



DE TIRANNIE VAN DE EFFICIËNTIE OF ... *de energie van plezier*

"Het feit dat IMK de afgelopen jaren topcoaches en topsporters aan het woord liet in haar

brochures is volkomen terecht. Wij kunnen als geen ander leren van deze talentspecialisten. Het bedrijfsleven is de laatste decennia overladen met 'generieke managers'. Het tegendeel van de topsporters. Managers die van alles wat kunnen: beetje organiseren, beetje presenteren, beetje verkopen, beetje van dit en beetje van dat. Trots zetten ze de mooie MBA-letters achter hun naam. Of ze nu zeepfabrieken of ziekenhuizen leiden, het maakt ze niet uit. Ze switchen van de een naar de andere werkplek. Maar kan dat eigenlijk wel? Gaat het hier niet om pure middelmaat? Waarom branden ze af en willen op hun 50-ste ineens iets zinnigs gaan doen? Waar ontbreekt het ze aan wat topsporters wél hebben?" Aan het woord adviseur en bedrijvendokter Hans van der Loo.

'Pleziercoach' Hans van der Loo kiest voor plezier, met als gegarandeerde bonus betere prestaties

Wordt er met plezier gewerkt in Nederland?

Van der Loo: "In managersland is een hoop gebeurd de laatste jaren. In alle branches is er als gekken gefuseerd, afgestoten en verzelfstandigd. Bedrijfsnamen verdwijnen en nieuwe komen op als paddestoeien. Kent u Casema een beetje? Hooft rivier, bestaat niet meer. Gefuseerd. Had u een abonnement bij het leuke frisse Ben of bij dat pittige Orange? Jammer maar helaas, overgenomen. U zat bij Fortis, of nu, ABN-Amro? In overheidsland en de gezondheidszorg, overal deze rode hectiek. Voor wie werk je eigenlijk? Voor een hedgefonds met bloeddoorsnig rooftertrekken, voor een gezichtsloos conglomeraat? Is het verwonderlijk dat de meerderheid van de medewerkers zich terugtrekt in de eigen afdeling, achter het eigen bureau. De zombie-zone noemen we dat. De gemiddelde score voor plezier in het werk is gedaald. Vreemd?"

Niet of-of, maar en-en

"Daar moeten we wat aan doen", hoor ik de bedrijfsleiding dan denken. "We regelen iets in de Ardennen, nodigen Marco Borsato uit, even zilles uit de kast." Als het goed gaat komen de incentives. Als het wat minder gaat, wordt het weer stil. "De tijd van knuffelen is voorbij, het wordt weer buffelen" hoor je ze dan zeggen. Wat een misvatting. Het is niet of plezier, of prestatie. Het gaat om een én-en. Topprestaties worden geleverd door mensen met een passie, met gedrevenheid en plezier in hun werk. Er zijn meer redenen om 'de beleving' niet uit het oog te verliezen. Onze economie verandert

gestaag richting een dienstverleningseconomie. Niet sec het product, maar de dienstverlening en ons plezier in een bedrijf bepalen meer en meer de keuzes van consumenten. In de nieuwe bedrijfscultuur gaat het steeds meer over de kwaliteiten van mensen. Hoe kom je over? Hoe is je dienstbetoon? Hoe weet je goed aan te sluiten bij de behoeften van de klant? Koffiebonen kosten misschien € 0,10. Een kopje koffie € 1,80 en Douwe Egberts al gauw € 2. Maar voor een Starbucks-waaring wordt gief € 2,- betaald. Want daar zit een ervaring, een sfeer, een emotie, een beleving aan vast."



Integreer passie en plezier

Een ander voorbeeld van deze nieuwe bedrijfsstijl is het nieuwe Interpolis-kantoor in Tilburg. Een kantoor dat je wakker houdt, met ontmoetingsplekken van allerlei soort. Van der Loo: "Werken wordt hier weer een leuke belevenis - glashelder! Mensen willen een experience. Wow, hier leer ik wat van! Emotie wordt al maar belangrijker. Helaas zitten veel werknemers in een klem. IJzen willen geen kwaliteit meer, maar top-kwaliteit, prestaties moeten niet 'goed' maar 'beter'. Gisteren was het goed, inderdaad, maar morgen moet het beter en efficiënter. Dan kun je je afvragen hoe sporters dat keer op keer toch lukt? Die zitten immers in een vergelijkbare spiraal. Een ding is meteen duidelijk, topprestaties ontstaan daar waar de individuele passie en de persoonlijke drives voor 100% in de sport geïntegreerd worden. Zie de aanstekelijke voorbeelden van Olympisch kampioenen als judoka Deborah Grawenstijn en zwemmer Marcel van der Weijden. Mensen die niet van alles wat hebben, maar aan de slag gingen met hun ware talent en passie."

Hebben we voldoende toegang tot onze plezierbronnen?

Plezier in je werk is een economische waarde. Dat zal steeds meer erkend worden, voorziet Van der Loo. "Meer plezier in een organisatie garandeert betere prestaties. Wat betreft plezier en passie is er nog een wereld te winnen voor werknemers. Managers willen na jaren werken een sabbatical, ze zoeken naar aandacht voor zichzelf. Wat wil ik met mezelf en mijn werk? Waar zitten mijn drijfveren en passies? Maakt het me echt niet uit of ik in 'de zeep' zit of wil ik eigenlijk zinvol leidinggeven. Werk ik me uit de maad voor een zaak die mijn hart echt raakt? Doe als hen en vraag je eens af wat jouw persoonlijke bronnen voor werkplezier zijn. Je salaris? Je omgeving? Je collega's en de feesten die je met elkaar hebt? Waar haal je je satisfactie vandaan? Om deze zaken boven tafel te krijgen moet je tijd vrijmaken. Op zoek gaan, misschien een IMK Opleidingen-coach raadplegen die je dwingt erover na te denken."

Hoe organiseer je meer plezier in bedrijven?

"Na de individuele bezinning en afweging is de volgende stap richting meer plezier aandacht voor de kwaliteit van goed samenwerken. Hoe zit het met het vertrouwen? Spreken we ooit waardering naar elkaar uit, of komt dat pas bij het vertrek naar een andere job ter sprake? De derde garantie voor meer plezier in het werk is die van de bedrijfsvisie. Bedrijven-met-visie weten werknemers te boeien en te binden. Visie is het kloppend hart van bedrijven. Hoe hoger opgeleid, des te belangrijker

het visieniveau wordt. Ontbreekt een duidelijke visie, dan veranderen bedrijven in 'personeelsvergeten'. De één komt de ander gaat. "Het inspireert me niet echt" hoor je medewerkers dan zeggen en 's avonds zitten ze weer uren op 'vacaturebank.nl'. Wie voor een bedrijf werkt die visie heeft, die ontplooiing en zingeving hoog in het vaandel heeft, kan rekenen op significant meer plezier in het werk. Ze scoren meetbaar beter."

Gaan we met elkaar de goede kant op?

"Het goede nieuws is dat er een nieuwe energieke generatie ondernemers aan de horizon verschijnt: ondernemers die 'fun' en 'plezier' openlijk in het vaandel voeren. 'Fun' als pijler van de bedrijfsstrategie, wie had dat in de jaren '90, de jaren van de efficiëntie, ooit kunnen denken. 'Fun' is energie, en energie bepaald het eindresultaat. Bedrijven als Apple, Google en South West Airlines zijn de grote ijsbrekers op dit gebied. 'Plezier' is namelijk niet intern gericht, maar iets dat afstraalt op je klanten. Creëer momenten waarop klanten dit aan den lijve kunnen beleven. Op beurzen, klantendagen, feesten. Plezier slaat bruggen tussen mensen. Dan is het niet meer nodig je te verschansen in imponerende marmeren kantoorkolossen, maar is er alle aanleiding je bedrijf open naar de wereld toe te keren. Dit wordt de trend. Het wordt allemaal nog veel leuker, kredietcrisis of niet."

Betekent een economische teruggang ook het einde van plezier in het werk?

"Crisis zijn meer dan slechts bedreigingen. Ze kunnen bedrijven ook terugbrengen bij hun kern. Een voorbeeld? Zwitserleven. De septemberaanval in New York van 2001 schudde het bedrijf plots wakker. Er was niet alleen een enorme terugloop in omzet, ook in de klantentelling daalden ze van de 4e naar de 19e plaats. Medewerkers bleken zelf al vrolijk aan het Zwitserlevengevoel te zijn begonnen, aan een soort innerlijke pensionering. Men besloot niet te saneren, maar knighthard aan een cultuurverandering te gaan werken. Ter voorbereiding op betere tijden. Medewerkers kregen weer plezier in Zwitserleven en een beleving bij het merk. Twee jaar later stond het bedrijf er weer geweldig voor. Klanten ervoeren het enthousiasme en het plezier, de collectieve trots groeide. De spiraal naar boven was gevonden. Wie suffig inslaapt en contact met de actualiteit verliest, wie passief wordt uit zelfgenoegzaamheid, wie uit angst voor de minder goede cijfers de emotionele bloedsomloop van de organisatie afknijpt, redt het niet in deze veranderlijke tijden. Blijf je ontwikkelen, vernieuwen en bijscholen, dat is het devies!"

Kus de visie wakker

Op basis van jarenlange praktijkervaring reiken de auteurs een even inspirerende als systematische methode aan voor het succesvol ontwikkelen en realiseren van visie die als echt wordt ervaren en door alle organisatieleden wordt gedragen. 'Kus de visie wakker' biedt naast inspirerende praktijkvoorbeelden ook een overzicht van relevante literatuur en van recente onderzoeksgegevens. Het boek gaat bovenal in op de persoonlijke en collectieve worsteling die het formuleren en tot leven brengen van een visie in de dagelijkse praktijk met zich meebrengen. Dit boek staat op de shortlist 2008 voor het Managementboek van het jaar.

Plezier & Prestatie

Plezier in het werk leidt tot betere bedrijfsresultaten. Dat laten meerdere succesvolle bedrijven zien. Gebrek aan plezier in het werk leidt tot verwaarloosde organisaties met slechte - of ongepoetste - resultaten. Hoog tijd dus voor een aanpak die plezier en prestatie structureel met elkaar verbindt. Dit boek wil managers overtuigen, inzicht geven en inspireren om handen en voeten te geven aan succesvolle en mensgerichte organisaties.

