

Informatie over de Lijst 'Mooie organisaties van Nederland'

A. Wat is het doel van de lijst?

In Nederlandse organisaties prevaleert het denken in termen van winst, efficiency, aandeelhouderswaarde en planning & control. Het Genootschap ter bevordering van schoonheid in organisaties signaleert een verbreding van deze oriëntatie naar meer aandacht voor aspecten als culturele en maatschappelijke waarden, vakmanschap, zingeving en ontwikkeling van medewerkers. Een verbreding of verschuiving van 'goed ondernemerschap' naar 'mooi ondernemerschap'.

Het Genootschap wil de aandacht voor esthetische aspecten van ondernemerschap stimuleren door het uitschrijven van de Lijst 'Mooie organisaties van Nederland'.

Deze lijst dient drie doelen:

1. Het stimuleren van aandacht voor schoonheid in organisaties in Nederland;
2. Het onderscheiden van mooie en minder mooie organisaties door het toepassen van beoordelingscriteria (onderzoek);
3. Het opbouwen van *beautiful practices* (voorbeelden van 'mooie organisaties').

De lijst richt zich op de mate waarin organisaties invulling geven aan esthetische aspecten van ondernemen.

Uitdrukkelijk moet vermeld worden dat de lijst niet leidt tot een uitspraak wat de mooiste organisatie van Nederland is, maar slechts die organisaties waardeert die zichzelf (de medewerkers) als mooi ervaren en die aandacht geven aan de esthetische aspecten van ondernemerschap.

Aan de hand van de onderdelen van het 7 S'en-model (Shared values, Strategy, Structure, Systems, Staff, Style en Skills) worden organisaties bevraagd op ongeveer veertig esthetische aspecten van hun organisatie. Voorbeelden hiervan zijn de beleefde schoonheid (schoonheidsoordeel) van de kwaliteiten van medewerkers, van sturing, van de werkplek & inrichting, van strategie van de organisatie, van de interne samenwerking, producten en diensten en van processen.

Tevens worden organisaties beoordeeld op het ethisch aspect van hun bijdrage aan de maatschappij.

B. Waarom deelnemen?

Waarom zou uw organisatie op de lijst willen staan? Als uw organisatie zich herkent in de aspecten van een 'mooie organisatie' of 'mooi ondernemerschap', kan deze zich laten onderwerpen aan de toets voor 'mooie organisatie van Nederland'.

In 2008 gingen Rabobank Woudenberg, Ormit, Universitair Medisch Centrum Groningen en Tandarts Verhoeve u voor.

Als eerste toets kunt u de 'Quick scan Schoonheid in organisaties' invullen op de site van het genootschap (zie <http://www.schoonheidinorganisaties.nl/frame/wedstrijd.html>).

Deelname aan de lijst geeft zicht op hoe uw medewerkers de esthetische aspecten van uw organisatie beoordelen en waarderen. Verder geeft deelname zicht op hoe uw organisatie kan komen tot een nog mooiere organisatie door te leren van andere mooie organisaties.

Plaatsing op de lijst 'Mooie organisaties van Nederland' kan leiden tot:

- imago van 'mooie organisatie';
- verhoogde zichtbaarheid en verbeterd imago van uw organisatie;
- verhoogde motivatie en trots van uw medewerkers, klanten en andere belanghebbenden;

- toestroom van talent;
- media-aandacht.

De organisaties op de lijst zullen door de nationale media-aandacht profiteren en erkend worden als een organisatie 'waar het fijn is om te werken en waar mooie dingen gebeuren'.

Iedere deelnemende organisatie ontvangt gratis een individueel en vertrouwelijk rapport met de resultaten van de werknemers-enquête.

De deelnemende organisaties zullen bovendien het Genootschap ter bevordering van Schoonheid in Organisaties de gelegenheid krijgen om benchmark-rapporten te bestellen, waarin hun relatieve rangschikking ten opzichte van andere bedrijven en organisaties duidelijk op een rijtje worden gezet.

C. Wat is de prijs?

De prijs bestaat uit een vermelding op de lijst van mooie organisaties en een oorkonde. De lijst wordt bekend gemaakt in juni 2010. Het Genootschap ter bevordering van Schoonheid in Organisaties draagt zorg voor de persberichten voor landelijke media. Alle verkregen informatie wordt uiterst zorgvuldig en volledig vertrouwelijk behandeld.

D. Wie kunnen mee doen aan de lijst?

Elke in Nederland gevestigde organisaties die als zelfstandige juridische organisatie met 20 of meer full- en parttime medewerkers kan deelnemen aan dit initiatief.

Dat betekent dat er geen organisatieonderdelen zoals een afdeling research of een aparte business unit kunnen meedoen, tenzij deze als zelfstandige juridische organisatie bestaan.

Uw organisatie kan op ieder moment mee doen¹. De inschrijftermijn voor deelname aan de lijst sluit op 1 maart april 2010. De bekendmaking van de lijst zal plaats vinden in de maand juni 2010.

E. Welke inspanning moeten deelnemende organisaties leveren?

De esthetische aspecten (zie bijlage 1) van uw organisatie worden bevraagd door middel van een vragenformulier (bij voorkeur elektronisch) die door 20 of meer² medewerkers van uw organisatie moet worden ingevuld.

Het invullen van de vragenformulier kost ongeveer een kwartier per persoon.

Daarnaast moet uw organisatie bij deelname een jaarverslag inzenden en indien aanwezig een sociaal jaarverslag en een duurzaamheid-rapport. Binnen uw organisatie moet er iemand aangesteld die het invullen van de vragenlijsten coördineert en optreedt als contactpersoon naar het genootschap.

F. Hoe ziet het nominatieproces eruit?

Het proces van deelname gaat als volgt:

1. Maak uw interesse in deelname kenbaar aan het genootschap (mail@schoonheidinorganisaties.nl). KULTIFA stuurt u een informatiepakket met een opdrachtbevestigingsformulier. Nadat dit formulier is ingevuld en ondertekend en het inschrijfgeld is ontvangen door KULTIFA, is de deelname van uw organisatie definitief.

¹ We starten een onderzoekstrits bij deelname van 5 organisaties.

² Afhankelijk van de omvang van de organisatie, zie F.

Het inschrijvingsgeld voor deelname aan dit onderzoek en de lijst hangt af van de grootte van uw organisatie:

- 20 tot 200 medewerkers: 1500 euro (excl. btw);
- 200 tot 500 medewerkers: 2250 euro (excl. btw);
- 500 tot 1000 medewerkers: 2750 euro (excl. btw);
- meer dan 1000 medewerkers: 3250 euro (excl. btw).

Hiervoor ontvangen de deelnemende organisaties het volgende:

- Ondersteunend materiaal voor de interne organisatie van het onderzoek (zoals communicatierichtlijnen, voorbeeldemail);
 - De vragenlijsten (in principe elektronisch en bereikbaar op een internetsite via een persoonlijke inlogcode);
 - Opvolging van de respons;
 - Verwerking de ingevulde vragenlijsten;
 - Feedbackrapport (informatie over het onderzoek + kwantitatief overzicht van de resultaten van de eigen organisatie op de werknemersniveau + overzicht van de antwoorden van de medewerkers op de open vragen).
2. Wanneer uw organisatie tussen de 20 en 250 werknemers telt, ontvangen 20-50 werknemers de vragenlijst voor de werknemers. Indien uw organisatie meer dan 250 werknemers telt, dan vragen wij uw organisatie een ad random selectie te maken van werknemers op basis van de onderstaande tabel.

Aantal medewerkers	Steekproef
20-100	20
100-250	50
250-500	100
500-2000	200
2000-3000	250
3000-5000	275
5000-7000	300
7000-10.000	400
10.000-15.000	500
15.000-20.000	800
20.000-25.000	900
25.000-30.000	900
30.000-35.000	925
35.000-40.000	925

De (geselecteerde) werknemers vullen de vragenlijst **binnen 2 weken na ontvangst** van in.

3. Afhankelijk van de periode en het aantal deelnemende organisaties begint de jury van de lijst met het evalueren van de organisaties die hebben mee gedaan. Na de evaluatieperiode wordt contact opgenomen met deze organisaties en ontvangen zij de feedbackrapportage.
4. **Juni 2010** maakt de jury bekend wie op de lijst van 'Mooie organisaties van Nederland' staan.

G. Wie organiseert de lijst?

De lijst wordt tweejaarlijks georganiseerd door het Genootschap ter bevordering van schoonheid in organisaties. Het onderzoek wordt uitgevoerd door het IVA Instituut voor beleidsonderzoek en advies (gelieerd aan de Universiteit van Tilburg).

Dit initiatief wordt ondersteund door het IVA Instituut voor beleidsonderzoek en advies, Great Place to Work, Focus Conferences, Vakcentrale CNV, Centre for Human Emergence en InAxis (Ministerie van Binnenlandse Zaken).



H. Wie beoordeelt?

Het IVA Instituut voor beleidsonderzoek en advies en KULTIFA voeren het onderzoek uit.

Zij wordt bijgestaan door een Comité van Aanbeveling met leden die kennis hebben van esthetische aspecten van organisaties en ondernemerschap, ervaring hebben met wetenschappelijk onderzoek en de beoordeling van organisaties en esthetisch ondernemen verder willen stimuleren.

Het Comité van Aanbeveling bestaat uit de volgende personen:



- Bert van Boggelen (secretaris en lid dagelijks bestuur Vakcentrale CNV);
- Steven de Groot (senior onderzoeker organisatieontwikkeling bij het IVA en KULTIFA en auteur van het boek 'Schoonheid in organisaties');
- Mathieu Weggeman (hoogleraar organisatiekunde, in het bijzonder Innovatie Management aan de Faculteit Technologie Management van de Technische Universiteit Eindhoven en Chef Innovatie bij de Baak Managementcentrum VNO-NCW);
- Paul van Hal (manager InAxis, Ministerie van Binnenlandse Zaken).

Daarnaast zal een expertgroep van ethici de bijdrage van de organisatie aan de samenleving beoordelen op de ethische aspecten.

I. Hoe kom ik aan meer informatie?

Op de site van het genootschap (www.schoonheidinorganisaties.nl) vindt u meer informatie over dit initiatief. Verder kunt u Steven de Groot benaderen via sdegroot@kultifa.nl of bellen naar 06 25062786

Bijlage 1 Schoonheidsdragers in organisaties



Medewerkers	<ol style="list-style-type: none">1. kwaliteiten2. samenstelling3. ambities4. oog voor vakmanschap en het ambachtelijke van het werk5. werkinstelling of werkhouding (m.n. verantwoordelijkheid, betrokkenheid en collegialiteit)
Managementstijl	<ol style="list-style-type: none">6. kwaliteiten7. wijze van leiding geven8. geboden uitdagingen9. aandacht voor nieuwe ideeën10. balans tussen organisatiedoelen en individuele doelen
Systemen	<ol style="list-style-type: none">11. afstemming van activiteiten12. huisstijl13. hoeveelheid vrijheid en verantwoordelijkheid14. geïnformeerd worden over wat er speelt in bedrijf15. afstemming tussen management en medewerkers
Cultuur	<ol style="list-style-type: none">16. bedrijfsopvattingen ('zo werken wij hier')17. rituelen (zoals ceremonies, taal, grappen en omgangsvormen)18. houding tegenover belanghebbenden zoals klanten, leveranciers, financiers, bestuur, gemeente of omwonenden19. saamhorigheid en gelijkgerichtheid: met z'n allen werken aan dezelfde doelen (collectieve ambitie)20. werksfeer
Strategie	<ol style="list-style-type: none">21. producten en/of diensten22. beeld van de organisatie (imago)23. missie24. doelen25. bijdrage aan de samenleving26. contacten met belanghebbenden zoals klanten, leveranciers, financiers, bestuur, gemeente of omwonenden
Structuur	<ol style="list-style-type: none">27. werkplek28. inrichting & aankleding29. samenwerking30. ruimte voor ontwikkeling & ontplooiing31. alles heeft met elkaar te maken in de organisatie (evenwicht en logische verbinding)