

Geen blikken bordjes kwaliteit!

U kent ze wel. U gaat ergens naar binnen en naast de ingang hangen fraai vorm gegeven blikken bordjes aan de muur die zeggen ‘dit is een goed hotel’, ‘dit is een perfecte garage’, ‘dit is de ideale fietsenmaker’, met daaronder het logo van de organisatie namens wie het ding op de muur mag worden gehangen. Fantastisch, maar kan je er ook op vertrouwen?

Omdat ik nogal eens wordt gevraagd om er op congressen of bijeenkomsten wat over te zeggen, ben ik speciaal gaan letten op: de schroefgaten. Zit er roest omheen of niet? Als er roest omheen zit dan hangen die bordjes er al (te) lang. Dan word ik wantrouwend. Zou de tent echt zo goed zijn als het bordje schijnt te zeggen? Soms hoeft ik niet eens naar de schroefgaten te kijken. De afbladderende verf is teken genoeg van verwaarlozing.

Tegenwoordig heb je ook de stickervariëteit. Let vooral op het opbollen van het plastic. Het kan zijn dat het nooit goed is opgeplakt, maar wees alert voor tekenen van verwaarlozing.

Waarom die kritische houding? Is het niet prachtig dat bedrijven en organisaties willen laten zien dat ze kwaliteit leveren? Is het niet dapper dat ze zich hebben blootgesteld aan het oordeel van anderen? Jawel, zeker wel. Er is niets mis met een goed keurmerk, zeker als daar een echte toets achter schuilt.

Ik zal wel last hebben van mijn Calvinistische genen, maar ik word toch geplaagd door een angstig vermoeden. Een vermoeden dat al die mensen in al die bedrijven met een keurmerk op de deur op hun lauweren gaan rusten zodra het ding aan de muur is geschroefd. Hè, hè, dat hebben we ook weer gehad. Vervolgens gaat men weer over tot de orde van de dag. Een orde die meestal heel wat slordiger is – ik gebruik een mild woord – dan de bordjes op de muur suggereren.

Moet je daarom maar niet aan keurmerken doen? Is dat de boodschap? Nou nee, dat is te kort door de bocht. Waar ik eigenlijk voor pleit is een zo lang mogelijk uitstel van het moment dat de borden er hangen en tegelijk zo kort als mogelijk laten hangen van die borden.

De ervaring leert namelijk dat de belangrijkste kwaliteitsslag wordt gemaakt voor het ophangen van de bordjes en niet erna. De noodzaak om tot een keurmerk te komen is een fantastische prikkel om eindelijk eens een aantal dingen te doen die men al lang had moeten doen maar waar men maar niet aan toe is gekomen. Een prikkel die een bedrijf of organisatie dwingt om de zaken op een rij te zetten – wat doen we eigenlijk en doen we de dingen die we doen wel goed? – en om vervolgens afspraken te maken over de werkwijze. Die prikkel is prachtig, dat is echt goud waard. Die prikkel verdwijnt veel te snel na het halen van het keurmerk. Dan treedt het ‘post-keurmerk syndroom’ in (ook wel bekend als het ‘post-certificatie trauma’) en gaat iedereen weer normaal doen. En vergeet waar het ook al weer om was begonnen.

Er is wel een methode om hier wat aan te doen. Lastige klanten zijn bijvoorbeeld een goed hulpmiddel. Die slepen de bedrijfsleider aan zijn of haar oor mee naar buiten, bij voorkeur als het regent, en vragen de bedrijfsleider om uit te leggen wat de aanwezigheid van dat bordje te beduiden heeft. Helaas zijn dat soort lastige klanten te weinig voorhanden. Daarom moet de instantie die het keurmerk verleent zelf weer in beeld komen. Dat brengt mij bij de opmerking dat de bordjes met keurmerken te lang blijven hangen. Er is een blikken bordjes gedoogcultuur ontstaan in Nederland. Zelfs als we er van uitgaan dat de verstrekkende instanties redelijk streng optreden voor ze het bordje ter beschikking stellen, wat lang niet altijd het geval is, dan maken ze nog meestal de fout om de bordjes daarna rustig op de gevels te laten roesten. Dat kan dus niet. Keuren is keuren. Als er bordjes op de muur mogen komen, dan moet het ook echt wat voorstellen. Dan is de aanloop naar de verstrekking lang en nuttig en is de looptijd van het bordje kort en krachtig.

Nog even een puntje over het roest rondom de schroefgaten. Cola schijnt te helpen. Het werkt uitstekend tegen roest. Ga niet bedenken wat dit betekent voor je darmen, want daar word je alleen maar zenuwachtig van. Ik vind dit vooral zo'n aardig punt, omdat juist Coca Cola altijd de mooiste blikken borden heeft gemaakt. Het is een van de redenen waarom het letterlijk en figuurlijk zo'n ijzersterk merk is. Als u in uw sector nu ook overweegt om tot keurmerken over te gaan, houdt dat voorbeeld dan voor ogen. Zo'n blikken borden kwaliteit is altijd de moeite waard.

Peter Noordhoek

Peter Noordhoek is directeur van Northedge BV, een bureau zich gespecialiseerd in kwaliteits- en toezichtvraagstukken binnen de publieke sector.