

# Bestuurlijke en strategische thema's

## 1. Strategische visie



Elke organisatie heeft een strategische visie nodig. Dat is geen hoogdravend theoretisch verhaal, bedacht door het bestuur en management, maar een op de ziel van de organisatie gebaseerd perspectief, dat kan inspireren. Een strategische visie omvat de gewenste waarden waar de organisatie zich in wil laten kennen, een beeld van de zielskwaliteit, een visie op de gewenste toekomst en een weg hoe daar te komen. Het is duidelijk dat een realistisch beeld van de bestaande werkelijkheid een belangrijk uitgangspunt van de analyse zal zijn.

Een strategische visie wordt vormgegeven in directe samenspraak met alle betrokkenen, in- en extern.

## 2. Innovatie



Innoveren is al zo oud als de mensheid. Zonder vernieuwingen ontstaat er geen ruimte voor groei en verbeteringen. Levensgeluk en levensplezier zijn erbij gebaat. Om betere prestaties te kunnen leveren met minder mensen en middelen, volstaat verbetering niet, maar is innovatie nodig. Eén van mijn prioriteiten bij het stimuleren van innovatie is in- en externe samenwerking, omdat relaties de kern vormen van het functioneren van organisaties en mensen.

Innovaties leveren vaak een grote efficiency op. Daarom zijn de beste bezuinigingen innovaties in werk- en uitvoeringsprocessen. Een paar mooie en bekende innovaties:

- Van verkeersagent via stoplichten naar rotondes

- Van schrijven via typemachine naar computers
- Certificering van toezicht
- Decentralisatie van taken
- Van wekelijks loonzakje naar maandelijkse girale salarisbetalingen
- Van cassetwalkman via discman naar i-pod tot online-streaming
- Van bierfles via biertap naar thuistap.

*Voorbeeld Subsidiewetgeving Volkshuisvesting*

*Zelf heb ik leiding gegeven aan een vernieuwing van de subsidiewetgeving voor de woningbouw. Een aantal innovatieve processen maakten daar onderdeel van uit. Daarmee is uiteindelijk meer dan € 2 miljard jaarlijks bespaard en is de formatie van het ministerie van VROM met bijna 800 mensen verkleind.*

Vaak wordt vergeten dat de overheid de belangrijkste actor is in innovatieprocessen

Een innovatie is succesvol als er sprake is van de volgende gevolgen:

- De afnemer van het product of dienst ervaart dat aan een latente behoefte is voldaan. Er is dus sprake van een ervaring van toegevoegde waarde.
- De dienst of het product onderscheidt zich van andere diensten of producten. Door dit onderscheid is het mogelijk te communiceren over het vernieuwende van de dienst of het product. Voor een succesvolle innovatie is er binnen een organisatie ruimte voor creativiteit en onafhankelijkheid nodig. Mijn aanpak om te komen tot innovatie kenmerkt zich een tweevoudige aanpak: enerzijds een oriëntatie op de vraag van de klanten, de afnemers en anderzijds een oriëntatie op het product. Wie zijn de stakeholders, wat beweegt hen, welke klachten zijn er, welke vragen leven er? Welke voor innovatie kansrijke producten zijn er?

### 3. Vraaggerichte dienstverlening



Verbetering van de dienstverlening is een geliefkoosd onderwerp. Sommige organisaties munten uit door een excellente dienstverlening, anderen lopen steeds weer op tegen moeilijke verbeteringsprocessen en ontevreden klanten. Mijn visie is dat een goede dienstverlening geworteld is in de cultuur van de organisatie. Intern gedrag is extern gedrag. Het is onmogelijk dat een organisatie langdurig goed presteert in haar functioneren naar hun klanten als de werksfeer

intern niet een afspiegeling is van deze goede dienstverlening. Daarom is verbetering van de dienstverlening een geheel van fysieke uitstraling, cultuur, op de klant toegesneden werkprocessen en producten vanuit een samenhangende visie op dienstverlening. In wezen gaat het om het creëren van een vraaggerichte cultuur. We kunnen wel denken dat we weten wat de klant wil, maar we kunnen het beter vragen.