

Tussen dromen en doen

Gooit u uw dromen ook vaak weg zonder er zelfs flink over na te denken? Wegens niet realistisch, te moeilijk, te duur, geen tijd, belachelijk,... Niet doen, vindt Cyriel Kortleven. Streef grote dromen na, desnoods in hele kleine stapjes, maar probeer het op zijn minst. En dat geldt op persoonlijk vlak maar evenzeer in bedrijfscontext.

TEKST: Katleen Weytjens

De sky is the limit. Alles is mogelijk als je er maar in gelooft en er hard aan werkt. Je bent al moe als je er alleen nog maar aan denkt. De man op het podium tijdens het seminarie 'HRM in de overheid' komt nochtans energiek over. Yes And Act! Zijn slogan is kort en krachtig. Bedrieglijk simpel ook. Is Cyriel Kortleven hiermee de zoveelste goeroe die je even uit de doeken doet hoe je je dromen kan realiseren? En wie dit niet doet is per definitie een loser?

Van dit laatste wil Kortleven, internationaal spreker en auteur, alvast niet horen. "Nee, geen probleem met wie zijn dromen niet nastreeft. Het is steeds je eigen keuze. Maar verstop je niet achter het argument dat het niet mogelijk is, zonder het te proberen", reageert hij beslist. Zijn visie in een notendop:

YES – Droom groots. Uitstel van oordeel.

AND – Verander je perspectief. Verbeeldingskracht.

ACT – Kom in actie. Experimenteer.

Ga voor je dromen zodat je op je sterfbed geen spijt hebt van niet-gegrepen kansen, nooit-gedane zaken. En die dromen hoeven helemaal niet bescheiden te zijn. In de eerste fase (YES) pleit Cyriel Kortleven niet zozeer voor realistische dromen, dan wel voor grote dromen: 'Lady-GiGadroom'. Wat zou je willen als je onbeperkte middelen, een zee van tijd en maximale ondersteuning had? Beschrijf nu een detail uit dit Lady-GiGa-idee. Bijvoorbeeld: "Binnen drie jaar staat er een artikel van twee

pagina's in Harvard Business Review over ons nieuwe verloningssysteem". Zo krijgt je idee meer vorm.

Beperk je niet onmiddellijk door allerlei bezwaren op te werpen. Laat die idea killers voor wat ze zijn, ga voluit voor de idea boosters (ja, het is nu het juiste moment, interessant, laten we het nog meer concreet maken, waarom niet, ik probeer het morgen al eens uit bij een klant...). "Ja, en..." in plaats van "ja, maar..." want anders durft het enthousiasme al snel uit te doven.



"De grootste idea killers komen niet van andere mensen, maar van onszelf."

Cyriel Kortleven



“Vraag geen toestemming, maar test eerst zelf klein uit. Je hebt weinig te verliezen.”

Cyriel Kortleven

Laat je verbeelding spreken, is de tweede stap (AND). Het is verrijkend om je perspectief te veranderen. Cyriel Kortleven kiest voor een ‘vijfbrillenprincipe’: Hoe zou je collega dit oplossen, of iemand uit een andere functie, andere organisatie, andere industrie, zelfs je buurman? Gebruik je fantasie.

En tot slot: actie! (ACT). Je kan natuurlijk een mooie rechte weg uitstippelen, maar de realiteit is hobbelig en bochtig. De wereld verandert snel en daarop moet je inspelen. En hier lanceert Kortleven het NaNo-idee: wat zou je doen als je weinig budget hebt, weinig tijd en maar één medestander? Wat is de eerste kleine stap die je kunt nemen, binnen de 48u, om de potentie van je idee te testen?

Giga en nano

Cyriel Kortleven illustreert zijn visie aan de hand van zijn eigen droom. Zijn GiGa-droom was presentaties geven in Nieuw-Zeeland. Zijn eerste stap hiernaartoe (Nano-idee): tien mensen contacteren via LinkedIn met een persoonlijk mailtje. “Wat is het ergste dat me kon overkomen? Geen antwoord, geen interesse,... Maar hiermee stond ik een stap verder dan iemand die niets deed. Ik weet nu immers of dit werkt of niet.”

Of wat met het bedrijf dat wou digitaliseren en daarom de maandelijkse rapporten afschaffen? Onmogelijk was de eerste reactie. Iedereen houdt vast aan die rapporten, “we hebben die nodig om te kunnen verkopen”. Maar een slim NaNo-idee zorgde voor een kentering: enkele maanden lang werd steeds het hetzelfde rapport doorgestuurd, met de cijfers van december, alleen het voorblad werd aangepast. Eerst naar een kleine groep (geen reactie), later naar veel meer afdelingen (nauwelijks reactie). Toen de beslissing werd bekendgemaakt dat het rapport zou verdwijnen konden heel wat tegenwerpingen in de kiem gesmoord worden met de resultaten van de kleine test: je hebt niet eens gemerkt dat het steeds oude cijfers waren, dus zo belangrijk zal het wel niet zijn. Doel bereikt!

Rakelingen

Maar soms wordt een actie een ‘rakeling’, met de juiste intentie ondernomen maar helaas (nog) zonder het gewenste resultaat. “Dat is iets om trots op te zijn”, pept Cyriel Kortleven de doemdenkers onder ons onmiddellijk op. “Je hebt immers initiatief genomen, er iets uit geleerd, anderen in beweging gezet. Mogelijk leidde het tot iets anders dat wel succes had. Je hebt heel wat rakelingen nodig om tot een succes te komen.”

“Life is short, choose life”, is uiteindelijk de boodschap. Ongetwijfeld maken vele toehoorders nu plannen om hun leven om te gooien of toch eindelijk eens hun dromen waar te maken. Ik ook.

Hoewel, wat later steekt de twijfel al de kop op. Tussen denken en doen is de kloof nog erg breed. Ik blijf sceptisch, laat ik merken tijdens het interview wat later. Cyriel Kortleven lacht. Ik ben duidelijk niet de eerste die bedenkelijk kijkt.

Wie verandering wil op het werk, moet toch eerst zijn baas meekrijgen? En als dat niet lukt, dan is het gedaan? “Alles start bij een mindset bij mensen”, reageert Kortleven. “En nee, die kan je niet van de ene dag op de andere veranderen. Met mijn verhaal kan ik mensen prikkelen. Maar voor mij zit er achter dit verhaal tien jaar werk. Het lijkt makkelijk, maar is niet altijd snel te realiseren. Hoewel, het grappige is dat wij, mensen, onszelf zoveel beperken. Ongelooflijk. Ik ook nog, hè. Ik loop ook nog heel vaak tegen de muur. De grootste idea killers komen niet van andere mensen, maar van onszelf.”

Toestemming niet nodig

Cruciaal in zijn verhaal, vindt Cyriel Kortleven, is dat NaNo-idee. Dat eerste kleine mini-stapje.

“Als iemand me zegt dat hij dat niet kan, dan geloof ik dat niet. Iedereen kan NaNo-stappen zetten. Je hoeft je baas niet te overtuigen van het belang ervan. Vertel het hem niet, vraag geen toestemming. Doe het gewoon. Je hebt weinig te verliezen, een beetje tijd, misschien enkele euro's maar die betaal je desnoods uit eigen zak. Immers, van zodra je iets vraagt, zet je een denkproces in gang.”

Een voorbeeld. Je wilt op een andere manier werken. Stap dan niet naar je baas, maar naar een klant waar je een goede relatie mee hebt. Vraag hem of je eens iets mag uittesten. Noem het ook een experiment, dan kijkt de klant er met andere ogen naar. Probeer het en peil naar zijn reactie. Vindt die klant het maar niets, dan weet je dat je je plan moet bijschaven. Is hij enthousiast, dan kan je het nog eens bij een andere klant uittesten. Maar hou het heel klein. De week erop betrek je een collega en probeer je het samen uit. Eigenlijk bouw je op deze manier een soort business case op.

“Punt is dat je de uitdaging of drempel zo klein moet maken, dat de weerstand in je brein echt minimaal is. In plaats van onmiddellijk drie keer per week een half uur te willen sporten, kan je starten met een push-up per dag.”

Nog een voorbeeld uit de bedrijfswereld: een organisatie waar de sfeer in de bedrijfskantine niet goed was. ‘Iedereen zit op een vaste plaats’, luidde de klacht. Verander dan de plaatsen. ‘Ah nee, dat kan niet.’ Maar ook hier: het ergste dat kan gebeuren is dat je de tafels weer op zijn oorspronkelijke plaats moet zetten. Dus met enkele believers het experiment toch gedaan, en... gelukt. De sfeer is veel beter.

Valkuilen

Cyriel Kortleven ziet twee valkuilen in het hele proces. De eerste is die van middelmatigheid. Je hebt je droom, maar er komt iets anders langs en gaat daarvoor. Een soort gemakkelijheidsoplossing. Je wilt sporten, maar beslist uiteindelijk om naar tv te kijken. “Oké voor mij als je hier gelukkig mee bent, maar kom niet klagen. Je moet er iets voor doen om je droom te bereiken.” De vloek van middelmatigheid ontspruit vaak uit angstgevoelens. Al te veel streeft men naar zekerheid. “Maar het is schijnzekerheid. Dat is nu net zo erg!”

Tweede valkuil is de gouden kooi. En dan gaat het niet enkel om geld, maar ook op sociaal vlak. Iets veranderen is dan heel moeilijk. Dan heb je pas écht lef nodig. Maar het helpt al als je je ervan bewust bent dat je in een gouden kooi zit. Ben ik bereid om dingen op te geven, risico's te nemen? Nee? Ook goed, maar dan

kun je het loslaten. Bovendien hoeft niet alles onmiddellijk te gebeuren.

“Ik geloof er echt in dat er heel veel mogelijk is”, benadrukt Cyriel Kortleven nog een keer. Vandaar dat hij een manifesto opstelde voor gelijkgezinde ‘believers’ (zie www.yesandact.com). Om de kleine positieve verhalen te bundelen, mensen aan te moedigen en te inspireren. “We hoeven niet allemaal een Steve Jobs te zijn. De meeste mensen hebben veel kleinere dromen.”

Onaangepast

Kortleven merkt dat heel veel organisaties wel innovatie willen, maar dat hun systeem hierop nog niet is aangepast. Zo stimuleren de criteria die in de POP's (persoonlijke ontwikkelingsplannen) staan geen verandering, maar status quo. Iemand die zijn nek uitsteekt wordt onmiddellijk afgeschoten, door oversten, door collega's,... Daar ligt een grote taak voor leidinggevend. Kijk naar de systemen in de organisatie: verloningssystemen, werkstructuur, ... en stimuleer verandering. Pak een vergadering een keer anders aan... Hier heb je als leidinggevende zeker impact. Natuurlijk vraagt dit wat durf, maar er gebeurt tenminste iets. Of geef een jonge medewerker de kans om een vergadering op een andere manier aan te pakken.

En dan kom je bij het hele verhaal van die ‘rakingen’. “In onze Westerse maatschappij willen we wel innovatie maar er mag niets fout gaan. Euh? Dat is nu eenmaal eigen aan zo'n proces. Ooit al een kind leren fietsen zonder dat het van zijn fiets mag vallen? Je moet vallen. Moet je groot vallen? Nee, maar daar zijn precies die NaNo-ideeën/stapjes voor. Als er iets misloopt, zijn de gevolgen beperkt.”

Misschien moet je de dingen ‘ondergronds’ houden, zoals enkele werknemers van een kleiner bedrijf deden. Ze maakten een nieuw mailadres aan (innovatie@hotmail.com), stuurden een mail naar alle collega's met de vraag wie er in de ‘ondergrondse’ wou komen, hingen stiekem posters op,... Een beetje ludiek, maar het werkte. En de baas wist uiteindelijk wel perfect wie er in die ‘ondergrondse’ zat, maar dat maakte niet uit. Hij gaf hen zelfs een klein budget als steun. Zo krijg je dynamiek in de organisatie.

Conclusie: Wacht niet op grote veranderingen, maar begin er zelf aan. **HR**

Cyriel Kortleven is internationaal spreker en auteur rondom het creëren van een yes and act mindset.

“De grote taak voor leidinggevenden: kijk naar de verloningssystemen, werkstructuur, ... en stimuleer verandering.”

Cyriel Kortleven