

MANAGEMENT VANUIT DE BASIS

VAN DE HOOFD-HARTREDACTIE



In september vond de eerste Week van het Managementboek plaats. Voor ons een moment om ook even stil te staan bij de ontwikkeling van de manager. Want we geven het de manager van vandaag maar te doen: helemaal bij zijn met de laatste marktontwikkelingen, de concurrentie die vanuit allerlei hoeken van de wereld kan opdoemen, de laatste technologische hoogstandjes en het hedendaagse maatschappelijk sentiment. De inhoud van het vak kennen. *En passant* mag je je nog buigen over de gevolgen en kansen van een energie- of eiwittransitie, de volgende trede op de veiligheids ladder, cybersecurity, kunstmatige intelligentie en een Covid-crisis. Zo kan het gebeuren dat je je op dezelfde dag bezig houdt met het volledig omgooien van je inkoopbeleid voor Sinterklaas, diversiteit en inclusie op je afdeling, de chroom-6 maatregelen in je werkplaats, de 3D-printtechnieken waar je concurrent mee komt aanzetten en het VGA-opslagbeleid van gegevens die je kantoormedewerkers vanwege het verplichte thuiswerken even niet op de beveiligde server hebben geplaatst.

In die wereld word je natuurlijk ook geacht je verkoopcijfers en je totaalplaatje financieel lekker op orde te hebben, je *social media presence* strak te houden, je collega's van onderop aangehaakt en je klanten enthousiast te houden. En vooral nog betekenisvol bezig te zijn volgens de bedoeling met daarnaast volle aandacht voor je privéleven en je spannende hobby's.

Zo beschouwd zou je kunnen menen dat de hedendaagse manager een echte duizendpoot moet zijn. De übermanager, die dagelijks de inhoud van zijn boekenkasten ververst, van executive cursus naar MOOC en netwerk-event rent, met big-data de koopmotieven van zijn klanten monitort en volgens de laatste trends de nieuwe supply-chain inricht. Maar er is ook een andere kant. De kant die wij tegenkomen in de inbox van *Holland Management Review*, als organisatieontwik-

kelaar bij onze samenwerkingspartners, als docent bij onze studenten en als muzikant bij onze medecreatievelingen. Dat is de kant van het management vanuit bezinning en reflectie, tijd nemend om te mijmeren en samen vergezichten te ontwikkelen, contact makend met de mensen om je heen, en dicht bij jezelf en je intuïtie blijvend. Vanuit ontmoeten, ontdekken en ontwikkelen.

Zo beschouwd is management minder heen en weer keren, de manager minder het duizend-dingendoekje. Het is eerder management vanuit de basis; stilstaan bij jezelf en bij de mensen met wie je samenwerkt, de dialoog opzoeken en vanuit bespiegeling de volgende stap bepalen. Dat goede gesprek, het luisteren, afwegingen maken en die (inhoudelijke) situatie begrijpen gaat natuurlijk niet vanzelf. Gelukkig staat ook dit nummer van HMR weer vol met artikelen over de bovengenoemde hedendaagse trends en uitdagingen, naast de inzichten en handvatten die evidence-based en op wetenschappelijke kennis gebaseerd zijn. Niet voor niks; ontwikkelen is een werkwoord. Het ontdekken zit niet enkel in lezen en kijken, maar zeker ook in uitproberen. Zoals de ontmoeting met Eppo van Nispen in dit nummer laat zien hoe je door altijd op zoek te zijn naar 'het oneven', en je te laten uitdagen door wat niet zou horen of kunnen, de mooiste ontdekkingen oplevert. Want in de basis is een manager een mens; met een hoofd en met een hart.

Ben Kuipers, Eric van der Wal

Ben Kuipers, is hoofd-hartredacteur van HMR, directeur van het Leiden Leadership Centre van de Universiteit Leiden en partner in Verbetervermogen – Organisatieontwikkelaars.
Eric van der Wal is hoofd-hartredacteur van HMR, creagoog en directeur van Denkidée en partner in Verbetervermogen – Organisatieontwikkelaars.