

Wie binnen de accountancy carrière wil maken, moet het strategische spel meespelen. Om vrouwen daarin bij te spijkeren, organiseert *In Touch women resource management* trainingen en schreven de twee oprichters een boek.

TEKST ANNEGREET VAN BERGEN | BEELD MARJA BROUWER

Stratego voor vrou

Veel vrouwen hebben aanvankelijk helemaal niet door dat er op hun werk een soort spel wordt gespeeld. Ze verwachten dat er dezelfde transparante regels gelden die ze kennen van hun schoolperiode en studie: je doet je best en je krijgt daar in de vorm van hoge cijfers waardering voor. Je doet nog meer je best en je studeert cum laude af.

Op kantoor zijn de regels echter veel diffuser. De ongeschreven regels schrijven namelijk voor dat je veel meer politiek moet bedrijven en strategisch moet handelen om succes te oogsten. Zie hier in een notendop het boek 'Stratego voor vrouwen' van Monic Bührs en Elisa de Groot. Bührs en De Groot richtten in 1997 het headhuntersbureau *In Touch women resource management* op, gespecialiseerd in vrouwelijk toptalent. Echter, na een jaar of vier ontdekten ze dat er regelmatig opnieuw vrouwen zich bij hen aanmeldden die het bureau enige tijd daarvoor nog had bemiddeld. Deze vrouwen brak op dat ze, ofschoon ze vakinhoudelijk sterk genoeg waren, onvoldoende de regels van het spel op het werk

doorgrondde. Voor Bührs en De Groot reden om trainingen over 'de regels van het spel' voor vrouwen te ontwikkelen. Aangevuld met interviews, literatuuronderzoek en veel eigen ervaring, is het cursusmateriaal omgewerkt tot een boek. *Stratego voor Vrouwen* werd onder andere genomineerd als Managementboek van het Jaar.

VROUWENZIEKTE

Dat onbekendheid met de regels van het spel een wijdverbreide vrouwenziekte is, blijkt uit een interview met voormalig minister van Justitie, Winnie Sorgdrager. "Je ziet als vakvrouw hoe het moet en je denkt: 'Ik begrijp niet dat andere mensen niet zien dat het moet veranderen.' Je gaat er helemaal voor. Je kunt het goed beargumenteren, maar waar je minder aandacht aan besteedt, is het meekrijgen van anderen, het overwinnen van de weerstand. Dat heb ik niet goed gedaan. Mannelijke politici doen dat beter." Een vergelijkbare houding treft Bührs vaak aan bij vrouwelijke accountants.

"Die richten zich heel sterk op de inhoud. Maar dat alleen zal je nooit in de positie van partner brengen. Mannen zien dat veel duidelijker. Die begrijpen dat je méér

'Vrouwen richten zich heel sterk op de inhoud, maar dat alleen zal je nooit tot partner brengen.'

moet doen om carrière te maken. Je moet je profileren. Dat is niet zo makkelijk in deze branche. Accountants zitten vaak bij de klant. Dat maakt je in principe onzichtbaar. Op vrijdag is er daarom op veel kantoren een borrel. Vrouwen hebben daar niet altijd zin in. Toch is het belangrijk daar te zijn en te vertellen over de resultaten die je hebt geboekt. Daardoor weten bijvoorbeeld de belangrijkste partners die beslissen over jouw volgende stap in je carrière, ook wat jij hebt gedaan."

EYEOPENER

Bührs en de Groot geven bij Deloitte trainingen aan jonge hoog opgeleide vrouwen van tussen de 25 en 35 jaar.





wen

“Een heel enthousiaste en dynamische groep”, is Bührs’ ervaring. “Voor velen is wat wij over het spel vertellen, een *eye opener*. Zij zitten nog in het begin van hun carrière en krijgen op tijd meer oog voor wat er écht gebeurt binnen het kantoor. Ze gaan opletten wat mannen doen en zijn zo zelf ook beter voorbereid op het spel.

Vaak is dat niet eens zozeer een kwestie van wát je zegt, maar vooral van hóe je het zegt. ‘Ik zal proberen het op te lossen’, is de vrouwelijke manier van praten. Dat klinkt veel minder zelfverzekerd en is daardoor minder toegesneden op het spel dan: ‘Ik los het op.’”

UITERLIJK

Een ander element van de training is het formuleren van een *career pitch*, te vergelijken met de *elevator pitch*. Oftewel het in een paar woorden kernachtig verwoorden wat je doet (*elevator*) of binnen een paar minuten je kwaliteiten duidelijk neerzetten en vertellen waar je met je loopbaan naar toe wilt (*career*).

Bij het zichzelf profileren wordt ook aandacht besteed aan het uiterlijk. Al was

het maar omdat vrouwen wat betreft hun kleding en haardracht veel meer keuzemogelijkheden hebben dan mannen met hun pakken en kort geknipte hoofden.

‘Vrouwen moeten leren elkaar te ondersteunen in plaats van elkaar af te kraken.’

Een stylist kan helpen een passende kledingstijl uit te zoeken. Een stijl waarbij iemand zich prettig voelt en die uitstraalt wat haar kwaliteiten en ambities zijn.

LESSEN

Wat is dé belangrijkste les die vrouwen in elk geval moeten leren?

Bührs: “Vrouwen moeten leren elkaar te ondersteunen in plaats van elkaar af te kraken. Dat noem ik het verschijnsel van de krabbenmand. Als krabben in een mand zitten en eentje probeert eruit te kruipen, dan zullen de andere krabben proberen deze weer in de mand terug te trekken. Vrouwen moeten andere vrouwen die richting top gaan, ondersteunen. Ook wanneer die in hun ogen

mannelijk of *bitchy* zijn. Pas wanneer er meer van dit soort vrouwen aan de top komen, kunnen de regels van het spel worden veranderd.”

Wat kunnen werkgevers doen om, zoals ze zo vaak zeggen te willen, méér vrouwen te laten doorstromen naar de top?

Bührs: “Maak ook andere competenties dan de masculiene zichtbaar en beloon deze. Mannelijke competenties als resultaatgerichtheid en risicobereidheid worden meteen zichtbaar in wat bedrijven onder de streep overhouden. Vrouwelijke competenties zijn minstens evenveel waard, ook al vertalen ze zich niet onmiddellijk in omzet en winst. Zorgen voor een goede sfeer, teambuilding en voorkomen dat conflicten uitbarsten, zijn belangrijk voor het bedrijfsklimaat en dragen indirect bij aan het resultaat. Waardeer zulke competenties en beloon ze.” □

Stratego voor vrouwen, Monic Bührs en Elisa de Groot, Uitgeverij Academic Service, ISBN 978 90 5261 600 1, € 29,95.