

Leiderschap voor gezamenlijke groei door persoonlijke ontplooiing.

Distantiëren is belangrijker geworden dan respecteren, genieten is belangrijker geworden dan opofferen, nemen belangrijker dan geven en 'ik' belangrijker dan 'wij'. Alles moet wijken voor het belang van het individu. De resultaten van deze ontwikkeling zijn even mensvreemd als onzinnig. Mensvreemd omdat het wezen van de mens bestaat bij de gratie van de wisselwerking. De waarde van die wisselwerking ligt vast in de energetische kern van de mens. De energetische delen die de menselijke cellen vormen, kunnen uitsluitend in wisselwerking tot vormen van manifestatie komen. Dat principe is onvervreemdbaar aan de mens, ook in de menselijke verschijningsvorm. In wisselwerking kan de mens voortgaan met ontwikkelen. Vervalt de wisselwerking, dan stopt vroeger of later de ontwikkeling.

De egotrip

De maatschappelijke ontwikkeling kenmerkt zich door toenemende aandacht voor de egotrip. 'What's in it for me' wordt steeds belangrijker dan 'What's in it for us'. De egotrip wordt gevoed door een veelheid van zichzelf versterkende aanleidingen. Deze aanleidingen zijn vrijwel allemaal terug te voeren naar de leegte en kaalslag die is ontstaan in de bevrediging van de behoeften van de mens. Neem de oerdrang van de mens tot persoonlijke groei. Er zijn tenminste twee krachtig remmende invloeden te noemen die in de loop van de afgelopen 20 jaar steeds sterker zijn geworden. Ten eerste is dat de inperking van de droom- en speelenergie van kinderen in de vormende fase van hun leven. Kinderen worden steeds eerder in structuren geplaatst waarin zij dienen te voldoen aan de eisen van het systeem. Steeds minder wordt er in het gezin een periode genomen waarin kinderen hun droom- en speelenergie kunnen onderzoeken en inzetten voor het vinden van hun wezenlijke ontwikkeling. Kinderen gaan steeds eerder naar dagverblijven of naar scholen, waar structuur en systeem vanzelfsprekend overheersend zijn aan de individuele behoefte tot dromen en spelen. Kinderen gaan vervolgens naar steeds grotere leerfabrieken waar hun persoonlijke ontwikkelingsbehoeften ondergeschikt zijn aan de structuren en systemen die nodig zijn om grote massa's te organiseren. Deze leerfabrieken vormen de tweede, krachtige remmende invloed. De organisatie van zulke grote groepen individuen vergt nu eenmaal standaardisatie, mechanisatie en structurering. Al deze inperkingen van de vrijheid van de kindergeest slaan uiteraard als dikke dekens neer op de oorspronkelijkheidsdrang van die geest en perst de zich ontwikkelende mensen in oneigenlijke keurslijven.

Tegen die remmende invloeden op de oerbehoefte aan persoonlijk ontplooiing, komt het opgroeiende kind in opstand (pubertijd, drank, drugs, seks) om vervolgens, bij gebrek aan groeimogelijkheden in de maatschappelijke omgeving de keuze te maken voor de eigen omgeving, het eigen belang, de egotrip. 'What's in it for me' staat nu voorop. Bij de keuze van een partner (% echtscheidingen!!), de keuze van voortgaande studie, de keuze van werk en de keuze voor werkstructuur.

De samentrip

Het 'What's in it for me' principe vormt a priori een onvruchtbaar uitgangspunt voor de keuze van een werkstructuur. Werkstructuren (ondernemingen / instituten) vinden immers de ultieme kracht in de gezamenlijkheid. Gezamenlijke waarden, overtuigingen en normen die omgesmolten worden tot uitdagende, positief onderscheidende prestatiedoelstellingen en een krachtige, homogene cultuur. En die twee, Corporate Planning + Corporate Culture, vormen samen het broodnodige platform voor de ambitieuze, structurele, renderende continuïteit van de onderneming of het instituut. In de 'melting pot' van de gezamenlijkheid is de onderscheidende extra inspiratie, het extra talent, de extra creativiteit en de extra energy ('The Extra Mile') te vinden. Vraag het aan topmuzikanten. Vraag het aan topdansers. Vraag het aan topsporters, vraag het aan iedereen met echt ambitieuze doelstellingen. Vraag het aan iedereen die reeds aangetoond heeft topprestaties te kunnen leveren die ver boven het maaiveld liggen. Aan iedereen die accepteert dat 'als je de lat kunt zien, die lat te laag ligt'.

Nooit werden er ergens betere prestaties geleverd dan vanuit een krachtig en homogeen team. Een team waar iedereen alles voor elkaar over heeft. Een team waar het team belangrijker is dan het teamlid. Een team waar 'What's in it for us' de onwrikbare leefregel is. Ook in het team is deze verbondenheid te herleiden naar het bevredigen van behoeften. Het is algemeen erkend dat teamleden die goed in hun vel steken, beter presteren dan teamleden die dat niet doen. Goed in het vel steken, betekent dat het individu zich gerespecteerd voelt, zich veilig voelt en waardering ervaart voor de geleverde inzet. Hoe meer egotrip in het team, hoe minder ruimte voor intermenselijk respect, hoe meer onveiligheid en hoe minder ruimte voor de natuurlijke schouderklop, het vanzelfsprekende compliment, de noodzakelijke waardering. Vaak wordt tegen geworpen dat een dergelijke werkomgeving een 'te opgemaakt bedje' vormt. Die uitspraak wijst uitsluitend op gebrek aan kennis van de verhouding tussen individuele behoeften en groepskracht. Een respectvolle, veilige, positief waarderende teamomgeving levert juist de noodzakelijke voorwaarden voor de ultieme competitiviteit en prestatiegedrevenheid. Het zijn juist deze voorwaarden die de leercurve van de onderneming opstuwet, doordat duidelijkheid en helderheid van intelligentie uitwisseling vrij kan stromen. Het besef dat het meest geleerd kan worden van de grootste verschillen. Dat wijsheid en ervaring het meest gestimuleerd worden door de grootste uitdagingen. Al die verschillen kunnen overbrugd worden en al die uitdagingen kunnen aangegaan worden omdat het gebeurt vanuit die gezamenlijke inspiratie, die warme verbondenheid, dat hechte team.

Het positief onderscheidend competitief vermogen van ondernemingen en instituten is dus geheel afhankelijk van de macht van de gezamenlijksbeleving. De kracht van het Nederlandse bedrijfsleven, die zozeer tanende is, is geheel afhankelijk van de mate waarin wij, met de leiding in de IJkbeeldrol, erin slagen om de egotrip te vervangen door de samentrip. Door het belang van het geheel bij elke deelnemer weer boven het belang van het individu te krijgen. Vooral in Nederland. De economische barometer geeft aan dat de wijzer zich richting onweer beweegt!

IJkbeelden

In het kader van de behoefte aan interventie, een keerpunt, wordt terecht hoopvol geroepen om leiderschap. In de politiek, in de maatschappij en in de economie. Terecht, want het zijn leiders die het voortouw hebben te nemen. Minder terecht is dat deze leiders op voorhand gestigmatiseerd worden als 'Nieuwe Leiders'. Dat begrip raakt natuurlijk kant noch wal. Nieuwe leiders bestaan helemaal niet. Leiders zijn leiders. Zij staan, op grond van wat voor vermeende of getoonde kwalificaties dan ook, aan het hoofd van een troep. De vraag is veel meer of de, nog in zwang zijnde kwalificaties nog steeds geldigheidswaarde hebben. In die zin duidt het hanteren van het begrip 'Nieuwe Leiders' op een negatief antwoord. Het stelsel van vereisten dat als beoordelingscomplex ingezet wordt bij de keuzen van de meeste hedendaagse leiders is mogelijk niet meer zo hedendaags, mogelijk zelfs helemaal niet meer van deze tijd. Een antwoord op dit vraagstuk kan gevonden worden door opnieuw het behoeftepatroon van de mens als leidraad te nemen. Immers, wat voor het individu geldt, geldt net zo voor de groep van individuen.

Ook de groep heeft behoefte aan groei, respect, waardering, zekerheid en veiligheid. Als we deze oerbehoefte inzetten als stelsel van vereisten ten behoeve van het beoordelingscomplex van toekomstige leiders vallen veel, nu nog zeker in aanmerking komende potentiële leiders direct door de mand. Neem het 'headhunters netwerk' waarin veel managers opgenomen zijn die van mening zijn dat het niet uitmaakt wat ze leiden, of het nu speelgoed is of pindakaas, cosmetica of medicijnen, het maakt allemaal niets uit, zij kunnen er prima leiding aan geven. Die groep valt uiteraard - op grond van het nu ingezette stelsel - onmiddellijk af. Dat zijn ego-gemotiveerde egotrippers, die wel in de CEO stoel zitten maar nadrukkelijk geen IJkbeeld zijn. Dan hebben we de grote groep 'Job hoppers' ("na 2 - 3 jaar verwacht ik weer een telefoontje en praten kan nooit kwaad").

Het behoeft geen verder betoog dat ook deze managers vallen in de categorie ego-gemotiveerde egotrippers, waarvoor de missie van IJkbeeldschap in vrijwel alle gevallen te hoog gegrepen zal blijken. Tot slot de groep van 'anciënniteit managers'. Het aantal dienstjaren fungeert bij deze managers als aanleiding om voor een leidinggevende functie in aanmerking te komen. Als we het adagio 'Verwarring is de bron van Verandering en Verandering is de poort naar Vooruitgang', inzetten, dan valt van deze categorie managers ook niet veel geïnspireerd IJkbeeldschap te verwachten. Wat dan wel? Het antwoord is onvervroren, doorwrochte, organische IJkbeelden.

Die IJkbeelden zijn de belichaming van de ziel van de groep. Zij zijn de levende inspiratie, het unieke talent, de bruisende energie. Zij leven het voorbeeld van waar de groep voor wil staan en waar de groep naar wil gaan. In onwrikbare doelbeleving. Bescheiden, dankbaar en vol zelfvertrouwen. Apetrots dat ze aan het hoofd van juist die ene troep mogen staan. Voor mogen gaan in de uitdaging van dynamisch positief onderscheidend vermogen, de moed van effectieve innovatie, de krachttoer van een gedisciplineerd uitgevoerde focusstrategie. Leiding mogen geven aan een troep die zich kenmerkt door complementaire verscheidenheid in verbondenheid. Een troep die competitie in coöperatie in wonderlijk effectieve praktijk brengt. Een troep die niet alleen aan Duitsland en China levert. Ook aan Duitsland en China laat zien hoe het nog beter kan. Een troep die voortdurend wereldrecords neerzet. Het ware IJkbeeld dus dat leiding geeft aan ambitieuze, structurele, renderende continuïteit. Dat zijn IJkbeelden, autodidact en geschoold, jong en oud. Dat is leiderschap voor gezamenlijke groei door individuele ontplooiing.

Joost van Zoelen is internationaal ondernemingsgroeistrategen en grondlegger van de Rebound® Philosophy. Tevens CEO van de Central Park Groep, waarin de volgende specialisaties zijn opgenomen: Mation (ondernemingsstrategie), Synergie (identiteit/merkstrategie) Brand Republic (commerciële communicatie) en Pure (merkactivatie)