

Auteur Sander Grip

Fotograaf Eran Oppenheimer

# De afdronk van 38 jaar communicatie

**Noud Bex, mister crisis, ging begin 2023 met pensioen. Hij was vergroeid met crisiscommunicatie, al doet het bureau dat zijn naam draagt (waar hij nu deel uitmaakt van de Raad van Advies) veel meer dan dat. Voor C blikt hij terug op zijn carrière en kijkt hij vooruit naar de uitdagingen die aan de poorten van het vak rammelen. Met een glas bier, want in Bex schuilt ook een zytholoog, oftewel een gecertificeerd bierkenner.**



# ‘Er is sprake van beroepsinflatie, de functies, titels en benamingen rijzen de pan uit’

Ellebogen op de tafel, licht voorovergebogen, blik Bex de ruimte in zonder iets te zien. Verzonken in gedachten, lijkt hij te contempleren wat 38 jaar in het vak hem gebracht heeft. Hier, in de gelagkamer van Abdij Onze Lieve Vrouw van Koningshoeven in Noord-Brabant, heeft hij een biermenu samengesteld dat past bij de fases en thema’s in zijn carrière waar hij bij stil wil staan. Onder toezien oog van de monniken wordt hier, binnen de kloostermuren, La Trappe gebrouwen. Dus dat drinken we vandaag. La Trappe is een van de tien biermerken die zich trappistenbier mogen noemen.

## In den beginne

“Ik had al vroeg een interesse voor bier”, stelt Bex. “Op mijn middelbare school hadden we een leraar geschiedenis, die ons de wereld wilde laten zien. We gingen vaak op pad met hem. Hij nam ons ook mee naar Antwerpen, waar we Belgische bieren mochten proeven. We waren een jaar of veertien. En daar keek toen niemand gek van op. Hij kon er zelf het slechtst tegen, dus na de excursie moesten we hem naar huis dragen. Op de heao hadden we vervolgens de Stichting Belgische Bierfeesten. Met drie leden en een ledenstop. En toen ik dertig jaar bij Bex werkte, kreeg ik de Belgische opleiding tot zytholoog cadeau. Zoiets als vinoloog, maar dan voor bier. Vernoemd naar het Griekse woord zythos, wat bier betekent.”

Ondanks zijn interesse in bier, kiest Bex uiteindelijk voor communicatie. Hij glimlacht: “Ik koos vooral vakken en leraren die ik leuk vond. Daarna ging ik wel een keer kijken wat ik ermee zou kunnen. Op de school voor journalistiek vond ik het een vrijgevochten bende, dus ik koos voor iets anders. Nieuw in Eindhoven was toen Communicatie. Vanaf het begin voelde ik me er als een vis in het water, alles zat erin. Van recht en economie tot journalistiek. En veel praktijk. Ik studeerde af bij Volvo en voordat ik klaar was, moest ik bij het hoofd personeelszaken komen. Hij zei: ‘Als je klaar bent, kom jij bij ons werken. En we hebben 750 gastarbeiders die nauwelijks Nederlands spreken,

dus dinsdag begint je cursus Arabisch.’ Ik deed alles, van het personeelsblad samenstellen tot het treintje besturen tijdens rondleidingen.” Maar Volvo is veel bedrijfspolitiek en dat trekt Bex slecht. “Mijn oud-klasgenoot Martin van der Schans bleek hetzelfde gevoel te hebben over het bedrijf waar hij werkte. In een kroeg in Eindhoven, onder het genot van een Geuze, besloten we: we beginnen een bureau en worden het leukste bureau om bij, mee en voor te werken. We waren 24 en 25 jaar en begonnen met twee typemachines bij Martin op de studentenkamer.”

Bex bestelt een proefglasje Puur, een ongecompliceerd blond bier van hoge gisting. “Voor mij staat dit bier voor de basis, het ambachtelijke van het vak. Ik heb alle bieren geselecteerd op het gevoel dat past bij de thema’s die we bespreken. Puur staat voor mij ook voor het naïeve van twee jongens die de wereld willen veroveren. Het pure aan mijn begintijd is ook dat ambachtelijke. We gingen voor een personeelsblad de fabriek in om mensen te interviewen. Met stroken tekst en rasterfoto’s van de fotozetterij deden we de vormgeving zelf. Dat ambacht is waar het vak begonnen is en dat moeten we niet uit beeld verliezen. Onze basis is een ambacht.”

## Groei van het vak

Het tweede bier dat op tafel komt, is Isid’or. Vernoemd naar de eerste brouwer van de abdij. “In 2009 bestond de abdij 125 jaar. Ter ere daarvan hebben ze Isid’or gebrouwen. Maar dat was zo succesvol, dat het een blijvertje geworden is. Dat karakteriseert de groei van ons vak in de afgelopen decennia. Wij zijn een begrip geworden, hebben doorzettingsvermogen getoond en hebben een plek verdiend binnen de organisaties waarvoor we werken.”

Bex zet het proefglasje neer terwijl hij het bier in zijn mond laat rollen voor een optimale smaak. “Ik weet nog dat we in het begin steeds moesten uitleggen wat communicatie inhoudt. Als wij ergens

bij een klant binnenkwamen, dachten ze dat we van telecommunicatie of ICT waren. Het was het begin van ons vak, toen we zowel inhoudelijk als qua aanzien nog nergens waren. Ja, van de foldertjes en zo. Maar aan een directietafel zitten en meedenken of meebeslissen? Zeker niet.

Dat is gelukkig wel veranderd in al die jaren. Natuurlijk maken we nog steeds persberichten. Maar we zijn opgeschoven van ‘wij zijn van de communicatie’ naar ‘wij maken organisaties communicatiever’. Ook de discussie dat we bij de board moeten aanschuiven, ligt achter ons. Wat me wel tegenvalt is dat we weinig accountable zijn. Aantoonbaar maken wat onze toegevoegde waarde is, daar zijn we niet goed in. We richten ons veel te graag alleen op zaken als intuïtie, zodat we niet afgerekend kunnen worden. Maar waar zijn we bang voor? Laat zien wat je doet en dat je een verschil maakt. Ik pleit ervoor aandacht te besteden aan accountability in de opleidingen. En zorg er verder voor dat je de taal spreekt van je opdrachtgever, dat je weet waarover je spreekt voor je aan het eerste gesprek begint én dat je weet wat jij toe te voegen hebt voor die klant. Daar draait het ook om als je afrekenbaar wilt zijn.”

## Crisis!

Gaandeweg specialiseert Bex zich in crisiscommunicatie. “Wij begonnen met interne communicatie. Toen ging het nog over je missie. Nu spreken we van je *why* of je *purpose*. Feitelijk hetzelfde maar dan in het Engels. Ik voelde me het beste bij crises. Dat is ook mijn filosofie: geef mensen ruimte te doen wat ze leuk vinden, waar ze goed in zijn. Dan krijg je bevlogen mensen.” Opnieuw komen er een paar proefglasjes bier op tafel. De eerste die Bex oppakt, is een dubbel. Hij rolt het bier een beetje in het glas, ruikt eraan en neemt een slok. “De dubbel is zoet, met karamel en rozijnen in de afdronk. Een klassiek bier dat makkelijk te maken lijkt, maar waar je écht vakmanschap voor nodig hebt. Een fout is zo gemaakt en dan is al het werk voor niks geweest.

Een crisis is precies eender. Je werkt volgens een vast stramien, maar je moet precies weten wat je doet en wat nodig is. We hebben een netwerk van specialisten die ik kan bellen om me te helpen. Van onderzoekers en forensisch-ICT’ers tot psychotraumatologen. Zo krijg ik altijd de juiste specialist aan tafel en kan ik echt verschil maken. Voor mij zit daar de kick van de crisis.”

Een kick die iedereen in zijn of haar werk kan vinden, denkt Bex. “Als jij focust op wat je leuk vindt, is de klant in staat je te vinden op dat waar je hart sneller van gaat kloppen. Ik heb focus aangebracht in crisiscommunicatie. Twee keer in de week gaat de telefoon: er is crisis, help! Een crisis is spannend. Je werkt nauw samen met mensen in moeilijkheden die jou moeten vertrouwen. Je hebt gebrekkige informatie en moet toch iets doen. Als jij zorgt voor rust en overzicht, heb je het begin te pakken van de oplossing. Je moet snel beslissingen nemen die grote gevolgen hebben.

Een crisis is als de spoedeisende hulp of intensive care in een ziekenhuis. Dat vergt ook flexibiliteit. Ik kan nu gebeld worden en dan laat ik alles vallen. Altijd gedaan. We stonden thuis een keer klaar om naar de Efteling te gaan, toen de telefoon ging. Mijn gezin is naar de Efteling gegaan, maar zonder mij. Daar moet je zelf tegen kunnen en daar moeten dierbaren mee instemmen. Iemand zei een keer: ‘Jij bent verslaafd aan de adrenaline van een crisis.’ Dat klopt. En mijn vrouw wist ook: als ik twee weken geen crisis om handen had, werd ik ongedurig.”

## Beroepsinflatie

Wie focus aanbrengt in het werk, specialiseert zich. Daar zit wel een grens aan, vindt Bex. Er is in zijn ogen een soort beroepsinflatie en daar moeten we mee oppassen. “De functies, titels en benamingen rijzen de pan uit. Ik zei al: *purpose* klinkt misschien interessanter maar het is gewoon je missie. En we brengen het met een aplomb alsof we iets nieuws uitgevonden hebben. En dan onze titels. De digital marketeer hier en de senior strategy advisor daar.

Het siert ons als we enige nuchterheid behouden. Natuurlijk zijn er specialisaties, maar beperk die tot inhoud. Dan gaat het over de crisis, verandering, intern of extern. Dat is waarin de een zich van de ander onderscheidt. De rest is aankleding. Ik denk ook niet dat we het de markt gemakkelijker maken. Vroeger had je pr, reclame en voorlichting. Nu is het een jungle. Ga als organisatie maar op zoek naar een bureau voor de vraag die je hebt. Waar moet je terecht als opdrachtgever met relatief weinig kennis van het vak? Een gezonde vorm van specialisatie helpt je vak vooruit, maar we dreigen door te schieten. Richt je op continu verbeteren. En dan is er nog een hele weg te gaan. De grootste winst kunnen we behalen door nauwere samenwerking met vakken als antropologie, sociologie en psychologie. Samen kunnen we mensen doorgronden als het gaat om de overtuigingen en de emoties achter menselijk handelen.”

Nadenkend reikt Bex naar een witte trappist. Bijzonder omdat het een van de weinige witbieren is die geen koriander bevat. “En het is de enige witte trappist in de wereld. Hoe gespecialiseerd wil je het hebben? Een zacht bier, troebel door de tarwe. De citrustonen die je proeft, komen door de hop. Ook ons vak kent specialisatie. Het beroep en de

mensen die het beoefenen, worden erkend. Maar het is zaak bij de les te blijven. Die les zit ook in dit bier: het is goed om te specialiseren en zodoende op te vallen, maar schiet niet te ver door want dan raken je klanten je kwijt, dan snappen ze niet meer waar je nou wel en niet van bent.”

## Technologisering

“Ik heb de opkomst van het internet nog mogen meemaken. We stonden met onze oren te klapperen, en er waren mensen die riepen dat het wel zou overwaaien. Zij hebben keihard ongelijk gekregen. En nu zitten we weer op zo’n keerpunt. Zaken als *metaverse* en kunstmatige intelligentie hebben in mijn ogen een veel grotere impact dan het internet toentertijd had. We staan op een kruispunt, maar momenteel zitten we te veel af te wachten wat er gaat gebeuren.

We moeten de komende jaren een aantal basiswaarden herontdekken. Werkelijk waardevrij luisteren, goed kunnen schrijven, écht verbinding maken. Dit is harder nodig dan ooit. Kijk naar polarisatie in de samenleving; technologische vooruitgang gaat daar geen antwoord op geven. Dat moet komen vanuit oude ambachten die we langzaam maar zeker bij het grofvuil aan het zetten waren. De toekomst van ons vak ligt in de thema’s:

# **‘Werkelijk waardevrij luisteren, goed kunnen schrijven, écht verbinding maken. Herontdek deze basiswaarden’**

gezonde specialisatie, verbinding met andere vakgebieden en het inzetten van oude ambachten in tijden van steeds snellere technologische vooruitgang.” Bij die constatering is een bokbier op zijn plaats, stelt Bex. “Een seizoenbier dat staat voor het tijdelijke, het onvoorspelbare. Dat is ook waar technologie voor mij voor staat. Je weet niet waar het heen gaat en volgend seizoen kunnen we nieuwe, onverwachte wegen ingeslagen zijn. En je moet daar toch rekening mee houden, door flexibel te blijven en het lef te hebben mee te bewegen op de golven van die technologische vernieuwingen.”

## **De afdronk**

“Onze rol ligt op de achtergrond”, stelt Bex dan ineens. Blijf flexibel en op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen maar eis geen hoofdrol op. “Wij zijn de helpende hand. De eerste stuurman maar niet de kapitein. Wij zijn geweten en kritisch tegengeluid. Nog niet zo lang geleden voelden we ons nog ‘eigenaar’ van communicatie en waren perscontacten bijvoorbeeld het domein van woordvoerders. Nu zijn er boegbeelden, bestuurders en inhoudsdeskundigen. Zij zijn geen communicatiespecialisten, maar communiceren wel. En het is aan ons hen te helpen in die communicatie. Daár ligt onze moderne rol. Pakken we die rol, dan komt er een heel mooie tijd aan. Daar kijk ik met spanning naar uit. Ik zie wel een

analogie met ons laatste biertje van vandaag”, stelt Bex tot slot terwijl hij een glas Oak Aged beetpakt. “Ik heb twee oproepen. De eerste: verdiep je met gelijkgestemden écht in onderwerpen. En twee: blijf nieuwsgierig en zoek vernieuwing zonder op de voorgrond te willen stralen.” Hij neemt een slok. Deze Oak Aged is een op wijnvaten gerijpte quadrupel. “Het mooie is dat je de smaak van die vaten proeft in het bier, zonder dat het overheerst. Dat zijn wij; die rol past ons het beste. Iets wat we niet mogen vergeten.

Als ik naar mezelf kijk, heb ik een ongelofelijk rijke carrière gehad in een vak dat zo in ontwikkeling is. Ik vind het bijzonder dat ik zoveel bijzondere mensen, organisaties en dingen heb mogen meemaken. En dat ik mijn eigen weg en mijn hart heb kunnen volgen.”

Hij zet het glas aan zijn neus en snuift de intense geur van het bier op. Er verschijnt een tevreden glimlach op zijn gezicht. “Ik blijf bescheiden en geniet van kleine dingen, zoals de geur van dit bier. Maar natuurlijk ben ik trots dat het bureau meer dan honderd keer per jaar gebeld wordt om te helpen bij een crisis. Het is mooi als je iets neerzet dat gewaardeerd én voortgezet wordt.” Noud Bex neemt nog een slok van het rijke bier, kijkt op en concludeert dan plechtig: “Hier zit een tevreden mens. Proost.” —

