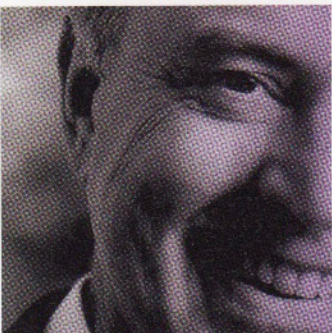


BEN VERLEG
RESEARCH &
CONSULTANCY

GEEN ZIN

De uitdaging
is een spoor
te vinden
dat toch de
motivatie op
peil houdt



Elke organisatie heeft te maken met de tijdgeest en de specifieke omstandigheden die daarmee samenhangen. De vraag is nu hoe wij in de negatieve context van een economische recessie toch toekomen aan productieve energie. Anders gezegd: hoe houden we de motivatie op peil? Het ingewikkelde is dat we te maken hebben met veranderingen die niets te maken hebben met de recessie en veranderingen die daarvan wel het directe gevolg zijn.

Tot de tijdgeest behoort dat we meer kiezen voor 'eigen verantwoordelijkheid'. De groei van het aantal zelfstandigen is daar een symptoom van. Grote organisaties worden kleiner naarmate ze meer gebruik kunnen maken van een 'flexibele schil'. Wie tot de flexibele schil hoort, behoort automatisch niet tot de vaste kern. Dat maakt verschil voor de motivatie. De zelfstandige is gemotiveerd voor een klus, de vaste kern identificeert zich met de organisatie.

Een effect van de recessie is dat er veel minder doorstroming is, mensen blijven zitten waar ze zitten. Carrière- en groeimogelijkheden zijn beperkt. Maar juist die ontwikkelingsmogelijkheden zijn motiverend. Daarin zit voor de meeste mensen de zingeving van wat ze doen, naast de doelen die een organisatie heeft. Een tweede effect van de recessie is dat de sturing op financiële doelen vooropstaat. Eerst de begroting op orde is het devies. In bedrijven is de sturing op kostenreductie sterker dan ooit (net als in huishoudens) en in de politiek is de Europese 3%-norm dominant.

Hoewel iedereen wel ziet dat aanpassingen nodig zijn, motiveren ze weinigen. Het is lastig om zingeving toe te kennen aan alleen financiële doelen. We doen het omdat het moet, maar zelden van harte en met passie.

Er is kortom sprake van een sterk negatieve impact op onze motivatie. Iedereen wil ertoe doen, maar dat lukt minder als we er niet echt bij horen, ons niet meer kunnen ontwikkelen en ontplooiën en bovendien alleen maar beoordeeld worden op het halen van cijfers.

De uitdaging is om een ander spoor te vinden dat wel rekening houdt met de omstandigheden en de context, maar toch de motivatie op peil houdt. Daarvoor is nodig dat we onderkennen dat we in transitie zijn: we keren niet terug naar hoe het was, maar we gaan op zoek naar een nieuwe balans. We weten nog niet precies hoe die eruit komt te zien, maar we weten wel dat die anders zal zijn. Als we dit perspectief hantieren en ons richten op wat ons beweegt komen we gemotiveerd verder. Niet door 'innovatief bezuinigen', cultuurprogramma's, de missie van de hoogste baas of 'leiderschap tonen', maar eenvoudig door met andere ogen te kijken naar organisatieontwikkeling en daarin een passende, eigen rol te nemen. Het zijn interessante tijden!

PROFIEL

Dr. mr. Ben Verleg – research & consultancy is gespecialiseerd in organisatieontwikkeling, strategische besluitvorming en innovatie. Hij is in 2012 gepromoveerd op 'Zingeving in Besluitvorming', over de besluitvorming rond de Amsterdamse Noord-Zuidlijn. Verleg heeft een passie voor verandering. 'Rode draad in mijn persoonlijke biografie is de nieuwsgierigheid naar waarom we dingen doen zoals we ze doen. Dat gecombineerd met mijn eigenwijsheid en 'anders denken' verklaart mijn passie voor nieuw, verandering en innovatie.' Momenteel doet Verleg onderzoek naar vernieuwing in organisatieontwikkeling en innovaties in opleidingen.
www.benverleg.nl