

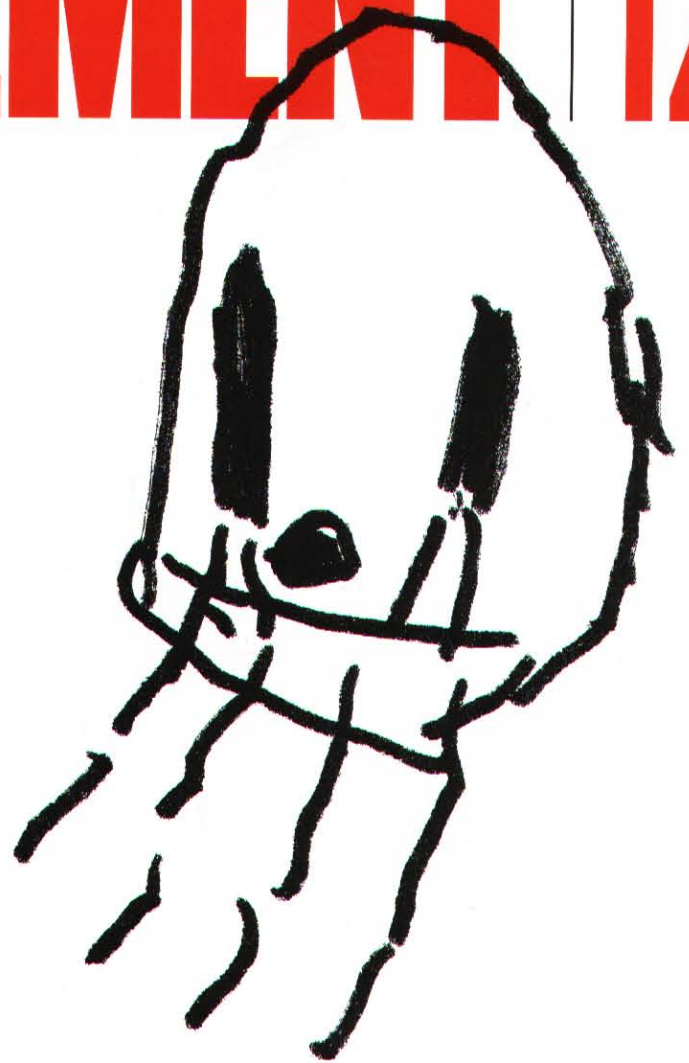
nederlands grootste business magazine

02 juli 2004
26e jaargang
€ 3,50

MANAGEMENT

12

TEAM



EMOTIE

zomerspecial

eqnomie > “Het is de ochtend van de EQnomie; een snelgroeïende samenleving die erkent dat al het menselijk handelen is geworteld in emotie.” Zo opent EQnomie Manifest, opgesteld door een communicatiedeskundige en een managementconsultant.

TEKST DOMINIQUE HAIJTEMA FOTOGRAFIE AD NUIS

DUURZAAM **GELUK** VOOR IEDEREEN

emotie is de kern. Daar draait alles om.” De ondertekenaars van het EQnomie Manifest op www.eqnomie.nl zijn eensgezind. ‘Heel mooi’ en ‘heel waar’ vinden ze de twaalf stellingen van initiatiefnemers Albert Hakkert en Paul Jansen. Het manifest laat zich samenvatten op een klein visitekaartje, met stellingen als “Mensen willen ervaren dat ze leven”, “Waar het om gaat is passie, ontwikkeling en plezier”, “Laten we vooral niet vergeten dat een bedrijf altijd uit mensen bestaat.”

Emoties worden onvoldoende herkend en erkend, aldus communicatiedeskundige Hakkert en managementconsultant Jansen, en dat leidt tot emotionele uitwasen in bedrijven. Zo blijkt uit onderzoek dat 50 procent van de medewerkers ervaring heeft met schelden, schreeuwen en beledigen op de werkvloer. 30 procent geeft toe zich hier zelf regelmatig schuldig aan te maken.

De missie die Hakkert en Jansen zich stellen is niet gering. Zij willen het geluk van iedereen bevorderen. Met het manifest willen ze de aandacht vestigen op het belang van emoties in het bedrijfsleven en de samenleving. Bedrijven en managers doen maar al te vaak alsof emoties niet bestaan, terwijl het denken vaak wel degelijk wordt vertroebeld door emoties. Jansen: “Kijk maar hoe er over ziekteverzuim wordt gepraat. Je hoort managers zeggen dat het ziek-



Paul Jansen (l) en Albert Hakkert

teverzuim omlaag moet, maar niet dat medewerkers gelukkiger moeten worden.”

Het lijkt erop dat het manifest een gevoelige snaar raakt. Binnen drie weken ontvingen de initiatiefnemers bijna 130 handtekeningen uit binnen- en buitenland. Eén ondertekenaar stelt bijvoorbeeld: “Ik denk dat de boodschap geweldig en ontzettend nodig is.”

Positief voorbeeld

Communicatie speelt een cruciale rol bij emoties. Jansen spreekt bijvoorbeeld nooit van ‘klantgericht werken’, maar van ‘mensgericht

werken’. En groot verschil volgens hem. Het wordt te vaak vergeten dat iedereen een mens is. Of dat nou klant, medewerker of manager is. “We zijn nou eenmaal geen berg hersenen op pootjes.”

En zo hoef je als manager niet tijdens een toespraak te zeggen dat de klanttevredenheid onvoldoende is en daarmee dat de medewerkers niet voldoen. Je kunt beter Kees noemen die het goed doet en hem laten vertellen hoe hij dat voor elkaar krijgt. Daarmee geef je volgens de adviseurs een beter en vooral positief voorbeeld. Het heeft geen enkele zin medewerkers te vertellen wat ze niet moeten doen. Je kan ze beter vertellen wat ze wel moeten doen. Goed nieuws voor de analytische en meer afstandelijke manager. Empathie kun je volgens de twee consultants leren. Het is niets

meer dan het herkennen en erkennen van emoties. Eerst van jezelf en dan van anderen. Managers vergeten volgens hen nogal eens de emotionele behoeften van hun medewerkers in de gaten te houden. En als zij daar niet altijd zin in hebben? “Dat is dan jammer. Managers willen niet, maar ze moeten uiteindelijk wel. Medewerkers worden nou eenmaal steeds mondiger,” stellen Hakkert en Jansen. “Het is net als een motor. Als je die niet onderhoudt, loopt die ook vast.”

Manifest ondertekenen: www.eqnomie.nl

Reageren? d.haijta@managementteam.nl