

### **Prediker voor Managers** (2010) Auteurs: J. Hoogland & M. Verkerk

Wat heeft oud-testamentische Bijbelboek Prediker met ondernemerschap en leidinggeven te maken? Verrassend veel laten de auteurs zien door hun bedrijfskundig onderzoek en filosofische reflecties die je uitnodigen op een andere manier naar jezelf en je organisatie te kijken.

Waarom werk ik zo hard? Wat wordt mijn strategie en hoe geef ik sturing aan mijn organisatie? Waarom vindt ik het zo belangrijk om succes te hebben? Het zijn trage vragen, vragen waar je niet direct een antwoord op hebt, vaak voor je uit schuift of probeert te onderdrukken. Steeds meer ondernemers ontdekken dat het leven meer is dan marktaandeel en rendement. Ze voelen dat er belangrijkere dingen zijn dan status en geld. Trage vragen nodigen uit tot diepe reflectie.

### **ijdelheid**

We geloven zo graag in de vooruitgang en we willen zo graag een zinvolle bijdrage leveren aan de maatschappij, maar als we eerlijk zijn dan moeten we erkennen dat het vaak zo anders loopt. Telkens doen we weer de ervaring op dat onze activiteiten Lucht en leegte (ijdelheid) zijn. Vaak niet meer dan het "najagen van wind". Met die werkelijkheid van plannen en teleurstelling moeten we kunnen omgaan; zonder zelf overschatting, maar ook zonder mismoedigheid. Dat vraagt om levenswijsheid waarover de Prediker het nodige heeft te zeggen.

Aan de andere zijde wijst de Prediker als we wel succes hebben het genieten ervan niet af. Prediker keurt genieten, rijkdom en overvloed niet af als iets dat moreel slecht zou zijn, het dient alleen nergens toe, zo vervolgt hij. Je zou het zo kunnen zeggen die rijkdom en overvloed dragen niet bij aan een vervuld of zinvol leven.

Ondernemers die wel hun plezier en voldoening (proberen) te halen uit de beoogde resultaten kunnen dit resultaat opvatten als de maatstaf voor een vervuld en zinvol leven. Hoeveel de ondernemer ook beheerst en hoe groot zijn controle over de "knoppen van de organisatie" ook is, hij heeft zijn leven uiteindelijk niet in de hand. Wie dus levensvervulling zoekt in eigen inspanning en in de controle over de organisatie, komt bedrogen uit.

### **Genieten**

Om echt te kunnen genieten moet je leven er niet op gericht zijn en moet

## Salomo Advies

je de mogelijkheid tot genieten kunnen ontvangen als iets wat je toevalt. Omdat als leider te kunnen, zul je je open moeten stellen voor je organisatie en wat daarin voor waarden kan worden aangetroffen: de inherente kwaliteit van de producten die gemaakt worden of de diensten die verleent worden. De liefde of betrokkenheid van je medewerkers voor hun werk of producten. Het plezier dat de klanten daarvan ondervindt. Als je je daarvoor niet kunt openstellen, lijkt het vermogen te ontvangen verloren te zijn gegaan.

De kunst van ontvangen vraagt om onbevangenheid, om het vermogen controle los te laten. Het is zelfoverschatting te beweren dat je over dat vermogen beschikt of die kunst beheerst.

### **Plannen maken**

Roept de Prediker dan op om alles maar lijdzaam af te wachten en geen plannen te maken en doelen te stellen? Mogen we dan niet uitzien naar succes?

Zeker wel!

Ondernemers moeten met wijsheid te werk gaan. Het gaat om een bepaalde houding, weten wat te doen in bepaalde concrete situaties, met de bereidheid tot (zelf)reflectie en lef. Als je blijft hangen in onzekerheid, en blijft wachten op het beste moment, dan zal je niet veel klaar spelen. Zijn boodschap is: blijf niet bij de pakken neerzitten, ga iets doen, Handel!

Laat je niet verlammen, accepteer dat de toekomst verborgen is en erken dat de ene keer wel zal lukken en de andere keer niet. Steek je handen uit de mouwen in het vertrouwen dat altijd wel ergens toe zal leiden. (werp uw brood uit over het water....)

Op het moment dat mensen gaan handelen, creëren ze namelijk tastbare resultaten in de context waarin ze leven. Dit helpt hen te ontdekken wat er gebeurt, wat begrepen moet worden. Een plan is nodig om een organisatie in beweging te krijgen en actie is nodig om te kunnen leren en om de juiste koers te vinden.

**Analyses, plannen en strategieën zijn dus wel degelijk van belang; niet omdat ze altijd 'goed' of 'waar' zijn, maar omdat ze organisaties in beweging zetten.**