



Postbus 2171  
2800 BH Gouda

info@cjb.nl  
www.cjb.nl

KvK 40465999  
Rabobank 1550.55.410

## Terugblik CJB bijeenkomst met prof. Dr. Arnold Heertje

5 maart 2010

Jenny Le Large-Groothuizen, Eurolarge Communication Plus+

### De netwerkbijeenkomst van CJB Midden-Holland op 2 maart jongstleden stond in het teken van "Ondernemen in tijden van wereldwijde verandering".

Alles klopte deze avond: de locatie, de mensen, de spreker en de sfeer....

Gastspreker prof. Dr. Arnold Heertje, econoom, emeritus hoogleraar, publicist en columnist droeg een groot deel bij aan de sfeer en de discussie op deze avond.

Heertje legde de nadruk op zijn visie dat Nederland sterk afhankelijk van de wereld is geworden en duidelijk is hoe alle landen aan elkaar zijn gekoppeld. "*Wij zijn een samenhangend systeem met de karakteristieken van een creative destruction.*" Er is sprake van een afbraak in de ontwikkelingen, technologieën, instituten." Heertje vindt het zinloos om een antwoord te zoeken op de vraag 'Hoe lang dit nog gaat duren', want - zo vervolgt Heertje - "Er is nu meer aan de hand! We zitten nu midden in een fundamentele verandering van huidige systemen". Met de term 'Creative Destruction' beoogt Heertje dat bij het afbreken van huidige systemen er ruimte in ontstaan voor iets nieuws.

Met verwijzing naar zorgverlening, ouderenzorg en de woningcorporaties lichtte hij toe dat bij het merendeel van de instellingen de mens uit beeld is verdwenen en alleen naar het persoonlijk gewin is gezocht. Heertje is dan ook van mening dat de ondernemers zich meer moeten richten op de mens. "Zoek naar de mens, richt u zich op de kwaliteit voor nu en voor straks met de hoofdvraag: 'Waar doen we het voor? Zorg voor meer arbeidsvreugde en ga niet alleen meer af op de financiële prikkels.

Heertje vindt het een gruwel dat managers vanuit hun kantoor de werkprocessen in de zorg aansturen. "Mannen die eerst denken aan hun eigen salaris en hun gouden handdruk als zij het niet goed hebben gedaan. Mannen die aansturen op efficiënte, financiële situaties met als resultaat dat iemand in plaats van 5 slechts 3,5 minuten volgens het protocol naast een bed mag staan. En als die medewerker zich daar niet aan houdt, dan moet deze weg. Dit gaat zichtbaar ten koste van de betrokkenheid en de arbeidsvreugde."

In de optiek van Heertje is de huidige marktsituatie onvoorstelbaar gecompliceerd en versplinterd geworden. "De rol van de vrager is hiermee alleen maar verslechterd. Contact maken met de aanbieder leidt door deze fragmentatie tot een 'kastje naar de muur' situatie. Iedereen maakt een klein onderdeel van uit en heeft geen totaal geen inzicht meer wat de anderen doen.

Met het noemen van het onderwijs is Heertje bij één van zijn stokpaardjes beland, hij vindt dat het echt vakinhoudelijke onderwijs niet meer bestaat. "Fundamentele kennis wordt niet meer aangeboden, belangrijker is dat kinderen inzicht krijgen door 'schattend rekenen'". Met moeite krijgt hij dit begrip uit zijn mond en hij verklaart meteen waarom: "Misschien lacht u dit probleem weg, maar u lacht zeker minder - en misschien helemaal niet meer - als u te maken krijgt met een ziekenhuisopname en er een fout wordt gemaakt in uw medische dosering als gevolg van een komma-fout." Hij heeft de overtuiging dat iedereen zijn eigen ding doet met de goede intenties en te goeder trouw. "Er is geen verband meer tussen klant en de producten en niemand is en voelt zich verantwoordelijk."

Het wordt nog stiller in de zaal als Heertje zich hardop afvraagt hoe we deze fragmentarisatie kunnen oplossen. Hij heeft hier een duidelijke visie over: Transparantie nastreven, nieuwe technologieën benutten en bevorderen van duurzaamheid. Heertje vraagt zich dan ook af waarom kunstmatig verschaffen van werkgelegenheid automatisch leidt tot het bouwen van nog meer kantoren, die na opleveringen worden toegevoegd aan de immens grote verzameling van al leegstaande kantoren. "Weg met deze fragmentatie en stel de vraag: 'Waar doen we het voor!' Een goed alternatief bij dit voorbeeld is dat dezelfde bouwvakkers worden ingezet voor de duurzaamheid van wonen en het verbeteren van de leefbaarheid in Nederland. Een werkgelegenheidsproject wordt daardoor zinvoller."

Voor Heertje is de tijd aangebroken dat ondernemers de noodzaak tot humanisering inzien, met de simpele beredenering: Wie zijn mijn klanten? En voor wie doe ik dit? Welke kennis kan ik inzetten en luister ik goed naar die klanten? Hij pleit voor een gezamenlijke aanpak van de ondernemers: "We moeten voorzien in de enorme behoefte aan kennis, innovatie en bevorderen van de werkgelegenheid. Deze initiatieven moeten hoofdzakelijk 'bottom-up' komen", met

- Aandacht voor de klimaatdreiging.;
- Alternatieven voor de fossiele brandstoffen: "We moeten af van de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen en van de politieke bedreigingen. Deze bedreigingen raken rechtstreeks de existentie van mensen.
- Aandacht voor kwalitatief drinkwater en het bevorderen van de leefbaarheid in relatie tot milieu, gezonde lucht en geluidsoverlast.
- Een vergroening van de economie; een inzicht dat begint door te dringen als een welvaartsbegrip dat door de Fransen al is omarmd. Een bewustzijn voor het nemen van keuzen, waar wil je geld voor uitgeven? Rekening houden met het feit dat ook milieu een schaars middel is en dat er voorzichtig moet worden omgegaan met het uitbreiding van de infrastructuur.

Over de wijze van aanpak wijst Heertje op een coördinatie om de huidige 'verrommeling' tegen te gaan dat leidt tot gestructureerd werken. Als voorbeeld noemt Heertje de verdeling van een taart tussen twee kinderen. De ouders geven de kinderen de opdracht: de één mag snijden, de ander mag het eerst kiezen. Het ontwerp van zo'n prikkelsituatie noemt hij het 'Mechanism design'. "In dit denkpatroon moeten wij naartoe", aldus Heertje.

Heertje benadrukte deze avond meerdere malen dat de rol van de vrouw in de samenleving groter moet worden om de simpele reden dat 'de man keuzen monopoliseert, terwijl de vrouw keuzen mobiliseert' en de behoefte aan mobiliseren in deze maatschappij hard nodig is. "Eigenlijk wordt het hard tijd dat de vrouw meer aan de bak komt." Gelet het percentage aanwezige vrouwen in de zaal, leverde dit geen directe bijval op....

Heertje geeft de ondernemers de volgende boodschap mee "We moeten af van het benoemen van winst als een doelstelling. Als je uitkomsten stuurt op winst dan betekent dit dat je stuit op de randvoorwaarden en de grenzen van de kwaliteiten van dingen. Beter is om te sturen op mensen, klantvriendelijkheid en het realiseren van samenwerking tussen mensen."

Heertje ziet die toekomst wel zitten; volgens hem zitten de veranderingen in de lucht!

Na afloop ontvingen alle deelnemers het boek "Echte economie" geschreven door prof. Arnold Heertje; aangeboden door de Rabobank Gouwestreek, sponsor van deze avond.