



Groeï door duurzaam leiderschap.

Door: Robert-Jan Kwakkelstein en Lendy Timmerman

Vraag aan een willekeurige directie wat zij belangrijk vindt. Het antwoord is meestal ‘gezond en succesvol zijn’, groeien en bloeien, aantrekkelijk zijn om mee te werken en vóór te werken. Hoe kan het dan, dat er zoveel organisaties zijn waar zich vaak het tegenovergestelde manifesteert? Een vastgeroeste organisatiecultuur waardoor mensen steeds minder productief zijn. Onderlinge spanningen, omdat alleen het financiële resultaat nog telt. Met als gevolg een gebrek aan motivatie, innovatie en groei. Duurzaam leiderschap gebaseerd op het model

van de Zeven Kernwaarden, zet een organisatie weer in haar eigen kracht. Het zorgt voor verbinding en ontwikkeling. Het maakt organisaties succesvoller, winstgeverder en gezonder.

Zeven Kernwaarden van Duurzaam Leiderschap

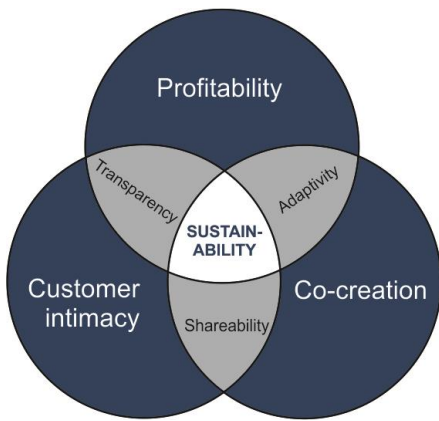
Duurzaam leiderschap heeft zijn wortels in de Chinese filosofie. In de loop der jaren heeft dit velen geïnspireerd. Zo ook Robert Greenleaf, die al in 1970 hierover schreef in zijn essay ‘The Servant as

Leader’. Zijn gedachtegoed is weer de basis geweest voor de stroming van duurzaam leiderschap die de 3 P’s verenigt: people, planet en profit.

Lead2Sustain ontwikkelde ‘Zeven Kernwaarden van Duurzaam Leiderschap’. Waarden die een duurzaam leider nastreeft in het ontwikkelen van mensen en organisaties: Profitability, Co-creation, Customer intimacy, Transparency, Shareability, Adaptivity en Sustainability.

Profitability

De buitenste ring in het model, gevormd door Profitability, Customer intimacy en Co-creation, verbindt de organisatie met haar omgeving. Profitability, ofwel winstgevendheid, is de belangrijkste kernwaarde. Dit lijkt misschien paradoxaal in het kader van duurzaamheid, maar dat is het zeker niet. Onze wereldeconomie draait nu eenmaal voor een groot deel om geld. Daarbij is het financiële resultaat nooit een doel op zich, maar een middel om andere doelstellingen te bereiken.



Zeven Kernwaarden van Duurzaam Leiderschap

Co-creation

Co-creation staat voor het samen creëren van een open omgeving, waarin innovatie en ontwikkeling plaatsvindt. Grote organisaties die alle kennis en vaardigheden zelf in huis hebben, worden steeds schaarser. Overall om ons heen zien we geweldige initiatieven ontstaan van grote en kleine bedrijven die samenwerken. Zij bundelen hun krachten en realiseren zo blijvende groei.

Customer intimacy

Customer intimacy betekent het centraal zetten van de klant of medewerker, het aangaan van langetermijnrelaties en wederzijdse afhankelijkheid. Mensen zijn het kapitaal in een organisatie. Daarom is het opbouwen van een goede relatie essentieel. Dit is ook van belang om te kunnen samenwerken. Maar zonder vertrouwen is er geen relatie. Elkaar beter willen leren kennen en het opbouwen van vertrouwen is dus noodzaak bij Customer intimacy.

Transparency

Om de organisatie te verbinden met haar omgeving en zodoende winstgevend te kunnen zijn, vertrouwen op te bouwen en samen te werken, zijn Transparency, Shareability en Adaptivity essentieel. Deze waarden vormen de tweede ring in het model. Constructief samenwerken in een open omgeving lukt alleen als mensen – en dus ook de leiders zelf – transparant zijn in hun gedrag. Het is belangrijk dat zij werken vanuit de eigen kern en authenticiteit.

Shareability

Daarnaast kunnen leiders anderen motiveren en naar een hoger plan tillen door te delen, door wederkerigheid. Kijk naar iets ogenschijnlijk eenvoudigs als het geven van een compliment. Het kost niets. Maar het geeft de ander een geweldig gevoel. Ook gaat het hier om de vaardigheid als leider de waarde van het delen over te brengen op de medewerkers en het onderling delen te stimuleren.

Adaptivity

Tot slot is aanpassingsvermogen nodig om met verschillende mensen en organisaties te kunnen samenwerken. Vele factoren beïnvloeden een organisatie en haar leiders dagelijks. Duurzaam leiderschap vraagt om veranderbereidheid en het constructief omgaan met alle ontwikkelingen binnen en buiten de organisatie.

Sustainability

De ‘sweet spot’ in het model is Sustainability. Het vermogen om door transparantie, delen en aanpassingsvermogen, de verbinding te leggen van binnen naar buiten. De verbinding van de organisatie met haar omgeving door een vorm van leiderschap die een duurzaam resultaat creëert voor mensen, organisaties en de maatschappij. Groei met focus op de lange termijn.

Verbinden en sturen

Bij duurzaam leiderschap is het belangrijk vanuit de eigen waarden de verbinding te leggen met de omgeving.

De ‘Pull & Pushmethode’ helpt om te verbinden en te sturen.



Pull & Push, naar binnen en naar buiten: verbinden en sturen.

Pull is verbinden; haal een individu of groep bij je om de dialoog aan te gaan. Luister actief, met gevoel voor de ander en zonder oordeelsvorming. Zorg ervoor dat iedereen begrijpt waar het om draait. Maak de richting en het langetermijndoel duidelijk.

Push is sturen; durf los te laten en zorg voor ondersteuning waar nodig. Motiveer en geef complimenten. Samen ontdekken en doen. Bouw aan een relatie voor de lange termijn en beheer deze.

Door goed te verbinden en te sturen kunnen leiders hun mensen uitleggen waarom zij doen wat zij moeten doen. En als mensen dit ‘waarom’ begrijpen, dan gaan ze het ook doen. Dan halen zij voldoening uit hun werk en dragen zij bij aan de winstgevendheid van de organisatie. De onderlinge verbinding en ruimte voor groei die zo ontstaat, maakt mensen én organisaties gezond en succesvol. Dat is de kracht van duurzaam leiderschap.

Lead2Sustain werkt in verschillende organisaties met de Zeven Kernwaarden van Duurzaam Leiderschap. Ruimte voor groei en intrinsiek gemotiveerde mensen zijn zichtbare resultaten. Wilt u weten wat duurzaam leiderschap uw organisatie kan opleveren? Wij vertellen u er graag meer over. Bel ons op 06 – 41 75 72 54. Of stuur ons een e-mail: info@lead2sustain.com.