

New York Times-bestseller

HOW STARBUCKS SAVED MY LIFE



Een directeur wordt barista en ontdekt
wat echt belangrijk is in het leven

*Aan mijn kinderen,
met dankbaarheid voor hun liefdevolle begrip*

Inhoud

- 1 **Van klant tot bediende** 7
 - 2 **Wakker geschud door de realiteit** 37
 - 3 **Het woord dat mijn leven veranderde** 57
 - 4 **Aan de slag – klaar of niet klaar** 83
 - 5 **Artiesten op Broadway** 109
 - 6 **Een stomp van een miljoen** 133
 - 7 **De verliezer wint** 161
 - 8 **Ontslagen – bijna** 187
 - 9 **Crystal zet me achter de bar** 211
 - 10 **Exit Broadway** 223
- Verantwoording** 235
- Woordenlijst** 237
- Over de auteur** 239

1

Van klant tot bediende

‘De nederigen groeien.’

Wynton Marsalis, jazzmuzikant

- citaat afgedrukt op een koffiebeker van Starbucks

Dit is het verrassende, waargebeurde verhaal van een oudere witte man die door het Amerikaanse establishment werd afgedankt, bij toeval een jonge, zwarte vrouw ontmoette uit een heel ander milieu en van haar leerde wat belangrijk is in het leven. Hij werd geboren in de welvarende Upper East Side van Manhattan – zij kwam uit een arme buurt van Brooklyn. Hij had ooit een hoge positie bij een bekend reclamebureau maar kwam op straat te staan – zij was van de straat, maar had nu een leidinggevende positie, zodat ze hem de kans kon geven zichzelf te redden.

Dit is mijn verhaal – en zoals alle verrassende verhalen, begint het met een onaangename gebeurtenis.

Maart

Het was eigenlijk niet de bedoeling dat ik op de plek zou zijn waar mijn leven veranderde. Maar op die regenachtige dag in maart van het vorig jaar kon ik mezelf er niet van weerhouden om voor even terug te keren in de tijd.

Wie verlangt – als het leven zwaar wordt – niet terug naar de geborgenheid van het ouderlijk huis? Als enig kind van liefde-

volle (maar vaak afwezige) ouders wilde ik opnieuw de sfeer proeven van die prachtige plaats in het universum waar ik ooit had gewoond. Ik was in de East 78th Street en staarde naar het statige vier verdiepingen hoge huis waar ik was opgegroeid.

In gedachten zag ik een hijskraan die een grote Steinway-piano naar de tweede verdieping hees. Mijn moeder had besloten dat ik piano moest leren spelen en mijn vader had zich volledig op het project gestort. Voor zijn enige zoon was het beste niet goed genoeg. Hij was onmiddellijk op pad gegaan en had het grootste en duurste model gekocht. Na aankoop van de enorme Steinway ontstond het probleem hoe dit prachtige instrument ons huis, een honderd jaar oude woning met smalle steile trappen, moest worden binnengebracht.

Mijn vader vond een oplossing. Hij huurde een kraan en liet de Steinway naar de tweede verdieping hijsen. Door de openslaande deuren te openen en de piano op zijn kant te tillen slaagden de mannen erin om de piano naar binnen te krijgen. Mijn vader was ongelooflijk trots op zijn prestatie en mijn moeder was verrukt. En ik was stiekem blij dat ik de reden was van al deze ongebruikelijke activiteit.

Terwijl ik naar het statige gebouw tuurde dat ooit mijn ouderlijk huis was geweest, vroeg ik me af hoeveel die extravagante operatie had gekost. Die gelukkige jaren leken zo ver weg. Sinds die tijd, waarin nooit iemand over geld sprak, had ik veel bereikt. Maar nu was ik bijna blut.

Ik keerde de geborgenheid van vroeger de rug toe en zocht geborgenheid in een cappuccino, een van de laatst overgebleven traktaties die ik mezelf gunde. Er was een filiaal van Starbucks op de hoek van Lexington en 78th Street. Tijdens mijn jeugd zat daar een bakkerij. Omdat ik nogal afwezig was, zag ik de affiche niet waarop stond: 'Open Huis Sollicitatie' – niet dat ik een dergelijke aankondiging anders wel zou hebben zien hangen. Later hoorde ik dat Starbucks in New York wekelijks sollicitatie-evenementen organiseert in verschillende filialen. Managers van andere winkels komen dan naar deze locaties toe

om sollicitatiegesprekken te voeren. Het geluk dat me had verlaten, keerde terug op het moment dat ik Starbucks op de hoek van 78th Street binnenstapte.

Opgesloten in mijn cocon van zelfmedelijden en nostalgie, dacht ik terug aan het verloren geluk van mijn jeugd en bestelde een cappuccino. Ik liep naar een tafeltje en ging zitten zonder naar de mensen om me heen te kijken. In mezelf gekeerd probeerde ik iets te begrijpen van het leven waar ik geen greep meer op leek te hebben.

‘Wilt u een baan?’

Ik schrok op uit mijn overpeinzingen. De stem kwam van het tafeltje rechts. Daar zat een aantrekkelijke zwarte vrouw in bedrijfskleding van Starbucks. Ze ordende de papieren die voor haar lagen. Ik had haar niet eerder opgemerkt, maar zag nu dat ze een zilveren armband en een chic horloge droeg. Ze leek me zelfverzekerd en straalde zelfvertrouwen uit.

Ik voelde me overrompeld. Ik was in Starbucks niet gewend om met iemand te praten. De laatste maanden had ik vele filialen van de koffieketen bezocht; niet voor mijn plezier, maar om potentiële klanten te bellen – van wie geen enkele mijn oproepen had beantwoord. Mijn kleine adviesbureau ging snel bergafwaarts. In de marketing- en reclamewereld is iedereen jong en als drieënzestigjarige kreeg ik het gevoel dat al mijn inspanningen werden begroet met een oorverdovende stilte.

‘Een baan,’ herhaalde de vrouw glimlachend, alsof ik haar niet had gehoord. ‘Wilt u een baan?’ Was het dan zo duidelijk? Kon ze ondanks mijn streepjespak van Brook Brothers en mijn professionele houding – mijn mobiele telefoon lag boven op mijn dure T. Anthony-koffer alsof ik een belangrijk telefoontje verwachtte – zien dat ik inderdaad een van de losers van het leven was? Of ik, voormalig creative director bij de J. Walter Thompson Company, het grootste reclamebureau ter wereld, een baan bij Starbucks wilde?!

Het was een van de weinige keren in mijn leven dat ik geen beleefd leugentje of iets anders dan de waarheid wist te bedenken.

‘Ja,’ zei ik zonder nadenken, ‘ik zou graag een baan willen.’

Ik had nooit eerder naar een baan hoeven zoeken. Na mijn promotie op Yale in 1963 had ik een telefoontje gekregen van James Henry Brewster IV, een vriend die ik kende van Skull & Bones.

‘Gates,’ had hij zelfverzekerd gezegd, ‘ik ga een baan voor je regelen bij J. Walter Thompson.’

Jim werkte voor Pan American Airways, in die tijd de grootste luchtvaartmaatschappij ter wereld, en een grote klant van J. Walter Thompson’s, het reclamebureau dat in de branche bekendstond als JWT. We hadden met elkaar een goede tijd beleefd op de universiteit – zou het niet geweldig zijn als we konden samenwerken!

Jim regelde een sollicitatiegesprek. Toen ik naar binnen ging om de mensen van JWT te ontmoeten, wist ik dat ik een goede kans maakte. Ik kende niet alleen Jim. De eigenaar van JWT, Stanley Resor, was ook afkomstig van Yale. Zijn zoon, Stanley Resor junior, was mijn kamergenoot geweest in Yale. De zomer daarvoor had ik de familie Resor bezocht op hun ranch van duizend hectare in Jackson Hole.

Mijn contacten bleken van onschatbare waarde. Reclame werd gezien als een aantrekkelijk beroep. Televisiecommercials waren in opkomst en begonnen steeds grappiger en interessanter te worden. Veel mensen wilden in de reclamebranche werken omdat je er veel geld kon verdienen maar ook creatief kon zijn. JWT’s opleidingsprogramma werd als een van de beste in de business gezien en er werden slechts een of twee tekstschrijvers per jaar aangenomen.

Ik was een van die twee.

Het was liefde op het eerste gezicht. Ik hoefde alleen maar te praten en te schrijven – vaardigheden die ik van nature bezat – en ze betaalden me er uitstekend voor. Ik was goed in mijn werk en de klanten waardeerden mijn creatieve ideeën.

Ik ontdekte dat ik ideeën graag op een originele manier presenteerde en zo wat leven in de brouwerij bracht op bijeenkom-

sten die gewoonlijk heel saai zijn. Zo moesten we eens de slagzin ‘De marine is op zoek naar *a few good men*’ onder de aandacht brengen van het wervingsbureau van het ministerie van Defensie. Dat had miljoenen te besteden. De presentatie werd gehouden in het commandocentrum van het Pentagon. Toen ik naar binnen stapte zag ik een rij mannen met medailles achter een hoge tafel. Ik stond voor de Joint Chiefs of Staff, een gremium van Amerikaanse bevelhebbers. Ze zaten daar als stenen standbeelden en waren duidelijk niet blij dat ze naar een frivole marketingbijeenkomst waren gesleept.

Ik liep met mijn koffertje naar voren en haalde er een pijl en boog uit. Iemand anders van het team liep naar de andere kant van de zaal met een schietschijf die ik met een zwarte stift op piepschuim had getekend. Ik wilde duidelijk maken dat ons bureau in doelgerichte reclame geloofde. En ik wilde dat doen met een instrument dat militairen begrepen: een wapen. Ik wilde er zeker van zijn dat deze mannen ons niet zouden vergeten, aangezien we het eerste waren van de dertien reclamebureaus die zich presenteerden.

Ik spande de boog en schoot de pijl af. Gelukkig raakte ik doel. Een minuut lang was het stil in de zaal. Niemand bewoog. Niemand sprak. Daarna begonnen de vier militaire leiders te applaudisseren. Er klonk gejuich en gelach. We kregen de opdracht.

Ik hield van mijn werk, maar ik werkte ook heel hard. Er was een intekenlijst in de lobby van het JWT-kantoorgebouw in New York en ik probeerde altijd als een van de eersten binnen te zijn en als een van de laatsten te vertrekken. Ik kreeg al snel promotie en werd van tekstschrijver creative director en executive vice president en kreeg te maken met een groot aantal belangrijke klanten, waaronder Ford, Burger King, Christian Dior, het United States Marine Corps en IBM.

Ik deed alles om mijn klanten van dienst te zijn. JWT was een internationaal bedrijf dat van zijn werknemers verwachtte dat ze bereid waren om het hele land en de hele wereld te berei-

zen. Ik maakte er geen probleem van mijn jonge gezin te ont-
wrichten – ergens tussen de commercials door had ik tijd ge-
vonden om te trouwen, twee weken op huwelijksreis te gaan en
van lieverlee vier kinderen te krijgen – door voor mijn werk te
verhuizen naar kantoren in Toronto, Washington DC en Los
Angeles. Ik zag mijn baan als een belangrijk deel van mijn rol
om voor het gezin te zorgen. Als het om mijn gezin ging, was
geen offer te groot. Zo werd JWT mijn eerste prioriteit.

Ironisch genoeg reisde ik honderdduizenden kilometers,
bracht mijn tijd vaak door met klanten en zag mijn kinderen
nauwelijks. Mijn klanten werden mijn kinderen en mijn kinde-
ren groeiden op zonder mij. Was die prachtige jonge vrouw die
haar diploma kreeg echt Annie, mijn mollige kindje? Ik kreeg
tranen in mijn ogen toen ze haar diploma in handen kreeg. Ze
zag er zo volwassen uit, helemaal klaar om de school en mij te
verlaten. Ik realiseerde me dat ik veel kostbare momenten met
haar en mijn andere kinderen had gemist.

Toch overtuigde ik mezelf er – ook toen nog – van dat het dit
offer waard was. JWT had me altijd gesteund. Ik had een hoog
salaris en uitstekende arbeidsvoorwaarden. En ik hoefde me nu
de kinderen naar de universiteit gingen en de rekeningen steeds
hoger werden, niet al te veel zorgen te maken. In gedachten fe-
liciteerde ik mezelf: Dit is waarom je zo slim was om jezelf aan
één bedrijf te wijden – de stabiliteit en het salaris. Net als veel
andere mannen uit mijn generatie aanvaardde ik mijn rol als
'kostwinner' – zo rationaliseerde ik mijn toewijding aan JWT.

Omdat ik loyaal was, werkte ik steeds langer en was ik altijd
bereid om mijn tijdschema aan te passen aan de behoeften van
de klant. Ik herinner me met Kerstmis een telefoontje van Ford.
Mijn kinderen waren nog klein. Ik wilde eindelijk eens een dag
thuis doorbrengen om te spelen met Elizabeth, Annie, Laura en
Charles. Ik verheugde me op de schaarse momenten waarop we
werkelijk een gezin waren en ik een echte huisvader kon zijn.
De klant wilde een nieuwjaarsevenement organiseren en vroeg
of ik een paar commercials kon draaien. Ford hield ervan om

ons reclamebureau te bekritisieren en omdat ze aan reclame miljoenen dollars uitgaven kon je hun aanbod niet weigeren als je je baan liefhad.

‘Natuurlijk,’ antwoordde ik, ‘wanneer?’ ‘Nu,’ werd er gezegd.

De toon was gebiedend en ik wist dat ik moest gaan en mijn kinderen in tranen zou achterlaten. Hun cadeaus waren net uitgepakt en lagen verspreid over de vloer. Iedereen was nog in pyjama. Maar ik was een loyale JWT'er. Ik nam een taxi naar het vliegveld en vloog naar Detroit.

Ik was er trots op dat ik JWT nooit iets had geweigerd. Het was dan ook een ware schok toen ik vijftwintig jaar verder in mijn carrière een telefoontje kreeg van de jonge Linda White, senior executive bij JWT.

‘Laten we morgen samen ontbijten,’ zei ze streng.

Dat klinkt niet goed uit de mond van een collega. Ik mocht Linda graag. Een paar jaar eerder had ik het old boys network ervan overtuigd dat we een intelligente jonge vrouw nodig hadden. Linda deed het goed en ik had haar geholpen om in de raad van bestuur te komen. Ze was daar de enige vrouw. Nu was ze voorzitter en was ze mij in de bedrijfshiërarchie gepasseerd.

Ze was een van de lievelingen van de nieuwe eigenaar van JWT, Martin Sorrell, een Brit die met zijn boekhouderachtergrond vooral op de financiële resultaten lette. Voordat Martin arriveerde, was JWT een soort non-profitorganisatie, die zich vooral richtte op het bereiken van een goede communicatie met de klant en zich niet al te veel zorgen maakte over de cijfers. Martin dacht daar anders over. Hij vertelde de aandeelhouders dat hij meer geïnteresseerd was in het verhogen van hun winsten dan in het afleveren van hoogstaand werk. Hij deed een vijandig bod op ons bedrijf. We probeerden hem buiten de deur te houden, maar hij had de cententellers van Wall Street aan zijn kant en nam het bedrijf zonder veel moeite over.

Ik zat in een vergadering toen Martin kortaf zei: ‘Ik vind het prettig om jonge mensen om me heen te hebben.’ Ik had naar

hem moeten luisteren en moeten aanvoelen wat er stond te gebeuren.

Martin zelf was net veertig. Linda was net dertig. Geen wonder dat ze goed met elkaar konden opschieten. Jonge, intelligente mensen. Ze deden er alles aan om van 'de ouwe klik' af te komen.

Die morgen bij het ontbijt was Linda laat. Een slecht teken. In ondernemend Amerika is het zo dat hoe hoger je status is, des later je binnenkomt. Bewust of onbewust had Linda die stijl overgenomen.

Ze had rode ogen. Het leek erop dat ze had gehuild. Ook een slecht teken. Ik wist dat Linda me graag mocht en dankbaar was dat ik haar geholpen had met haar carrière, maar ik wist ook dat er in een moderne onderneming geen plaats is voor sentiment. Het feit dat ik nog steeds goed presteerde in mijn werk, integer was en mijn hele volwassen leven had besteed aan het succesvol maken van JWT was irrelevant.

Ik had Linda ontmoet op een feestje. Ze was net afgestudeerd aan Harvard met een MBA. Daarnaast studeerde ze kunstgeschiedenis. Ik vertelde haar dat dat een winnende combinatie was in de reclamewereld - ze had creatieve ideeën, terwijl ze ook commercieel kon denken. En ik had gelijk. Maar Linda zou nooit alleen op grond van haar opleiding zijn aangenomen. Ik moest haar (nog meer dan een mannelijke kandidaat) presenteren als een macho. Om Linda het topmanagement in te krijgen schreef ik een memo waarin ik haar omschreef als een 'genadeloze streber'. Ik had Linda het memo laten zien.

'Ben ik werkelijk zo genadeloos?' vroeg Linda me. Het was alsof het haar pijn had gedaan.

'Nee, misschien niet,' zei ik, 'maar als vrouw die carrière wil maken moet je overkomen als iemand die net zo hard is als een man - vooral in management. Waarschijnlijk harder dan je werkelijk bent. Een hard financieel beleid, ook ten aanzien van mensen, dat is de managementstijl waar Martin van houdt.'

Ik had Linda geholpen om zich te richten op de essentie van

de bedrijfstak: geld en een meedogenloze houding bij het snijden in de 'vaste kosten' – wat in de reclame altijd mensen zijn. Ditmaal was ik de kostenpost.

Ik glimlachte naar haar vanaf de andere kant van de tafel. Ik zou niet gaan huilen. Maar ik was het liefst doodgegaan. Mijn hart deed letterlijk pijn. Had ik een hartaanval? Nee, ik was gewoon diep verdrietig. En boos op mezelf. Waarom had ik dit niet zien aankomen? Linda klom steeds verder op de carrière-ladder en ik kwam niet meer van mijn plaats. Linda was me voorbijgesneld. Martin was gek op Linda. Op een beleefde Britse manier maakte Martin duidelijk dat hij het niet leuk vond als hij met mij in één kamer was. Met mijn dunne grijze haar bracht ik het jonge dynamische bedrijf dat hem voor ogen stond in verlegenheid.

'Michael,' zei Linda, 'ik heb slecht nieuws.' Ik speelde wat met mijn muffin, terwijl ik mezelf probeerde te dwingen om in haar ogen te kijken.

De ober kwam naar me toe om te zien of we nog iets nodig hadden. Obers denken nog steeds dat oudere heren het geld en de leiding hebben.

Ik schudde mijn hoofd, en hij droop af.

'Vertel het maar,' zei ik stoicijs. Ik wilde niet om genade smeken. Ik wist dat dat geen zin had. Ik hoopte dat Linda op zijn minst haar best had gedaan voor mij, omwille van de goede relatie. Maar als je buiten kantoortijd wordt uitgenodigd voor een ontbijt, is de zaak allang beslecht. Ik wist dat ik er geweest was.

'Wij moeten je laten gaan, Michael.' Ze sprak de woorden uit als een robot. Ik moest toegeven dat het haar niet gemakkelijk viel om het te zeggen, vooral dat gemaakte professionele 'wij'.

'Het is niet mijn besluit,' haastte ze zich eraan toe te voegen en er verscheen een traan op haar wang. Ze veegde hem snel weg omdat ze zich schaamde voor haar emotie – vooral tegenover een man die haar had geleerd om zo hard mogelijk te zijn. Ik denk niet dat ze toneelspeelde. Ik denk dat ze werkelijk niet

2

Wakker geschud door de realiteit

'Stel je voor dat we allemaal hetzelfde waren. Stel je voor dat we het eens waren over politiek, religie en moraal. Stel je voor dat we van dezelfde soorten muziek, kunst, eten en koffie zouden houden. Stel je voor dat we er allemaal hetzelfde zouden uitzien. Klinkt dat saai? Verschillen hoeven ons niet te verdelen. Omarm de diversiteit. Waardigheid is een recht van ieder mens.'

Bill Brummel, documentairemaker

– citaat afgedrukt op een koffiebeker van Starbucks

April

Er ging een aantal pijnlijke weken voorbij. Ik hoorde niets van Crystal. Elk moment van de dag wachtte ik bewust of onbewust op haar telefoontje. Ik ging naar het Starbucksfiliaal op de hoek van 78th Street en Lexington waar we elkaar hadden ontmoet en hoopte een glimp van haar op te vangen. Maar ze was er nooit.

Ik bleef voor mijn marketingbedrijf potentiële klanten bellen, maar mijn stem klonk leeg. Meer dan ooit had ik een vaste baan nodig, het maakte me niet uit welke. Toen ik Crystal voor het eerst ontmoette, nam ik het idee om bij Starbucks te gaan werken niet helemaal serieus. Maar de laatste paar weken had ik op haar telefoontje zitten wachten als iemand die al zijn hoop op deze ene kans had gevestigd. Ik realiseerde me dat

Starbucks me een uitweg bood – misschien de enige uitweg – om de kosten van mijn komende hersenoperatie en de verzekering van mijn jonge zoon en de andere kinderen te kunnen betalen. Om mezelf te kunnen onderhouden. Ik was op mijn oude dag zover dat ik nauwelijks voor mezelf kon zorgen. Ik had mijn vrouw verlaten en haar een groot huis nagelaten, was bijna door mijn spaargeld heen en leefde in het vooruitzicht dat ik niet in staat was om volgende maand mijn huur te betalen. De situatie was nu nog wanhopiger dan een aantal weken geleden. Steeds als de telefoon ging, hoopte ik vurig dat het Crystal was.

Had ik iets fout gedaan tijdens het sollicitatiegesprek, zo vroeg ik me af. Of was ik voor Crystal van het verkeerde geslacht, de verkeerde etniciteit of de verkeerde leeftijd?

Terwijl ik daar zo zat en hoopte dat de telefoon ging, dacht ik terug aan de castingsessies die ik in de afgelopen jaren had gedaan voor televisiecommercials. Ik had niet geaarzeld om mensen af te wijzen als ze niet voldeden. Als de glimlach van een acteur te uitgesproken of niet uitgesproken genoeg was of als iemand een verkeerd accent had, had ik die persoon bedankt en de deur gewezen. Ik had mensen aangenomen die net als ik waren en dezelfde maatschappelijke achtergrond hadden. Terwijl de dagen verstreken en Crystal me nog steeds niet had teruggebeld, kreeg ik het onheilspellende gevoel dat zij dezelfde filosofie had: ga op zeker en vermijd diversiteit.

‘Diversiteit’ was een toverwoord geworden. Slechts weinig mensen die ik kende, durfden het werkelijk aan om de grens van hun sociale klasse of achtergrond te overschrijden – vooral niet bij het aannemen van mensen met wie je dagelijks moest werken. In het bedrijfsleven was diversiteit een abstract doel dat iedereen onderschreef, maar slechts weinigen praktiseerden. Het was een woord dat alleen gebruikt werd als de overheid meeluisterde.

Mijn enige hoop was dat Crystal veel nieuwe medewerkers nodig had of dapper genoeg was om me een kans te geven. Was

het niet ironisch dat ik hoopte dat Crystal meer hart toonde dan ik ooit had gedaan?

Ik probeerde mezelf te dwingen om op te houden met nadenken over dit alles. Toen, op een ochtend terwijl ik in Grand Central Station was, ging mijn mobiele telefoon.

‘Mike?’

‘Ja?’ antwoordde ik enigszins op mijn hoede. De persoon aan de andere kant van de lijn klonk niet als iemand die ik kende.

‘Je spreekt met Crystal.’

Mijn behoedzame toon veranderde onmiddellijk.

‘O, hallo!’ zei ik enthousiast. ‘Wat ben ik blij dat je belt!’

‘Wil je die baan nog?’ vroeg ze. ‘Wil je nog voor me werken?’ Het was alsof ze wilde dat ik negatief reageerde, zodat ze verder kon. Ik stelde me voor dat ze een hele lijst had van mensen die ze moest bellen. Met de meeste mensen op die lijst wilde ze waarschijnlijk liever samenwerken dan met mij.

‘Ja, ik wil graag voor je werken,’ schreeuwde ik in mijn telefoon. ‘Ik verheug me erop met jou en je geweldige team samen te werken.’

Rustig aan, Mike, zei ik tegen mezelf. Niet te enthousiast. En waarom zei ik ‘team’? Crystal had het steeds over haar ‘partners’ gehad. Ik wist dat elk bedrijf een eigen taal had die van belang was als je goed wilde communiceren. Ik was nu al bezig om me als een gek aan te passen. Rustig aan, zei ik tegen mezelf, anders verpest je het.

Het maakte blijkbaar niet uit – Crystal leek me niet eens te hebben gehoord. Je telefoneert soms met mensen die net doen alsof ze luisteren, maar je voelt dat ze eigenlijk met iets anders bezig zijn. Zo voelde ook dit gesprek met Crystal. Voor mij was dit telefoontje van levensbelang. Voor haar was het een van de vele dingen die ze op een hectische dag moest afhandelen.

* Een medewerker van Starbucks wordt binnen het bedrijf ‘partner’ genoemd.

De terloopse manier waarop ze me de baan aanbood was vernederend.

‘Oké,’ zei ze. ‘Kom morgen om half vier naar het Starbucks-filiaal op de hoek van 93rd Street en Broadway.’

‘93rd Street en Broadway?’ herhaalde ik, verrast over het adres. ‘Ja.’ Het was alsof ze een driejarige instrueerde. ‘93rd Street... en... Broadway. En kom niet te laat.’

Ik was in de war. ‘Maar we hebben elkaar ontmoet bij 78th Street en Lex?’

‘En?’ Haar stem klonk dreigend. ‘We hebben elkaar op dat adres gesproken omdat we daar op dat moment een open-sollicitatiedag hielden. Zo werken we bij Starbucks.’

Crystal sprak op een toon die ik maar al te goed kende. Ik had dat zakelijke toontje zelf gebruikt als ik mensen afpoeierde.

‘Bij Starbucks,’ zo ging ze verder, ‘kiezen we een filiaal uit, houden open huis en de managers die mensen nodig hebben voeren daar hun sollicitatiegesprekken. Maar dat betekent niet dat dat ook de zaak is waar je aan het werk gaat. Ik ben de manager van de Starbucks op de hoek van 93rd Street en Broadway.’ Ze pauzeerde en voegde eraan toe: ‘Heb je daar een probleem mee?’

Opnieuw die dreigende toon. Ja of nee? Ze had andere mensen om mee te praten en wilde dit gesprek afronden. Ik voelde dat ze niet blij werd van dit telefoontje.

‘Geen probleem,’ verzekerde ik haar haastig. ‘Ik zal er zijn morgen. Op tijd.’

Ik klonk als een oude kerel die sprak als een jongetje dat voor het eerst naar school gaat. Wat vreselijk!

‘Als je wilt werken, draag dan een zwarte broek, zwarte schoenen en een wit overhemd. Oké?’

‘Oké,’ antwoordde ik.

Ze hing op. Ze zei niet eens gedag.

Shit! Door dat korte telefoontje voelde ik me echt ellendig. In de laatste weken, waarin het leven steeds zwaarder leek te

worden, greep ik elke strohalm aan om de neerslachtigheid op een afstand te houden – alles wat me de kans bood om mijn positie aan de top van de Amerikaanse samenleving te handhaven in plaats van pijlsnel naar beneden te storten naar de onderste sporten. De dagen waarin ik op Crystals telefoontje wachtte, had ik me vernederd gevoeld bij de gedachte dat ik bij Starbucks zou gaan werken. Maar ik had tegen mezelf gezegd dat ik in elk geval zou gaan werken in de buurt waarin ik was opgegroeid. Een leuke buurt. Een plek die me zou helpen bij de overgang van de heersende naar de dienende klasse. Ook al deed ik financieel en maatschappelijk een enorme stap terug, het was een geruststellende gedachte dat ik weer in 78th Street zou zijn.

Ik was nog nooit in de buurt van 93rd Street en Broadway geweest – waar was dat? Ik had mezelf voorgenomen om nooit boven East goth Street te komen of onder Grand Central. Nu ging ik aan het werk op een locatie die als een heel gevaarlijke buurt werd beschouwd. Het was ver weg van Upper East Side, waar ik me thuis voelde.

Ook vond ik Crystals houding niet echt prettig. Ze deed alsof ik dom was. Ze was niet erg netjes met me omgegaan. Met spijt herinnerde ik me opeens dat ik ooit een jonge zwarte vrouw, die bij JWT voor me had gewerkt, op precies dezelfde neerbuigende wijze had behandeld. De indiensttreding van Jennifer Walsh maakte deel uit van een initiatief dat we in de jaren zeventig organiseerden om mensen die behoorden tot minderheden te rekruteren. Het was onze symbolische – en kortstondige – participatie aan de diversiteitsrage.

Enkel en alleen omdat ze deel uitmaakte van dit project vertrouwde ik haar niet. Ik was aangesteld als haar mentor. Tot dat moment in Grand Central na mijn gesprek met Crystal had ik nooit begrepen hoe het was om neerbuigend te worden behandeld vanwege mijn andere achtergrond. Ik realiseerde me met pijn in het hart hoe argwanend ik was geweest bij JWT tegenover mensen van een andere cultuur of klasse. Op kantoor

EEN INSPIREREND VERHAAL OVER JEZELF VANUIT EEN INTENS MOEILIJKE SITUATIE OPNIEUW UITVINDEN

Michael is vijftig en heeft het goed voor elkaar: een gezin, een groot huis en een topbaan als creative director bij een reclamebureau. Tot hij in korte tijd alles verliest. Hij raakt zijn vrouw en zijn werk kwijt en wordt ziek terwijl hij geen ziektekostenverzekering heeft. Als zijn geld op is, wordt hem een baan aangeboden bij Starbucks en is er weinig te kiezen. Voortaan geen zakenlunches, maar toiletten schoonmaken en anderen bedienen, niet langer de baas spelen maar aan anderen verantwoording afleggen.

Zijn nieuwe baan brengt een onverwachte inspirator op zijn weg: een jonge vrouw, zonder de bevoorrechte jeugd die hij zelf heeft gehad, die hem de ogen opent voor de dingen waar het in het leven werkelijk om draait.

How Starbucks Saved My Life is een waargebeurd verhaal over de onverwachte wonderen die kunnen ontstaan wanneer mensen elkaar helpen – ongeacht ras, klasse of leeftijd.

MICHAEL GATES GILL was creatief directeur bij een reclamebureau waar hij ruim vijftientig jaar werkzaam was. Hij woont in New York, op loopafstand van de Starbucks waar hij nu werkt, en is niet van plan met pensioen te gaan en te stoppen met wat hij de beste baan noemt die hij ooit heeft gehad.

‘Een fantastisch boek’
– *The Wall Street Journal*

‘Een geweldige les in
het vinden van je
ware zelf op de meest
onverwachte plekken’
– Wayne Dyer



**KOS
M•S**

NUR 320
KOSMOS UITGEVERS,
UTRECHT/ANTWERPEN