

'I HAVE A DREAM'

Onlangs trof mij de eer aanwezig te mogen zijn bij de imponerende opening van het Green Planet tankstation in Pesse. Bijzonder, want dit was niet zomaar een tankstation, dit was iemands droom! Een droom waarvoor een ondernemer maar liefst tien jaar heeft gestreden om die te realiseren. Gewoon een droom om de wereld een klein stukje mooier en beter te maken en bereid te zijn daar oneindig veel hindernissen voor te nemen en tegenslag op tegenslag te verwerken. Ik kan daar alleen maar diep respect en bewondering voor hebben.

Het ergens in geloven en er echt voor gaan, dat is het grote verschil tussen ondernemen en gewoon je werk doen. Je ziet het in allerlei gradaties van het ondernemerschap terug. Zowel bij multinationals als bij lokale ondernemers om de hoek. De echte ondernemer heeft een persoonlijke drive, een gedrevenheid om dromen tot werkelijkheid te brengen en daar alles voor opzij te zetten. En het is risico durven lopen, vaak enorme risico's, alleen omdat je voor de volle 100% ergens in gelooft.

De Britse managementgoeroe Simon Sinek ontdekte dat aan succesvolle merken vaak dezelfde manier van denken, handelen en communiceren ten grondslag ligt, die compleet tegenovergesteld is aan hoe de meerderheid denkt, handelt en communiceert. Hij ontwikkelde een concept dat de 'the golden circle' heet en waarbij in de buitenste cirkel staat wat je doet ('what'), in de middelste cirkel hoe je het doet ('how') en in de binnenste cirkel staat waaróm je het doet: het 'why' (bron: Management Team). Succesvolle bedrijven onderscheiden zich volgens Sinek van minder succesvolle niet doordat ze betere producten maken, maar doordat ze beter kunnen aangeven waarom ze dat doen en wat ze ermee willen bereiken. Sinek legt een link naar de werking van de menselijke hersenen waarbij de kern van de hersenen betrokken is bij motivatie, genot, emotie en emotioneel geheugen. Dat is de plek waar de waarom-vraag wordt geprikkeld. Volgens Sinek raak je mensen alleen als je de

waarom-vraag kunt beantwoorden en als het geloof daarin overeenkomt met het geloof van anderen.

Ik heb het voorrecht in mijn werk vaak al in een pril stadium mee te mogen denken in het proces van het daadwerkelijk realiseren van dromen door gedreven ondernemers. Al starend naar een kaal stuk grond probeer ik dan de droom van de ondernemer te visualiseren. Dat is soms best lastig, want je ziet niet altijd wat zij zien en andersom ook, zij zien niet altijd wat ik zie. Dat is precies waarom ik erbij betrokken word. Soms vlot het allemaal redelijk snel, maar veel vaker zie ik ondernemers jarenlang knokken voor waar zij in geloven. En hoe mooi is het om dan na zo'n lange periode van ontwerpen, bezwaarprocedures, vergunningen en bouwen, een droom in vervulling te zien gaan. Vaak ben ik er na de eerste onderzoeksfase al lang niet meer bij betrokken, maar toch voel ik altijd een soort van trots als ik zie dat 'mijn' projecten uiteindelijk gerealiseerd zijn. Het is dat gevoel bij iets moois betrokken te zijn geweest en daar – hoe minimaal soms ook – een beetje deel van uit te mogen maken. Dat is zo mooi en dat is waarom ik mijn vak na zo'n lange tijd met nog steeds zo veel plezier uitoefen. Voor de ondernemer begint dan inmiddels een nieuwe fase ... komt de droom uit?

Bron: Management Team 25-06-2012 (<http://www.mt.nl/157/63242/magazine/simon-sinek-over-het-grote-waarom.html>)

Yvonne Schutrump verricht met haar Bureau Star Line marktonderzoek naar tankstations. In Pompshop geeft zij maandelijks haar mening over opvallende zaken die zij signaleert. Reageren? Info@bureau-starline.nl.