

Boere Machinefabriek in Waddinxveen levert maatwerk breedbandschuurmachines, van oudsher uit zelf vervaardigde onderdelen, vandaag de dag meer met extern ingekochte onderdelen. Er werken ca. 20 vaste medewerkers en enkele zzp'ers.

SLIMMER EN EFFICIËNTER WERKEN DOOR HET REALISEREN VAN EEN CULTUURROMSLAG

BOERE MACHINEFABRIEK STAAT VOOR DE OPDRACHT DE PRODUCTIE OP TE SCHROEVEN. DE BEDRIJFSCULTUUR IS STERK GEËNT OP VROEGERE MANIEREN VAN AANSTURING. VEEL MEDEWERKERS ZIJN LANG IN DIENST, NIEUWE INSTROOM IS BEPERKT, ER IS WEINIG ANIMO VOOR LEREN EN OPLEIDEN. DOELSTELLING IS MEDEWERKERS MEER VERANTWOORDELIJKHEID TE GEVEN VOOR HET VOLLEDIGE WERKPROCES, HUN KENNIS EN KUNDE OP EEN POSITIEVE MANIER MET ELKAAR TE DELEN, FOUTEN BESPREEKBAAR TE MAKEN EN ERVAN TE LEREN. DEZE CULTUURROMSLAG MAAKT NIET ALLEEN HET WERK LEUKER, MAAR KOMT OOK DE PRODUCTIE TEN GOEDE.

INTAKE

Boere Machinefabriek is een klein familiebedrijf dat van grootvader op zoon en vervolgens op twee dochters en zoon overging. Het bedrijf bevindt zich op een kruispunt: de nieuwe directie streeft naar meer standaardisatie door maatwerk via extern geleverde materialen, de medewerkers zijn sterk zelfredzaam en gewend onderdelen zelf te maken. De bedrijfscultuur is sterk naar binnen gericht. Er is weinig onderlinge communicatie, kennis wordt niet gedeeld, fouten verdwijnen onder het tapijt. Er wordt nauwelijks gebruik gemaakt van formele opleidingsmogelijkheden.

De vraag luidt: hoe realiseren we een cultuuromslag waardoor medewerkers hun kennis en kunde gaan delen met collega's en zodoende slimmer en efficiënter gaan werken?

RESULTATEN

De start van het traject omvatte een intakegesprek/analyse van het vraagstuk en het uitzetten van de Scan Werkplekieren. De resultaten hiervan werden met de directie besproken, die vervolgens aan de slag ging met het aanscherpen van hun missie, visie en strategie. Tijdens vervolgsessies werden deze missie en visie aangescherpt en vertaald naar de gevolgen voor het leer- en ontwikkelplan. Dit plan vloeit immers voort uit de organisatiedoelstellingen. Ten behoeve van individuele ontwikkelgesprekken met medewerkers is vervolgens een format voor een Menukaart ontwikkeld. Directie/leidinggevenden kregen door de gesprekken meer helderheid en focus op hun missie, visie en kernwaarden. De brei is ontward en er zijn alternatieven opgekomen voor de nieuwe aanpak. Zij ontwikkelen zich aldus tot aanjagers van verandering.

SUCCESSFACTOREN

De beoogde cultuurverandering vraagt tijd en continue aandacht. Directie en leidinggevenden zullen het beoogde gedrag en de kernwaarden moeten voorleven en zich bewust zijn/blijven van bestaande patronen en de rol die zij daarin spelen. Het is van cruciaal belang om te blijven investeren in de ontwikkeling en begeleiding van de medewerkers en hen te betrekken bij de vernieuwende aanpak. Het is zaak daarbij werkvormen te kiezen die medewerkers uitnodigen en de ruimte bieden om hun mening en input te geven en ook aandacht te geven aan wat goed gaat en behouden moet worden. De directieleden zijn enorm gedreven om de ontwikkeling binnen het bedrijf verder vorm te geven. De grootste opbrengst van het traject is dat ze met elkaar scherper hebben gekregen wat ze willen en hoe ze met de cultuurverandering aan de slag willen.

