



Annegien Blokpoel is bedrijfs-econoom, financieringsexpert en auteur van het boek *Maak je bedrijf meer waard*. Sinds 2007 ondersteunt zij directies van MKB bedrijven op het gebied van waardecreatie middels de MBW™ methodiek. Zie ook www.maakjebedrijfmeerwaard.nl. Voor Brookz schrijft ze over waardecreatie.

Peter Principle

Laatst zat ik met een ondernemer aan tafel om diens strategie en businessmodel voor de komende twee jaar te bespreken. Algauw kwam er een knelpunt naar boven. Een van zijn medewerkers – al een jaar of drie in dienst – was sinds kort verantwoordelijk voor de marketing en sales. Zij had zich in haar vorige functie prima bewezen als PR- en relatiemanager en was als beloning daarvoor in het MT terecht gekomen, met een specifieke focus op nieuwe klanten en betere productpositionering. Helaas bleek deze functie nèt te hoog gegrepen.

De meeste managers stoppen niet op een niveau dat ze aankunnen. Ze stranden een functie te hoog: het Peter Principle. Erg vervelend voor het bedrijf dat zit met een slecht presterende manager die te veel verdient. Maar net zo goed frustrerend voor de medewerker in kwestie, die zich constant boven zijn of haar kunnen moet waarmaken.

De directeur was bang dat hij te maken zou krijgen met een gedemotiveerde werknemer als hij haar direct zou confronteren met het disfunctioneren. Daarom kozen we voor een tactische oplossing; de manager via interne brainstormsessies, workshops en wat extra begeleiding naar een hoger niveau tillen. Dit vanuit de gedachte dat ze het

waarschijnlijk wel in zich had, en dat ze met een zetje in de rug straks prima zou kunnen functioneren.

Als bedrijven groeien, dan is bijna altijd op één of meer vlakken extra management-kennis nodig

Niet alleen medewerkers, maar ook ondernemers verrichten soms taken die boven hun pet gaan. Ondernemers zijn behalve aandeelhouder en werknemer ook meteen de belangrijkste manager van hun bedrijf. Dus het belangrijkste potentiële slachtoffer van het Peter Principle ben je als ondernemer zélf.

Als bedrijven groeien, dan is bijna altijd op één of meer vlakken extra management-kennis en -ervaring nodig. Vaak beheerst een ondernemer van de vijf bedrijfskundige vakgebieden één of twee vakgebieden goed, één redelijk en de rest wat minder. Gelukkig hoeft je niet zelf het wiel uit te vinden: je kunt het leertraject ook versnellen door jezelf te zien als manager die een belangrijke functie vervult: het bedenken, uitvoeren en managen van het businessmodel.

De meeste ondernemers zetten geen jaarlijks opleidingsbudget voor zichzelf opzij, en daarmee bekribbelen ze op de ontwikkeling van het management van hun eigen bedrijf. Je wilt immers als ondernemer van vandaag doorgroeien tot de manager die morgen nodig is, met alle kennis en kunde die daarbij hoort. Een slimme ondernemer blijft zijn eigen Peter Principle voor! Geef jezelf daarom structureel een fatsoenlijk opleidingsbudget (bedenk maar eens wat een extra manager erbij zou kosten!) Dat is de beste investering in verbetering van de winstgevendheid en waarde van je bedrijf.

Reageren? Stuur een e-mail naar annegien@brookz.nl