

## Voor authenticiteit in organisaties zijn meer amateurs<sup>1</sup> nodig in plaats van professionals<sup>2</sup>.

Het is de paradox van de huidige beleveniseconomie: hoe meer gekunsteld de wereld wordt, hoe meer de klant c.q. consument échte dingen wil. Dingen die pakkend, persoonlijk en, bovenal, authentiek<sup>3</sup> zijn. Als klanten het aanbod niet 'echt' genoeg vinden, wordt de organisatie al snel gebrandmerkt als niet-authentiek, als nep en loopt zij het risico omzet te verliezen of imagoschade te lijden.

Authenticiteit lijkt een voorwaarde van succes. Maar hoe *echt* moet authenticiteit zijn om effectief te zijn?

Volgens de attributietheorie over leiderschap<sup>4</sup> moet je, als je als leider wilt worden erkend, je vooral richten op de *schijn op te houden* een leider te zijn, in plaats van je te richten op de *werkelijke prestaties*. Mensen die graag leider willen worden, moeten dus de perceptie dat ze slim, aardig, verbaal vaardig, ondernemend, hard werkend en consistent zijn trachten te beïnvloeden. Daarmee vergroten ze de kans dat hun bazen, collega's en werknemers hen inderdaad als effectieve leiders zien. Het is blinkbaar de kunst op het juiste moment de juiste actie te verrichten en op het juiste moment bij de juiste mensen de goede dingen te zeggen. Gek genoeg komt het op me over dat je "professioneel" goed moet zijn in het uitvoeren van een kunstje om invulling te geven aan 'authentiek leiderschap'.

Hoe zit het dan met authenticiteit binnen bedrijven? In mijn beleving zijn er twee uitersten. Bedrijven waar je binnen komt en voelt dat er energie in de tent zit. Dat merk je aan de manier waarop mensen uit hun ogen kijken, hoe ze met elkaar en de klanten omgaan, je ziet het aan de aankleding en het interieur van het gebouw, de indeling van de ruimtes, de kunst aan de muur. Je voelt het als de directeur je een hand geeft. Hier werkt de amateur als professional. In het woord amateur schuilt het Latijnse woord 'amare', wat 'houden van' betekent. Een amateur houdt met hart en ziel van zijn bezigheid. Niets is echter dan vanuit liefde handelen. De amateur heeft een verhaal. Vraag iemand naar zijn hobby en je begrijpt wat ik bedoel. Uiteraard dient de amateur aan te kunnen tonen dat hij het vakmanschap beheerst, maar dat is veelal in liefde gegroeid tot een professioneel<sup>5</sup> hoog niveau. Wanneer de activiteiten die de amateur voor een (veelal eigen) organisatie uitvoert, (grotendeels) overeenkomen met zijn hobbymatige activiteiten, zit het goed met het werknemerschap. Dan zit de juiste man op de juiste plek en heeft de organisatie een amateur als professional in dienst. Confucius wordt in dit soort bedrijven nog altijd geciteerd: "*Choose a job you like, and you'll never have to work a day of your life*". Er zijn ook bedrijven waar medewerkers training krijgen om (op z'n Amerikaans) met een brede glimlach 'have a nice day' te zeggen, maar waar iedere klant van een kilometer afstand aanvoelt dat het niet echt is. Mensen (klanten, consumenten, medewerkers) hebben een "antenne" om het verschil tussen echt en nep vast te stellen. Om authenticiteit in organisaties te vergroten moet je dan ook professionele amateurs aan je zien te binden of professioneel goede amateurs (acteurs?).

### Literatuur & Bronnen

- Robbins, S.P, Judge, T.A. (2008), *Gedrag in organisaties*. Uitg. Pearson Education Benelux, Amsterdam
- Gilmore, J.H, Pine, J. (2008), *Authenticiteit*, Uitg. SDU, Den Haag
- Loo, H, Geelhoed, J, Samhoud, S. (2007), *Kus de visie wakker. Organisaties energiek en effectief maken*. Uitg. SDU, Den Haag.

---

<sup>1</sup> Iemand die een tak van sport, kunst e.d. niet als broodwinning beoefent; liefhebber (Zuid Nederlands)

<sup>2</sup> Iemand die iets beroepshalve doet; kenmerkt zich door het bezitten van een vakmanschap; iemand die veel kennis en specifieke vaardigheden op een bepaald vakgebied heeft

<sup>3</sup> Oorspronkelijk, echt, geloofwaardig; echt in de zin van niet vervalst; in de wettelijke vorm door een bevoegd ambtenaar opgesteld.

<sup>4</sup> Deze theorie zegt dat leiderschap niet meer is dan een kenmerk dat mensen aan anderen toeschrijven en stelt dat mensen leiders karakteriseren als mensen met eigenschappen als intelligentie, een extravert karakter, sterke verbale vaardigheden, ondernemingszin, begrip en ijver

<sup>5</sup> Aan een beroep eigen