



Libor Amicorum

Onlangs werd de bank pal tegenover ons kantoor het slachtoffer van een ramkraak. Grote consternatie in de buurt, veel schade aan het pand, een uitgebrande auto, de daders spoorloos. Het gebeurt inmiddels zo vaak dat je er nauwelijks meer van opkijkt. De moderne bankrover meldt zich niet langer zwaar bewapend met bivakmuts aan de balie van de bank. Nee, hij (vrijwel altijd man) gaat met zijn tijd mee en richt zich met grof geschut op het geld uit de muur.

In de publieke opinie zitten de grootste boeven vooralsnog gewoon binnen de banken zelf. Met het recente Libor-schandaal hebben de criticasters de wind weer volop in de zeilen. En nu de bedrijfsresultaten zich schoorvoetend herstellen, laait ook de discussie over de bonussen weer fel op. Natuurlijk zijn het niet alleen de bankiers die vaste plaatsen hebben in het verdomhoekje. Ook de accountants, bestuurders van woningcorporaties en de vastgoedjongens staan keer op keer in een kwaad daglicht. Vijf jaar na het begin van de kredietcrisis is integriteit in veel organisaties nog altijd een heikel onderwerp.

Hoewel, in veel organisaties? Je hoeft geen statisticus te zijn om te zien dat de gevallen van fraude, meeneed of zelfverrijking die in de publiciteit komen, zich vooral lijken voor te doen in organisaties met een sterk corporale bestuurscultuur. Een cultuur waarin een bovengemiddeld gezond stel hersens belangrijk is om hoger op te komen, maar waarin je het zonder de juiste relaties - ons kent ons - niet ver schopt. Onderzoek toonde al eens aan dat naarmate managers hoger in de hiërarchie terechtkomen, feitelijke prestaties minder belangrijk worden en het vertonen van 'gewenst' gedrag (lees: het verschijnen op de juiste borrels) juist aan belang toeneemt.

Als het gaat om transparantie in aansturing en echte resultaten zijn succesvolle internetbedrijven een verademing. Hun innovatieve kracht zie je terug in de bedrijfsvoering: simpel, duidelijk, consequent. Managers (voor zover die nog nodig zijn) worden benoemd en afgerekend op aantoonbare bijdragen aan het bedrijfssucces. Niet meer en niet minder. Natuurlijk zijn relaties hier ook belangrijk, maar corporale structuren en tradities spelen geen rol van betekenis. Integendeel, ze zijn synoniem voor 'oud denken'; behoudend, weinig vernieuwend en politiek gedreven. En daar red je het niet mee in een bedrijfscontext die extreem snel verandert en waarin *creative destruction* de maat der dingen is.

De noodzaak tot baanbrekende vernieuwing wordt ook in gevestigde branches als de bankenwereld steeds pregnanter. Om als bank te overleven, moeten fundamenteel andere dienstverleningsvormen en nieuwe verdienmodellen worden omarmd. En daar is helemaal geen botte ramkraak voor nodig. Gewoon de deur openzetten voor andere kwaliteiten én mentaliteiten.

Patrick Houtkamp, Bright & Company | HR Strategy