

41.

Je voelt je betrappt om wat je deed, dacht, voelde of om de fout die je maakte. Schaamte en misschien ook schuld maken vaak dat je jezelf inhoudt. Je laat je werkelijke zelf maar niet meer zien. Je laat iets anders naar de buitenwereld zien dan er van binnen speelt.

Het is menselijk om de schuld of schaamte te verbloemen; te doen alsof er niets gebeurd is. “Zand er over.” Ook professionals en teams in bedrijven en organisaties kunnen zich schamen. Vaak is dat trouwens het tegenovergestelde van wat ze openbaar maken in marketing en PR.

Kijk eens naar de banken. In 2011, vlak na de hypotheek-crisis, schamen banken zich voor hun gedrag in het recente verleden, toen ze er blijkbaar (realiseren ze zich nu) niet voor hun klanten waren: “Hoeveel Bank wil je hebben?” (ING), “Een bank met ideeën” (Rabo), “De bank anno nu (ABN Amro) en “Willen is kunnen” (Friesland Bank)!

Waarom gaan ze niet in dialoog met hun klanten over wat ze van de situatie geleerd hebben en hoe ze dit -samen met hun klanten- in de toekomst kunnen voorkomen? Uit angst voor het oordeel? Uit angst voor juridische procedures? Schaamte?

De andere kant van het verhaal is immers dat er klanten waren die uit hebzucht die ‘foute producten’ kochten. Producenten en consumenten, samen hielden we het systeem in stand. En zolang we praten in termen van 'schuld' en 'boete' is de crisis nog niet voorbij.

42.

Als schaamte leidt tot het verbloemen van een fout (verkeerde product) en als het leidt tot verbergen van de intenties (geld verdienen), dan kun je er als professional/team/onderneming/bedrijf/consument niet van leren.

43.

Wie schaamt zich niet voor een fout die zojuist openbaar werd. Op school toen je voor de klas een ‘stom’ antwoord tijdens een mondelinge overhoring. Of toen je de verkeerde persoon (bleek achteraf) een persoonlijke gedachte toevertrouwde. Iedereen kent wel een moment van schaamte.

Op het persoonlijke niveau, je identiteit, kun je geen fouten maken als je intenties kloppen. Je bent bijvoorbeeld authentiek, inspirerend, deskundig en charmant en dat kunnen anderen ervaren, meemaken, voelen ...

Stel je voor dat je binnenwereld wel zichtbaar wordt. Dan zien anderen wat je onder de oppervlakte bezig houdt. Dat is een kwetsbaar, maar krachtig en heel persoonlijk stuk. Mensen die zich schamen zijn mooie mensen. Bij twijfel wel, maar bij schaamte niet inhouden. Dat is mijn devies, want schaamte is als gestolde passie.

44.

“Groei in economische zin is alleen nog verantwoord als er ook sprake is van een duurzame ontwikkeling.” Dat wil zeggen als we het vermogen van toekomstige generaties om in hun eigen behoeften te voorzien niet in gevaar brengen.

Dat is het morele standpunt dat we met Brundtland kunnen delen.

45.

De crisis is een uitgelezen kans voor innovatieve en duurzame bedrijven. Groei is mogelijk voor bedrijven, die het leven van mensen veraangenamen met duurzame producten en diensten, die met hun vakmanschap en service vertrouwen winnen.

De groei is voor traditionele bedrijven veel moeilijker te bereiken, omdat het vertrouwen van consumenten en dat van banken in elkaar tot het nulpunt is gedaald. In deze crisis is geld schaars en vertrouwen gering.

Ook in economische zin is duurzame groei het enige perspectief.

46.

Duurzame relaties zijn gelijkwaardige en wederkerige relaties met alle stakeholders binnen en buiten de onderneming.

Dat betekent dat leiders in organisaties en bedrijven al hun stakeholders vragen: “wanneer heb ik het voor jou goed gedaan?” En vervolgens samen in dialoog gaan om de verschillende perspectieven te onderzoeken. Zij zijn niet bang voor verschillen.

47.

Onderzoek eerst je motieven. Als je intenties kloppen, kun je alles vragen, zeggen of aan de kaak stellen.

Als je intenties kloppen, zullen je gesprekspartners je meestal geven wat je nodig hebt. En als je dan krijgt wat je nodig hebt, is dat meestal is dat iets om van te leren. Ook al is lang niet altijd prettig of aangenaam.

Bij twijfel over je motief of als je motief zelfbevestiging is, heb je nog meer (intern) zelfonderzoek te doen. Een leider stelt dan een interventie uit.

48.

Als je weet wat je wilt en dat vervolgens aan de goede persoon vraagt, krijg je het ook nog.

49.

Als je inspireren wilt, houd je dan niet bezig met de ontvanger van de boodschap. Dat leidt alleen maar af van wat je te zeggen hebt.

Inspireren is leven blazen in iets dat er al is. Dus, je hoeft alleen maar je mond op te doen en te vertellen wat je bezig houdt. Je ogen gaan glimmen omdat je er zelf in gelooft. En dat maakt het voor de meeste luisteraars interessant om naar je luisteren en te kijken, op te gaan in je verhaal.

50.

Leiderschap is een functie van de groep, het team en/of de organisatie. Niet andersom.

Leiderschap is per definitie dienstbaar aan de ontwikkeling van een groep. Zonder groep geen leider en geen leider zonder groep.

De praktijk is vaak anders, helaas. Er zijn leiders (lees: managers) die in de veronderstelling verkeren dat het aan de groep is om (hem) te volgen. Het is de ware leider die de groep volgt, doet wat nodig is in de ontwikkeling van de groep. Leiders maken zichzelf op termijn overbodig.

51.

Een leider is ook iemand die een beslissing kan nemen als het moment daar is. Een leider is ook iemand die van een faciliterende rol naar een directieve rol kan schakelen. Ook dan staat leiderschap in dienst van de groep.

52.

Waarachtige leiders hebben geen volgelingen.

Niet omdat de leiders niet de moeite waarde zouden zijn om te volgen, omdat ze geen goed verhaal hebben of omdat ze geen succes hebben in wat ze doen, maar omdat ware leiders geen volgelingen willen.

Leiderschap zet mensen aan tot nemen van verantwoordelijkheid. Als iedereen verantwoordelijkheid neemt is leiderschap geslaagd. Ware leiders maken zichzelf overbodig.

Ware leiders zijn waarachtige leiders.

53.

Als professioneel gedrag niet dienstbaar is, is het in ieder geval geen leiderschap, want leiderschap is per definitie dienstbaar.