

INTERVIEWS | 1 AUGUSTUS 2022

UIT ZICHT IS NIEUW INZICHT

Auteur: Drs. Margot Hovestad RO - Liane Lambert Mendez-van Eerde MSc RO

Beeld: Ester Overmars - Minamarie Michell - Hailey Wagner - Nick Fewings

Leestijd: 8 min



Fountainheads Jan-Henk Bouman en Wim van Rooijen zetten graag hun publiek op het verkeerde been. Prettig ongerust maken noemen ze dat. Een gesprek met Jan-Henk Bouman over wilde bloemen, brandnetels, hartenergie, technologie en innovatie.

Wie zit erachter Fountainheads?

“Twee mensen: Jan-Henk Bouman en Wim van Rooijen. Dit jaar ben ik 28 jaar ondernemer van verschillende bedrijven die steeds op de rand van nieuwe technologie opereerden. Inmiddels hebben Wim van Rooijen en ik alweer tien jaar Fountainheads. Wij noemen onszelf trendverkenner en gastsprekers die de zaal graag ‘in de fik zetten’.”

In de fik zetten?

“Ja, we zetten graag het publiek op het verkeerde been. Prettig ongerust noemen we dat. Mensen zijn zo gefocust op wat zij doen waardoor ze de rest niet zien. Alles wat buiten je zicht ligt, zie je niet maar gebeurt wel. Wij laten mensen graag zien wat er nog meer is. Wij hopen ze via onze sessie te laten bewegen, zodat ze verder kijken dan hun eigen horizon, uit zicht is nieuw inzicht. Dat is het prettig ongeruste. Een sessie is echt geslaagd als mensen het morgen anders doen dan ze vandaag of gisteren deden.”

“Wij zeggen: “Goh je kunt ook nog verder kijken’. Die reflectie bieden wij mensen aan”

AUDIT

MAGAZINE

Julie noemen jezelf ook wel innovatieversnellers, wat houdt dat in?

“Het enige wat wij doen is het maken van verhalen op een podium waarmee innovatieversnelling tot stand komt. Wij zeggen: ‘Goh je kunt ook nog verder kijken’. Het interessante is dat je altijd een ander nodig hebt om een reflectie te krijgen op waar je mee bezig bent. Die reflectie bieden wij mensen aan. Wij komen niet uit deze markt. Wat wij doen is continu om ons heen kijken om nieuwe ontwikkelingen te zien. Daar maken wij een inspirerend verhaal van waar mensen mee aan de slag kunnen.”

Over welke thema's gaan jullie sessies?

“Belangrijke ontwikkelingen die impact hebben op markten en ondernemen. Veelbesproken thema's zijn technologische, sociale, maatschappelijke en economische trends. Wij hebben het bijvoorbeeld over technologische verandering en thuiswerken. Elke organisatie en elk mens heeft hier nu plots versneld mee te maken, maar het is aan iedereen zelf om te kiezen wat ermee te doen. Natuurlijk kan ook de keuze worden gemaakt om er niets mee te doen, maar dan is in ieder geval een keuze gemaakt. Het gaat om het maken van bewuste keuzes. Die keuze kan pas gemaakt worden maken als je weet waaruit te kiezen valt.”



Jan-Henk Bouman, Fountainheads: “Wat buiten je zicht ligt moet je eerst binnen je zicht brengen. Je moet erop gaan, bewegen, stilstaan is geen optie”

Hoe weet je dat dan?

“Dit betekent dat wat buiten je zicht ligt je eerst binnen je zicht moet brengen. Je moet erop gaan, bewegen, stilstaan is geen optie. Denk aan de ontwikkelingen op het gebied van robotisering, digitalisering en automatisering van personeel, en hybride werken. Het is vaak zo dat wanneer er een andere technologie in jouw markt komt, een andere branche dat al lang heeft ontwikkeld. Dat heet gluren bij de burens, en het gras is altijd groener bij de burens.”

Het gras is groener bij de burens is een perceptie. Hoe ziet u perceptie?

“Als er nu gezegd wordt: ‘We moeten terug naar het normaal’. Het was eigenlijk nooit normaal. Wat was normaal dan? Is er wel een normaal? Het is een perceptie op dingen. Dat noemen we het paradoxale normaal. En hier is ook tegelijkertijd daar, iedereen is met elkaar verbonden op de wereld. Als in China iets gebeurt, bijvoorbeeld het stilleggen

AUDIT

MAGAZINE

van steden als Shanghai door een lockdown, dan krijgt de hele wereld een distributieprobleem. Dan stranden zeecontainers. Daarnaast stegen de prijzen van deze containers enorm tijdens de pandemie en het na-ijleffect ervan, waardoor goederen duurder werden en daarmee een hoge inflatie ontstond. Alles is in beweging, wij zien constant verschuivingen, en markten veranderen.”

“Om medewerkers te behouden moet een organisatie van ze houden. Dan moet je weten welke dromen je met elkaar droomt”

Kunt u een voorbeeld geven van veranderde markten?

“Ik vraag altijd of iemand weleens iets bij de Free Record Shop heeft gekocht. Dan gaan er altijd een paar handen omhoog. Wij zijn in de loop van de tijd anders muziek gaan luisteren maar niet minder. Toch bestaan er nog platenzaken die goed draaien ondanks dat muziek altijd digitaal beschikbaar is. Een ander voorbeeld is V&D. Dat ging niet failliet, omdat mensen minder zijn gaan kopen, maar omdat ze dat op een andere manier doen. Daar sprong V&D onvoldoende op in. Een goede strategie nu betekent niet dat deze morgen nog werkt.”

Hoe kan het dat sommige platenwinkels nog wel succesvol zijn?

“Emotie en passie zijn de sleutelwoorden. Het mooie is dat in deze tijd een niet-muziekfan geen platenwinkel meer kan hebben. Een platenwinkelleigenaar is een gepassioneerde ondernemer, hij moet een community bouwen en mensen binden. Je moet enorm fan zijn van wat je doet.”

“Op dit moment is het probleem dat veel mensen geen fan meer zijn van wat ze doen. Dat zagen we ook in Amerika waar miljoenen Amerikanen ontslag namen tijdens de COVID-periode, ‘the great resignation’. Ze wilden de ‘bullshit jobs’ niet meer. Dit zijn banen waarvan de persoon zelf vindt dat het een onzinbaan is. Mensen volgen meer hun eigen pad. Dat betekent voor organisaties dat zij meer focus moeten hebben voor retentie als zij medewerkers willen behouden.”



Hoe kunnen organisaties hun medewerkers behouden?

“Om medewerkers te behouden moet een organisatie van ze houden. Dan moet je weten welke dromen je met elkaar droomt. De meeste mensen worden gedreven door liefde, compassie, empathie, en dat creëert kracht en moed. Angst houdt positieve verandering tegen. Wanneer je als organisatie een omgeving creëert waarin angst geen plek heeft, gaat

AUDIT

MAGAZINE

er een heleboel moois gebeuren.”

“Weet wie je ondernemende mensen zijn. Dit zijn mensen die positief hun eigen toekomst en die van hun omgeving kunnen veranderen. Dit zijn degenen die voelen dat er iets schuurt en weten wat de job to be done is, en dan zie je op een bepaald moment een verschuiving. Vroeger communiceerde wij met fysieke post die met paard en wagen werd rondgebracht. Die communicatie is er nog steeds, maar nu heet het e-mail. De job to be done is hetzelfde gebleven, de techniek is alleen veranderd en daardoor het speelveld.”

Waar blijft de menselijke verbinding met alle technologische verandering?

“Verbinding is prachtig, dat moeten we niet verliezen. Bovendien is er nog steeds de mogelijkheid om brieven of kaartjes te schrijven als je in het emotionele veld wil blijven. Maar een organisatie die slechts met brieven zou communiceren, heeft geen bestaansrecht in de huidige wereld. Bovendien kun je technologie ook inzetten voor verbinding. Zo zorgt blockchain bijvoorbeeld voor transparantie en vertrouwen. Ketens worden met blockchain aan elkaar verbonden waardoor de samenwerking tussen partijen veel helderder wordt. Bovendien laat een organisatie hiermee aan haar klanten zien dat de organisatie deugt in de hele productieketen.”

Welke rol speelde COVID-19 in angstcreatie?

“Wij zijn, denk ik, allemaal geschrokken van COVID-19. Het brengt de nodige financiële zorgen met zich mee. Het geeft een schrikbeeld voor de toekomst en dat heeft angst gecreëerd. Wij zien vaak dat de angst toeneemt, wanneer de autonomie afneemt. Dat zorgde er ook voor dat de polarisatie in gang werd gezet en dat groepen tegenover elkaar komen te staan. Ik vind het verdrietig dat verschillen in visie op COVID-19 ervoor hebben gezorgd dat mensen zijn gescheiden en ouders hun kinderen niet meer zien. Het is moeilijke materie die wij met zijn allen te verstouwen hebben.”



Welke rol speelt onderwijs in het bewustmaken van mensen?

“Een tijdje terug spraken we als Fountainheads met 23 directeurs van basisscholen. Daar toonden we een foto van een veld met wilde bloemen. Wij legden uit dat kinderen op deze manier een school binnenkomen. Vervolgens lieten wij een plaatje van de tuinen van Versailles zien. Die tuinen zijn compleet geordend en er ligt geen enkel verdwaald blaadje. Zo worden onze kinderen opgevoed in het huidige schoolsysteem. Maar er woekert iets in ons dat voorbij de orde wil. Wij willen woekeren als mensen, hebben een unieke klank en kleur en die willen we laten zien.”

AUDIT

MAGAZINE

“Dit kwam wel binnen bij de schooldirecteuren. In ons onderwijssysteem en binnen organisaties worden we beperkt door de heersende cultuur en gewoonten. Eigenlijk zou je nieuwe medewerkers niet eens moeten inwerken, ze komen nieuw en fris binnen en het eerste wat je doet is oogkleppen voordoen. Zonde! Als je niet met wilde bloemen kunt omgaan, waar ben je zelf dan nog? Zijn wij werktuigen geworden voor de doelen van een ander? Mogen wij nog woekeren?”

En? Mogen wij nog woekeren?

“Ik denk dat het erom gaat om elkaar te steunen in de doelen en de dromen die wij hebben. Maar wij moeten niet vergeten dat iedereen anders is. Het gaat ook om het perspectief. Neem bijvoorbeeld een brandnetel. Voor de een is het onkruid. Voor een ander is het medicinaal en wordt het als voeding gebruikt. Afval is pas afval als het op de verkeerde plek ligt. Ik denk in ieder geval dat iedereen moet woekeren. Dat houdt niet op. Het gaat altijd door.”

“In de huidige tijd en cultuur van presteren, vergeten wij onze eigen wilde bloem te koesteren en water te geven”

“Op een bepaald moment in het leven komt inzicht en lopen systemen vanzelf vast. En dan komt de veranderkracht: dat het zo niet langer kan. Vervolgens komt er een transitie op gang. In de huidige tijd en cultuur van presteren, vergeten wij onze eigen wilde bloem te koesteren en water te geven. Dat heeft in enkele gevallen een burn-out of een midlife crisis tot gevolg, omdat het inzicht komt dat wij niet meer woekeren.”

Hoe kunnen we onze eigen wilde bloem het best verzorgen?

“Denk in mogelijkheden. Geef je wilde bloem een goede ondergrond vol vertrouwen en liefde. Wees niet bang voor verandering, leef vanuit je eigen authenticiteit en niet volgens algemene overtuigingen. Laat je eigen klank en kleur zien. En moedig mensen aan om dat ook te doen, oordeel niet over mensen die een verandering durven te ondergaan. Leef je passie!”

Wat is uw passie?

“Dit. Ik ga ‘aan’ van dit soort gesprekken. Mijn levensvisie is het raken van mensen door andere inzichten te bieden, dan wordt de emotie geraakt en komt er beweging bij mensen, die op hun beurt weer anderen raken. Dan hoeft ikzelf niet iedereen te raken, dan ontstaat er een lopend vuurtje. Mensen raak je met emotie en niet met kennis. Op mijn LinkedInprofiel noem ik mijzelf ‘bewustmaker’. Ik denk dat dingen anders kunnen dan we gewend zijn. Het is goed om mensen een momentje van afstand te bieden om dat in te zien.”

Wat raakt u?

“Goede vraag. De Netflix-serie Derek met Ricky Gervais. Derek is een hele authentieke jongen die wat verstandelijk beperkt is. In de serie gaat alles traag. De serie is zo menselijk gemaakt, dat ik elke keer in tranen kan uitbarsten van schoonheid. Het gaat om het mens zijn.”

“Waar ik ook door werd geraakt was een Russische soldaat die door Oekraïense burgers apart werd gezet, ze gaven hem voeding en drinken. Hij mocht zijn moeder facetimen, en die jongen is in tranen. Dat roept bij mij de volgende vragen op: wat zijn we nu met zijn allen aan het doen? Hoe zit het met mijn empathie en gastvrijheid? Hoe past dat in mijn werkleven? Wat wil ik zien veranderen?”

Tot slot, wat wilt u graag zien veranderen?

“Wat ik graag zou willen is dat er in het onderwijs, naast het aanbieden van kennis, ook een hartcurriculum wordt aangeboden. Er moet veel meer focus op onze eigen emotionele ontwikkeling en energie komen. Wij moeten ons er veel

AUDIT

MAGAZINE

eerder bewust van worden dat wij onze wilde bloemen goed moeten verzorgen door onze hartenergie te laten stromen. Als wij hiermee beginnen dan komt kennis vanzelf wel.”

Over

Jan-Henk Bouman is ondernemer en heeft verschillende bedrijven gehad. De laatste tien jaar Fountainheads, samen met Wim van Rooijen. Zij zijn trendverkenners en gastsprekers. Zij dagen iedereen uit hun eigen trendverkenner te worden en dat is volgens Bouman en Van Rooijen simpel: blijf bewegen en ontdekken.

Tags: Gedrag

Bron url: <https://auditmagazine.nl/interviews/uit-zicht-is-nieuw-inzicht/>