



Managers hebben grote behoefte aan visie

27 augustus 2006 - Slechts één op de zes managers vindt dat Nederlandse bedrijven een inspirerende visie hebben. En dat terwijl ze een organisatievisie momenteel noodzakelijker vinden dan ooit. Meer dan de helft van de bestaande organisatievisies is in de afgelopen drie jaar ontwikkeld, blijkt uit onderzoek van **&Samhoud**. Goed nieuws, maar het slechte nieuws is dat slechts zestien procent van de managers vindt dat Nederlandse organisaties een inspirerende visie hebben.

Ondernemingen die deze hebben zijn volgens de managers Philips, Shell, KPN, Rabobank en TomTom. Het bureau ondervroeg 508 managers van 354 verschillende organisaties.

Managers zijn zeer positief over het hebben van een organisatievisie: een visie verbindt en leidt tot focus en daadkracht, zeggen ze. De toegenomen populariteit van visies wordt onder andere verklaard door de veranderingen in de wereldeconomie in de laatste jaren. Toch zijn managers niet tevreden met de huidige stand van zaken. 'Nederlandse visies zijn niet vaak inspirerend en onderscheidend. Omgevingsvragen naar de bestemming van de organisatie blijven vaak onderbelicht. In die zin is er dus ook sprake van grijzemuizenvisies: ze zijn weinig inspirerend of onderscheidend en niet authentiek.'

Betrokken

Uit het onderzoek blijkt dat er een tweedeling bestaat tussen organisaties waar organisatievisies tot aantoonbaar succes hebben geleid en organisaties waarin dat minder het geval is. Het onderzoek spreekt van een 'kopgroep' en de 'bus', net als in een wielervoer. 'Hoe meer tijd een organisatie neemt voor het ontwikkelen van een visie, hoe beter. Ook het aantal betrokkenen in een organisatie heeft effect op het succes van een organisatievisie. Uiteraard zijn de top en het middenmanagement betrokken en actief. Hoe meer de medewerkers daarnaast worden betrokken en geïnformeerd, hoe meer draagvlak er ontstaat voor de visie zelf en voor de implementatie ervan.'

Bron: <http://www.managersonline.nl>