Hoe telt kwaliteit op?

Terwijl we een soort meltdown beleven van het Europees financieel stelsel – en meer – horen we natuurlijk na te denken over hoe we er weer boven op komen. Het wordt al vaak gezegd en al even vaak genegeerd: uiteindelijk kan alleen hervorming van de economie ons redden. Een ander soort groei, een ander soort productiviteitsstijging is nodig en moet de schijngroei via kredietverstrekking gaan vervangen. Een verschuiving dus van kwantiteit naar kwaliteit. Daar is 'innovatie' voor nodig, maar om dat begrip hangt wel een sfeer van geforceerd optimisme. De verleiding van de gadgets, zullen we maar zeggen. Er zal toch ook echt meer basaal moeten worden gedacht. Wat zijn de bedrijfsmodellen van de toekomst? Wat zijn de organisatievormen die daarbij horen en hoe zetten we daar een stevig kwaliteitsbeeld bij neer?

Vooral over die organisaties en hun kwaliteit wil ik het hier even hebben. Leeswaarschuwing: ik heb een belang. Deze maand komt een boek van mij uit over het thema 'branchebrede kwaliteit' en dat thema houd me genoeg bezig om het een keer in deze column door te laten werken. Want het zou zo mooi zijn als we in staat zouden zijn om een eigenlijk afgeschreven fenomeen weer voor ons te laten werken. Ik begin met een recent verwondermoment.

Het was bij een bijeenkomst over social media. Je doet mee of je doet niet mee, toch? Een van de sprekers van zo'n dame die uitstraalt dat ze het in deze tijd naar haar zin heeft. Good for her. Ze vertelde over het vak van 'community managers'. Zij was er een van en dat betekende dat ze namens een grote onderneming de hele dag op LinkedIn en andere social media zat om daar te bepalen wie er lid van een groep mogen worden en om te 'modereren'. Ze had leuke collega's en voor ze het wist had ze een 'community van community managers'. Maar dat was toch nog te informeel, want ze vertelde dat ze nu voorzitter was geworden van een nieuwe branche van community managers en dat ze nu ook een secretaris en een penningmeester had, plus een echt keurmerk...

Waarmee maar weer bewezen is dat branches een onuitroeibaar Nederlands verschijnsel zijn. En toch hebben we er weinig mee. Een ouderwets fenomeen, op de terugweg, zo'n sfeer. Voor zover we er over nadenken, want onze focus ligt op een heel ander niveau: dat van de individuele bedrijven en instellingen. In ieder geval denken we er te weinig over na. Toch is het de moeite waarde de andere kant op denken. Wat krijg je als je bedrijven en instellingen stapelt? Sectoren. Wat krijg je als je professionals stapelt? Beroepsorganisaties. En wat als die organisaties zichzelf laat stapelen? Branches en hun organisaties. Als je op dat niveau goed aan kwaliteit werkt snijdt het mes aan twee kanten: elk individuele bedrijven wordt er beter van en het imago van de bedrijfstak wordt er minder kwetsbaar van.

Nu moet je wel oppassen. Dat start al bij de vraag hoeveel van die branches er zijn. Voor je het weet ga je allerlei statistieken stapelen en dan ben je zo, uh, Stapel. Het probleem is dat we het over een heel bekend, maar weinig 'gekend' fenomeen hebben. Als je er goed naar kijkt zijn het een soort schaduworganisaties van het private en publiek domein, met lotsverbondenheid en gevoel voor het vak als gemeenschappelijke noemer. Stel je zou de PBO's afschaffen, dan nog doe je niet meer dan een hard randje afsnijden van een breed fenomeen. En ik pleit er voor om eens opnieuw en meer waarderend naar dat fenomeen te kijken.

Niet onkritisch overigens. Er wordt ook veel gekeken naar branches als belangenbehartigers, als onderdeel van onze vermaledijde polder. Dat is natuurlijk ook een kant ervan, maar branches zijn vooral de akkers in die polder, de plek waar dingen groeien of worden gemaakt. Vind ik. En als dat niet meer zo is, dan zouden we er naar terug moeten gaan. Het is daar dat we het gesprek over het vak moeten hebben, het is daar dat we concreet moeten worden over wat tot dat vak behoord en wat niet. Niet alleen door keurmerken en certificaten vast te stellen. Als het moet, dan moet het, maar dat is slechts beheersingskwaliteit, verantwoording naar buiten toe. We kijken er nog niet zo naar als in de reclame van C1000 voor het Pietendiploma – iets dat je 'gratis' bij de kassa kunt afhalen – maar soms scheelt het niet veel. Het verklaart ook de auditexplosie en andere vormen van toezichtkramp. Nee, vergeet dat beheersingsideaal. We zullen kwaliteit in beweging moeten brengen. Met timmermansogen, met patroonkijkers, geborgde intuïtie en allerlei vormen van micro-aanpassing. En ook door 'stout' te zijn, dat wil zeggen de grenzen te verleggen en te kijken wat er dan gaat gebeuren. En dan, in de mix van traditionele en nieuwe manieren om aan kwaliteit te werken, rijst er hopelijk ook een beeld op van een breed door de leden gedragen beeld van waar een branche of beroepsvereniging voor staat.

En dat hebben we nodig als tegengewicht bij een samenleving en economie die versplintert waar je bij staat. Ook als je de diversiteit van nu omarmt, is het nuttig om te beseffen dat herkennen en erkennen belangrijker is dan ooit. Ik hoop dus op reuring in de tent. Ik hoop op heftige discussie over de kwaliteit van beroepen en diensten, overal en nergens gevoerd.

- **'Branchebrede kwaliteit. Beweging brengen in het kwaliteitsbeeld van branches, sectoren en beroepsverenigingen'**, Peter Noordhoek, VM Uitgevers. ISBN 978-90-808943-0-3.

Peter Noordhoek
www.northedge.nl

[BESLUTIVORMING]

Intuïtie verhoogt kwaliteit beslissingen

Werknemers zouden vaker intuïtief moeten kunnen beslissen. Dat zou leiden tot betere besluiten, meer slagvaardigheid, meer klantvriendelijkheid en een betere werksfeer. Zo blijkt uit onderzoek van KPMG onder 400 werknemers.

De onderzoekers ondervroegen werknemers naar de rol van intuïtie in hun organisatie. Een derde van de deelnemers gaf aan dat een grotere rol voor het gevoel positieve gevolgen zou hebben voor de kwaliteit van de beslissingen. Volgens veertig procent van de respondenten hebben rationele afwegingen op dit moment echter meer invloed op besluiten. Voor zestig procent geldt dat de op verstand gebaseerde beslissingen wel eens ingaan tegen het gevoel.

Volgens Muel Kaptein, hoogleraar Bedrijfskunde aan de Erasmus Universiteit, is het belangrijk dat er binnen organisaties meer ruimte is voor werknemers om te handelen op basis van hun gevoel. Intuïtie stimuleert vernieuwing en daarbij vormen innovaties en originele ideeën vaak de sleutel tot succes.

Bron: Gids voor Personeelsmanagement