

Koffie!

HOMME IDZERDA



FOTO: SIMONE VAN ES

‘Nu snap ik de autoverkopers die meteen koffie aanbieden.’

Zelf ben ik een fervente drinker van koffie. Er is een tijd geweest dat ik alleen koffie, bier of water dronk. In die volgorde. Ondertussen heb ik mijn assortiment dranken uitgebreid, maar een kerstpakket van de gezamenlijke koffiebranders zou niet onverdiend zijn.

Boze tongen beweren dat koffie slecht voor je is. Als ik dan ook een onderzoek lees over koffie ben ik altijd op zoek naar tegenargumenten. In Australië heeft een onderzoek plaatsgevonden naar de effecten van cafeïne. Uit dit onderzoek komt naar voren dat cafeïne ervoor zorgt dat mensen eerder van mening veranderen.

Ineens gaat een wereld voor me open. Door koffie verander je eerder van mening. Nu snap ik de autoverkopers die meteen koffie aanbieden. Ik begin ook mijn klanten te wantrouwen als ze met koffie komen aanzetten. Waar willen ze me nu weer van overtuigen? Bovenal snap ik ook waarom zwangere vrouwen geen koffie meer drinken. Dat heeft niks te maken met gezondheid, maar met de angst door andere argumenten spijt van hun keuze te krijgen.

Maar met deze conclusie en mijn koffieverbruik zou ik iedereen gelijk moeten geven. Uit het onderzoek blijkt dat de achterliggende oorzaak van het veranderen van mening is dat de cafeïne zorgt dat de gebruiker beter nadenkt over de argumenten en daardoor meer openstaat voor andere argumentatie. Dat klinkt al een stuk geruststellender. Door koffie ga je beter nadenken.

Ook dat verklaart weer veel. Door mijn koffiegebruik krijg ik zoveel argumenten dat ik die wel moet uiten. Dat verklaart ook waarom accountants zulke moeilijke mensen zijn om mee te werken. Het gebruik van koffie ligt bovengemiddeld en leidt dus ook tot meer nadenken en meer argumenten. Als we met koffiedrinken zoveel argumenten krijgen, is het toch vreemd dat we niet in staat zijn het maatschappelijk verkeer te overtuigen van ons gelijk.

Als ik dan nog weer verder lees, zie ik dat te veel cafeïne ervoor zorgt dat mensen sneller afgeleid worden en te weinig aandacht hebben voor de boodschap. Nu valt de 11,34 eurocent. Accountants drinken erg veel koffie. Misschien zelfs wel te veel. Daardoor luisteren ze niet meer naar de gebruiker. Eindelijk een verklaring waarom accountants wereldvreemd zijn geworden. Zodra iets tegen ons verteld wordt, luisteren wij niet meer en zijn we afgeleid. En door de koffie hebben we meteen de argumenten om dat weer goed te praten.

De perfecte oplossing.

Koffie?