

Waarom de toespraak van Rutte goed ontvangen wordt?



Leiderschap in tijden van crisis

Juist nu, in een moeilijke tijd in ons land, wordt er gesproken, zelfs door zijn politieke tegenstanders, over de toespraak die 'staatsmanschap' uitstraalt. Hoe moeilijk de huidige periode wereldwijd ook is, beangstigend zelfs gezien de omvang en consequenties voor velen van ons, privé, familie en zakelijk ... er is ook van deze toespraak te leren.

Hoe leiders hun mensen toespreken is in deze fase namelijk cruciaal. Omdat dit ons vakgebied is, schrijven we er graag iets over.

Mensen zijn verontrust, de meningen schieten alle kanten op, de multi media verschaffen ons 24x7 boodschappen. Die leiden tot verwarring en angst. En daar sta je dan als Premier van Nederland. Veel bekritiseerd zoals dat in Nederland gaat, en ook een beetje moet, wil je een parlementaire democratie zijn. En dan vragen mensen ineens om het verhaal van de leider Hoe bereid je een dergelijk verhaal voor?

Waar is onze leider, wat vindt hij en wat gaat hij doen?

Allereerst is de boodschap zelf hier van groot belang bij je voorbereiding. Feiten en logica voorop. Terughouden met persoonlijke observaties en meningen! De expert-mening telt hier vooral. Waarbij je uitleg geeft, duiding over de oorzaken en de ernst en een richting van het te volgen proces voor een mogelijke uitweg uit de situatie. Zorg altijd voor goede onderbouwing. Vertel wat je weet en ook wat je niet weet. En hoe je aan informatie komt tot het onbekende te onderzoeken. *"De maatregelen zijn ongekend voor landen in vrede-tijd"*. Verkeerde informatie in dit stadium werkt binnen de korte keren averecht. Een goed onderbouwd feitelijk verhaal dat geeft mensen innerlijk een beetje rust omdat er iemand is, of een groep mensen is, die het doorzien en er gefundeerd mee bezig zijn. Zo gaf Rutte drie scenario's en maakt helder waarom het kabinet een keuze heeft gemaakt. We noemen dit de LOGOS van je boodschap.

TEGELIJK gaat deze inhoudelijke boodschap mensen raken. De inhoudelijke boodschap wordt persoonlijk voelbaar voor de levens van mensen, voor hun emotionelen welzijn, voor hun zorgen en angsten. *"Ik realiseer me dat u grote zorgen hebt ..."*. En het zoeken naar een

uitweg, die er niet direct is. Daarom zei de Premier dat hij de menselijke situaties herkent, de pijn heeft gezien, de zorgen deelt, betrokken is en mensen sterkte wenst. Je geeft ook hoop zoals *"immuniteit van velen ook tot een muur van bescherming kan leiden"*. Goed onderbouwde inhoud wordt steeds afgewisseld met de emotionele impact die deze boodschap heeft. *"Ik heb vanavond geen makkelijke boodschap"*. En dan ... *"wat ik nu zeg moet ik uitleggen"*. Na de uitleg volgt dan ... *"en we laten u niet in de steek"* en *"... in het belang van mensen die kwetsbaar zijn ..."*, ... *"we moeten dit met 17 miljoen mensen samendoen"*. Dit benoemen van de emoties achter de boodschap noemen we de PATHOS van je boodschap.

Tenslotte is een goed onderbouwd feitelijk verhaal, aangevuld met je persoonlijke betrokkenheid en het benoemen van emoties van mensen nog niet genoeg. De mensen die naar de boodschap luisteren, KIJKEN eigenlijk vooral. Ze kijken of de spreker non-verbaal congruent is. Dat was wellicht het beste uit de boodschap van Premier Rutte: hij zat rechtop, keer goed in de ogen van de mensen (via de camera uiteraard) handen zichtbaar en rustig op tafel. Dit beeld geeft vertrouwen, want het straalt rust, redelijkheid, betrouwbaarheid uit. Een paar keer bewegen bij je intonatie van belangrijke zinsdelen en woorden is hier nodig. Dat maakt het verhaal persoonlijk, er spreekt een mens tot mensen, ook al is hij een minister-president. We noemen dit belangrijke aspect de ETHOS van de spreker.

De leiderschapsles hier is ... zoals Aristoteles ons al leerde 'Logos, Pathos, Ethos' maken dat de boodschap echt overkomt.

Het wonderlijke is zelfs dat de Logos, hoe goed onderbouwd ook, voor ca 10% van de geloofwaardigheid van de boodschap bijdraagt. De lichaamstaal voor ca 60% en de intonatie voor ca 30%.

Kortom Geweldige Leiders hebben Verhalen die op deze drie aspecten kloppen. Het voorbeeld van Mark Rutte is direct van te leren voor iedere leider van bedrijf, overheidsinstelling, sportvereniging ... waar ook. Je mensen verdienen een echt verhaal in spannende tijden. Dat kun je door heel goede voorbereiding, uitmuntend doen!