

Mensen tot leven verleiden



Verleiddkundige Pauline Schueler. ©Arjen J. Zijlstra

Toen Pauline Schueler ontdekte dat ze een geboren verleider was, werd ze... verleiddkundige. Met succes. "Toch vinden veel bedrijven mij nog wel iets te spannend. Maar ik moet mezelf blijven, anders verwelk ik."

GRONINGEN

"Bedoelde u verloskunde?" Bingo, nul zoekresultaten gaf Google toen Schueler (49) midden in de nacht 'verleiddkunde' intoetste. Het hersenspinsel dat prakiserend in bed tot haar was gekomen, bleek inderdaad uniek. Het was, in de taal van haar puberzoon, iets dat ze kon *ownen*.

Schueler, toen net veertig, bevond zich op een scharnierpunt in haar leven. Haar baan als coördinator Groningen promotie liep ten einde, waardoor de vraag 'waar liggen mijn kwaliteiten?' steeds prangender werd. Het antwoord op deze vraag werd gegeven door een competentieonderzoek. "Creativiteit en verleiden bleken mijn grootste kwaliteiten."

"Creativiteit, dat verbaasde me niet. Maar verleiden, jeetje mina. Ik dacht: hoe kan ik dat nou professionaliseren zonder in het red-light-district terecht te komen of in de relatiemarkt? Hoe kan ik ervoor zorgen dat ik dat als onderscheidende waarde ga gebruiken in de zakelijke wereld?"

Onorthodox

Verleiddkunde. Toen Schueler dat woord bedacht, had ze nog geen concreet beeld van dit vakgebied, maar ze voelde het potentieel. "Ik moest het nog gaan laden met betekenis."

Een stimulans om er serieus mee aan de slag te gaan was een prijsvraag van het blad Marie Claire, waarin startende ondernemers werd gevraagd hun ondernemers-

plan in te sturen.

Een maand lang werkte ze dag en nacht aan het ondernemersplan voor haar toekomstig bedrijf: het Verleiddkundig Instituut. En ze won de prijs. Concreet leverde dit haar een toen nog hypermoderne BlackBerry op, 5000 euro en vooral veel media-aandacht.

De jury prees haar onorthodoxe perspectief op organisatieverandering. Want daar bleek verleiddkunde om te draaien: veranderingsmanagement. Hoe verleid je werknemers tot duurzame verandering?

Gewenste intimiteit

"Verleiddkunde is mensen zin laten krijgen in wat jij wilt. Maar dat kan niet zonder dat die persoon daar zelf zin in heeft. Want an-

ders wordt het manipulatie en ik geloof niet in de duurzame resultaten daarvan."

Volgens Schueler zijn er drie waarden die een bedrijf kan inzetten om mensen zin te laten krijgen in verandering: speelsheid, creativiteit en intimiteit. "Intimiteit, dat is een heel spannende natuurlijk. Maar als je het opzoekt in het woordenboek dan betekent het verbinding. Ik heb het ook wel over gewenste intimiteit op het werk. Want als er intimiteit is op het werk, dan krijg je verbinding tussen mensen. En voor duurzame gedragsverandering is het nodig dat mensen eerst met zichzelf en vervolgens met elkaar in verbinding zijn."

Toch is Schueler zich wel bewust van de lading die woorden als verleiding en intimiteit voor de meeste mensen hebben. En ze doet daar dan ook graag haar voordeel ermee. "Als een groep managers - mannen en vrouwen - een workshop van mij krijgt, dan zijn ze van tevoren al opgewonden en nieuwsgierig: oh, de verleiddkundige komt langs! Daardoor staan ze al open om uit hun comfort zone te komen."

Happy

De instellingen en bedrijven - van Heineken en Microsoft tot de Hanzehogeschool en Groningen Seaports - waar ze de afgelopen tien jaar lezingen en dagvoorzitterschappen verzorgde en workshops gaf, zijn zeer uiteenlopend. "Maar de rode draad is dat het bedrijven zijn die veranderprocessen anders dan anders willen vormgeven. De mensen die mij inhuren zijn vaak behoorlijk persoonlijk ontwikkeld en durven anders te denken. Ze hebben het andere al gehad, zoals de focus op structuren en processen, en dat werkt niet. Daar worden mensen niet happy van."

Werknemers willen volgens haar gezien worden en een persoonlijke bijdrage leveren. Dat vergt dat de manager verbinding zoekt met zijn werknemers en oprecht interesse toont. Corporate intimacy noemt ze het. Als Schueler vertelt over haar vak spreekt ze met het enthousiasme dat zo kenmerkend is voor mensen die, zoals ze het zelf noemt, hun talent in de wereld hebben gezet. Maar even later, als we spreken over de afgelopen paar jaar, drijft er

ook af en toe een wolkje voorbij haar pretogen.

Diagnose: liefdesverdriet

Want de laatste twee jaren stonden grotendeels in het teken van rouw. "Twee jaar terug overleed mijn boezemvriend en minnaar die voor mij echt een mega-inspirator was. We hadden twaalf jaar een relatie, terwijl we ook allebei een partner thuis hadden. Hij wekte de sensuele vrouw in mij en liet haar groeien. "Ze had zoveel verdriet van zijn dood dat het zich zelfs fysiek uitte en ze een flinke tijd uit de running was. Hoe liefdevol haar omgeving haar ook ondersteunde, ze kon bij niemand haar verdriet echt kwijt. Ook niet bij haar levenspartner, met wie ze 32 jaar 'een relatie met ruimte' heeft en drie zonen grootbrengt. "Twaalf jaren, dat is niet zomaar even iets. Onze liefde was diep en ijzersterk en we stimuleerden elkaar geheel op onze eigen wijze." Toch krabbelde ze langzaam weer op. En begon ze steeds vaker terug te denken aan een belofte die ze hem had gedaan op zijn sterfbed...

Missie

Hij had het er met haar vaak over dat ze zo'n uitzonderlijk aangename sensuele energie heeft en dat ze andere vrouwen ook zou moeten leren dat bij zichzelf te wekken en te ervaren. "Je een sensuele vrouw voelen is zo heerlijk en het geeft zoveel levenslust. Het maakt je blij en je wordt gelukkig over jezelf, zeker als je ouder bent."

"Het klinkt wat dramatisch, maar hij heeft mij kort voor zijn overlijden echt laten beloven hier wat mee te doen."

En zo werd uiteindelijk esSensuality geboren. "Met esSensuality nodig ik met trainingen en op speciale vakanties andere vrouwen uit hun sensuele vrouw bij zichzelf te wekken en te versterken. Ik gun andere vrouwen ook zich zo te voelen als ik me voelde bij mijn vriend. Dat is echt een missie, en ik doe het dolgraag."

"Liefde is steeds meer mijn kompas. En het leven dat ik nu leef, voelt als de juiste weg."

Websites:

www.essensuality.nl

www.verleiddkundiginstituut.nl

Arjen J. Zijlstra