

Vuur de liefde (voor bier) aan

Waarom passie en missie ontwikkelingen versnellen

“Mensen die bij uw bedrijf solliciteren willen graag bij u werken en zijn vanuit zichzelf gemotiveerd.”

Volgens Mathieu Weggeman: “ ... houden ze van hun vak en doen liever iets goed dan fout.

Medewerkers komen geïnspireerd binnen... tot ze hun managers tegen komen.⁸”

Deze uitspraak van Weggeman raakt iedere manager in het hart.

Wat doet een Bierbrouwer met de liefde voor het vak?

Waar is de passie gebleven?

Een trotse Bierbrouwer heeft een ambitieuze missie geformuleerd. Het bedrijf wil nummer één zijn in kostenbeheersing, in de top vijf voor wat betreft kwaliteit en de beste in leverbetrouwbaarheid.

Een uitstekende missie, maar wat betekent het voor de leidinggevendenden en hun medewerkers in het dagelijks werk?

Het management vertegenwoordigt het DNA van de Bierbrouwer: de visie, missie en kernwaarden. Daar ligt het hart van de organisatie. Als het goed is horen medewerkers in het DNA woorden die hen herinneren aan hun eigen motivatie en komen die herkenbare woorden regelmatig bij ze binnen. Echter in de praktijk van veel bedrijven, zowel in de industrie als bij de overheid, dienstverlening en zorg, dreigt menig medewerker zijn passie kwijt te raken. Ze voelen zich meer gefrustreerd dan geïnspireerd door hun leidinggevende en verliezen de liefde voor het product.

Zo ook bij de Bierbrouwer. Er wordt heerlijk bier gemaakt, maar alle aandacht gaat uit naar de lopende band en nauwelijks naar het smakelijke bier dat op die band staat. In de hectiek van alle dag lopen medewerkers in de brouwerij het risico los te komen van het DNA en hun oorspronkelijke passie.

Inspirerend (bier) DNA

Met de bedrijfsleider, een productiemanager en de HR manager wordt bij de Bierbrouwer daarom een bijeenkomst met het management voorbereid. Het doel is om met het eigen DNA als aanjager de managers bewust te maken van de grote invloed die zij hebben op medewerkers. Tegelijk krijgen ze een werkwijze mee om de inspirerende missie van de Bierbrouwer dichter bij medewerkers te brengen.

Na een middag hard werken en plezier, pakken de managers hun verantwoordelijkheid op.

Geïnspireerd door het DNA, gewapend met een concreet plan en veel onderlinge adviezen.

*Als mijn passie
het antwoord is,
wilt u dan de vraag nog eens herhalen?*

naar van Kooten en de Bie

Vervolg op pagina 2 >>

Het vraagt enige vrolijke vasthoudendheid om de hectiek uit de hoofden te halen. Een film van de funtheory⁹ helpt bij dit voornamelijk technisch georiënteerde management. Het sprankelende gedachtegoed: 'Fun is the easiest way to change people's behavior for the better', spreekt de biermanagers aan en helpt om de eigen rol en invloed blijmoedig onder ogen te zien. Dit klinkt direct door in de heldere adviezen die ze elkaar geven bij de bespreking van hun plannen om met de missie op de eigen afdeling aan de slag te gaan.

Ons bier, ons team, ons werk. In onderhoud zijn wij ijzersterk!

Nadien verspreidt de werkwijze zich door de bierbrouwerij. Een aantal weken later formuleren de mannen van de afdeling Onderhoud in een energieke bijeenkomst zelf hun afdelingsresultaten, direct afgeleid van de bedrijfsmissie. Ze bedenken daarbij een slogan: 'Ons bier, ons team, ons werk. In onderhoud zijn wij ijzersterk!'

Het bier-DNA stroomt bij de mannen nog ruimschoots door de aderen en versnelt het proces. Het mooiste is dat iedere onderhoudsploeg vervolgens zelf concretiseert op welke wijze zij de verantwoordelijkheid wil nemen voor de resultaten van de afdeling.

Leiderschapontwikkeling niet ego verhogend

Gulle inzet van DNA als managementinstrument werkt volgens onderzoek samenbindend¹⁰ (80%), inspireert medewerkers (79%) en heeft een positief effect op omzet en winst (73%). Daarbij brengt de stimulerende inzet van DNA de Bierbrouwer tegelijk bij de basis van leiderschap: leiders dienen het belang van de organisatie. Dit klinkt simpel, maar dat is het niet.

Leiderschap en leiderschapontwikkeling draaien niet om het ego van de leider, maar staan ten dienste aan het bedrijfs-DNA. Zoals de manager van de technische afdeling van de Bierbrouwer het zegt: "Het geeft binding met het product wat we maken en verbondenheid met de organisatie als geheel. Waarbij de groep die onderhoud doet, ook nog eens een stelling neerzet dat ze ijzersterk zijn in hun werk."

DNA laat zien waar een bedrijf voor staat

Stroomt het DNA door de aderen van uw medewerkers? Zijn missie, visie en kernwaarden onderscheidend? Inspirerend? Herkennen medewerkers in dit DNA hun oorspronkelijke passie – dat wat hen motiveerde bij hun sollicitatie?

Mastenbroek geeft een goed advies¹¹: "Begin bij het eind! Handel vanuit het besef waar het naartoe moet leiden". Neem de strategie als uitgangspunt en ontwikkel samen het DNA door dit direct te koppelen aan de bedrijfsresultaten. Dan gaat het stromen.



- 8 Lezing: Onzichtbaar leiderschap - Prof. Dr. Mathieu Weggeman
- 9 Internet: www.funtheory.com
- 10 Gegevens uit: Kus de visie wakker - Hans van der Loo, Jeroen Geelhoed, Salem Samhoud ISBN 978 90 5261 582 0
- 11 Artikel: Kernwaarden: Humbug of houvast - Prof. Dr. Willem Mastenbroek