



VERANDEREN? DAT DOE JE ZO!

Organisatieverandering - daar kom je niet onderuit

Er was eens....

Veel organisaties zijn op zolderkamertjes of in garages van start gegaan. Vaak is iemand na een verblijf in het buitenland of vanwege een bijzondere ontmoeting of ervaring onder de indruk geraakt. En heeft het vervolgens op zijn of haar hart gekregen om zich in te zetten voor een bepaald(e) doel(groep). Al gauw komen familie, vrienden en belangstellenden versterking bieden. Vanuit een grote bevoegenheid en passie wordt belangeloos en met veel enthousiasme samengewerkt. Een nieuwe organisatie is ontstaan.

Veranderingen

Tijd bepaald of het werk van de organisatie groeit. Nieuwe mensen worden er bijgehaald. Het werk wordt anders ingedeeld en daarmee veranderd - bewust of onbewust - de structuur van de organisatie. Niet alle medewerkers kunnen mee in de veranderingen van de organisatie. Verandering roept vaak weerstand op. Soms liggen angst en onbekendheid ten grondslag aan deze weerstand. Een mens is immers een gewoontedier en wil graag vasthouden aan het oude vertrouwde. Daarom is het belangrijk om goed en open te communiceren en bekend te maken waarom verandering noodzakelijk is. Door weerstand te herkennen en te erkennen, door medewerkers de tijd te geven zich in te stellen op veranderingen, zal de weerstand afnemen.

Een gemeenschappelijk gedeeld besef voor de noodzaak van verandering is een belangrijke factor voor een geslaagde organisatieverandering. Met de juiste mensen die vertrouwen hebben in elkaar kan het gezamenlijke doel worden gerealiseerd.

Communicatie

Bestuur en directie spelen een belangrijke rol in het veranderingsproces. Van hen wordt veel verwacht, de ogen van de medewerkers zijn op hen gericht. Zij dienen in ieder geval niet te vergeten de medewerkers bijtijds te informeren over de veranderingsvisie van de organisatie en over het te realiseren doel. Om het besef te vergroten dat het een noodzakelijk belang is om te veranderen. En uiteraard: ook tijdens het veranderingsproces blijft het belangrijk om regelmatig en helder te communiceren.

Medewerkers willen best veranderen, als ze maar weten waarom (noodzaak) en waarvoor (doel van de verandering), en hoe (visie) en wat (resultaat) het oplevert. Samen de schouders er onder te zetten om het doel te bereiken. Organisatieverandering is dan geen doel op zich, maar een middel om het resultaat te bereiken.

Externe blik

Mensen van buiten de organisatie zijn vaak beter in staat een vinger op de zere plek te leggen om daarmee de problematiek helder te krijgen. Zo kan voorkomen worden dat in allerlei valkuilen wordt gestapt. Het is en blijft echter de verantwoordelijkheid van bestuur en directie om zorg te dragen voor een goed lopend veranderingsproces van de organisatie. Waarin draagvlak bij de medewerkers is gecreëerd. Dan kan een verandering ook werkelijk succesvol zijn!

Zwolle, mei 2007
Reina Folkerts