



Bart van de Ven is een allround manager, in staat om projecten te leiden en om mensen aan te sturen. Zijn persoonskenmerken zijn: krachtig in zijn presentatie, positieve uitstraling, creatief, pragmatisch, doelgericht, analytisch en energiek. De kerncompetentie van Bart van de Ven kan worden omschreven als 'het aangaan van verbindingen tussen mensen onderling, hun omgeving en het werk waar ze voor staan om van daaruit op basis van een gedegen draagvlak resultaat te kunnen bereiken'. BrainShare is de naam van de adviespraktijk van waaruit Bart werkt.

DOE HET GRAAG EN ZOALS HET HOORT!

Doe het graag en zoals het hoort!

Ik zou mijn perspectief op kwaliteit willen beginnen met een verwijzing naar een website. Een site waar ik gewoon af en toe zelf naar kijk om inspiratie te vinden over hoe het kan. Over hoe het eigenlijk zou horen. Over hoe eenvoudig je dingen kunt maken. En over de kracht van leuk! De website (de referentie volgt) laat verschillende voorbeelden zien. Voorbeelden van dingen waar we ons soms allemaal aan storen en/of over verbazen als we ermee worden geconfronteerd. Het voorbeeld dat mij direct greep, was dat van rotzooi op straat! Ik kan mij zo verschrikkelijk boos maken over wat mensen achteloos en respectloos op straat achter laten! En natuurlijk geef ik zelf het goede voorbeeld, spreek ik mensen aan op hun gedrag en raap ik af en toe iets op wat ik een paar meter verderop in een afvalbak kan gooien. Mijn favoriete website laat een afvalbak zien, die 'zomaar' ergens in een park wordt neergezet. Op de zijkant van de afvalbak wordt de tekst geplaatst: 's-Werelds diepste afvalbak!'. En de afvalbak wordt een beetje opgeleukt: er wordt iets van elektronica in aangebracht, zodat je een 'val-en-plof-geluid' hoort, zodra je iets in de afvalbak gooit. Een stukje verderop een verborgen camera en draaien maar! Het resultaat laat zich raden: toevallige voorbijgangers worden nieuwsgierig van het geluid en met name de reactie die dat teweeg brengt bij de gebruikers van de afvalbak. De afvalbak wordt significant meer gebruikt dan andere afvalbakken in het park en in no-time wordt de directe omgeving van de afvalbak volledig schoon gemaakt, doordat zelfs de laatste snipper wordt opgeraapt en in de afvalbak wordt gedaan. Voor zij die het filmpje nog niet kennen of er gewoon ook graag nog een keer naar willen kijken: <http://youtu.be/cbEKAwCoCKw> (of via www.thefuntheory.com; een project van Volkswagen Zweden).

Het filmpje van de afvalbak illustreert naar mijn stellige overtuiging veel van waar het bij kwaliteit en kwaliteitsbeleving om gaat:

- Doorgaans weten we wel hoe 'het' hoort. Toch maken we vaak - al dan niet bewust - een keuze om daarvan af te wijken.
- We passen ons gedrag vaak snel aan onze omgeving aan; we stappen (soms) letterlijk over de rotzooi (van anderen) heen. En voor we het weten, zien we dat niet eens meer!
- Er is niet zo veel voor nodig om in ieder geval 'awareness' te krijgen over het feit dat we én weten dat we eigenlijk niet helemaal goed bezig zijn én mensen uit te nodigen hun gedrag aan te passen.
- En het is niet eenvoudig om te bewerkstelligen dat het gewenste gedrag ook daadwerkelijk beklijft.

De laatste bullet lijkt energie weg te nemen bij het vurige betoog dat ik wil voeren om aan te tonen dat werken aan kwaliteit leuk is om te doen! Maar, het gaat om de waarheden waarmee we verder kunnen komen:

- De focus moet staan op waar het écht om gaat. Zoek naar de vanzelfsprekendheid van wat je (in een organisatie, met een proces, etc.) wilt creëren. Als je de vanzelfsprekendheid te pakken hebt, hoe je zoveel minder uit te leggen; zoveel minder op te schrijven; zoveel minder te controleren! Je gaat tijd over houden voor andere dingen.
- We moeten onze medewerkers (en leidinggevenden, ketenpartners en klanten) uitnodigen om bij te dragen aan de kwaliteit die we nastreven. Dit bijdragen moet betrekking hebben op een tweetal aspecten:
 1. Het vaststellen waaruit kwaliteit zou moeten bestaan (ik had het eerder al over kwaliteitsbeleving);
 2. Bepalen wat er voor nodig is om de kwaliteit te kunnen bereiken.

Kwaliteit blijft een betrekkelijk begrip. Het is bijzonder effectief om zo goed mogelijk vastgesteld en opgeschreven te krijgen, wat kwaliteit voor een organisatie betekent. Het helpt ook om de drijvende kracht onder kwaliteit uit te drukken in een pakkende slogan. Echter, ik ben er vooral van overtuigd dat bij dit soort exercities het proces belangrijker is dan het resultaat.

Bij het gesprek over kwaliteit is de ruimte aanwezig om het over het waarom te hebben. Vanaf het moment dat het wordt opgeschreven, ontstaat welhaast als vanzelf de vraag hoe de kwaliteit geborgd kan worden. En daarna gaan we meten. Met het meten zijn we de beleving vaak direct kwijt. Meten heeft twee ellendige eigenschappen:

1. Meten beïnvloedt het proces. Zodra bekend is wat gemeten wordt, hebben we de neiging om onze resultaten te richten op wat gemeten wordt. Dat is niet per definitie negatief, maar dat wordt het wel als het resultaat van de kwaliteitsmeting in belang afneemt van het resultaat dat voor de klant belangrijk is;

2. Meten is vrijwel altijd correctief. Om te kunnen meten is een prestatieniveau vastgesteld. Zolang we dat halen, zijn we goed bezig; maar zodra we daaronder duiken, hebben we iets uit te leggen. En uit moeten leggen is niet leuk!

Kwaliteit hoort in de mensen te zitten. De beste kwaliteit wordt mijns inziens bereikt als je een organisatie kunt creëren, waarin medewerkers onderling hun ervaringen uitwisselen, zoeken naar oplossingen voor vraagstukken waarmee ze in de praktijk worden geconfronteerd, open staan voor ideeën van anderen, luisteren en ondersteuning bieden waar dat nodig is. Uiteindelijk is het de beleving van kwaliteit die bepaalt wat medewerkers bereid zijn te doen. Een kwaliteitsnorm die niet van de medewerker is, waar de medewerker zich niet mee kan identificeren, zal amper bijdragen aan de verbetering van de prestatie van de organisatie. Een dergelijke kwaliteitsnorm zal vooral tot gevolg hebben dat de 'ja-maar' prestatie versterkt wordt.

Eigenlijk zou je een organisatie moeten hebben waarin het goed is om fouten te maken! Goed, omdat het leuk is om de fouten op te lossen en leuk is om ervan te leren! Daar gaat veel meer motivatie van uit dan uitleggen waarom iets niet goed is gegaan met de belofte dat niet nogmaals te zullen doen. Uiteraard moet het maken van fouten geen doel worden. Het tegendeel is natuurlijk waar. Maar het gaat om de grondhouding in de organisatie. Belangrijk is dat er gewerkt wordt aan de kwaliteit van de organisatie als het gaat om de ambitie om de klant zo goed als mogelijk te kunnen helpen. Dat is niet altijd eenvoudig, omdat er randvoorwaarden gesteld kunnen zijn waar je in de uitvoering van je taak last van hebt. Maar juist dan is het belangrijk dat je als organisatie de flexibiliteit ontwikkeld hebt, waarmee de best mogelijke oplossing voor de klant gezocht wordt. Elkaar daarin inspireren en de ruimte geven. De energie laten stromen. Het leuk laten zijn!

Mijn punt is dus dat we moeten werken aan de kwaliteit van ons gedrag! Als we daar winst weten te bereiken, kunnen er mooie dingen ontstaan. Veel van de bijzondere dingen die mogelijk zijn gebleken, zijn ontstaan vanuit gedrag. Vanuit doen. Vanuit de grondgedachte dat je weet wat nodig is en je daarvoor gaat. In een omgeving waarin je je onzekerheden kunt delen.

Bezien vanuit dit kader is kwaliteit dus niets iets wat je gemakkelijk kunt meten. Wellicht dat je het zelfs niet op kunt schrijven. Maar over kwaliteit kun je wel praten! Kwaliteit kun je gebruiken als toetssteen of wat de klant krijgt past bij wat hij nodig heeft. Want dat is zoals het hoort te zijn! Zo heeft de klant het graag!