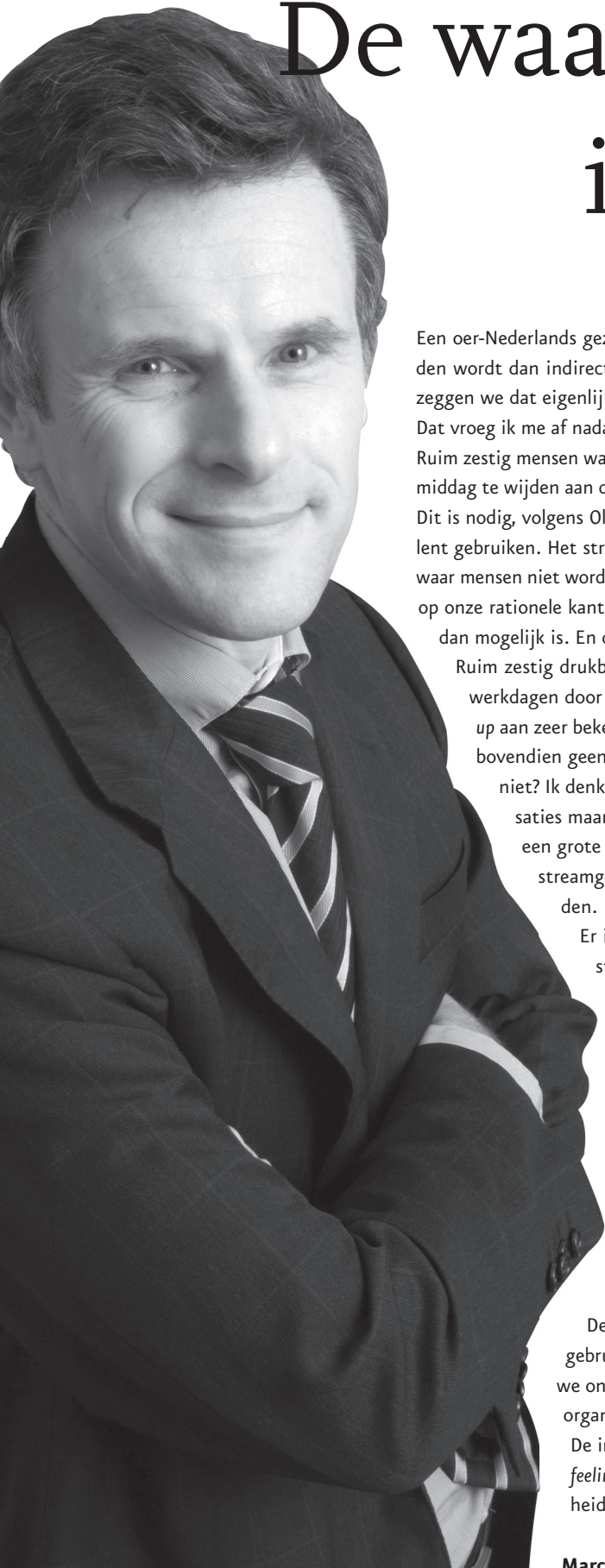


De waarheid ligt niet in het midden



Een oer-Nederlands gezegde is dat de waarheid in het midden ligt. En met die nadruk op het midden wordt dan indirect verwezen naar de uiteinden waar de waarheid dus *niet* ligt. Maar waarom zeggen we dat eigenlijk – dat de waarheid in het midden ligt?

Dat vroeg ik me af nadat ik het zeer inspirerende seminar 'Making Business Human' had bijgewoond. Ruim zestig mensen waren op persoonlijke uitnodiging van vakgenoot Olav de Maat aanwezig om een middag te wijden aan de vraag hoe je succesvol de volledige mens tijdens het werk kunt aanspreken. Dit is nodig, volgens Olav, omdat we tijdens ons werkende leven maar de helft van ons menselijk talent gebruiken. Het streven naar efficiëntie en controle heeft veel organisaties tot plekken gemaakt waar mensen niet worden aangesproken op hun sociale en emotionele kant maar eigenlijk alleen maar op onze rationele kant. Het gevolg is dat die organisaties juist minder efficiënt en effectief werken dan mogelijk is. En dat is jammer, onnodig, minder leuk en kostbaar. Vandaar een seminar.

Ruim zestig drukbezette mensen brachten samen geheel vrijwillig die middag in totaal dertig werkdagen door om te praten over 'Making Business Human'. En dat niet alleen. De hele *line up* aan zeer bekende sprekers droeg gratis en voor niets bij aan het seminar. De locatie bracht bovendien geen kosten in rekening en vrijwilligers hielpen bij de logistiek. Vreemd. Of toch niet? Ik denk dat het een van de vele uitingen is van het groeiende besef dat onze organisaties maar eenzijdig beroep doen op de kwaliteiten van hun medewerkers. En dat daar een grote opgave ligt. En dat we daar wat aan moeten doen. Nu is dit nog geen mainstreamgedachte; het bevindt zich nog een beetje aan de rand en dus niet in het midden.

Er is nog zo'n thema dat ook aan de rand lijkt te liggen en ogenschijnlijk haaks staat op 'Making Business Human'. Het is een thema dat juist nog méér rationaliteit in organisaties wil brengen. Ik heb het uiteraard over de Big Data-beweging. Als we maar meer luisteren naar feiten nemen we uiteindelijk betere beslissingen. Dat is zo'n beetje de kern van de gedachte achter Big Data of Human Capital Analytics. Deze thematiek trekt inmiddels ook steeds grotere groepen professionals aan.

Een interessante gedachte vind ik om beide ontwikkelingen *niet* als tegenstrijdig te zien maar beide als een relevant antwoord op huidige organisatievraagstukken. Want hoe rationeel zijn onze organisaties eigenlijk? Ons denken over wat effectief besturen is, is maar zelden onderbouwd door feiten. Stel maar eens wat vaker de vraag 'waar blijkt uw management overtuiging uit?' en het wordt akelig stil.

De onderbenutting van feiten is heel vergelijkbaar met het nog maar beperkt gebruiken van onze sociale en emotionele kant. Benutten we die wel genoeg? Doen we onszelf niet in alle opzichten tekort door dit zo weinig onderdeel te maken van organiseren? De deelnemers aan het seminar waren daar volledig van overtuigd.

De interessante synthese zou wel eens kunnen zijn dat we én meer *facts* én meer *feelings* in onze organisaties nodig hebben. Wellicht ligt in die uiteinden de waarheid wel.

Marcel Knotter is partner bij Bright & Company | HR Strategy