

Peter ten Hoopen



Fotografie: Peter Sabelis

Hoe maak je mensen in het bedrijfsleven creatiever?

Moet je daarvoor leuke trainingen op ze los laten, georganiseerde gekkigheid aanbieden, achtergrondmuziek aanzetten of kunstenaars uitnodigen voor speelse optredens in lunchtijd? Voor wie hiervan gruwet is er goed nieuws, want niets hiervan blijkt nodig te wezen. Ieder mens is in aanleg creatief. Het probleem is alleen dat onze creativiteit er door opvoeding, opleiding en ondergeschiktheid (dienstbetrekking) geleidelijk aan wordt uitgeramd.

Het enige wat je hoeft te doen is de remmende factoren opheffen en creativiteit veert weer op als een grasspriet wanneer je ophoudt er bovenop te staan. Uit Het Grote Creativiteitsonderzoek, waarvan verslag wordt gedaan in 'Oh, wat zijn we creatief!' blijkt dat de voornaamste remmingen gelegen zijn in egokwesties, zoals 'Ik hoor graag andermans ideeën aan maar ga daarna mijn eigen weg', in de hebbelijkheid van 'anderen' om nieuwe ideeën de kop in te drukken (uiteraard is men hier nooit zelf schuldig aan), maar vooral in angst.

Angst om voor gek te staan – daar heb je Henk weer met zijn maffe ideeën – of om afgerekend te worden op fouten. Vooral die laatste angst is een echte ideeëndoder. En het blijkt dat die in veel organisaties zwaar aanwezig is. Blijven we hameren op zekerheid en voorspelbaarheid, dan

blijven we met ons allen op het gras staan, en hoeven we niet bang te wezen dat er ooit een sprietje boven het maaiveld zal uitsteken. Het zou mooi zijn als we hier als natie overheen zouden groeien, want aangezien we weinig delfstoffen hebben, geen lage lonen en geen militair overwicht, zou creativiteit ons goed kunnen helpen. Het belangrijkste blijkt een werkklimaat waarin we accepteren dat creativiteit een prijs heeft: reken mensen niet af op wat ze verkeerd doen, maar op wat ze goed doen.



Bestel dit boek bij de speakersacademybookstore.nl

petertenhoopen@speakersacademy.eu