

HR-PUBLICATIE

# Wat heeft corona voor mij betekend?

*Een  
terugblik*

---

# Een moment van en voor reflectie

---

Inmiddels is 'corona' hét woord van 2020. Een woord met veel impact. Vaak met een negatieve lading door aanstaande reorganisaties, baanverlies of de impact die het heeft gehad op onze gezondheid en sociale leven. We hebben een heftige en hectische periode achter de rug waar in zes maanden al enorm veel gebeurd is. Het 'nieuwe normaal' lonkt, maar het went nog niet...

Dit is naar onze mening een goed moment voor reflectie. Om stil te staan bij wat er is gebeurd, wat het met je heeft gedaan en wat je uit deze periode mee wilt nemen aan verkregen inzichten en voornemens.

Net als vele anderen is een van onze accountmanagers, Freek Russchenberg, vorig jaar van baan gewisseld – niet wetende wat 2020 zou brengen. In dit artikel geeft Freek ons een kijkje in hoe hij het afgelopen halfjaar heeft beleefd.

Aansluitend de reflectie van Gerard Zwart op deze periode. Niet alleen ondernemer, maar ook directeur van een bedrijf waar alles met een ruk tot stilstand kwam. Zelfs na 20 jaar ervaring was dit ook voor hem een compleet nieuwe ervaring.

## Freek Russchenberg Hoe het allemaal begon

*"Het was iets van  
ver weg;  
dat zag je alleen  
in het nieuws"*

Aan het eind van 2019 kwamen vanuit Azië de eerste berichten in de media over een onbekend virus. Ik weet nog dat ik naar het Journaal zat te kijken en bij mezelf dacht: hier gaan we weer. Ik ben geboren in 1989 en sinds die tijd zijn er meerdere virussen in het nieuws geweest (SARS, MERS, zikavirus), maar ze kwamen nooit in mijn directe omgeving terecht. Het was iets van ver weg, buiten mijn dagelijks leven; zoiets zag je alleen maar in het nieuws.

Een paar maanden later zag de wereld er ineens heel anders uit. Terwijl een groot gedeelte van Europa lekker op de piste stond en carnaval aan het vieren was kwamen de eerste berichten naar buiten dat het in Italië bittere ernst was. Zelf toen dacht ik nog: 'Italië, ook dit is nog ver weg. Niet zo ver als Azië, maar toch.' Ik realiseerde me niet dat al die mensen in de wintersportgebieden ook weer naar huis gingen en zo het virus over heel Europa zouden verspreiden.

Direct na de eerste Nederlandse corona-persconferentie op zondag 15 maart werd duidelijk dat ook in ons kleine kikkerlandje het leven compleet anders zou worden. Mijn vriendin en ik schoten direct in de regelmodus. Ons zoontje kon niet meer naar het kinderdagverblijf. Hoe moest dit nu verder? Net zoals bij veel andere Nederlanders zat er voor ons niets anders op dan thuiswerken. Gelukkig begrepen onze werkgevers dit ook.

## En nu?

*"Alle hens aan dek  
om de schade zo  
veel mogelijk te  
beperken"*

De eerste weken waren raar, heel raar. Het ene moment was ik druk bezig met de voorbereiding op een belangrijk telefoontje, twee seconden later schoot ik op van achter mijn laptop om een gevallen flesje op te ruimen. Videocalls werden speels onderbroken door een klein blond jongetje dat ook graag naar het scherm wilde kijken – en ook bij collega's, klanten en kandidaten zag je weleens een kat, hond, kind of partner door het scherm lopen.

Regelmatig heb ik mij moeten verontschuldigen: 'Sorry, ik moet even ingrijpen...', 'Sorry voor de herrie op de achtergrond...' Gelukkig zaten we allemaal in hetzelfde schuitje en was er van iedereen veel begrip. Iedereen was op zoek naar een nieuwe balans; werk en privé liepen constant door elkaar heen.

Ook in mijn werk als accountmanager merkte ik direct een verandering. Van de ene op de andere dag werden procedures on hold gezet en nieuwe aanvragen bleven uit. Logisch op dat moment, want niemand wist waar hij of zij aan toe was.

Een paar maanden terug waren veel organisaties nog plannen aan het maken om te groeien, maar nu was het ineens alle hens aan dek om de schade zo veel mogelijk te beperken. Recruitment kwam onderaan het prioriteitenlijstje te staan.

*"Never let a  
good crisis  
go to waste"*

## Iets negatiefs omzetten naar iets positiefs

Winston Churchill schijnt tijdens de Tweede Wereldoorlog de volgende uitspraak gedaan te hebben: 'Never let a good crisis go to waste'. Wat hij hier volgens mij mee bedoelde was dat als de situatie er nog zo slecht uitziet, het altijd kansen biedt voor iets nieuws en positiefs. Door een crisis word je immers gedwongen om na te denken over je eigen situatie. Wil je er een positieve draai aan geven, dan zijn aanpassingsvermogen, flexibiliteit, zelfstandigheid en verantwoordelijkheid nemen eigenschappen die zeer belangrijk zijn.

Daarom hebben wij, net als vele anderen, de koe bij de horens gevat en zijn we hard aan de slag gegaan. Binnen een zeer kort tijdsbestek was alles zo ingericht dat iedereen thuis kon werken. Nu is dat voor ons nog redelijk makkelijk. Wij hebben een telefoon, laptop en internetverbinding nodig en dan kunnen we waar dan ook ter wereld ons werk uitvoeren. Voor sommige bedrijven was dit anders. Ik ken organisaties die voor een behoorlijke

logistieke klus stonden: bureaustoelen, beeldschermen en overige benodigdheden werden stad en land afgereden en ICT-omgevingen moesten worden ingericht zodat iedereen op elk gewenst moment bij zijn bestanden kon. Bewonderenswaardig hoe snel dit binnen een korte periode is gerealiseerd. Via deze weg: hulde aan iedereen die dit mogelijk heeft gemaakt!

*"Het contact met  
elkaar werd toch  
persoonlijker"*

## De grote uitdaging

Tegelijkertijd stonden we voor een andere uitdaging. Hoe gaan we ervoor zorgen dat er nog voldoende (nieuwe) business binnenkomt? Bestaande klanten weten ons goed te vinden, alleen ze hebben nauwelijks vacatures. Hoe gaan we aan nieuwe vacatures komen?

De meest voor de hand liggende oplossing is simpelweg openstaande vacatures nabellen... Leuk? Niet altijd. Nuttig? Gevoelsmatig ook niet altijd. Leuke gesprekken? Vaak wel. Resultaat? Verassend goed! Door de inspanningen van ons team – en door het te benaderen als een marathon in plaats van een sprint – hebben we toch een leuk aantal nieuwe relaties aan ons weten te binden.

Vanuit mijn rol als accountmanager was het de afgelopen maanden zo goed als onmogelijk om klanten fysiek te bezoeken. En dat is jammer. Fysiek aanwezig zijn brengt vele extra's ten opzichte van bijvoorbeeld een telefoontje. Je kan mensen rechtstreeks in de ogen aankijken, de sfeer proeven en refereren aan dingen die je op de werkvloer ziet gebeuren. Gelukkig zijn de technologische ontwikkelingen ondertussen zo ver dat we kunnen spreken van een gulden middenweg: het welbekende videobellen. Je kan weliswaar niet meer rechtstreeks in de keuken kijken maar wel echt verbinding

maken door bijvoorbeeld iemand recht in de ogen aan te kijken. Ik ben heel blij dat we inmiddels zo ver zijn dat het praktisch voor iedereen is ingeburgerd. Het was toch allemaal een stuk lastiger geweest als deze crisis pakweg 20 jaar geleden was gebeurd.

Niet alleen het directe contact met klanten viel weg, ook sommige collega's heb ik pas na een maand of vijf weer face to face gesproken. Eigenlijk heel raar om iemand na bijna een half jaar weer in levenden lijve te zien terwijl je wel dagelijks contact had via andere kanalen. Typisch voor deze periode is dat terwijl het fysieke samenzijn zo goed als wegviel, het contact dat je met elkaar had toch persoonlijker werd. Op kantoor word je vaak geleefd door de waan van de dag en moet alles snel. Ik merkte al direct dat iedereen meer de tijd nam om elkaar beter te leren kennen. Er werd vaker doorgevraagd over hoe met iedereen ging en er was oprechte persoonlijke aandacht.

## De grote uitdaging (vervolg)

Vragen zoals 'hoe gaat het nu echt met je' werden keer op keer gesteld. Normaal al belangrijk, maar juist in deze tijd enorm belangrijk. Iedereen was met elkaar begaan, zowel qua werk als privé. Het blijkt maar weer dat mensen sociale dieren zijn met een grote honger naar interactie en cohesie.

Een ander traject dat door mij en het team in snel-treinvaart is opgepakt is het vergroten van onze online zichtbaarheid. Social media en vooral LinkedIn zijn niet meer weg te denken uit ons werk. Waar we in het verleden LinkedIn bij wijze van spreken alleen gebruikten om kandidaten te benaderen is het ook een fantastisch medium om

in contact te komen én te blijven met mensen. Nu denk je misschien: deden jullie dit niet allang? Natuurlijk, maar door deze situatie werden wij gedwongen om anders te kijken naar de middelen die wij tot onze beschikking hadden en hier het beste uit te halen. Al met al kan ik zeggen dat het een 'ongoing process' is en leren we nog elke dag bij. Wat niet wegneemt dat we er nu al de vruchten van plukken en ik ben trots op hetgeen we de afgelopen maanden hebben bereikt.

## Wat heeft het mij gebracht?

*"Er was tijd om na te denken en een beetje op adem te komen"*

Hoewel het voornamelijk een rare periode is geweest heeft het mij persoonlijk ook meerdere dingen gebracht. Allereerst heb ik veel tijd doorgebracht met mijn zoontje en daar ben ik zeer dankbaar voor. Waar ik hem voorheen alleen 's ochtends, 's avonds en in het weekend zag, zaten we nu zeven dagen per week bij elkaar. Daarnaast ben ik rust en tijd meer gaan waarderen. Waar wij hiervoor een druk sociaal leven hadden werd er nu bewust op de rem getrapt.

Er was de tijd om na te denken, prioriteiten te her-schikken, een beetje op adem te komen en te denken over wat echt belangrijk is. Tot slot ben ik door het vele telefoneren scherper geworden in mijn gesprekken. Iemand niet kunnen aankijken vraagt om een andere vraagstelling om tot het gewenste resultaat te komen. Ik durf dus wel te zeggen dat ik ben gegroeid en dat deze pandemie mij ook veel positieve dingen heeft gebracht.

Toch zijn er ook vragen die mij nog steeds bezighouden. Hoe zorg je ervoor dat je 'top of mind' blijft? Hoe kan je vorm blijven geven aan betekenisvolle (nieuwe) relaties? Wat gebeurt er verder op de arbeidsmarkt? Wat voor invloed heeft dit voor ons als recruitmentorganisatie? Op sommige van deze

vragen heb ik antwoord, op andere nog niet. Helaas heb ik geen glazen bol en weet ik niet hoe lang deze situatie nog gaat duren. In het minst gunstige geval zitten we dit jaar, en misschien ook nog wel volgend jaar in deze situatie. Dat neemt niet weg dat ik de toekomst met veel vertrouwen tegemoetzie. We zien dat de markt weer aantrekt. Bedrijven willen door en hebben de blik gericht op de toekomst.

Tegenslagen zetten je aan om ertegen te vechten, ze zorgen ervoor dat je iets onderneemt. Lukt het je om erbovenop te komen, dan ben je sterker dan eerst. Mocht het niet lukken, dan ben je wel een ervaring rijker. Deze ervaring en dit leermoment pakt niemand je meer af.



*"Thuiswerken was bij veel managers toch een taboe"*

Gerard Zwart  
Innoverend vermogen

Freeks ervaringen zullen voor velen herkenbaar zijn. Voor mij ook. Ik merk aan mijzelf dat ik over veel dingen na ben gaan denken, en dat me tegelijkertijd een aantal positieve dingen opvielen. Het enorme innoverende vermogen waar mensen over beschikken, zeker als dit acuut moet worden toegepast. Het verdient veel respect hoe het onderwijs toch doorgang heeft gekregen, maar zeker ook hoe het volledige bedrijfsleven in Nederland binnen een week iedereen met een kantoorfunctie kon laten thuiswerken. Ik vind dat bijzonder knap.

Niet alleen de zelfredzaamheid, maar ook de zelfstandigheid en verantwoordelijkheid die drijvende krachten blijken te zijn. Thuiswerken was bij veel managers en organisaties toch een taboe, en full-time thuiswerken was uitgesloten. Niks bleek minder waar.

En ook hier zie ik de rol van innoverend vermogen. Persoonlijk contact met collega's werd opgelost met online meetings, spelletjes en plankingsessies. Maar we hielden ook het persoonlijk welzijn goed in de gaten – bijvoorbeeld met online psychologen die bedrijven inschakelden, of door de ergonomie van de thuiswerkplek bespreekbaar te maken.

Ik merk binnen mijn netwerk dat de pandemie veel organisaties en mensen aan het nadenken heeft gezet. Filerijden, willen we dat nog wel? Video-interviews, voorheen min of meer een taboe in de recruitmentwereld, blijken toch echt te werken. De werkplek wordt tegen het licht gehouden. Managers en directors die voorheen veel moesten vliegen, blijken met video conferencing hun tijd veel effectiever te kunnen besteden. Finance heeft ongetwijfeld inmiddels uitgerekend welke besparingen dit met zich meebrengt.

## Engagement is key

*"Er ligt  
een uitdaging  
om verbonden  
te blijven"*

Corona heeft een hectische en snelle wereld even op de pauzeknop laten drukken en ons tijd gegeven om na te denken. Maandenlang thuiswerken zorgt voor minder contact met je organisatie, team en collega's. De band wordt minder, je werkomgeving is compleet anders, je comfortzone is verdwenen. Je hebt tijd om na te denken. Vind ik het leuk wat ik doe? Wat wil ik nu eigenlijk? Haal ik écht energie uit mijn werk? Is het intrinsieke motivatie of doorzettingsvermogen wat mij dagelijks beweegt?

Ik zie het dicht om mij heen. Een collega die toch voor een nieuwe baan kiest, in het verlengde van de opleiding die ze heeft afgerond. Een andere collega die besluit om die langgewenste masteropleiding toch te gaan volgen. Ook op LinkedIn zie ik dit beeld dagelijks voorbij komen. Toch die opleiding alsnog volgen, toch die baan die beter aansluit op de wensen of behoeftes.

Omgekeerd ligt er ook voor organisaties een uitdaging om verbonden te blijven met de medewerkers. Hoe zichtbaar zijn de directie en het management?

Wat is hun visie nu en op de komende jaren?

Hoe vaak spreken teamleiders hun team écht?

Is het helder wat deze periode voor de medewerkers gaat betekenen? Hoe ziet 2021 er voor hen uit?

En wat is hun persoonlijke ontwikkeling daarin?

Zijn er te veel vragen, dan zijn er ook te veel risico's.

*"Ik zie veel  
betrokkenheid  
en bevologenheid"*

## Persoonlijke ontwikkeling en eigenaarschap

De nieuwe generatie vraagt om autonomie en vrijheid. Ze weten dit prima te combineren met zelfstandig werken en het dragen van verantwoordelijkheden. De eerste zes corona-maanden zijn voorbijgevlogen. Zijn wij hier als team slechter van geworden? Zeker niet. Sterker eigenlijk. Elke plaatsing telt nu. Niks is meer vanzelfsprekend. Ik zie veel betrokkenheid en bevologenheid bij elke plaatsing. Het heeft een boost gegeven aan de ontwikkeling – individueel én als team.

In de voorliggende twee kwartalen hebben wij als team veel tijd en energie gestopt in personal coaching en teamontwikkeling. Wie zijn wij, wat drijft ons, hoe communiceren wij? En hoe doen we dit als het spannend wordt? Personal coaching sessies waren helaas niet meer mogelijk, maar achteraf bleek het een uitstekende gelegenheid om dit nu zelfstandig in de praktijk toe te passen. Zonder zijwieltjes nieuw gedrag in de praktijk brengen. Het was niet altijd even makkelijk, maar als ik terugkijk op de afgelopen zes maanden zie ik ook hier een enorme ontwikkeling. En daar ben ik trots op.

Ook voor onze organisatie en dienstverlening is dit een vormende periode geweest. 'Thinking out of the box' heet dat in populair managementjargon. Corona zorgde ervoor dat we hier noodgedwongen echt aandacht aan hebben besteed. Denk aan systeemtoegang vanuit huis of aan MS Teams, dat een

centrale rol heeft gekregen in de communicatie met teamleden. En met kandidaten. Gelukkig hadden wij al ervaring in het voeren van video-interviews, en na zes maanden mogen we toch wel concluderen dat we de kwaliteit hoog hebben weten te houden. Meer dan dat, zelfs. Het stemt tot nadenken en geeft een nieuw perspectief op de vertrouwde interviews op locatie, om 17.00 uur, bij een Van der Valk-hotel in Breukelen, inclusief files.

Naast het voeren van interviews hebben we ook het relatiebeheer noodgedwongen tegen het licht gehouden. Langsgaan bij relaties was voor onze accountmanager ineens niet meer mogelijk. Hoe onderhoud je het contact dan? Hoe zorg je ervoor dat de relatie in stand en betekenisvol blijft voor ons, maar vooral ook voor onze relaties? Een complicerende factor was dat ook de volledige business stil kwam te liggen.

## Persoonlijke ontwikkeling en eigenaarschap (vervolg)

90% van alle procedures werd on hold gezet; in maart, april en mei kwamen nieuwe vacatures maar mondjesmaat binnen. Ook hier zorgde de coronacrisis voor een reflectiemoment. Waarom doen we de dingen die we doen? Willen we dit zo houden? Gaan we het anders doen? Hoe gaan we invulling geven aan onze doelstellingen? En wat zijn onze doelstellingen in de economie van het 'nieuwe normaal'?

Wanneer taken geen doorgang meer kunnen krijgen, vraagt dit ons om creatief te zijn. En met oplossingen te komen, zoals werken aan het creëren van content, online zichtbaarheid en social selling. We gingen op zoek naar een extra dimensie in sales en marketing. In het begin was dat moeilijk, en het is mooi om te zien waar we na zes maanden staan en hoe iedereen zich hierin ontwikkeld heeft.

*"De positieve  
impact is  
vele malen groter"*

## 2020 – een bepalend moment?

Wellicht kunnen we over een aantal jaar zeggen dat 2020 een transitiemoment is geweest. In sales, in recruitment, maar misschien ook in de zakelijke dienstverlening. Of zelfs breder: in HR-perspectief of bij de bedrijfsvoering in zijn algemeenheid.

Ons innoverend vermogen kan ervoor zorgen dat deze periode een volgende economische revolutie inluidt. Hoe groot de negatieve impact van

corona ook is, en misschien nog wordt, de positieve impact is potentieel nog vele malen groter. Wie zal het zeggen?

## Een goed moment om na te denken

*"Corona mag dan nog niet klaar zijn met ons, maar wij zijn aan zet"*

Als je nog niet hebt gereflecteerd op de afgelopen periode, en ook de periode die nog voor ons ligt, dan is mijn advies om dit zeker te doen. Neem een paar dagen vrij, of gebruik je vakantie hiervoor. Maak je even los van je dagelijkse routine.

Dit is een uitgelezen moment om na te denken over de dingen die belangrijk voor je zijn. Wat je beweegt, drijft, energie geeft. Je familie, je gezin, je werk, je carrière. Wat wil je nu, dit jaar, en over

vijf jaar bereikt hebben? Ik sluit me graag aan bij de stelling die Freek al eerder citeerde: 'Never let a good crisis go to waste'. Corona mag dan nog niet klaar zijn met ons, maar wij zijn aan zet.



**Freek Russchenberg**

*Accountmanager Zuid Holland / Utrecht - High Quality*



**Gerard Zwart**

*Oprichter/ Managing Director - High Quality*

High Quality is hét recruitment bureau voor financieel, secretariael en HR personeel in de Randstad. Al meer dan 20 jaar zijn wij gespecialiseerd in interim bemiddeling, detachering en werving & selectie van Finance, Secretariael, en HR professionals op MBO, HBO en WO niveau in de regio Amsterdam, Utrecht, Rotterdam en Den Haag.

Siriusdreef 17, 2132 WT Hoofddorp, T 023 - 568 9333 M [info@high-quality.nl](mailto:info@high-quality.nl)