

Manager, ga de boer op!

De economie zal er wel bij varen



Bedrijvigheid werd de afgelopen jaren stevast geassocieerd met de aan MBA-opleidingen onderwezen vormen van management. Tweecijferige groei, schaalvergroting, mondiaal marktleiderschap, periodiek saneren en reorganiseren, alsmede de gerichtheid op acquisities en fusies – daar draait het om. Inmiddels is de parfum van het moderne management vervluchtigd en ruiken wij een andere, meer landelijke geur. De periode van de snelle manager 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 het zoveelste verloren seizoen, is de voetbalmacht in handen van een pretentieloze provincieclub als FC Twente. De grote mond, de macho-houding en de veroverende scoringsdrift van de Quote-manager leggen het in de publieke opinie af tegen de bescheidenheid, ingetogenheid en nuchtere zakelijkheid van de provinciale boer. Reeds lang als achterhaald beschouwde denkbelden worden ineens weer van stal gehaald. Zo moeten banken niet alleen terug naar de klant, maar moeten zij in de toekomst ook kleinschaliger en ‘oer-Hollands’ worden. Van de trainers van Ajax en Feyenoord worden geen onmiddellijke resultaten verlangd, maar wél dat zij met jonge talenten uit eigen stal gestaag aan een toekomstbestendig elftal bouwen.

Dit alles zijn symptomen van de opmars van de zogeheten ‘farmer mentality’: een mentaliteit die zich manifesteert in de vorm van geworteldheid in de lokale omgeving, geloof in eigen kunnen, nuchterheid, eerlijkheid, soberheid, 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.

Aangezien we het hier over een als achterhaald beschouwd fenomeen hebben, valt er in de managementliteratuur weinig over te lezen. Een uitzondering hierop zijn de studies van de Duitse adviseur Hermann Simon naar zogeheten ‘verborgen kampioenen’. Het gaat hierbij om weinig aansprekende en grotendeels onbekende, kleine tot middelgrote ondernemingen, die binnen nauw omschreven markten het mondiale leiderschap bezitten. Behalve dat deze uiterst

succesvolle bedrijven over een eigenzinnige en collectief gedragen visie beschikken, dat zij zich oriënteren op helder omschreven en algemeen onderschreven lange termijndoelstellingen, dat zij beschikken over hoog presterende medewerkers en dat zij innovatief en mondiaal georiënteerd zijn, kenmerken verborgen kampioenen zich met name ook door een sterke voorkeur voor landelijke vestigingslocaties. Daar waar de meeste bedrijven zich het liefst in grootstedelijke agglomeraties vestigen, blijken maar liefst twee derde van de door hem onderzochte ondernemingen in onooglijke provincieplaatsjes te zijn gevestigd. Dit blijkt een bewuste strategische keuze te zijn: op grote afstand van de dynamische en modieuze metropolen kunnen de verborgen kampioenen zich ongestoord en geconcentreerd op hun ding richten. Omdat de bedrijven vaak de belangrijkste (of zelfs enige) werkgever in de omgeving zijn, bestaat er van nature een nauwe band met de omliggende gemeenschap. Het feit dat het voor lastig is om talenten van de grootstedelijke universiteiten aan te trekken, wordt volgens de leiders van diverse verborgen kampioenen ruimschoots gecompenseerd door de sterkere motivatie, het betere arbeidsethos en de lagere looneisen van het uit de rurale omgeving komende personeel. Bovendien blijven eenmaal aangetrokken talenten het bedrijf veel langer trouw.

Veel managers zijn van mening dat boerenmentaliteit zich slecht verhoudt tot innovaties en het leveren van economische prestaties. Ik zal ze uit de droom helpen. Uit het onderzoek van Simon blijkt, dat verborgen kampioenen – hoewel zij niet expliciet op snelle groei gericht zijn – doorgaans veel sneller groeien dan de vaak bejubelde Fortune-500 bedrijven. En wie INC-500 lijst van kleine, maar uitzonderlijk krachtige en succesvolle bedrijven bekijkt, constateert tot zijn eigen verwondering dat groeicijfers van meer dan 10 000% (en dat in tijden van crisis!) niet tot de uitzondering behoren (www.inc.com).

Onder managers bestaat het hardnekkige vooroordeel dat zij weinig tot niets van boeren zouden kunnen leren. De bovenstaande voorbeelden tonen het tegengestelde. Mede in het licht van de huidige crisisbezweering is het dan ook te hopen dat managers hun vooroordelen laten varen en de komende tijd massaal de boer op gaan. De economie zal er wel bij varen!