

Always change a winning team (or at least the name)

Iedere keer weer weet de krijgsmacht briljante geesten voort te brengen. Mensen die visie hebben en ondanks alle dagelijkse besloomingen tijd vinden om na te denken over existentiële zaken zoals de naam- en zingeving van het krijgsmachtbedrijf. Natuurlijk zijn onze hoge officieren hierbij de voortrekker. Na een lang traject van training en vorming komen velen van hen gelukkige op de eenzame hoogte die nodig is om onze organisatie in de goede richting te sturen.'

De kans om iets nieuws te realiseren was lang nihil, omdat er jaar op jaar bezuinigd werd. Maar nu er weer geld beschikbaar is, blijkt dat veel van onze toppers vol zitten met goeie ideeën. Nu kan ik een breed spectrum aan slimme vernieuwingen onder uw aandacht brengen, maar ik moet mij, gezien de hoeveelheid woorden die de redactie mij in deze column toestaat, natuurlijk beperken. Want, zoals Clausewitz al zei, 'in der Beschränkung zeigt sich der Meister!'

Daarom wil ik deze column geheel opdragen aan de wakkere toppers die de afgelopen maanden wederom een aantal hoognodige naamswijzigingen hebben doorgevoerd in onze defensieorganisatie. Naamsveranderingen die direct en onmiddellijk bijdragen aan het kwalitatieve verbetertraject dat de nieuwe bewindslieden en de nieuwe CDS hebben ingezet. Een traject dat moet leiden tot een doorontwikkelde, financieel duurzame en sociaal en fysiek veilige krijgsmacht waar personeel centraal staat. Al deze ideeën zijn volstrekt nieuw. En bij nieuwe wijn hoort natuurlijk een nieuwe zak. Dus zonder nieuwe aansprekende organisatienamen is er geen nieuw elan mogelijk.

Kennelijk is er wel sprake van een braindrain bij de traditionele krijgsmachtgedelen, want waar de saaie marine de onderzeedienst al 85 jaar de onderzeedienst noemt en de landmacht maar blijft vasthouden aan volledig achterhaalde namen als de 43^e Brigade (hoezo, waar zijn die andere 42 brigades?), zijn alle visionaire toppers kennelijk naar de paarse ondersteuningsorganisatie overgeplaatst. Juist, ik bedoel het Defensie Ondersteunings Commando, het DOSCO, zoals dat sinds enkele maanden op de kaart staat. En zeg nou zelf: dat klinkt toch veel beter en sexier dan dat afgezaagde Commando Diensten Centra (CDC), waar we net aan gewend waren. En natuurlijk nóg veel beter dan het volledig achterhaalde Defensie Interservice Commando (DICO), zoals het twintig jaar daarvoor nog genoemd werd. De derde naam in twintig jaar voor dezelfde organisatie: wat een dynamiek! Want met DOSCO sla je echt de spijker op de doorontwikkelde kop. Gefeliciteerd! Eindelijk staat de ondersteuning op de kaart!

Een andere en belangrijke organisatie (binnen het DOSCO) waar men de afgelopen maanden dezelfde verbeterstappen heeft gezet is onze Wervings en Selectie Organisatie. Men slaagde er daar al jaren niet in om voldoende kandidaten op de mat te toveren, maar hoe kan dat ook met de nietszeggende naam Defensieorganisatie voor Werving en Selectie (DWS), waarbij werkelijk niemand beeld had. Nog maar vijftien jaar geleden vonden verlichte geesten al dat DienstenCentrum voor Werving en Selectie (DCWS) veel beter de lading dekte. Gelukkig zijn we er (na ongetwijfeld diepgaande studies en kostbaar wetenschappelijk onderzoek) in het afgelopen jaar achter gekomen dat mensen hier welis-

waar net aan begonnen te wennen, maar ook dit bij nader inzien een volstrekt misleidende term was. Reden waarom we de boel nu eindelijk hebben omgedoopt naar DCPL: DienstenCentrum Personeels Logistiek. Want het gaat er in deze moeilijke tijden van ondervulling per slot van rekening om exact de juiste en heldere naam te kiezen. Marketing heet dat. Al het andere is bijzaak. Halleluja! Briljant! Hadden we dat maar eerder gedaan. Ik weet zeker dat de dramatische vullings-situatie van Defensie met deze knappe ingreep binnen enkele maanden zal worden omgedraaid naar een uitpuilende vulling. Let op mijn woorden: van DCPL gaan we nog horen.

Natuurlijk is er tegengeluid. Dat treft helaas alle visionairs. Je moet je daar niets van aantrekken. Soms hoor je zuurpruimen en knakenbijters, die zaniken dat het verwarrend is, al die nieuwe namen, of ze zeuren over de kosten die de naamsveranderingen van deze (en menig andere) organisatie bij Defensie met zich meebrengen: 'Nieuwe borden op gevels, nieuwe kaartjes op de deur, nieuw briefpapier en nieuwe enveloppen en circa tien miljoen aanpassingen in geautomatiseerde systemen. En dat voor organisaties die op het eerste gezicht hetzelfde blijven doen...' Maar deze kleinzielige geesten beseffen niet hoe briljant deze zet is. Juist financieel.

De krijgsmacht heeft van het kabinet-Rutte III extra geld gekregen, maar dat kunnen we helemaal niet uitgeven! Alle verwervers, die nodig zijn om grote projecten (en dus uitgaven) te realiseren, zijn in de afgelopen vijftien jaar immers ontslagen. Dus dat geld krijgen we zonder creativiteit niet op. De briljante geesten die deze naamsveranderingen hebben bedacht, hebben daarom een geweldige list verzonnen. Zo'n naamswijziging is niet één project: nee, het zijn duizenden kleine projecties, allemaal onder de aanbestedingsgrens. Tienduizenden nieuwe visitekaartjes voor al die medewerkers, op tientallen plaatsen een nieuw bord op de gevel, honderden inhuurkrachten in de ICT om al die systemen aan te passen, een paar miljoen enveloppen. Daar hebben we allemaal

bestaande raamcontracten voor. Niemand die het in de gaten heeft. Knap hoor. En zo jassen we er – ongemerkt – gelukkig toch de nodige miljoenen doorheen.

Want wat voor indruk maakt het, als we de helft van al dat extra geld straks weer terug moeten geven aan de politiek? En hoe boos zal Donald Trump dan niet op ons kikkerlandje zijn, omdat we onze NAVO-verplichtingen niet nakomen? Nee, het is duidelijk dat de eenheid binnen de NAVO alleen gehandhaafd kan blijven als we dit soort krachtige maatregelen nemen. En überhaupt. Wat heb je aan zo'n naam die al honderd jaar meegaat, zoals Landmacht of Marine? Oude meuk! Niet van deze tijd. Het regelmatig wisselen van die namen in de afgelopen jaren had ons veel ellende bespaard en zou beleid moeten zijn. Als er een nieuw type auto of smartphone op de markt komt, geven we die toch ook een nieuwe naam! Ik ben zeker dat we met iedere twintig jaar een andere naam voor de Marine of Landmacht iedereen scherp hadden gehouden en de bezuinigingen onze organisatie aanzienlijk minder zouden hebben getroffen.

Ik ben zelfs de mening toegedaan dat we deze belangrijke geleerde lessen bij de krijgsmacht kunnen uitbreiden naar onze nationale economie. Waarom heet Shell nog Shell? Ze verkopen toch allang geen schelpen meer! En Philips zou ook veel beter NAF kunnen heten: ja natuurlijk, Nederlandse Elektrische apparaten Fabriek. Precies! Nu ik hier over nadenk, realiseer ik mij een ernstige tekortkoming van onze Nederlandse koopmansgeest. Uit een soort van misplaatste zuinigheid en veranderangst hebben we al die bekende namen al honderd jaar niet gewijzigd. Terwijl de wereld maar doordraait en constant verandert. Ik ben er daarom een groot voorstander van dat snel meer briljante hoge officieren uitstromen naar het bedrijfsleven. Bijvoorbeeld de toppers die deze naamsveranderingen bedenken. Dan komt het allemaal goed met ons land, net zoals het nu eindelijk goed gaat komen met het DOSCO en het DCPL. En worden er deze maand geen koninklijke onderscheidingen uitgedeeld? Ik weet nog wel wat kandidaten. Gaat u gerust slapen, het DOSCO ligt op koers. ■