

Mensen Handel

De bevrijding van de loonslaven

Dit boek bevat mijn persoonlijke verhaal, met alle ups en downs van het ondernemen. Ik hoop ermee te inspireren, te informeren en te vermaken. Maar vooral hoop ik mensen te stimuleren om elkaar als mensen te blijven zien en ze ook zo te behandelen.

Want iedere ondernemer, werkgever of leider die de handel belangrijker maakt dan de mensen, riskeert een heel arm leven.

- STRIKT VERTROUWELIJK -

Marnix Geus

Manifest

MensenHandel

Mensenhandel? De slavernij is toch anderhalve eeuw geleden afgeschaft? Jazeker, maar in mensen wordt nog volop gehandeld. Meer en meer zelfs. Want waarmee onderscheiden bedrijven zich tegenwoordig? Niet meer met hun machines en zelden met hun gebouwen. Wat bedrijven uniek maakt, is de creativiteit, denkkraft en ideeën van hun medewerkers.

We vinden onszelf heel wat beschaafder dan de slavenhandelaren en de fabriekseigenaren uit de industriële revolutie. De werkgever van de 21e eeuw leeft de Arboret na en serveert biologische quinoa in de bedrijfskantine. Maar is alles wel zo anders? Het lijkt soms of de afgelopen eeuw alleen de productiemiddelen zijn verwisseld. In plaats van op machines draaien bedrijven nu op mensen. In plaats van ijzer en hout verwerken die informatie. Ondernemers verdoezelen die postmoderne vorm van slavernij maar al te graag. 'Proactief', 'flexibel', 'innovatief', 'dynamisch', 'creactief', 'out of the box' en 'snel kunnen schakelen' zijn termen die veel voorkomen in personeelsadvertenties. Die suggereren dat de medewerker een soort ondernemer – want daar passen al die competenties bij – is die toevallig in loondienst werkt.

Ondertussen praten werkgevers over hoeveel personeel ze hebben, alsof het om aangekocht bezit gaat. Ze geven medewerkers een schouderklopje en een kerstpakket, zoals ze de machine vroeger oppoetsten en olieden. En dan heb je nog de term 'loonslaven', die vooral grappend gebruikt wordt, maar ook echt iets onthult over de verhoudingen binnen de bedrijven. Even veelzeggend is dat negen van de tien medewerkers het nog steeds over hun 'baas' hebben als ze doelen op hun werkgever of leidinggevende.

Het wordt tijd voor een ander soort mensenhandel. Eén waarin de mensen niet ondergeschikt zijn aan de handel. De medewerker van nu is geen bezit of loonslaaf. Hij is zelfs geen informatieverwerker meer die in een keurslijf van regels, procedures en systemen zijn werk zit te doen. Hij is een kenniswerker. De essentie daarvan is dat hij zelf nieuwe diensten en producten verzint in plaats van door anderen bedachte ideeën uitvoert. Dat hij niet één trucje eindeloos herhaalt, maar zijn hele persoonlijkheid meeneemt naar zijn werk. Dat hij niet alleen helpt het bedrijf te ontwikkelen, maar ook zichzelf. Zie hier de contouren van de Nieuwe Werkende Mens die centraal staat in het boek 'MensenHandel, de bevrijding van de loonslaven'. En van de slavendrijvers in de slipstream. Want de werkgever dient ook bevrijd te worden van al die traditionele denkbeelden over arbeidsrelaties die hem of haar volledig in de weg zitten in deze tijd.

Het boek propageert dat werkgevers en medewerkers vrijwillig samenwerken. Dat medewerkers zichzelf niet ter beschikking stellen van het bedrijf, maar het bedrijf zijn. Het gaat over werkgevers en medewerkers die allebei flexibel zijn. Dan heb je het over mensen die fluitend naar hun werk gaan en fluitend weer naar huis gaan. Het gaat over Mooie MensenHandel. Niet handel in mooie mensen – al denk ik dat je van fijn werk ook echt mooier wordt, zowel van binnen als van buiten – maar een mooi en menselijk soort handel.

Ik denk dat de cruciale factor bij Mooie MensenHandel de houding van de ondernemer is. Ondernemers klagen vaak dat 'hun personeel' de kantjes eraf loopt of niet in beweging te krijgen is. Maar ze zouden eerst eens naar zichzelf moeten kijken. Dragen ze zelf niet bij aan dit soort gedrag? Zijn ze er misschien zelfs de oorzaak van? Stimuleren ze het wel dat het team zelf initiatief neemt? Is er ruimte – letterlijk en figuurlijk – om te experimenteren? Kunnen medewerkers met wilde ideeën komen en fouten maken zonder dat ze worden weggehoond of op hun vingers getikt?

Vaak worden mensen beperkt door te krappe functieomschrijvingen of een woud van regels en procedures. Dan is het nogal tegenstrijdig om tegelijkertijd initiatief van ze te verwachten.

Een enorme instinker is ook dat ondernemers 'alle neuzen dezelfde kant op' willen hebben. Dat hoor je vaak als een bedrijf in zwaar weer verkeert. Er wordt dan een beroep gedaan op de medewerkers om individuele vrijheid op te offeren ten behoeve van het bedrijfsbelang. Medewerkers mogen bijvoorbeeld niet meer zelf bepalen waar en wanneer ze werken. Alsof dat allemaal luxe was, Spielerei. Geen flauwekul meer, nu moeten we weer écht aan het werk, die gedachte. Dat gaat uit van het volkomen achterhaalde idee dat de belangen van medewerker en het bedrijf haaks op elkaar staan. Alsof medewerkers vrijheid vooral gebruiken om te lanterfant. Tja, als je dat denkt als ondernemer, kwéék je waarschijnlijk ook zo'n mentaliteit.

Alle neuzen dezelfde kant op is de dood in de pot. Serieuze onderzoeken naar innovatie laten allemaal zien dat het bedenken van nieuwe producten en diensten vooral gebaat is bij diversiteit. Uit een heterogene groep mensen komen veel baanbrekende ideeën voort dan uit een homogene groep. Neem ze dus aan, die eigenwijzeriken en mensen met een vlekje. En haal meteen de schotten tussen functies en afdelingen weg. Voor innovatie – en dat is de motor van groei – moet je met elkaar kunnen praten, ideeën uitwisselen, experimenteren, speelruimte hebben.

In zo'n soort bedrijf staan werkgever en medewerkers niet als vijanden tegenover elkaar, zoals in een slecht huwelijk, maar zijn ze elkaars danspartners. Ze dansen samen de tango. En ze leiden elkaar. Dan weer neemt de een het initiatief, dan weer de ander. Zo'n soort bedrijf – ik spreek uit ervaring – is een supermagneet. Zowel voor talenten als voor klanten. Dat laatste moet ik even uitleggen. Ik geloof niet in klantgericht zijn. Ik geloof in mensgericht zijn. Eerst de mensen, dan de handel. Ik ben ervan overtuigd dat je als ondernemer van binnen naar buiten moet werken. Eerst je kernwaarden vaststellen en daar naar handelen.

Dan volgen de kernklanten vanzelf. Want een superteam is behalve je beste danspartner ook je grootste superpromotor.

Veel mensen zijn nieuwsgierig naar hoe wij dat gedaan hebben, niet alleen een bedrijf oprichten en laten groeien, maar dat ook nog eens doen met zeer gemotiveerde mensen die zichtbaar plezier hebben in hun werk. Ik heb de vraag naar succes altijd net zo oninteressant gevonden als de vraag naar mislukking. Die riekt teveel naar de allerslechtste sollicitatievraag: wat zijn je goede en slechte eigenschappen? Ik kreeg die vraag ooit zelf en zei toen dat ik in eigenschappen geloof, niet in goede en slechte. Dezelfde eigenschappen kunnen je zowel verder helpen als belemmeren. Ik heb die baan niet gekregen.

Laat ik meteen een geheimpje verklappen: toen wij ons bedrijf begonnen, waren wij absoluut niet van plan te bereiken wat we nu bereikt hebben. Een dichtgetimmerd plan was er niet. Eigenlijk zou je het dus een mislukking kunnen noemen. Want volgens veel mensen is iets mislukt als het anders is gelopen dan gepland. Maar that's when the magic happens! Alles dat anders loopt, creëert mogelijkheden die je nog niet had bedacht. En dat is juist spannend en inspirerend.

Mijn definitie van succes is dat je in staat bent om je mislukkingen in goede banen te leiden. Samen met je mensen. **Want in een succesvol bedrijf kunnen mensen dromen, ondernemen, experimenteren, leren en groeien. Als dat niet kan, boek je op de korte termijn misschien mega hoge winsten, maar kweek je op de lange termijn chagrijn, maagzweren en een atmosfeer waarin medewerkers zich in de eerste plaats afvragen wanneer ze weer naar huis mogen. Ook zullen de klanten uiteindelijk weglopen. Want die willen niet met dit soort medewerkers te maken krijgen.**

'MensenHandel, de bevrijding van de loonslaven' is een pleidooi voor het soort mensenhandel waaraan ondernemers zich absoluut wél schuldig moeten maken. Het soort mensenhandel dat persoonlijke groei stimuleert en (zelf)vertrouwen in individuen en teams kweekt, waardoor organisaties gaan groeien en bloeien. Het soort mensenhandel dat een bedrijf succesvol maakt. Het soort mensenhandel dat mensen op de eerste plaats zet en handel op de tweede. O ja, ik vertel ook nog welke slimme en domme beslissingen wij in de afgelopen tien jaar heb genomen. Zodat je na het lezen van dit boek een beetje snapt waarom Het PR Bureau en ik staan waar we staan. Ik snap het zelf nu in elk geval iets beter.

Ondernemers aller landen, verenigt u in Mooie Mensenhandel!