

purpose

Fotografie // Petra Holland

Het draait tegenwoordig ergens om. Volgens mij is er een beweging gaande in het bedrijfsleven, want werk moet tegenwoordig betekenis hebben. Dat is wat er tegen mij gezegd wordt in gesprekken die ik voer, in interviews die ik houd, en in de boeken die ik lees. Telkens komt het woord purpose naar voren. Het is inmiddels wel een modewoord. In het Nederlands betekent purpose gewoon doel of zingeving.

Volgens mij laat het woord zich het beste vertalen als: "Waar ik elke ochtend mijn bed voor uit kom." In het vorige magazine beschreef ik al wat het doel van dit ondernemers magazine is. "Het fundament van ondernemend Twenterand versterken door te verbinden en kennis te delen." Voor mij een goede reden om elke dag mijn bed uit te komen. Het verbaast mij wel, dat het ineens zo snel gaat nu we (volgens mij) voorbij het punt zijn waar ondernemers ronduitontkennen dat

er van alles om hen heen gebeurt. Het is inmiddels nog slechts tegenstribbelen en tegensputteren. Het lijkt wel of iedereen massaal tot de conclusie is gekomen dat ondernemingen veel meer zijn dan de winstmaximalisatiemachines zoals voorheen. Bedrijven nemen hun verantwoordelijkheid voor zaken zoals gezonde werknemers, het milieu en hun eigen werkomgeving. Of dit komt doordat ze daadwerkelijk een doel hebben, door druk uit de omgeving, of omdat er gewoon geld te verdienen valt, is van minder belang. Ze zijn bezig

met vooruitstrevende ontwikkelingen en het lijkt er echt op, dat we in het exponentiële gedeelte van de innovatiefase zijn beland. Auto's worden elektrisch, windmolens op zee worden winstgevend ten opzichte van door kolencentrales opgewekte stroom en huizen worden gebouwd van hout dat CO² gebonden heeft. Je zou zeggen dat iedereen dit toejuicht! Gelukkig is dit niet helemaal zo, want de mens

zit zo niet in elkaar en dus blijven er ook een aantal mensen inclusief ondernemers, flink kritisch. En kritisch volgen lijkt mij een betere houding dan alleen halleluja roepen! Toch zal elke ondernemer zich de komende tijd moeten afvragen welke kant hij of zij op wil en hoe dat te realiseren, want het geluid van bedrijven wordt steeds vaker beoordeeld op hun bijdrage aan een betere of een slechtere wereld. Purpose is eigenlijk een veel breder begrip dan alleen maar een doel of zingeving. Het gaat onder andere

over strategie, marketing, groei, innovatie en goed en tevreden personeel, dat ook een doel voor ogen heeft. Het gaat niet over oude en nieuwe economie, of over linkse of rechtse bedrijven. Het werken vanuit purpose gaat over de korte en de lange termijn. Laten zien dat jij intrinsiek gemotiveerd bent om een geweldig bedrijf te runnen is tegenwoordig een businessmodel dat werkt. En dat betekent op de korte termijn gebruik maken van de kansen die zich op dit moment voordoen en op de lange termijn: WINST op alle fronten. ♦




Jouke Zomer

Hoofdredacteur

Monolith opportunity creators

 www.monolith-media.nl

 06-41232168

 info@monolith-media.nl

