

## Mijn Oehoe

*Het internet wordt steeds persoonlijker. Een beetje bedrijf heeft tegenwoordig voor iedere klant een eigen loketje: 'Mijn Essent', 'Mijn ABP', 'Mijn KPN'. Ongetwijfeld gaan er de komende tijd nog veel meer volgen: 'Mijn Bavaria', 'Mijn Always' en wat al meer. Misschien duurt het niet lang meer of iedereen kan via 'Mijn Oehoe' allerlei wetenswaardigheden opzoeken over imago en identiteit van de redactieleden, de hobby's en thuissituatie van de auteurs. Als je maar over een gebruikersnaam, inlogcode of wachtwoord beschikt. Zou het trouwens niet heel MAKB zijn als onze klanten ook voortaan met 'Mijn xxx' konden inloggen?*

Heb je dat ook wel eens, dat je ineens tot de ontdekking komt dat je je identiteitsprofiel bent kwijtgeraakt? Dat je bij de pinautomaat plotseling je pincode niet meer weet? Of dat je pinpas het na drie wanhopige pogingen laat afweten? Mooie boel, als je met een kar vol boodschappen bij Albert Heijn aan de kassa staat, met een volgetankte tank bij het benzinstation weg wilt rijden of net een vorkje hebt geprikt. Een uurtje afwassen is nog te doen, maar je boodschappen terug in de rekken zetten of je benzine terug laten lopen ligt wat gecompliceerder. En het is een heel gedoe om weer aan een nieuwe pas met code te komen: bel maar eens naar het registratiepunt, daar blijken meestal "al onze medewerkers in gesprek". Het later nog eens proberen levert meestal geen andere boodschap op. Met een beetje geluk krijg je je oude code terug, anders wordt het weer even oefenen en wennen aan je nieuwe.

Alles op maat en toegesneden naar ieders persoonlijke snit: dat is de actuele maatschappelijke tendens. Zelfs van je pinpas kun je een bloedeigen card maken. Maar ondertussen wordt onze samenleving wel volledig dicht gecodeerd. Volgend jaar je belastingaangifte ondertekenen met een elektronische handtekening? Vergeet het maar, want daarvoor heb je voortaan een DigiD-inlogcode nodig. Als je 'm eenmaal hebt aangevraagd, is het maar te hopen dat je 'm niet kwijt raakt, want een nieuwe wordt onder geen beding verstrekt. Kwestie van privacybescherming, is het argument. Natuurlijk hebben we nog altijd het oude vertrouwde papieren belastingaangiftebiljet. Maar ook daarvoor dien je te beschikken over een geldig burgerschapsnummer, het nieuwe jasje van het oude sofinummer. Hoe zou dat trouwens gaan met mensen die nog niet zijn ingeburgerd? Zouden die ook al een burgerschapsnummer hebben? Waarschijnlijk niet, en moeten ze het doen met een voorlopig wachtwoord. De nieuwe rijbewijzen, ook zoiets. Stel dat je per ongeluk je nieuwe rijbewijs in de pinautomaat van het benzinetankstation stopt: zou die dan gaan claxonneren? Bij de Shell rollen er misschien wel extra Air Miles uit, da's pas lachen! En als we het nu toch over auto's hebben: weet jij zo uit je hoofd je autoradiobeveiligings-, Security- of sleutelcode? Hopelijk weet je deze ergens te liggen, want áls...

Soms zou je er stapelgek van worden. Stel, je bent je inlogcode van je bedrijfspc kwijt en je wilt aan het eind van de middag thuis nog gauw even je mail checken. Geen probleem, gewoon even bellen naar de helpdesk. Maar ja, wat te doen als je je pincode van je mobiele telefoon ineens bent vergeten? Of erger: dat je je PUK-code moet invoeren? Neem je toch gewoon je privé mobiele, zul je zeggen. Prima, maar natuurlijk is dan toevallig je beltegoed net even op. Mobiel opwaarderen is een fluitje van een cent, maar... je moet wel effe je vijfcijferige persoonlijke opwaardeercode binnen handbereik hebben. En laat die nou toevallig in de kluis liggen, waarvan je de combinatiecijfers niet kunt vinden... Big problems dus. Dan maar met je vaste telefoon bellen. Hopelijk bel je niet Internetplus, want dat wil ook wel eens niet lukken.

Nee, neem dan 'Onze Oehoe'. Daarvoor heb je gelukkig geen inlogcode, wachtwoord of gebruikersnaam voor nodig. Gewoon uit je postbakje halen en beginnen te lezen. Voor iedereen op maat gesneden. Ruim 15 jaar – bijna net zo lang als ik bij ons bedrijf werk – heb ik eraan meegewerkt. 'Onze Oehoe' is in al die jaren ook een beetje 'Mijn Oehoe' geworden. Dat klinkt misschien wat bezitterig en hedonistisch, en zo is het niet bedoeld. Maar aangezien dit mijn laatste winter hier en ik als een van de laatste der Mohikanen

gebruik kan maken van de FPU-regeling, komt er met dit nummer ook een einde aan mijn redactielidmaatschap en is dit het laatste 'redactioneel' van mijn hand.

Samen met een groot aantal (ex-)collega's heb ik altijd met veel plezier in en aan onze Oehoe gewerkt. De redactievergaderingen waren meestal kleine feestjes, waar behalve gelachen en geroddeld, ook flink out of the box werd gedacht en gewerkt. Want vier keer per jaar een Oehoe betekent wel continu de antennes uitsteken om relevante interne signalen op te vangen, nummers te componeren, collega's te pushen, bijdragen op te poetsen. Vooral de laatste jaren, toen we met een kernredactie en themanummers zijn gaan werken, waren boeiend. Boeiend om te zien, hoe uit een schijnbaar vormeloze hoop suggesties en soms een hopeloos thema een prachtig nummer groeide!

Vanwege de kleinschaligheid en bescheiden doelstelling van ons personeelsblad hebben wij in de redactie nooit officiële functies gehad. Ik ben dan ook nooit tot hoofd- of eindredacteur benoemd, maar dat sinds het vertrek van Margot Venner wel steeds zo gevoeld. En ik kreeg daar ook de ruimte voor. Uit een cursus 'Uitgever Tijdschriften' die ik ooit volgde, diepte ik nog eens de volgende passage op: "Een goede hoofdredacteur kan een blad maken of breken. Hij scheelt een uitgever heel wat lezersonderzoek en heel wat mapjes-in-ringband van externe adviseurs. Een goede hoofdredacteur heeft geen marktonderzoek nodig om te weten wat tuinieren is. Een goede hoofdredacteur houdt zich dag en nacht bezig met zijn doelgroep, weet precies wat daarin leeft, wat ze eten en drinken, kent hun frustraties en hun behoeften." Nou, dag en nacht was ik niet met mijn collega-lezers bezig, maar soms werden het wel eens kleine uurtjes. En wat eten en drinken, frustraties en behoeften betreft: daarvoor heb ik altijd mijn best gedaan om er zoveel mogelijk van te weten te komen, nieuwsgierig als ik uit hoofde van die functie dan ook mócht zijn.

Om onszelf een kritische spiegel voor te houden, hebben we in de redactie geregeld gekeken naar personeelsbladen van andere bedrijven en deze vergeleken met 'onze' Oehoe. Wat mij daarbij meestal opviel, was de overvloed aan zakelijke bedrijfsinformatie en de bescheiden ruimte voor human interest. Ondanks de vaak glossy uitstraling ervan hebben ze mij dan ook nooit echt kunnen verleiden tot navolging. Dit werd maar al te vaak bevestigd door het 'interne marktonderzoek', waarmee we in onze organisatie regelmatig de reacties op de nummers peilden. Precies bij de verhalen áchter ons werk lag mijn belangrijkste drijfveer om van elk nummer weer iets moois te maken. Alleen op die manier kon, zo heb ik altijd gedacht, onze Oehoe een steentje bijdragen aan de eigen cultuur en sociale cohesie in onze arbeidsgemeenschap.

Mijn grootste dank gaat natuurlijk uit naar jullie, collega's, onze lezers. Zonder lezers heeft geen enkel blad bestaansrecht, zeker al niet meer in het internettijdperk. Ik weet dat er onder jullie vele trouwe lezers zijn, en dat Oehoe ook in veel thuissituaties geen onbekende is.

En natuurlijk dank aan alle collega-redactieleden van de afgelopen 15 jaren. Ook onder hen bevinden zich veel trouwe lezers, hoor ik nogal eens. En tenslotte pink ik toch een klein traantje weg nu ik afscheid moet nemen van de huidige redactieleden. Zij hebben mij soms behoed voor buitensporig veel kleine uurtjes en meer grijze haren dan nodig voor mijn leeftijd. En ook al denken zij daar ongetwijfeld genuanceerder over: zonder hen zou ik mijn 'Onze Oehoe' nooit hebben kunnen realiseren. Ik weet zeker dat onze Oehoe bij hen in goede handen is.