

Ingezonden

Gezamenlijke waarden

Hans van Sprang (NLJ 12-02-1999)

Heeft u ook nog dat handzame kaartje met de titel: 'The Philips Way, zo werken wij'? Bij mij ligt het op mijn bureau. Ik vind het fijn om soms de vijf waarden te herlezen. Speciaal kijk ik naar de tweede: 'Mensen: ons belangrijkste middel'. Vooral nu, in een tijd waarin de Klantendag is verdwenen en aandeelhouders en winst kernwaarden van Philips zijn geworden, is de vraag naar de waarde van de werknemer weer heel actueel.

Afgelopen Kerstmis las ik een interview met de heer De Geus, een ex-topman van Shell. Het ging over zijn boek 'The living company', waarin hij laat zien dat een cultuur van vertrouwen en loyaliteit essentieel is voor een 15jaars overleven van een bedrijf. *'De levensduur van een bedrijf', zo zegt hij, 'heeft niets te maken met maximaal winst maken ten bate van de aandeelhouders. Winst dient een gevolg te zijn van de gezondheid van een bedrijf; het is geen oorzaak.'*

Een tweede interessante stelling gaat over de relativiteit van de nu zo populaire 'kerncompetenties'. Zo begon Mitsui in de zeventiende eeuw als confectiebedrijf, werd vervolgens bankier en daarna mijnbouwer, en nu is er een industrieel conglomeraat. Hij stelt zelfs dat voor overleven het noodzakelijk lijkt om zo nu en dan de portfolio van activiteiten volledig te herzien. Succesvolle bedrijven doen dat op het goede moment, en in de ontwikkeling van Mitsui vind je heel globaal een deel van de industriële evolutie terug.

Wij hebben als Philips glorieus een eeuw overleefd met een grotendeels elektronische portfolio. Iedereen herinnert zich nog de pogingen om in software te gaan, en hoe die helaas afliepen. De verkoop van PolyGram sluit daarna die deur nog verder. Toch is het niet onmogelijk dat ook bij Philips de portfolio om zal moeten om ervoor te zorgen dat we een eeuw verder komen. Het is dan echter wel zaak dat we ons realiseren dat juist dan mensen een essentieel middel zijn!

Zo'n verandering in activiteiten kan tot veel onrust leiden. Research kan nieuwe wegen wijzen, maar niet iedereen zal die wegen even eenvoudig kunnen begaan. Gedeelde waarden geven onderling begrip en vertrouwen. En in zulke interessante tijden zal natuurlijk extra blijken dat mensen de sleutel tot het succes van een bedrijf zijn; net als de aandeelhouders en winst een middel zijn, geen doel.