

De Firma Kloostervijver

Verhaal van de Maand Maart 2010

Beste lezer een poging van mij om een oud verhaal in een hedendaagse managementvorm te gieten. Soms kun je zo beter iets duidelijk maken. Veel leesplezier en schrijfplezier als u benieuwd bent naar de afloop...



De Firma Kloostervijver is een familiebedrijf en bestaat al sinds mensenheugenis. De huidige algemeen directeur, Xander Abt, is de laatste in een lange, trotse rij van vaders en zoons, die zich er aan hebben geëngesteld de Firma Kloostervijver waardig te zijn en groot te maken. Vooral algemeen directeur Xander Abt heeft erg veel geïnvesteerd in productontwikkeling, in marktonderzoek, in sterke product/markt-combinaties, in geavanceerde logistieke en planning-and-control ict-systemen, in certificering in kwaliteitssystemen, in opleiding en training van het personeel en Management Development van de directie en het management team.

De Firma Kloostervijver opereert in een gespecialiseerde nichemarkt; zij heeft een uniek medisch product met de naam "MediSong". MediSong is bij toeval door de oprichter van de Firma Kloostervijver, Albert Abt, ontdekt. Uiteraard heette het in die tijd nog niet MediSong en was het ook nog niet gepatenteerd. Werken deed het wel voor een breed scala aan psychische problemen. Was je in de war, depressief, bang of leed je bijvoorbeeld aan onnavolgbare woede-uitbarstingen, Albert Abt ontdekte, dat het gebruik van MediSong je helemaal weer in balans bracht. Daarmee werd het in de loop van de jaren een veel gebruikt en uiterst effectief voorwaarde-geneesmiddel voor allerlei soorten verdere behandeling.

MediSong was toen, in het begin, uiteraard nog lang niet perfect, en is dat ook nu eigen-

lijk nog steeds niet. De Firma Kloostervijver doet wel haar uiterste best MediSong verder te optimaliseren en te differentiëren naar allerlei potentiële en economisch kansrijke toepassingen. Hiertoe heeft de Research & Design-afdeling, hoe relatief klein de Firma Kloostervijver ook is, een ruim budget gekregen. De R&D-onderzoekers, vanwege hun enorme werkinzet liefkozend de Monniken genoemd, hebben een meer dan goed salaris. Hun onderzoeksfaciliteiten misstaan een universiteit niet. Ze moeten echter wel met resultaten komen, willen zij de hen toegezegde prestatiebonussen kunnen incasseren. Kortom de Monniken zijn dag en nacht aan het werk. Baanbrekende innovaties blijven echter uit. Nieuwe ideeën van de R&D-cracks leiden steeds weer tot niet echt iets bruikbaar. Brainstormsessies met het management team leidden tot steeds weer tot enkel meer van hetzelfde.

Wil je tot de top in je branche blijven behoren, dan moet je in zo'n situatie als directie toch echt wel iets doen. Een krachtige beslissing nemen? Het strategische roer omgooien en in plaats vooroplopen in productinnovatie je bijvoorbeeld als bedrijf gaan richten op toepassingsvariatie, marktdiversificatie en een aantal efficiëncyslagen? Iets wat vertwijfeld gaat algemeen directeur Xander Abt te rade bij zijn diverse netwerken op zoek naar de juiste externe: een consultant, marketeer, vrije vogel, wetenschapper, creatieveling of financiële whizzkid? Groot bureau of zzp'er?

De ontvangen adviezen zijn zeer divers.



Op een dag meldt Mark Troubadour zich aan de poort van de Firma Kloostervijver. Mark zou je tot de vrije vogels kunnen rekenen. Op zijn

bussinescard staat wel keurig 'consultant', maar meer omdat dat de taal van zijn potentiële klanten is, dan dat hijzelf precies begrijpt wat ermee wordt bedoeld. Mark Troubadour zwerft zo'n beetje door maatschappelijke wereld. Hij komt langs en biedt zijn klanten een andere visie op hun bedrijfsmatige werkelijkheid. Zodra algemeen directeur Xander Abt verneemt wie er bij beneden bij de receptie staat, stuurt hij direct zijn directeur Public Relations, Karel Gastenpater, eropaf. De heer Troubadour is meer dan welkom. Ja, ze hebben bij de Firma Kloostervijver zeker een nieuwe visie op hun werkelijkheid nodig. Het is wel duidelijk, dat in de loop van haar bestaan de Firma Kloostervijver enigszins een tunnelvisie heeft ontwikkeld: hoe toonaangevend en vernieuwend is de Firma Kloostervijver tegenwoordig nog?

Directeur PR Karel Gastenpater heet Mark Troubadour uitgebreid welkom, zonder te beginnen over de problemen die de Firma Kloostervijver teisteren. Dat komt later wel. Eerst de ontvangst, de rondleiding en het hapje en een drankje. Dan wordt Mark Troubadour naar de vleugel gebracht waar alle gast-wetenschappers, consultants, interimers en andere externen tijdelijk worden ondergebracht. Hij krijgt een eigen kamer. Hem wordt op het hart gedrukt eerst rustig te acclimatiseren en dan pas zijn opwachting te maken bij algemeen directeur Xander Abt. In ieder geval zal Karel Gastenpater hem morgen bijpraten over wat en hoe. Mark knikt. Hij is moe. Zodra hij alleen is, laat hij zich vallen op het bed, dat heel discreet in een hoek van de kamer staat, en valt in een diepe slaap.

Later schrikt Mark Troubadour wakker. Het is donker om hem heen. Een moment lang weet hij niet wie hij is en waar hij zich bevindt. De Firma Kloostervijver bij nacht? Dan hoort hij het weer: een melodieuze gebrom, geaccentueerd door sleepgeluiden. Voorzichtig staat Mark op en opent de deur naar de gang. De geluiden worden stekker. Aan het einde van de gang ziet hij ook flakkerend licht. Nieuwsgierig geworden sluipt hij dichtbij en als hij vlakbij de hoofdgang is aangekomen, ziet hij twee rijen gebogen en in lange laboratoriummantels gehulde figuren aan komen. In hun handen dragen zij fakkels. Hun voeten slepen over de grond. Zachtjes zingen zij een langge-

rekt lied. Verbaasd laat Mark de lange rij aan zich voorbij trekken en volgt hen dan op een afstandje. In de centrale hal van de Firma Kloostervijver splitsen de twee rijen zich en vormen een grote cirkel rond de fontein in het centrum. Het zingen wordt luider, de stemmen enthousiaster. De zangers wiegen zachtjes op het ritme heen en weer. Mark houdt zich in de schaduw schuil en wacht de gebeurtenissen af.



Plotseling moet hij met zijn ogen knipperen. Klopt dat wel? Ziet hij daar niet dat het water van de fontein begint te golven? Krijgt het omhoog spuitende water van de fontein een andere vorm? Het lied verandert

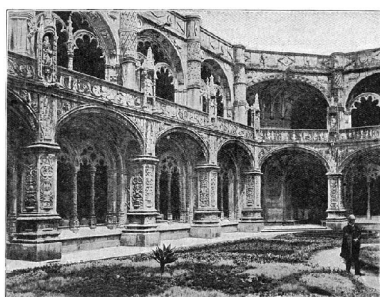
can toonsoort. In de stemmen van de zangers klinkt een aarzelend juichen door. Mark knijpt zijn ogen toe om beter te kunnen zien. Het lijkt als midden op het water een vrouwelijke gestalte verschijnt, ineengedoken als gebukt onder een intens verdriet. Elke keer als de zangers het volgende (onverstaanbare) couplet een halve toon hoger inzetten, ontvouwt de vrouwelijke gestalte zich een stukjes verder. De rug gaat rechter. De zware last lijkt te verdwijnen. Het droeve gelaat begint al wat op te lichten. Voordat het hoofd echter vier geheven is, vallen de zangers stil, midden in een muzikale zin lijkt het wel. Mark houdt de adem in. Eventjes lijkt het alsof de vrouwelijke gestalte op eigen krachten het hoofd kan heffen. Dan zijt ze echter helemaal ineens tot een vormloos hoopje ellende. De fontein spuit haar water weer, volledig onberoerd voor de overduidelijk zichtbare teleurstelling van de zangers. Ze staren in doods stilte lang naar de plek waar de kwijnende schoonheid is verdwenen. Daarna draaien ze zich om en verlaten de hal in de twee lange rijen, met brandende fakkels en slepende voeten, maar zonder gezang.

Hoofdschuddend laat Mark Troubadour de zwijgende rij mantel dragers aan zich voorbij trekken en zoekt dan zijn bed weer op. De volgende ochtend als een medewerkster PR hem zijn continental breakfast komt brengen, probeert hij haar voorzichtig over de gebeurtenissen van de afgelopen nacht uit te horen. Her master's voice schudt afwerend het

hoofd. Het is niet aan haar om commentaar te leveren. Later op de dag zal hem alles duidelijk worden.

Een uur later wordt hij door algemeen directeur, Xander Abt, en de directeur PR, Karel Gastenpater, gezamenlijk ontvangen in de ovale directiekamer in het penthouse van de Firma Kloostervijver. Het was wel niet de bedoeling geweest hem van zijn nachtrust te beroven, maar goed dat hij dit de afgelopen nacht had meegemaakt. Deze ietwat vreemd lijkende gebeurtenis was precies waarom de Firma Kloostervijver zijn aanwezigheid en zijn adviezen zo op prijs stelde. Heel lang, geleden toen Albert Abt, de latere oprichter van de Firma Kloostervijver, in deze streek rondzwierf ontdekte hij bij toeval het mysterieuze verhaal van een mooie vrouw, die gevangen op de bodem van een diep water, treurend wegwijnde. Er werd verteld, dat de vrouw wel te redden was, als mensen het juiste lied konden zingen.

Albert Abt, verre voorvader van de huidige algemeen directeur, rook direct zijn kans: eeuwige roem en dankbaarheid als hij de vrouw uit het water zou weten te redden. In zijn achterhoofd speelde het idee mee, dat hij misschien 'het juiste lied' later ook zou kunnen vermarkten en toepassen voor mensen in allerlei vergelijkbare problemen. Stap één was echter het juiste lied te vinden. Daartoe zette Albert Abt de Firma Kloostervijver neer.



In de loop van de bedrijfsge-schiedenis zijn ze met het onderzoek naar de optimale MediSong,

zoals het patent op 'het juiste lied' inmiddels heet, aardig ver gekomen, zoals Mark die nacht zelf had kunnen waarnemen. De R&D mensen, de Monniken, hadden het er aardig druk mee!

MediSong was niet compleet uitontwikkeld, de vrouw was nog steeds niet volledig uit het water bevrijd. Wel was inmiddels gebleken, dat gepatenteerde MediSong onderdelen ook goed toepasbaar waren voor andere geestelijke gezondheid gerelateerde problemen. Kort-

om, voor de Firma kloostervijver een markt met onbegrensde mogelijkheden. Alleen de perfecte MediSong, die zouden ze zo graag willen vinden. Uiteraard om de vrouw de bevrijden (en eeuwige roem en dankbaarheid te verwerven), maar ook omdat de toepassingsmogelijkheden en daarmee het salespotentieel oneindig groot lijkt. Algemeen directeur Xander Abt zwijgt en vol verwachting kijkt hij Mark Troubadour aan. Karel Gastenpater, directeur PR, laat verse koffie en andere versnaperingen boven brengen.

"Weet u wel, hoe lang wij al zoek zijn naar de ultieme MediSong" Vraagt Xander Abt boven een kop exotisch geurende koffie. "Ik zou het zelf niet eens weten! Ik ben geloof al de 78ste Abt-generatie, die deze tent runt. Sinds de 39ste Abt-generatie hebben we een goed geoutilleerde en zeer bekwame R&D-afdeling. Elke Abt-generatie hebben we minstens 3 tot 4 nieuwe akkoorden aan MediSong kunnen toevoegen. Een enorme prestatie!" Algemeen directeur Xander Abt kijkt een moment tevreden in de verte. "Echter", gaat hij door, "reeds 18 Abt-generaties lang boeken we geen enkele vooruitgang meer. Wel in de breedte - meer producten, meer toepassingen - maar niet in de diepte, niet de ultieme, de volmaakte MediSong. Wat zou u ons vanuit uw expertise willen adviseren?"

Martin Troubadour zwijgt en laat de gebeurtenissen van de afgelopen nacht aan zijn geestesoog voorbij trekken. Wat weet hij van mysterieuze vrouwen? Wat weet hij van gedreven Monniken en visionaire Abten? Bovendien is hij totaal niet vertrouwd met de soort muziek die werd gezongen: gemakkelijk in het gehoor, is niet hetzelfde als begrijpen. Met dat navelstarende monnikenwerk had hij al helemaal niets. Waarvoor dachten ze hem eigenlijk nodig te hebben?

"Wij dachten, dat u met uw kennis en uw enorme netwerk, met allerlei contacten, deskundigheden en ervaringen, vast wel te weten zou kunnen komen, waar wij de juiste muziek voor de MediSong zouden kunnen vinden", stelde Karel Gastenpater, met zachte stem voor. "Die muziek moet toch ergens zijn opgeslagen, anders kan zo'n vrouw toch nooit worden gered!? Als u nu... Wijzelf niet, dat kan niet... Als de concurrentie weet... Onmoge-

lijk!"

Martin Troubadour weigerde. "Weet u wel hoeveel plekken er in de wereld zijn, waar die muziek verborgen kan zijn? Dan is de kans groot dat ik mijn hele verdere leven voor u aan het zoeken ben! En dan is er nog geen reactie dat ik het vind. Dus geen sprake van! Ik heb nog wel een paar andere wensen! Wie zegt dat die muziek überhaupt bestaat, nog bestaat of zelfs maar bestaan heeft."

"Dat moet!" Xander Abt verhief dwingend zijn stem.

"U zegt het", antwoordde Mark Troubadour en zweeg nadrukkelijk. De spanning in de directiekamer steeg.

"U wordt toch wel eens vaker ingehuurd voor creatieve klussen?" verbrak Karel Gastenpater de stilte. "Dan hebt u toch wel eens vaker met een dergelijk bijltje gehakt? Waarom komt u nu niet een tijdje bij ons werken? Betaling is geen bezwaar. U doet mee in de R&D--afdeling. U ziet wat er gebeurt en u komt vast wel met een briljant idee..."

"Ik mag meezingen in dat monnikenkoor, bedoelt u?"

"Wellicht vindt u het laatste paar akkoorden..."

"Nee, dank u."

"Maar..."

"Dacht u nu echt, dat ik... Hoeveel knappe koppen heeft u hier rondlopen? Hoe lang lopen die hier rond? Sinds wanneer is er niets nieuws meer ontdekt? Al 18 directiegeneraties géén énkél nieuwe akkoord meer! Ik kan mijn hele leven wel blijven meezingen zonder ook maar een nieuw akkoord te vinden. Dank je de koekoek!"

De heren Xander Abt en Karel Gastenpater keken elkaar aan en verhoogden het bod aanzienlijk. De belangen waren te groot om Mark Troubadour zonder meer te laten lopen.

Stel, beste lezer, het is uw beroep om professioneel advies te geven, herkent u dan de dilemma's van de Firma Kloostervijver? Wat vindt u van de wijze waarop zij hun vraag bij Mark Troubadour neerleggen? Snapt u zijn reactie, tot nu toe? Wat zou u zelf doen? Wat doet u als de Firma u meer ruimte geeft?

Echter bent u professioneel leidinggevende herkent u zichzelf dan in Xander Abt of Karel Gastenpater? Hoe gaat u dan om met het advies van Mark Troubadour?

*- vrij naar de oud verhaal in een managerial jasje
- opnieuw verteld door Marcel van der Pol
met denk aan Bram Nuijen en Graham Swift*

Marcel van der Pol

www.keridwen.nl