

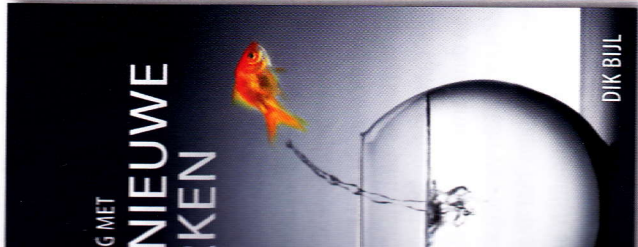
in het communisme. Het kapitalisme wordt overwinnend, met als gevolg de rationalisering van de ondernemingen. Het verandert, vooral door de technologische vooruitgang. We houden vast aan de oude ideeën, maar niet meer past bij de nieuwe realiteit. De lange roofoverval staat men nu voor de keuze: ofwel wordt de menselijke welzijn bedreigd door de ecologische omgeving.

Het boek 'Nieuwe Werken' is de theoretische basis van het boek 'Nieuwe Werken'. Het brengt de ervaringen van de afgelopen jaren anders dan in het Rijnlandse christendom. Het veranderingen in vier organisaties, uitgebreid

door Rabobank en Microsoft en beknopt bij SNS Real en UVIT. Rabobank noemt als resultaat meeropbrengst en besparing, omdat de medewerkers meer plezier in hun werk en een grotere verantwoordelijkheid hebben. Er is minder ziekteverzuim en minder verloop. Je bereikt meer met dezelfde mensen.

Bij Het Nieuwe Werken gaat het niet om een nieuw organisatie-model invoeren. De hele organisatie wordt geraakt, veranderd en vernieuwd als een top-down intentioneel veranderingsproces. De aanpak verloopt in vijf fasen.

Dit is geen gemakkelijk leesbaar boek, maar wel een gedegen verhandeling over Het Nieuwe Werken. Ofschoon de spirituele dimensie niet expliciet wordt uitgewerkt, is deze wel impliciet aanwezig om verder te worden uitgewerkt. Een goede literatuurlijst en een test om te toetsen of een organisatie al rijp genoeg is voor Het Nieuwe Werken verhogen de kwaliteit van het boek.



Het Nieuwe Werken – 191

2009
8 01 0

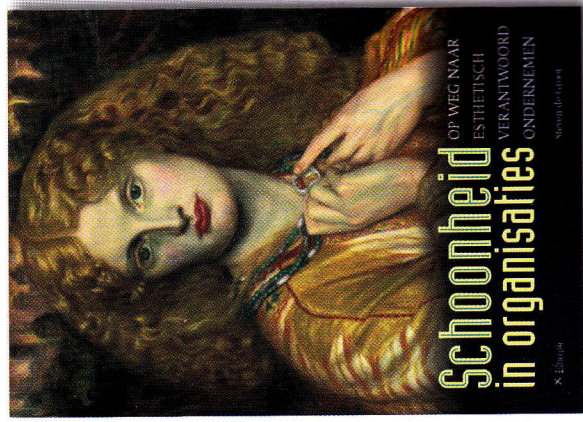
dat er wel behoefte is aan schoonheid, maar dat er weinig organisaties zijn die zich bezighouden met Esthetisch Verantwoord Ondernemen. Volgens Hulshof (Koninklijke Hulshof's Verenigde Fabrieken) 'hebben familiebedrijven oog voor schoonheid, want ze denken geïntegreerd, vertonen veel commitment en trots, bieden zekerheid en ze zijn een monument dat behouden moet worden voor de familie' (p. 75). Er blijkt een groot verschil te zijn tussen de aandacht voor het 'zijn' van de organisatie en de schoonheid van het collectieve. De Groot vraagt zich af: 'Wat gebeurt er met ons tijdens onze dagelijkse rit naar en van ons werk? Wat gebeurt er met ons als we de entree tot ons werk ingaan? Waarom nemen we genoegen met minder schoonheid op ons werk dan buiten ons werk?' (p. 87).

Engbert Breuker, chief Emotion Officer van Penta Scope en winnaar van Great Place to Work: 'Penta Scope is meer dan goed. Penta Scope kenmerkt zich door mooie mensen (innerlijke schoonheid, balans). Maar ook de bevestiging dat de wijze van sturen iets oplevert (namelijk schoonheid, plezier, etc.) kenmerkt onze organisatie. Het zit in het 'zijn' van de organisatie, in de collectieve waarden van medewerkers. Dat levert een leukere en mooiere wereld op' (p. 92). In het boekje Typisch Randstad dat is geciteerd door de Groot, meer staan helder en eenvoudig de manieren, waarden, tone of voice en huisstijl van Randstad: 'Aandacht voor schoonheid is onderdeel van goed werkgeverschap' (p. 92).

De Groot werkt een stappenplan uit voor Esthetisch Verantwoord Ondernemen met een groot aantal oefeningen, die hij Organisational Beauty Program noemt. Door al deze fasen loopt als rode draad de bewustwording van de schoonheid als organisatie-waarden en competenties. De geïnteresseerde lezer kan met de volgende drie vragen beginnen. Hoe mooi is mijn organisatie momenteel? Vind ik het nodig om mooier te worden? Kan ik gaan werken aan een mooiere organisatie?

Dit boek beperkt zich strikt tot schoonheid en rept met geen woord over zingeving en spiritualiteit, die als geestelijke beleving zeker met schoonheid te maken hebben. Wat mooi is, is volgens De Groot

bezielend en adembenemend, een bewustwording van het zijn van de organisatie. Hij verwijst naar de SQ (Spirituele Quotient) en beweegt zich impliciet op het spirituele niveau van de zingeving, maar gaat daarop verder niet in. Het boek is zeker aan te bevelen voor iemand die belangstelling heeft voor schoonheid en daarvoor een degelijk wetenschappelijk overzicht zoekt.



Steven de Groot

Schoonheid in organisaties. Op weg naar Esthetisch Verantwoord Ondernemen – 141 pagina's

Delft: Eburon, 2007

ISBN 978 90 5972 159 3