

Begrijp de missie en visie

Welke missie en visie heeft de organisatie?

Veel organisaties hebben duidelijk omschreven missie en visie, te vinden op de site en in de communicatieboodschappen. Vaak zijn die samengebond in een aantal kernwaarden, de punten waar de organisatie naar streeft. Het idee is dat er gewerkt wordt vanuit die waarden, en dat de organisatie door bijvoorbeeld klanten of externe partijen ook daadwerkelijk zo ervaren wordt. 'Walk your talk' dus.

Een paar voorbeelden:

- De kernwaarden van de politie zijn: integer, betrouwbaar, moedig en verbindend
- Gemeente Amsterdam: actief, open en integer
- Tata Steel: pionieren, integriteit, verantwoordelijkheid, excellence en eenheid
- Shell: eerlijkheid, integriteit en respect voor mensen
- Universiteit Groningen: vrijheid, integriteit, openheid en inclusiviteit

De vraag is of er van deze missie en visie maximaal gebruik van gemaakt. Als het goed is worden ze iedereen begrepen, en worden ze intern uitgedragen door de top van de organisatie, het midden- en lager management. Als medewerker word je hier in begeleid en word je er ook op aangesproken. En als zzp'er word je hierover bijgepraat als je gaat starten met een opdracht. Aan jouw bijdrage wordt aandacht besteed in de bila's of functioneringsgesprekken.

Het lijkt allemaal zo logisch dat dit zou plaatsvinden. Het is een namelijk een onderdeel van professionaliteit. Het maakt het verschil tussen effectief en efficiënt gedrag helder: het gaat er namelijk in eerste instantie om dat je de *goede dingen* doet, daarna pas om of je de *dingen goed* doet.

Een goed voorbeeld waarbij dit in de praktijk goed lijkt te werken is de Triodos Bank. "Onze missie is om het geld van onze klanten te laten werken aan positieve maatschappelijke, ecologische en culturele veranderingen. Hierbij zijn de volgende kernwaarden belangrijk: duurzaamheid, transparantie, uitmuntendheid en ondernemerschap." Dit leeft daadwerkelijk onder de meeste medewerkers en wordt ook actief levend gehouden. Medewerkers worden vaak ook geselecteerd op hun mogelijke bijdrage hieraan. Het zorgt ervoor dat deze bank een andere werkcultuur heeft dan de meeste andere banken.

Waar *wil* je aan bijdragen? En waar *moet* je aan bijdragen?

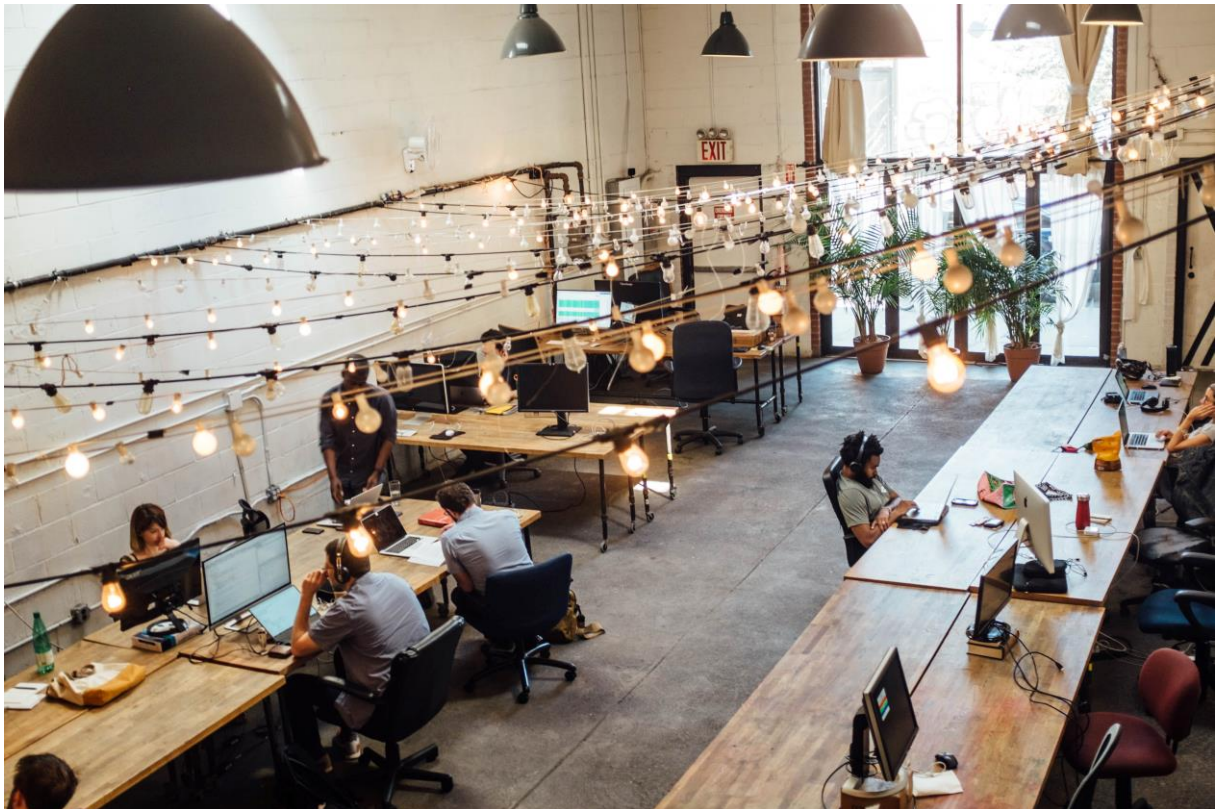
Opvallend vaak weten mensen niet precies waar ze nu aan bijdragen. Zij werken uiteraard hard, doen nuttige dingen. Soms kunnen zij de kernwaarden van het bedrijf wel benoemen, maar vinden het dan lastig om een heldere en logische koppeling te maken naar hun dagelijkse praktijk.

Voor zelfstandigen betekent het tweerichtingsverkeer: Het is zinvol om zelf de missie en visie van je eigen onderneming/ bedrijf/ organisatie te bepalen en ervoor te zorgen dat de mensen en organisaties waarvóór je werkt die missie en visie ook begrijpen en ervaren. Dit maakt je onderscheidend en geeft je identiteit. Tegelijkertijd geldt het ook voor zelfstandigen dat het

zinvol is om de missie en visie van het bedrijf /organisatie waarvoor je opdrachten doet te begrijpen zodat je daarbij goed aansluit, dat maakt dat jouw werk extra meerwaarde krijgt

Wat stel je centraal in jouw werk? Wat is je focus? Hoeveel ruimte mag je nemen om dit zelf vorm te geven? Is het eigenlijk wel te meten wat jouw bijdrage is?

Veel begrippen die opduiken bij kernwaarden zijn multi-interpretabel, containerbegrippen. Betekent integriteit bij de politie precies hetzelfde als bij de gemeente Amsterdam, Tata Steel, Shell of bij de Universiteit Groningen?



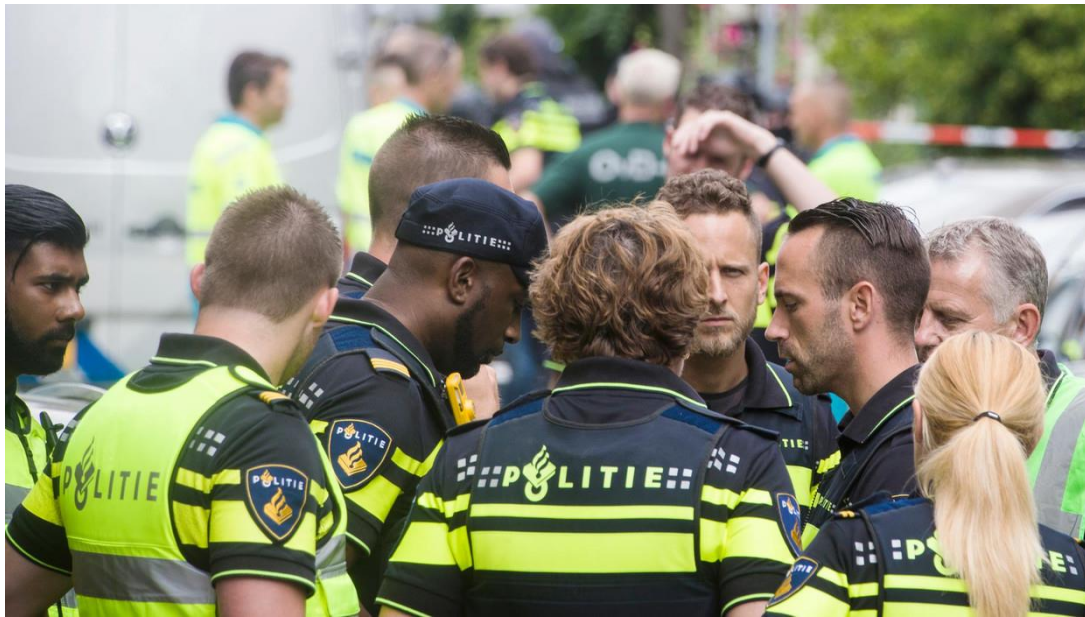
Het is voor organisaties dus belangrijk om te weten hoe hun medewerkers, of de mensen die zij inhuren, hier vorm aan geven. Wat is hun interpretatie van die begrippen? Is dat ook wat de organisatie bedoeld heeft? Voldoet dat aan de eisen? Het risico is dat een visiedocument in de praktijk een papieren tijger blijkt te zijn.

Als het goed is zijn *alle* acties die je wel of niet onderneemt een direct gevolg van de missie en visie die je opdrachtgever, of de organisatie waarin je werkt, je meegeeft. Vaak belanden de missie, visie echter in de spreekwoordelijke 'la.' De vraag is hoe effectief de organisatie op deze manier dan is. Sommige professionals hebben in de dagelijkse praktijk zo hun voorkeuren, zelfs hun 'professionele' hobby's. Ben je zelfstandige, dan is dat alleen maar fijn. Je kunt dan ook *die* opdrachtgevers proberen te krijgen, die daarbij aansluiten. Werk je in een organisatie, dan zul je je moeten conformeren aan hetgeen waar de organisatie voor staat. Heb je het gevoel dat dat anders, optimaler zou kunnen, dan kun je uiteraard je invloed inzetten om op strategisch niveau mee te denken.

Het kan zijn dat je bewust of onbewust maar een deel van de missie en visie geborgd hebt in je werkzaamheden. Veel heeft te maken met jouw visie op werk en de opbrengst die het zou moeten leveren. Ben je sterk georiënteerd op het welzijn van wensen, op de maatschappij,

dan zit je net iets anders in het werk dan als je de inhoud en daarmee jouw vakkennis als oriëntatie hebt. Misschien herken je dat bij een klus waaraan je met collega's moet samenwerken, merknemers van dezelfde organisatie, maar iedereen heeft net een andere insteek, met een andere motivatie of rolopvatting. Op zich natuurlijk mooi, het geeft meerwaarde als niet alle neuzen exact dezelfde kant op wijzen. De basis blijft echter dat jouw bijdrage in lijn moet zijn met het grotere geheel, je moet die begrijpen en uitdragen.

Dat maakt je ook tot professional.



Opdracht

Ga aan de slag met de missie en visie van jouw organisatie of opdrachtgever!

- Beschrijf de missie, visie en kernwaarden, zonder deze op te zoeken. Ben zo specifiek mogelijk
- Ga vervolgens op zoek naar de omschrijving daarvan op internet, intranet, in nieuwsberichten etc.
- In hoeverre sluit jouw omschrijving aan bij wat er daadwerkelijk geformuleerd is? Wat heb je verzonnen en staat niet in de omschrijving? En wat heb je blijkbaar niet helder gehad?
- Beschrijf in een aantal zinnen op welke wijze jij nu bijdraagt en in de toekomst gaat bijdragen. Als er kernwaarden geformuleerd zijn, geef dan per waarde aan wat dit voor jou betekent en hoe je dit zichtbaarder kan maken in jouw werkrouines
- Bespreek dit met je leidinggevende of opdrachtgever. Check of dit inderdaad is wat er van jou verwacht wordt
- Formuleer dan vervolgens acties waarmee je jouw bijdrage in de komende weken concreet gaat maken
- Koppel de acties terug en evalueer op de effectiviteit.