

Topperdetop!

door Hans van der Loo



Als er één cliché is dat niet langer opgeld doet, dan is dat wel dat niemand in ons land zijn kop boven het maaiveld zou durven uitsteken. Integendeel: alles en iedereen lijkt momenteel bevangen te zijn door een merkwaardig soort heroïek om unieke topprestaties te leveren. Nou ja iedereen? Vooral de categorie managementauteurs.

Een willekeurige greep uit recent verschenen boeken leert dat het momenteel allemaal ‘topmanagement’ is wat de klok slaat. Zo krijgen wij ‘topinspiratie’ in de vorm van levenslessen van een bergbeklimmer opgediend, verraadt een ondernemer hoe hij de ‘summit’ heeft bereikt, dist een adviseur op hoe je een ‘toptalent’ kunt worden, en vertelt een onderzoeker hoe je van je eigen bedrijf in een handomdraai een ‘toporganisatie’ maakt.

Het uitbreken van een heuse topkolder in onze Hollandse polder heeft niets te maken met het feit dat het huidige EK voetbal in twee Alpenstaten plaatsvindt. Het is een gevolg van het feit dat onze cultuur steeds meer in het teken is komen te staan van het overschrijden van grenzen. Sociologen gebruiken in dit verband het deftige woord: ‘transcendentie’. Een woord dat duidt op het overschrijden van kaders en prestaties.

Nu is de mens genetisch tot een bepaalde mate van transcendentie veroordeeld. Het verlangen naar een andere en betere wereld is diep in de menselijke natuur verankerd. In tegenstelling tot dieren die zich grotendeels of volledig door hun instincten laten leiden, hebben mensen zich vanouds over de vraag gebogen hoe zij hun natuurlijke beperkingen zouden kunnen overstijgen. Ze verzonnen andere werelden - hemel, hel, paradijs en luilekkerland - en ze bezonnen zich op manieren om zich op ‘onnatuurlijke’ wijze voort te bewegen. Het huidige gemak waarmee wij vliegen, varen en autorijden zijn daar de tastbare gevolgen van.

Kenmerkend voor de huidige tijd is dat de hang naar transcendentie een ware verslaving is geworden. Alle grenzen moeten tegenwoordig worden overschreden. Ons hele doen en laten wordt bepaald door het streven naar meer, naar beter, groter, hoger, sneller, mooier, leuker en naar gemakkelijker. Met elkaar hebben we een cultuur gebouwd waarin de overtreffende trap de maat der dingen is geworden. Alles wat we denken, voelen en doen, is onderhevig geraakt aan de logica van superlatieven. Binnen zo’n cultuur is het vanzelfsprekend dat de lat steeds hoger wordt gelegd en dat ‘goed’ de vijand van ‘groots’ is.

Hoewel niemand zal ontkennen dat het overschrijden van grenzen opwindend en verlokkelijk is, schuilt er tegelijkertijd het gevaar in dat mensen hun vaste oriëntatie verliezen. Als alles mogelijk is, weet men per slot van rekening niet meer waarop men zich kan baseren. Om dit gevaar te bezweren, geven de onderzoekers en vertolkers van het eigentijdse 'topmanagement' ons een dubbele boodschap.

De ene kant van die boodschap luidt dat het bereiken van de top niet alleen een 'must' maar ook een 'lust' is. Ondernemers en leiders van een toporganisatie beschouwen het als een sport om hun organisatie optimaal te laten ondernemen, zo schrijft de Maastrichtse professor André de Waal in zijn recent verschenen boek 'Maak van je bedrijf een toporganisatie'. De andere kant van de boodschap is dat iedere manager in staat is om haar of zijn organisatie aan de top te brengen, mits men een beperkt aantal (kritieke) 'succesfactoren' in ogenschouw neemt. Niet ontdaan van enige ijdelheid spreekt De Waal in dit verband van het vinden van de 'heilige graal' van succesvol topmanagement. Dat die heilige graal bij nader inzien zo plat is als een pannenkoek - de auteur somt obligate factoren op als hoge managementkwaliteit, hoge medewerkerkwaliteit, lange-termijngerichtheid, openheid en actiegerichtheid, alsmede continue verbetering en vernieuwing - is geen toeval, maar berust op een doelbewuste strategie. Iedereen moet immers met behulp van een beperkt aantal simpele handgrepen in staat worden gesteld om de top te bereiken en unieke prestaties te leveren.

Al met al is het duidelijk dat de vertolkers van het eigentijdse 'topmanagement' in een hopeloze spagaat terecht zijn gekomen. Unicité en gestandaardiseerde maakbaarheid staan nu eenmaal per definitie op gespannen voet met elkaar. Of het nu om topsport gaat of om toporganisaties, het leveren van unieke prestaties is niet gebaat bij het navolgen en toepassen van algemene succesfactoren, hoe 'kritiek' ook. Om het unieke te kunnen presteren, zullen bedrijven unieke bronnen in de vorm van eigen dromen, kwaliteiten en passies dienen aan te boren. De heilige graal van succesvol 'topmanagement' is dan ook geen lijstje van instrumentele factoren maar bestaat uit het vermogen om andere werelden en alternatieve mogelijkheden te bedenken. Of zoals wijlen Walt Disney het zo mooi verwoordde: 'Als je het kunt dromen, kun je het ook realiseren.'