van te maken.

Samen met Nils en zijn buurman Gerrit Koops ging Gerrit Snijders aan de slag. Uiteindelijk ontstond een prachtige ronde tafel. Gerrit: 'De workshop en het maken van de overwaardetafel is voor mij een kentering geweest in mijn loopbaan. De periode vóór de tafel was er een van onrust, niet weten wat ik wilde met mezelf en mijn meubelmakerij. Dankzij de durfgevragensessie en de hulp die ik kreeg, heb ik mijn verhaal (zie www.bijzonderetafel.nl) duidelijk gekregen. Het vragen om hulp is van nature niet mijn sterkste punt, sterker nog, ik doe het allemaal liever zelf. Maar het zelf oplossen van problemen geeft én geen plezier, én werkt gewoon niet. Durfgevragen heeft me laten inzien dat vragen om hulp juist heel leuk kan zijn.'

Scholen en universiteiten, bibliotheken en andere instellingen zijn ooit in het leven geroepen om kennis te verspreiden. Dankzij de informatietechnologie zijn er nu mogelijkheden te over om dit proces te versnellen en deze openbaarheid te vergroten. Er zijn ook veel initiatieven, maar tegelijkertijd gebeurt er veel minder dan er (technisch) mogelijk is. Waar zijn al die mensen die de verspreiding van kennis (vaak vergaard met publieke gelden) tegenhouden bang voor?

Stel dat alle sociale overwaarde in kaart wordt gebracht

Stel dat niet alleen bekend zou zijn wat de wensen zijn van alle individuen en organisaties, maar dat ook bekend zou zijn wie waarmee kan helpen. Stel dat we zouden weten welke middelen, talenten, tijd, ideeën en mogelijkheden iedereen over heeft om in te zetten.

Stel dat je, zoals op LinkedIn gebruikelijk is, zou kunnen aangeven welke vragen je kunt beantwoorden en welke mensen je mogen benaderen om een stukje van jouw sociale overwaarde te gebruiken. Stel dat je moeiteloos zou kunnen aangeven voor welk soort vraagstukken je zelfs 's nachts wakker gebeld mag worden. Stel dat alle Nederlanders al hun sociale overwaarde op marktplaats.nl zouden zetten en stel dat deze website dan speciale zoektermen zou ontwikkelen waardoor we alle sociale overwaarde met één druk op de knop inzichtelijk kunnen doorkijken. Dan zou je met één druk op de knop misschien kunnen zien dat in Zwolle 1600 bureaus, 354 computers, 46 programmeurs, 99 oppasmoeders en 9456 uur beschikbaar zijn. Zou dat niet handig zijn, goed voor het milieu en heel veel tijd, geld en energie besparen? Wat zou het een impact hebben op onze economie!

Stel dat we onze economie van geld zouden veranderen in eentje van waarde

Stel dat we zouden stoppen met het basisidee van salarissen: tijd ruilen tegen geld. Stel dat we geld niet meer als het primaire beloningsmiddel zouden zien in onze maatschappij. Stel dat we iedereen een pinpas zouden geven waar hij net zo veel van mag opnemen als hij nodig heeft, zoals de voormalig topman Engbert Breuker van adviesbureau Pentascope ooit in zijn bedrijf wilde invoeren. Stel dat we economische crises (voor de hele maatschap-

pij, maar ook individueel) niet meer alleen zouden oplossen door op zoek te gaan naar meer geld, maar juist door te kijken naar andere manieren van waarde uitruilen.

Dit klinkt misschien een beetje vaag. Geld is zo'n basisbehoefte in ons leven, zonder geld kunnen we bijna niks. Zonder geld kunnen we onze hypotheek of huur niet betalen. Zonder geld kunnen we onze kinderen niet fatsoenlijk opvoeden. Zonder geld kunnen we ons het leven niet voorstellen. De verhalen van derdewereldlanden waar mensen leven van minder van een dollar per dag, gaan ons voorstellingsvermogen eigenlijk te boven.

Echt, geld is een fantastische uitvinding. Het heeft ons leven een stuk eenvoudiger gemaakt. Het is een universeel ruilmiddel, zodat we niet meer met kippen, broden en sieraden hoeven te sjuwen om in onze levensbehoeften te voorzien. Ons geloof in het fenomeen geld is zo groot dat we in feite waardeloze stukjes papier beschouwen als iets waardevols. Kortom, geniaal.

Wij zijn zeker niet vóór het afschaffen van geld of het terugkeren naar een ruileconomie. De bakker zou gek van ons worden als we hem elke dag een durfgevragensessie zouden aanbieden in ruil voor een brood. Toch zijn er misschien meerdere manieren waarop we voor hem van waarde kunnen zijn. Wat zou er gebeuren als we hem succesvol zouden helpen met het aanboren van een nieuwe doelgroep zodat hij meer brood zou kunnen verkopen? Misschien zouden we dan een jaar lang gratis brood af mogen halen.

Als je denkt aan de internationale financiële crisis, als je de verhalen leest over miljoenenbonussen voor topmanagers of de ervaringen hoort van mensen die de wanhoop nabij zijn omdat ze hun huis niet verkocht kunnen krijgen, dan vraag je je toch af of het niet anders kan.

Wij weten ook niet wat de oplossing is voor alle (financiële) pro-

blemen. Wat we wel weten, is dat bewust gebruikmaken van sociale overwaarde al een stukje verspilling tegengaat en ervoor zorgt dat we slimmer omgaan met de bronnen die we tot onze beschikking hebben.

Waardebepaling achteraf

Binnen durftevragen werken we uitsluitend met waardebe-paling achteraf. Dit betekent dat we als begeleiders en sprekers niet vooraf geld vragen, maar een samenwerkingspartner (die jij mis-schien 'klant' of 'opdrachtgever' noemt) aanbieden om achteraf te bepalen wat wij voor hem waard zijn geweest. Hij bepaalt zelf in welke vorm, wanneer en hoeveel hij geeft.

In de praktijk betekent dit dat mensen die een durftevragenses-sie of -lezing meemaken, bepalen wat dit voor hen waard was. Ze kunnen geld overmaken, maar ook iets geven. Zo hebben we al veel bijzondere producten en diensten gekregen: iPads, het ver-ven van een huiskamer, het repareren van computers en het bou-wen van een compleet nieuwe durftevragenwebsite.

Veel mensen vinden waardebe-paling achteraf moeilijk. Geef je wel genoeg? Krijg je wel genoeg? Mag je het ook later bepalen? Hoe zit het met de belastingdienst? Wij hebben besloten dat zul-ke problemen meer dan de moeite waard zijn om op te lossen. We leren er enorm veel van en snel leren is cruciaal in onze netwerk-en informatiesamenleving!





DE DURFTEVRAGENGEREEDSCHAPSKIST

■ In de loop van de jaren hebben durftevragenbegeleiders ontdekt wat je kunt denken en doen om de kans te vergroten dat je krijgt wat je wilt. Het begint ermee dat je in jezelf en in hulp moet geloven, maar onderschat niet hoe belangrijk het is dat je in actie komt en echt hulp zoekt.

Sterker nog: durf ook te vragen als je er *niet* in gelooft. Je zult verbaasd staan van de energie die het geeft als je daadwerkelijk geholpen wordt door mensen – mensen van wie je het misschien niet eens verwacht.

Denken

Durven vereist lef, en lef begint met denken dat het kunt.

- Andere mensen laten helpen is oké; doe-het-niet-zelf.
- Begin nu. Niet straks, maar nu.
- Doe *random acts of kindness* (www.randomactsofkindness.org) onder het motto: wie goed doet, goed ontmoet.
- Denk dat *alles* mogelijk is.
- Kijk naar mensen als personen en niet als beroepen; iedereen kan en weet meer dan je misschien in eerste instantie denkt.
- Verbind je met je helden, mensen die al kunnen wat jij wilt. Vraag of je eens koffie met hen mag drinken. Ze zullen je inspireren.
- Bedenk waar jouw hart een salto van maakt.
- Daag anderen uit om te doen waar *hun* hart een salto van maakt.
- Meet je geluk, bijvoorbeeld via bengi.org, en vergroot het geluk van individuen en het collectieve geluksgevoel in Nederland.

- Zorg voor een vangnet zodat je zacht landt als je valt.
- Paarden leid je het best door achter ze te lopen. Doe dat bij mensen ook.
- Wat je ook doet, zorg dat mensen zich welkom voelen.
- Ontwikkel een radar voor duurzame mensen, zie ook hoofdstuk 4.
- Begin de kleinst mogelijke stapjes die je kunt bedenken.
- Noem een nieuwe stap een experiment, dit geeft lucht.
- Wees lief.
- Kies voor wel in plaats van niet.
- Probeer dingen uit in plaats van ze te voorspellen.
- Bezoek of kies zelfs voor een *one minute of fame* tijdens Stand Up Inspiration (www.standupinspiration.com).
- Bezoek of draag bij aan 7 Days of Inspiration (www.7di.nl).
- Kies dat waar je blij van wordt, en niet wat je gewend bent of wat van je verwacht wordt.
- Richt je aandacht niet op wat je *wel* kunt of weet, maar op wat je *niet* kunt of weet.
- Je hoeft niet direct in actie te komen als je iets wilt bedenken of doen, je onbewuste piekert toch wel verder.
- Geef willekeurige vreemden eens onverwacht hulp. Wat valt je op?
- Vraag willekeurige vreemden eens onverwacht om hulp. Wat valt je op?
- Beschrijf je droomklant en je droomhelper.

Doen

Je kunt nog zoveel mooie plannen maken, zonder praktische stappen te zetten bereik je nooit een doel.

- Print een verlanglijst en deel hem overal uit.
- Zet je verlanglijst online, bijvoorbeeld op LinkedIn.
- Geef alles weg wat je te veel hebt.

- Kleine dingen die je weg wilt geven? Doe ze in een grabbelton en zet deze op straat.
- Maak contact met interessante mensen via LinkedIn.
- Maak een gratis weblog met Wordpress en vertel mensen wat je doet en wat je wilt.
- Vraag iedereen om je heen wat zij over hebben en breng dit in kaart. Vraag hun of je het weg mag geven als je mensen ontmoet die het nodig hebben.
- Vraag nieuwe contacten altijd of jij en anderen hen op een dag om hulp mogen vragen.
- Bezoek bijeenkomsten waar je leuke of waardevolle mensen kunt ontmoeten.
- Schrijf in je adresboek waar mensen je mee kunnen helpen en waar jij hen mee kunt helpen.
- Maak een Twitterprofiel aan met je eigen naam en je foto, en deel jouw droom.
- Film alles wat je doet om je droom te realiseren en deel dit op je blog.
- Heb je goed advies voor iemand, geef het dan.
- Doe elk dag minstens één ding dat je dichter bij je grote doel brengt.
- Maak eens een Pecha Kucha van je wensen of je verhaal (dit is een PowerPointpresentatie van twintig slides die elk twintig seconden worden getoond) en oefen deze een week voor de spiegel.
- Vraag je burens eens om hulp bij een grote klus in je tuin. Bier en bitterballen toe!
- Gebruik websites als gratisafhalen.nl of marktplaats.nl om spullen op te plaatsen of spullen te zoeken.
- Word dé expert of goeroe op jouw terrein (en laat het iedereen weten via internet).
- Bied je diensten aan op basis van waardebeoordeling achteraf, of deels zelfs gratis.

Lifehackingtips

Leef je leven zo slim mogelijk, dan houd je tijd en energie over voor wat er echt toe doet.

- Doe de dingen waar je tegen opziet meteen.
- Leer mindmappen om je ideeën te ordenen.
- Leer sneller lezen met een speedreadcursus.
- Volg een workshop bij een Slimmer Werken Coach, dat scheelt je uiteindelijk veel tijd en dus geld (www.slimmerwerkencoach.nl).
- Gebruik RSS om op de hoogte te blijven van nieuws dat jou interesseert.
- Voor meer focus: werk aan je timemanagement en leer de Pomodoro-techniek (www.pomodoretechniek.com).
- Doe je werk in batches; check en beantwoord bijvoorbeeld maximaal twee keer per dag je mail.
- Doe eenmaal per week al je administratiewerk en rond alles (!) af.
- Sluit jezelf een dagdeel in de week op om alleen te werken aan je droom.
- Manage je energiebeheer, weet of iets energie kost of energie geeft.
- Fiets 's morgens vijf kilometer om een vers croissantje te halen.
- Bezoek eens een van de maandelijkse open werkcolleges van hoogleraar business spiritualiteit Paul de Blot aan Nyenrode Business Universiteit.
- Kies eens een andere route als je naar je werk gaat en verruim je gezichtsveld.
- Koop een week lang niets wat je normaal koopt.
- Beperk je uitgaven een week of een maand tot de helft van wat je gewend bent.

- Doe regelmatig aan mindfulness, tai chi, of een andere vorm van meditatie.
- Het maken van dit lijstje is zo leuk, dus maak ook zelf een lijstje met dingen die voor jou werken!



17.



12.

18.



19.



ONZE VERLANGLIJST

■ Wees eerlijk in wat je wilt. Als je niet duidelijk vertelt wat je wensen zijn, bestaat de kans dat je niets krijgt, of iets heel anders. Als je geen verlanglijstje hebt en je bewijst regelmatig iemand een dienst, dan is op een gegeven moment misschien je wijnkelder vol, ben je tien kilo aangekomen van al die heerlijke zelfgebakken appeltaarten en kun je elke dag een nieuw boek kopen van de boekenbonnen die je hebt ontvangen.

Zeker als je je net als wij laat belonen met waardebeoordeling achteraf, moet je eerlijk zijn en vertellen wat je nodig hebt, dat kan geld zijn, maar natuurlijk ook een taart.

Zoals eerder beschreven in dit boek: wees dankbaar met wat je krijgt. Toon ook begrip voor het feit dat de gever de plank misschien misslaat, blijkbaar moet je je wensen duidelijker kenbaar maken.

In het volgende overzicht hebben we alle wensen die wij op dit moment hebben zo eerlijk en duidelijk mogelijk op een rij gezet.

1

We willen graag een site waarop alle sociale overwaarde ter wereld in kaart wordt gebracht. Hoe gaaf is het als je kunt zien wat iedereen over heeft en wat iedereen nodig heeft? Hiervoor hebben we met name php-programmeurs nodig.

2

We zoeken altijd ruimtes en zalen waar we durftevragenevents mogen geven; daarbij is catering van harte welkom.

3

Er zijn nog ontzettend veel mensen die zich absoluut niet bewust zijn van de kracht van 'vragen wat je nodig hebt' en anderen helpen. Daarom zijn fotografen, journalisten en tekenaars van harte welkom om het gedachtegoed van durftevragen te beschrijven, te verbeelden en te verspreiden. We zouden het bijvoorbeeld tof vinden als er een film komt van iemand die aan durftevragen heeft meegedaan en die dan bijvoorbeeld een jaar wordt gevolgd. Of we zouden het geweldig vinden als er bijvoorbeeld een radio- of televisieprogramma of -item over durftevragen komt.

4

We willen graag nog meer durftevagenworkshops in het bedrijfsleven geven. Kennis delen en elkaar helpen is echt nog niet overal vanzelfsprekend. Dus als je een event organiseert, nodigen we je van harte uit om eens contact met ons op te nemen.

5

We willen graag naar het buitenland. Inmiddels zijn we met durftevragen al in België bezig en de eerste lijntjes naar Estland, Duitsland en Uganda zijn gelegd. Maar we willen ons verhaal graag over de hele wereld vertellen. Dus als je mogelijkheden ziet voor manieren waarop we ons verhaal kunnen vertellen: laat het ons weten.

6

Het zou geweldig zijn als het voor durftevragendeelnemers makkelijker wordt om elkaar blijvend te helpen en om op de hoogte te

blijven van elkaars ontwikkelingen (naast Twitter natuurlijk). We zouden heel graag iets als buddypress op onze site willen hebben. Kun je ons helpen, neem dan contact met ons op.

7

We vinden het mooi om met durfgevragen een bijdrage te leveren aan de sociale cohesie in buurten. Kun je regelen dat overheden of woningcorporaties ons uitnodigen, dan worden we blij!

8

Deelnemers aan durfgevragenbijeenkomsten schrijven hun vragen op flip-overs. We verbruiken nogal wat papier, en willen graag speciaal durfgevragenpapier voor onze flip-overs.

9

We houden van grote ambities en we zien het als een uitdaging om eens met heel veel mensen een landelijk probleem op te lossen, van het formaat economische crisis, wachtlijsten in de zorg of het 'opdrogen' van de gasbel. Dus als je ons kunt introduceren bij Mark Rutte of de koningin, dan weet je nu dat we met plezier komen helpen.

10

We zouden graag een eigentijdse campagne willen hebben die 'helpen' een eigen en eigentijds gezicht geeft. Dus ken je goede reclamebureaus of slimme verhalenvertellers? Laat het ons weten!

11

We willen graag dat elke school één keer per week aan durftevragen doet. Tijdens het kringgesprek zouden kinderen bijvoorbeeld de kans kunnen krijgen om hulp te vragen en te geven.

12

We zoeken hippe T-shirtontwerpers die een basisontwerp kunnen maken van een T-shirt waarop vragenstellers hun eigen vraag kunnen afbeelden en uiteindelijk bestellen.

13

We willen een cool durftevragenlied.

14

Kan iemand een online alternatief bedenken voor buttons en banners?

15

Wie wil een tulp of een roos naar durftevragen noemen?

16

Wie maakt een durftevragenluchtballon?

17

We zouden erg onder de indruk zijn als er tijdens een mega-event een reclamevliegtuig voorbij zou vliegen met 'durftevragen' op het spandoek.

18

We willen graag dat bezoekers van onze website reacties en video's kunnen achterlaten. Ook zouden we het leuk vinden als bezoekers via onze site e-cards of echte kaarten kunnen versturen.

19

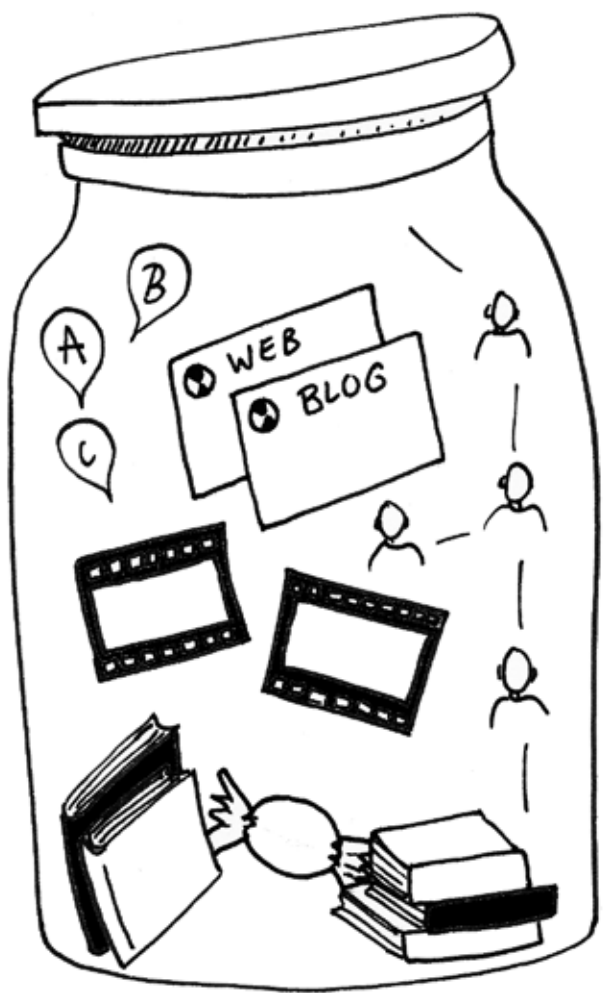
Wie maakt een trailer voor de bioscopen waarin bezoekers worden opgeroepen aan hun burens te vragen wat zij nodig hebben? Welke bioscoop(keten) wil de trailer uitzenden?

20

Hoe kunnen we aandacht genereren voor durftevragen via websites of televisieprogramma's?

21

Voor wie echt handig is: wie kan ervoor zorgen dat ons logo zichtbaar wordt op de maan?



LEESTIPS

In de loop van de jaren zijn wij geïnspireerd door ontelbare mensen en gebeurtenissen, maar ook door bijvoorbeeld boeken, video's en websites. We kunnen je niet in contact brengen met alle mensen die ons hebben geholpen, maar het minste wat we kunnen doen is je een overzicht geven van enkele boeken, netwerken en video's die jou ook kunnen helpen om je doel te bereiken. Voel je vooral niet verplicht om alles te lezen en te bekijken, pak gewoon hier en daar een snoepje en pak het uit.

Boeken

- *De gebroeders Leeuwenhart* door Astrid Lindgren
- *Wat is jouw excuus?* door Esther Jacobs
- *Wat is jouw droom?* door Esther Jacobs
- *Calimeromarketing 2.0* door Karin Romme
- *Ja maar... huh?!* door Berthold Gunster
- *The starfish and the spider* door Ori Brafman en Rod Beckstrom
- *Easycratie* door Martijn Aslander en Erwin Witteveen
- *Slimmer werken vanaf nu!* door Anja Wassenaar
- *Getting things done* door David Allen
- *Recepten om in de puree te raken* door Bruno-Paul de Roeck
- Alle boeken van Seth Godin
- *The big five for life* door John Strelecky
- *De 7 spirituele wetten van succes* door Deepakh Dhopra
- *Sara en haar gevederde vriend* door Jerry Hicks
- *Misschien wisten zij alles* door Toon Tellegen
- *Get social* door Jeanneth Bathoorn

- *Slimmerkunde* door Tjeu Seeverens e.a.
- *Gelukskunde* door Tjeu Seeverens e.a.
- *Het omslagpunt* door Malcolm Gladwell
- *Uitblinkers* door Malcom Gladwell
- *Als je niet vraagt wat je wilt krijg je iets anders; de wet van Sinterklaas* door Rob de Best
- *De creatiespiraal* door Marinus Knoope
- *Geweldloze communicatie* door Marshall Rosenberg
- *Optimisme als levenselixer* door Bernabé Tierno
- *Lees en doe De Boom* door Juul Martin
- *De superpromotor* door Rijn Vogelaar
- *Guerrillamarketing* door Cor Hospes
- *Laat jezelf zien* door Judith Webber
- *Love is the killer app* door Tim Sanders

Websites en blogs

- De nieuwsbrief van durftevragen.com
- De blog van stevepavlina.com
- Lifehacking.nl
- Bengi.org
- De nieuwsbrieven van Get clients now via getclientsnow.com
- De nieuwsbrief van laatdeklantnaarjoukomen.nl
- Spullendelen.nl

(Online) netwerken:

- Naamlooz.nl (www.naamlooz.nl)
- Achtuuroverwerken.nl (www.achtuuroverwerken.nl)
- Nieuwegarde.nl (www.nieuwegarde.nl)
- Mindz.com (www.mindz.com)

Plaatsen:

- Seats2meet (www.seats2meet.nl)
- Waarmakerij (www.waarmakerij.nl)
- The Hub (www.the-hub.net)

Video:

- *The story of stuff* (www.storyofstuff.com)
- YouTube: *The surprising truth about what motivates us*
- YouTube: *Where good ideas come from*
- YouTube: *Country clean-up project 'Lets Do It 2008'*
- Ted.com: *Sir Ken Robinson, Bring on the learning revolution!*
- Ted.com: *Dave Eggers, Once upon a school*
- Ted.com: *Simon Sinek, Simon Sinek: How great leaders inspire action*
- Ted.com: *Matt Ridley, When ideas have sex*



TOT SLOT

Durftevragen ontstond niet vanzelf. Het was een lange reis, en we zijn nog steeds onderweg: we denken nog steeds na, praten, proberen uit, draaien terug, proberen opnieuw en vragen advies. Alles wat we van deelnemers aan durftevragensessies leren, voegen we toe aan het DNA van het durftevragenconcept. Met alles wat we veranderen, met iedere deelnemer en begeleider wordt durftevragen sterker. Delen werkt, we zien dit als een nieuwe natuurwet: als je wilt dat iets echt gaat lukken, deel het dan met zo veel mogelijk mensen.

Zoals je op onze verlanglijst hebt kunnen lezen, hebben we nog veel wensen. En daar komt er nog één bij. Onze grootste wens is namelijk dat durftevragen over de hele wereld verspreid wordt, zodat het voor iedereen weer normaal wordt om elkaar te helpen, en zodat sociale overwaarde verdwijnt, omdat alles weer goed verdeeld is in de wereld.

Daarvoor een laatste vraag: wil je ons helpen bij het verwezenlijken van onze droom? Durftevragen!

"Zeg, ehm... kim?
Kan het morgen
af zijn?"



KIM RAVERS

De illustraties in dit boek zijn van Kim Ravers, die enthousiast geworden door het gedachtegoed van durfgevragen, tijd vrijmaakte om de deadline van de uitgever te kunnen halen!

DURFTE VRAGEN

HOE MAKEN WE VAN
DURFTEVRAGEN EEN
NOG GROTER SUCCES?

Ongebruikte kantoorgebouwen, laptops, ideeën en contacten: samen hebben we meer welvaart en creativiteit dan we nodig hebben. In dit boek kun je lezen hoe je deze overwaarde kunt benutten, gewoon door te vragen!

Nils Roemen en **Fanny Koerts** beschrijven hoe durftevragen Nederland heeft veroverd. Mede dankzij sociale media als Twitter en de hashtag #durftevragen groeide het uit van een sympathiek idee tot een fenomeen, een nieuwe manier van denken.

Lees praktische tips en inspirerende ervaringen van mensen die erin slaagden voor elkaar te krijgen wat ze wilden. Ontdek hoe ook jij slim kunt samenwerken met mensen binnen en buiten je netwerk.

Durftevragen, en help mee om het gat tussen vraag en aanbod te dichten – er is genoeg voor iedereen.

Wat staat er
op jouw
verlanglijst?

Mail 'm naar
vraag@durftevragen.com

HAYSTACK

