

De kunst van la vista

Hoe werkt mediation? Paula Boshouwers, mediationadvocaat bij ReulingSchutte in Amsterdam, licht maandelijks een praktijkvoorbeeld door.
Aflevering 24: 'Het zien van de ander.'

Paula Boshouwers

In NRC *Handelsblad* van 9 mei 2015 schreef wijnrecensent Harold Hamersma over het zogeheten 'la vista'. Dit begrip werd bij hem geïntroduceerd door de inmiddels overleden topchef (bij onder meer La Rive) John Vincke. 'Goede bediening ziet in een oogopslag hoe de tafel ervoor staat, of de gasten tevreden zijn, wat er ontbreekt; om daar onmiddellijk actie op te ondernemen. Of eigenlijk: dat al hebben gedaan, dat is la vista,' aldus Vincke. Hamersma, die net Zweden had bezocht, beschrijft in zijn column hoe hij daar 'hogere school la vista' heeft ervaren: 'In de eerste zaak ontdekte mijn tafeldame een lastig haaltje aan haar nagel, en geen vijl in de tas. Vanuit het niets verscheen er een dichtgevouwen servet op tafel: met nagelvijl.' En: 'In de bar annex kapperszaak bespeurde de ober onze kleine twijfel bij een oester uit het bestelde dozijn. Ongevraagd bracht hij een nieuwe. Op ijs en op een klein eigen bordje.'

De parallel met mediation is snel getrokken. La vista: de kunst van het zien wat de behoefte is van de ander, zonder dat deze het zegt of vraagt. En daar dan iets mee doen. Mijn stelling: la vista is in mediation een essentiële vaardigheid van de mediator én

van de advocaat die zijn cliënt in mediation begeleidt.

Partijen in een conflict hebben 'la vista' over het algemeen zelf niet (meer). De deelnemers hebben vooral oog voor de eigen belangen en niet zozeer voor wat zich aan de andere kant van de tafel afspeelt. Sterker nog, partijen in een conflict proberen hun eigen zienswijze veelal op te leggen aan de ander. Deze zienswijze wordt bovendien gekleurd door de eigen interpretatie van de werkelijkheid, waarbij aannames, bijvoorbeeld over de intentie van of bewegingsvrijheid bij de ander, niet worden gecheckt. Voeg daarbij dat het gesprek meestal ook nog op hoge toon wordt gevoerd, mogelijke oplossingen in de vorm van standpunten worden uitgewisseld en partijen niet duidelijk zijn in waar het ze werkelijk om te doen is. Een cocktail van escalerende factoren.

La vista moet dan van buiten partijen komen. De mediator is daarop getraind. Door tussen de regels door te lezen, respectievelijk te horen en dit vervolgens op een goede manier bespreekbaar te maken. Door aannames en intenties te (laten) checken. Door door te vragen op de onuitgesproken onderliggende belangen van partijen. En door op het juiste moment te acteren op heel kleine non-verbale signalen van partijen. Partijen voelen zich

dan letterlijk gezien en gehoord en meestal maakt dat ze elkaar ook weer gaan zien en (proberen te) begrijpen. La vista zien betekent la vista doen, zeg maar.

Wat door sommigen wellicht als *soft* wordt bestempeld, is in het mediationproces pure noodzaak, omdat het de essentie van het conflict betreft en het conflict hanteerbaar maakt en daarmee oplosbaar. En dit werkt in zakelijke mediations net zo goed als in andersoortige conflicten. Immers, ook bedrijven hebben belangen en ook hun bestuurders, aandeelhouders en toezichthouders willen 'gezien' worden. Dat is nodig om tot een zakelijke oplossing te komen.

Ook advocaten kunnen een belangrijke rol spelen, doordat zij verder af staan van het conflict. La vista is dan tweeledig: weten wat de eigen cliënt nodig heeft en er proberen achter te komen wat belangrijk is voor de andere partij(en). Door dit op een goede manier bespreekbaar te maken en de eigen cliënt daarop voor te bereiden, kunnen in mediation snel meters worden gemaakt.

Probeert u het eens, het her en der toepassen van la vista, en vraag dan aan uw cliënt, uw wederpartij of – 'dichter bij huis' – uw collega, uw vriend of familielid of dat werkte. Tien tegen één dat het u wat oplevert. En daar is toch niets softs aan?