

Bedrijf zoekt boer

door Hans van der Loo



Bedrijvigheid werd de afgelopen jaren steevast geassocieerd met ondernemerszin. De wereld veroveren, marktkansen grijpen, risico's nemen - daar draaide het allemaal om. Inmiddels is de parfum van het ondernemerschap vervluchtigd en ruiken wij een andere, meer landelijke geur. Het tijdperk van de snelle ondernemer is passé. In een tijdperk waarin iedereen naar stabiliteit en vertrouwen snakt, gaat het verlangen uit naar een ander rolmodel: dat van de boer.

Van banken tot voetbalclubs, de superboer is overal in opmars. Terwijl de wereldse evenknieën ABN AMRO en ING op apegapen liggen, waait de vlag van de landelijke Rabobank fier aan de top. En terwijl Ajax en Feyenoord hun wonden likken na alweer een verloren seizoen, is de macht in handen van pretentieloze provincieclubs als AZ, Twente en Heerenveen. De grote mond, de machohouding en de veroverende scoringsdrift van de Quote-ondernemer leggen het in de publieke opinie af tegen de bescheidenheid, ingetogenheid en nuchterheid van de provinciale boer. Reeds lang als achterhaald beschouwde denkbeelden worden ineens weer van stal gehaald. Zo moeten banken niet alleen terug naar de basis, maar moeten zij in de toekomst ook kleiner en 'oer-Hollands' worden. En van de nieuwe trainers van Ajax en Feyenoord worden geen onmiddellijke resultaten verlangd, maar wél dat zij gestaag bouwen aan een elftal dat er over pakweg drie, vier jaar weer zal staan.

Wat we hier zien, is de opmars van de zogenaamde 'farmer mentality': een mentaliteit die zich manifesteert in de vorm van geloof in eigen kunnen, nuchterheid, eerlijkheid, bescheidenheid, gevoel voor samenwerking en een lange termijn oriëntatie. Ik geef toe, het zijn zeker niet de meest opwindende eigenschappen. Maar juist daarin ligt de mysterieuze en vaak onderschatte kracht van de boerenmentaliteit.

Als geboren en getogen Luxemburger heb ik de kenmerken en werkingskracht van deze mentaliteit van nabij kunnen ervaren. Luxemburgers, zo moet u weten, zijn oerconservatieve mensen. Niet voor niets luidt het nationale motto 'wij willen blijven wat wij zijn'. Je zult Luxemburgers niet gauw op gekke dingen of opzienbarende uitspraken betrappen. Het zijn in het algemeen lieden die liever ongestoord en gestaag voort ploegen. Juist die levenshouding heeft er overigens voor gezorgd dat het land tot een van de meest welvarende naties van Europa is uitgegroeid. De *succes story* die daarachter ligt, heeft veel weg van een ongekend huzarenstuk. Nadat de economische basis van het land aan het begin van de 20ste eeuw werd gevormd door een bloeiende staalindustrie en Luxemburg zich na de Tweede Wereldoorlog tot financieel centrum van Europa wist op te werken, wordt het geld tegenwoordig verdiend in de branche van entertainment (RTL) en communicatiesatellieten. In minder dan een eeuw heeft dit behoudende land zich dus drie keer opnieuw en met groot succes weten uit te vinden. Hoewel wij hier me een prestatie in optima

forma te maken hebben, is er over het algemeen weinig ophef over gemaakt. De Luxemburgers vinden dat geen punt. Die doen hun ding in stilte.

Een ander staaltje van de kracht van de 'boerenmentaliteit' ondervond ik een aantal jaar geleden, toen ik een driedaagse conventie van Franklin Covey in de buurt van Orlando bijwoonde. In een pal naast Disneyland gelegen congrescentrum ontving gastheer Stephen Covey de fine fleur van het Amerikaanse adviesgilde en bedrijfsleven. Opvallend aan deze dagen was niet zozeer de inhoud van de bijdragen - voor degenen die boeken lezen viel er niet zoveel nieuws te beluisteren - maar de gretigheid waarmee de sprekers (m/v) hun liefde voor het platteland bezongen. Van Covey zelf was uiteraard al lang bekend dat hij graag koketteert met zijn plattelandsafkomst. Geboren, getogen en gerijpt in het mormoonse Utah omringt hij zich aldaar met zijn omvangrijke familie teneinde het deugdzame leven te leiden dat hij in zijn boeken beschrijft. Van anderen, zoals managementgoeroe Jim Collins en enkele leiders van de befaamde luchtvaartmaatschappij Southwest Airlines, had ik die aanhankelijkheid aan landelijke waarden minder verwacht. Dat zegt overigens meer over mij dan over de genoemde personen. Want de succesformule waarmee Collins aan de weg timmert, is in feite niets anders dan eigentijds gegarneerde boerenkost. De eigenzinnigheid, lange termijngerichtheid en organische groei van visionaire ondernemingen, de bescheidenheid van niveau 5 leiders en de ijzeren discipline waarmee grootse ondernemingen te werk gaan, het zijn stuk voor stuk vaste onderdelen uit het 'Handboek Boer'. En van het in Texas gewortelde Southwest Airlines was allang bekend dat het succes niet alleen gebaseerd was op een broodnuchtere 'doe-maar-gewoon-dan-doe-je-al-gek-genoeneg-attitude' (wat ertoe leidde dat de hoogste baas dikwijls meehielp om passagiers in te checken of om tijdens de reizen pinda's rond te delen) maar ook op het feit dat zij niet de grootstedelijke centra, maar in periferie gelegen luchthavens als standplaats koos.

De doorvertaling van boerenwijsheid naar eigentijdse bedrijfsprincipes heeft de betrokkenen uit de bovenstaande voorbeelden geen windeieren gelegd. Het heeft hen bovendien betrekkelijk immuun gemaakt voor de gevolgen van de actuele crisis. Het is dan ook te verwachten dat managers deze voorbeelden de komende tijd gaan volgen en massaal de boer op gaan. De geur van het management zal daarbij veranderen: snel zal plaatsmaken voor slow, integriteit zal de overhand krijgen boven hebzucht, korte termijn denken zal overvleugeld worden door lange termijn visie, en innovaties zullen pas worden ingevoerd als zij evidente voordelen bieden. Als dat geen vooruitgang is!