

Congresverslag

Dr. Isolde van Roekel - Kolkhuis Tanke is eigenaar van onderzoeks- en adviesbureau Kolkhuis Tanke/*duurzaam leren in organisaties*. Vanaf 2012 is zij tevens hoofdredacteur van O&O. E-mail: i.van.roekel@kolkhuis-tanke.nl

Strategisch leren & ontwikkelen

Op 13 oktober konden bezoekers van Performa 2011 deelnemen aan de door NVO2 en Vetron georganiseerde Masterclass 'Strategisch leren en ontwikkelen in organisaties'.

In een 'masterclass' laat de meester in het vak zijn leerlingen zien hoe hij vakmatig te werk gaat en begeleidt hij hen in de toepassing. De gekozen opzet kwam hierin zoverre aan tegemoet dat zichtbaar werd hoe ervaren adviseurs complexe vraagstukken van opdrachtgevers analyseren en aanpakken. En vervolgens nog de slag erbovenop: hoe een deskundige jury oordeelt over de gepresenteerde bijdragen van deze adviseurs/opleidingsaanbieders. Dit alles aan de hand van twee door klanten ingebrachte cases.

Fusie tussen ministeries

Onder leiding van dagvoorzitter Rick de Rijk (voorzitter Vetron en directeur Gooiconsult) werd de eerste casus geïntroduceerd. Saskia van Hasselt (werkzaam bij het door fusie ontstane ministerie van Infrastructuur en Milieu) vertelt hoe het ontwikkelen van een nieuwe, gezamenlijke identiteit momenteel een belangrijke opgave is voor het ministerie van I&M. Hoe kan hier door het leren en ontwikkelen van medewerkers een bijdrage aan geleverd worden? Vier opleidingsaanbieders presenteren kernachtig hoe zij dit leer-/opleidingsvraagstuk geanalyseerd hebben en welke oplossingen en interventies zij voorstellen.

Op zoek gaan naar verbinding en vertrouwen; dat vormt in vrijwel alle presentaties de kern. Bijvoorbeeld door met een multidisciplinaire groep op zoek te gaan naar een gezamenlijk doel. Daar is vooraf geen plan voor, dat is een weg die

je samen moet ontdekken. Dialoog en reflectie blijken een essentiële rol te spelen in de voorgestelde interventies. Reinier van de Monde (bureau Leeuwendaal) draagt daartoe 'corporate storytelling' aan: laat mensen elkaar de verhalen vertellen van vroeger en van nu. 'Laad' als het ware de oude verhalen in een gedeeld nieuw verhaal.

Petra Kramer en Dennis Fidder (Gooiconsult) laten de zaal aan de hand van een ludiek opdrachtje zien dat teveel spanning en onzekerheid mensen doet verkrampen; dat je als organisatie oog moet hebben voor de emotionele transitie die zo'n fusie voor mensen kan inhouden. Ook hier komt naar voren hoe belangrijk het is recht te doen aan het 'vroeger', om van daaruit de stap naar het 'nu' te kunnen maken.

Vier deskundige juryleden beoordelen de bijdragen van de aanbieders: Suzanne Verdonschot (Kessels & Smit), Lucas van Wees (KLM en NVP), Paul Jansen (Vrije Universiteit) en Nina Lazeron (Academia Aemstel en NVO2). Uit hun kritische - maar vooral waarderende - feedback blijkt dat bureau Gooiconsult hoge ogen gooit bij de juryleden én de klant, vooral vanwege de aandacht voor de emotionele dimensie van het vraagstuk.

Generatiediversiteit in de vleeswarenindustrie

Casus twee wordt ingebracht door Annemarie Kuks (HR-directeur Stegeman en bestuurslid NVO2). Zij vertelt dat een grote groep medewerkers bij Stegeman nu 45 jaar of ouder is. Hoe blijven deze (laagopgeleide) medewerkers tot hun 65e of 67e gezond, bekwaam en met plezier aan het werk en wat kan leren en ontwikkelen hieraan bijdragen?

Wederom presenteren vier opleidingsaanbieders hun analyse van de vraag en hun aanpak. Meerdere adviseurs bevelen aan het vraagstuk te vertalen naar een individugerichte aanpak: 'one size *doesn't* fit all!' Ron Wolsleger en Remo Niehot (Vergouwen Overduin) houden een pleidooi voor het teruggeven van verantwoordelijkheid aan mensen zelf: 'Ga niet als HRD-medewerker of manager voor mensen bedenken wat goed voor hen is, maar laat medewerkers zelf participeren in het bedenken van de (individueel meest passende) oplossingen.'

Vooral de stevige, goed in de maatschappelijke context geplaatste analyse van het vraagstuk door Johannes de Geus (Schouten & Nelissen) oogst veel waardering bij de vakjury. Zijn oplossing richt zich op zoeken naar de juiste 'fit' tussen het werk en de individuele medewerker. Een aansprekende gedachte, die nog wel enige concretisering behoeft.

Wat viel op?

Het was verrassend dat de verschillende aanbieders vaak vergelijkbare kernpunten noemden in hun analyse en aanpak van het klantvraagstuk: verbinding, vertrouwen en dialoog in casus 1 en meer aandacht voor de individuele medewerker in casus 2. De verschillen tussen de aanbieders uitten zich vooral in het toepassen van een bureauspecifiek werkmodel, een stevige analyse van het vraagstuk, een sprankelende diapresentatie, een overtuigende persoonlijke presentatie, planmatigheid en concreetheit van de aanpak.

Waar zouden klanten zonder HRD-achtergrond zich het sterkst door laten leiden in hun keuze? Dat lijkt mij een interessant onderliggend vraagstuk... ●