



Een nieuwe managementgeneratie

Een nieuwe omgeving vraagt om nieuwe schippers. De beste binnenschippers/ managers uit het 2D-tijdperk voelen zich met hun spreadsheetkaarten verloren. Er is nu behoefte aan een nieuwe 3D-managementgeneratie waarvoor deze 3D-omgeving geen bedreiging vormt maar een opportuniteit. Ze slagen erin om met hun teams of organisaties een nieuw 3D-evenwicht te realiseren. Wendbare, snelle wedstrijdzeilschepen met een veelkoppige en goed op elkaar ingespeelde bemanning nemen de plaats is van de oude, logge binnenvaartuigen. Het evenwicht in dit nieuwe zeilschip is niet langer horizontaal zoals bij de oude aak, maar dynamisch. Telkens zoekt het een nieuw evenwicht, mee surfend op de turbulenties van de tijd. Het blijft overeind omdat het zijn evenwicht aanpast aan de omgeving.

Consensus is het streefdoel van mensen die de pijnlijke geboorte van het nieuwe willen vermijden.

Het grootste verschil tussen het 2D-tijdperk en het 3D-tijdperk is de manier waarop organisaties zichzelf ontwikkelen en organiseren. Het is de manier waarop ze competitief blijven. 2D-organisaties leken vooruit te komen door zichzelf continu te verbeteren. Dat was voldoende om te overleven in het 2D-tijdperk. 3D-organisaties ontwikkelen zich integendeel door permanent te innoveren. Het verschil tussen beide is dramatisch. Continu verbeteren is perfect realiseerbaar in consensus. Permanent innoveren lukt enkel door conflicterende ideeën en inzichten de kans te geven zichzelf te bewijzen. Streven naar het compromis, de afgezwakte consensus is uit den boze in een 3D-omgeving. Echt innovatieve organisaties gaan voor het originele, onversneden idee. Bijsturing gebeurt onderweg door een team van gepassioneerde en talentrijke mensen die willen bewijzen dat het werkt. Daarom schermt een echt lerende of innoverende organisatie de voeding van conflicten, informatie, niet af. Integendeel. Alles begint met onbeperkte informatietoegang voor slimme mensen in wording ...

Jef Staes.be



Internet, de open informatievoorraad

Stel de vraag waarom organisaties meer behoefte hebben aan innovatief vermogen en u krijgt als antwoord dat het de schuld is van de toenemende en wereldwijde concurrentie. Het is evenwel te kort door de bocht om de concurrentie als boeman aan te duiden. De echte reden zoekt u beter in de enorme hoeveelheid informatie die vandaag beschikbaar is. Ze ligt open en bloot te grabbel voor iedereen die weet wat hij zoekt.

Informatie is en masse beschikbaar. Dat heeft alles te maken met de toegankelijkheid van het internet. Deze informatievoorraad is bovendien meestal gratis te consulteren. Elk dag wordt nieuwe informatie toegevoegd door gepassioneerde mensen. Ze gebruiken hiervoor allerlei multimediale vormen. Als u niet meedoet met het internet, zal de turbulente 3D-wereld terug veranderen in een voorspelbare vlakte. Terwijl u dit leest, beseft u meteen hoe onmogelijk deze opdracht is. Of u het nu wilt of niet, het internet is en blijft bestaan. En met het internet ook de informatiestroom. En met de informatiestroom, het creatief ondernemen en de wereldwijde turbulenties.

Informatievergaring en -distributie via het internet geven voedsel aan creativiteit. Waarbij u creativiteit dient te begrijpen als het intellectuele vermogen om nieuwe ideeën en inzichten te ontwikkelen.

Internetonkunde zorgt voor een generatiekloof

Het internet is in de korte tijd van zijn bestaan dramatisch van vorm veranderd. Het begon als een dynamische informatievoorraad die continu werd aangepast. Vandaag is het uitgegroeid tot een snel evoluerend collectief waarin mensen op een zeer interactieve manier informatie uitwisselen. De vorm en de snelheid waarmee dit gebeurt, waren enkele jaren geleden voor de meesten onder ons onvoorstelbaar.

Kijk naar onze jeugd. Door het internet en de netwerken die ze erop zetten en onderhouden, ontwikkelt de jeugd van nu in een razend tempo totaal andere sociale vaardigheden dan hun leeftijdsgenoten twintig jaar geleden. De mogelijke interacties met anderen – waar ook ter wereld – zijn ver-miljoen-voudig. Gaming, instant messaging, online communities zijn allemaal 'leermomenten' waarin kinderen onbewust hun sociale vaardigheden aanscherpen. Vaak kunnen ouders, leerkrachten en werkgevers dit niet volgen. Ze kunnen zich niets voorstellen bij de kracht van deze nieuwe sociale netwerken. En zoals vaak het geval is: wat u zelf niet kent, is slecht. En schadelijk. En nutteloos.

Jef Staes.be



Vroeger hadden de ouderen de kennis en de wijsheid, nu hebben sommigen nog alleen de wijsheid.

Dit alles zorgt enerzijds voor een ernstige generatiekloof tussen de oudere en jongere generatie. Het lijkt erop alsof de informatiestroom van ouderen naar jongeren is stilgevallen ... 'de jeugd luistert niet meer'. Anderzijds hebben de meeste ouderen nog niet door dat er ook een omgekeerde informatiestroom kan bestaan, namelijk van jongeren naar... ? Jongeren leren vandaag meer uit de informatie-uitwisseling tussen elkaar dan uit de informatie die van ouderen komt. Het zijn wij, de ouderen, die in de onmogelijkheid zijn om die communicatiekanalen te gebruiken waarin jongeren elkaar vinden. Wij zijn passieve waarnemers geworden, niet in staat om deel te nemen aan dit boeiende leerproces. Enkel als we hun communicatiekanalen leren gebruiken, kunnen we hun leerproces verrijken met onze wijsheid en ervaring. Het is onze internetkunde die zorgt voor een toenemende generatiekloof.

Mijn Manager is een Held is het tweede deel uit de Red Monkey Trilogie van Jef Staes. Meer informatie over de boeken en Jef Staes als spreker vind je terug via www.jefstaes.be

Je kan er ook dit boek bestellen samen met de twee delen, "Mijn Organisatie is een oerwoud" en "Ik was een Schaap".



Jef Staes.be

