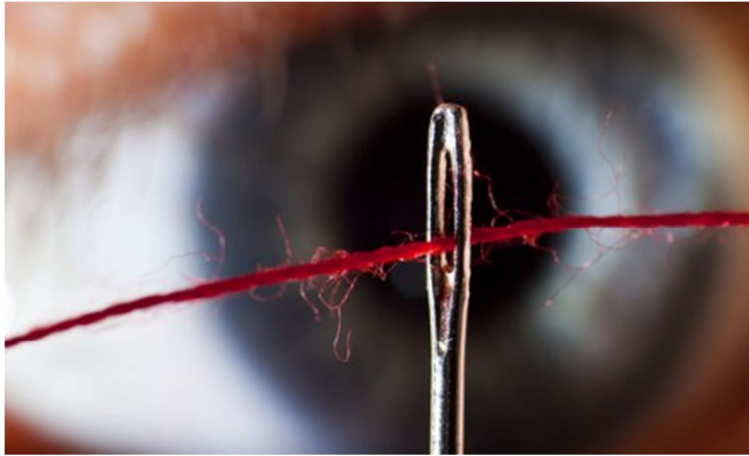


Durft u door het oog van de naald?

Loslaten als echte keuze



Column op Managementsite.nl, gepubliceerd: 7 november, 2011 in Verandermanagement

'Het is gemakkelijker voor een kameel om door het oog van een naald te gaan, dan voor een rijke om het koninkrijk van God binnen te gaan' (Matteüs 19:24).

Hoewel wij weinig Bijbelvast zijn, bedoelen we hier aan te geven dat er weinig kans is dat mensen hun gewoonten en patronen, die hen hebben gebracht tot waar ze nu zijn, bereid zijn op te geven voor een belofte in de toekomst. En inderdaad, terwijl de financiële wereld, Europa en zelfs onze planeet uitgeleefd en verwond voortstompelen, blijven vele leiders zich vastklampen aan hun materiële verworvenheden en machtsposities.

Maar dat is wel heel gemakkelijk wijzen. Wie heeft er nooit gefaald in een poging een persoonlijke leefgewoonte te veranderen? Gezonder eten, stoppen met roken, met regelmaat sporten? Voor heel even lukt het wel, maar dan komt onvermijdelijk dat fatale moment van verleiding. Dat gezellige etentje waar je eraan toegeeft, die avond dat je moe thuisblijft in plaats van te gaan sporten. En eenmaal door de knieën is het gedaan.

We zijn gaan uitzoeken hoe mensen nu wél door dit oog van de naald kruipen. Wat blijkt is dat een acuut doktersadvies, een naaste die overlijdt aan de gevolgen van zo'n leefgewoonte, of een partner die het goede voorbeeld geeft het verschil maken. Meer precies: *we zijn het meest bereid ons huidige patronen en gewoonten te veranderen als we, in het nu, een intense projectie van een verder gelegen toekomst ervaren, vaak verbonden met nabije anderen en met verstrekkende gevolgen voor persoonlijke overleving of eigenwaarde.* Hoe moeten we dat nu zien in de context van organisatieveranderingen?

Inmiddels weten we dat hoogdravende en beloftevolle visies alleen geen verandering teweeg brengen. Het hele verleidingscircus van opleidingen, conferenties, trainingen of inspirational journeys, inclusief een aanzienlijk deel van het organisatieadvieswerk is geworden tot de managerial versie van de cosmetica industrie. Organisaties investeren een bom duiten en veel tijd aan zelfbevestigende rituelen, maar na een tijdje dringt de realiteit zich onvermijdelijk weer op. Tijd voor de volgende vlucht vooruit? Of voor het besef dat niet veranderen ook een keuze is?

Begrijp ons goed, een nieuwe visie of strategie vinden wij niet verkeerd, maar ook niet voldoende. Wat voorafgaand nodig is, is het gezamenlijk intens doorleven van de gevolgen van een toekomst zónder te veranderen en de volledige vrije ruimte hiervoor te kiezen. Pas als een persoon of groep deze optie als een doodlopend pad ziet, ontstaat een waarachtige wil tot veranderen. Geen cosmetische vlucht in een luchtkasteel, maar een oprechte keuze met aanvaarding van alle consequenties en risico's van dien. Dat heeft dan ook geen suffe namen als draagvlak of acceptatie. Dat heet engagement.

Deze column werd ingezonden door [Paul Kloosterboer](#) en [Etienne Jager](#), beiden verbonden aan CORDES Organisatie Advies & Ontwikkeling te Amsterdam.