

# Hoe is het met de **energie** van uw organisatie . . . en . . . van uzelf?

## Energiemanagement brengt organisaties en individuen echt in beweging

Het IMK in gesprek met Anelita Reinders

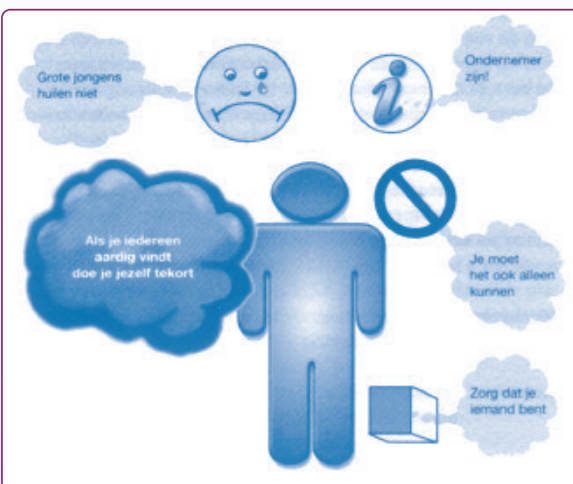
Wie 100% zichzelf is, is energiek, krachtig en kan heel veel aan. Herkent u dit? Het geldt voor individuen, maar evengoed voor teams en organisaties. 'Eigenwijze bedrijven', blijken bovendien succesvolle bedrijven. Maar wat als het spannend wordt? Er breekt een crisis uit, de omzet daalt, de klanten blijven weg? De angst slaat toe en velen verlaten dan hun oorspronkelijke kracht en energiebronnen. Wat te doen? Arbeids- en organisatiepsycholoog Anelita Reinders heeft de afgelopen 14 jaar zich gespecialiseerd in energiemangement en intuïtieve ontwikkeling. Ze begeleidt teams en organisaties en werkt als personal coach. In haar recent uitgegeven boek 'Energiemanagement' bespreekt ze de rol van innerlijke energie en intuïtie in organisaties. Daarin bespreekt ze o.a. zeven technieken om als team en/of individu de energie op peil te krijgen. Hieronder een interview met Anelita Reinders.

**“De energiebron waar we het hier over hebben,** komt voort uit je authenticiteit, uit wie je in de kern bent. Jezelf zijn en echt in je kracht komen, vraagt natuurlijk wel iets van je. Er moet een gevoel van eigenwaarde zijn, je moet de moed hebben om op te staan. Dat geldt voor individuen, maar net zo goed voor bedrijven. Heb je die eigenheid te pakken, ben je authentiek, dan komt er heel veel energie vrij. Daarom zijn 'eigenwijze, authentieke bedrijven' succesvolle bedrijven. Neem Apple, het computeralternatief voor Windows. Je herkent Apple al jaren aan die sterke identiteit. Ze weten hun eigenheid vast te houden en door te voeren in alles wat ze doen. Dat is hun kracht.”

**“Organisaties die klanten teveel willen** pleasen, laten daarentegen hun eigenheid te veel varen, drijven weg van hun authenticiteit en verliezen daardoor uiteindelijk klanten. Iets vergelijkbaars zie je bij de huidige politici die hun mening en strategie in bijna alles laten afhangen van de polls en opiniepeilingen. Wat rest is een zouteloze hap waar kiezers zich niet mee kunnen identificeren. Juist in een tijd van crisis, een tijd waarin je bijvoorbeeld klanten verliest, moet je oppassen dat je dichtbij je eigen kracht en kernkwaliteiten blijft. Dan blijf je authentiek, krachtig en herkenbaar. Regelmatig ervaar ik dat organisaties zichzelf in de loop der jaren verliezen. 'Wie zijn we echt, waar staan we voor, hoe willen we ons gedragen, wanneer zijn we teveel gaan pleasen . . .?' Die zaken brengen we dan in sessies boven tafel en we gaan dan de weg terug naar de oorspronkelijke kern.”

### Authenticiteit vraagt moed

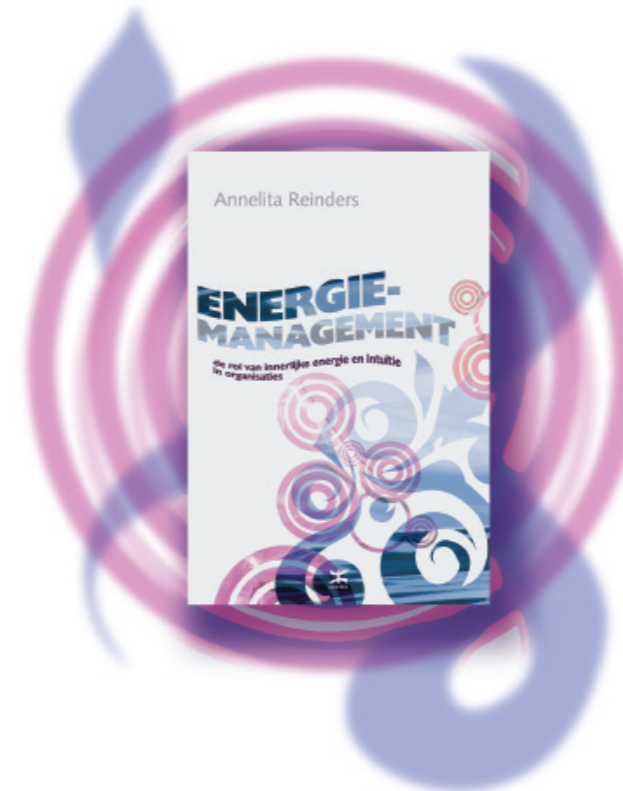
**“Mensen zijn van zichzelf krachtig en authentiek. En elke organisatie of team heeft een unieke kerngedachte, waar het voor staat en wat hen uniek maakt. Om allerlei redenen geven mensen en bedrijven hun authenticiteit vaak op. Bijvoorbeeld door overtuigingen over 'hoe je moet zijn' of 'wanneer ben je succesvol.' De eigenwaarde is dan zoek en ook de authenticiteit.”**



*“Succesvol zijn is niet alleen het gevolg van analytisch denkvermogen, maar vooral ook van je niet-rationele vermogens, zoals vertrouwen, intuïtie en inspiratie.”*

**“Stokt de bedrijfsenergie** - de omzet daalt, een team blijft hangen in ingesleten patronen, er komt niet uit wat er in zit - dan wordt het management al gauw bezorgd bij elkaar geroepen. Meest gehoorde conclusie is dan: er moet een organisatieverandering komen! In 99% van de gevallen komt de directie met 'verbeter- en actieplannen'. Zo'n plan wordt vervolgens topdown de organisatie in 'geperst'. Komt daarmee ook nieuwe energie vrij? Gaat het weer stromen? Meestal niet, of veel te weinig. Veel beter is het de 'plannen-maak-reflex' te doorbreken, een time-out te nemen en de directbetrokkenen met elkaar in dialoog te brengen. Niet gas geven, maar stilstaan dus!”

**“De dialoogtool die we kunnen inzetten** heeft regels en wordt professioneel begeleid. Zo mogen de deelnemers elkaar niet aanvallen, niet beïnvloeden, niet manipuleren. Geen discussies dus. Er wordt gevraagd zich uit te spreken, te vertellen hoe men het probleem ervaart, en waar ieder persoonlijk een oplossing ziet. Het is 100% naar elkaar luisteren, zonder onderling gesteggel. In zulke sessies komt na een tijdje spontaan nieuwe energie vrij. Deelnemers raken weer persoonlijk geëngageerd, komen met ideeën, dragen oplossingen aan, willen hun energie weer op de zaak zetten, komen in beweging. Dat is het begin van 'zelfgenezing'. Niet opdringen, maar vanuit 'het orgaan' waar het stukt. Want er zit zo veel meer energie in organisaties verborgen dan men denkt.”



*Hoort u Anelita Reinders ook graag live spreken? Dat kan! Op donderdag 28 januari 2010 is zij de keynote speaker in ons 'Proeflokaal' (zie ook pagina 166).*

**“Dus ... zijn er problemen?** Kies niet voor veranderen, creëer openheid, maak energie vrij, ga je ontwikkelen. Ontwikkelen hier in de betekenis van afwikkelen en loslaten. Laat als leidinggevende je overtuigingen, gewoontes en patronen los. Luister naar elkaar, naar je intuïtie, zoek elkaars persoonlijke energie en drijfveren weer op. Het herkennen en erkennen van de kern-van-de-zaak, daar waar de organisatie authentiek is, werkt heel stimulerend. Het richt de energie van mensen, het focust ze. Ze voelen zich dan ook weer herkend: dit is waarvoor ze bij deze organisatie zijn gaan werken!”

**“Naast strategie, structuur en organisatiecultuur** is een goed energiemangement in mijn ogen essentieel. Energie zie ik als de drager van informatie in een team. Het vormt het bewustzijn van de organisatie. Om de essentie daarvan boven water te krijgen, gebruiken we zeven tools, zeven technieken. De dialoogtool hebben we al besproken. De andere 6 zijn: *werken met het enneagram, met kernkwaliteiten, met het ontwikkelen van je intuïtie, organisatie readings, organisatieopstellingen en een mix van energietechnieken.* Met deze tools kunnen we als team tot de kern komen en ons als groep ontwikkelen. Daarmee binden we de strijd aan tegen de angst. De angst die organisaties niet met twee benen op de grond laat staan. Het zijn hulpmiddelen op de zoektocht naar de eigen energie en authenticiteit. Van organisatie én individu.”