

Paul de Blot, jezuïet tussen aanstaande ondernemers:

“Het bedrijfsleven is rijp voor zingeving”

[TEKST] JOSIEN JACOBS

[>] Paul de Chauvigny de Blot is geen nieuw gezicht op Nijenrode; hij werkt er al zevenentwintig jaar. De Blot, een kleine, tengere man met een grote glimlach op zijn gezicht, vertelt over zijn vak business spiritualiteit - een vak om de harde zakenman wat zachter te maken.

Een harde businessuniversiteit als Nijenrode die aan spiritualiteit doet? Dat klinkt mij vreemd in de oren. Maar het blijkt niet zo vreemd.

“Nijenrode heeft altijd aan spiritualiteit gedaan, vanaf het eerste begin. Alleen heette het toen nog ‘filosofie’ en ‘filosofie van de organisatie’. Daarna kwam er een hoogleraar businessethiek. Nu is de tijd rijp voor zingeving. De studenten hier beseffen dat er meer nodig is om met een bedrijf successen te boeken. Het bedrijfsleven moet men-

“Fantasie speelt bij business spiritualiteit een grote rol”

selijker worden. Een groeiend aantal managers staat open voor zingeving. Een organisatie is een samenwerkingsverband van mensen als geestelijke wezens. Business spiritualiteit is niet zozeer een nieuw fenomeen, als wel een andere weg om tot organisatievernieuwing te komen. De studenten van Nijenrode hebben niet alleen een heel hoog IQ, maar ook een grote emotionele intelligentie. Gevoelsmatig zijn ze heel sterk.”

Wat is spiritualiteit in een bedrijf?

“Een groep bestaat uit mensen, en al die mensen hebben een spirituele kracht. Als je die bij elkaar brengt, krijg je een gezamenlijke spiritualiteit. Dat is de innerlijke kracht van een onderneming. De oprichter van een bedrijf moet die spiritualiteit inbrengen in de vorm van zijn ideaalvisie, zijn droom. Ik heb het in mijn werk op Nijenrode niet

Zaken doen en spiritualiteit: het lijkt een moeizame combinatie. Toch kunnen ondernemingen er veel baat bij hebben wanneer zij meer aandacht besteden aan spiritualiteit binnen hun organisaties. “Spiritualiteit betekent voor ondernemingen dat ze zich afvragen wie ze echt zijn, wat hun diepste drijfveer is, hun diepste reden van bestaan”, aldus de jezuïet Paul de Blot, sinds kort hoogleraar business spiritualiteit aan Nijenrode Business University.

over spiritualiteit als religieuze ervaring, als een verlengstuk van een bepaalde godsdienst, maar over het streven vanuit een organisatie zelf die erop uit is haar rijkdom te ontdekken. Spiritualiteit draait wat mij betreft altijd om vragen als: ‘Wat is zinvol en wat is mijn uiteindelijke doel en ideaal?’ Spiritualiteit kan omschreven worden als een gevoel van eenheid en verbondenheid met een groter geheel. Hoe zie je en ervaar je je bestaan als onderdeel van de maatschappij, de natuur, met betrekking tot de grote levensvragen? Spiritualiteit is de binnenkant der dingen. Alles heeft een spirituele binnenkant. Het is de diepgang in alles wat we doen, de zingeving.”

Het klinkt allemaal heel mooi, maar hoe gaat dat in de praktijk in zijn werk?

“Door mens te zijn, door de menselijke zachtheid in te zetten. Mensen moeten een naam krijgen en geen nummer blijven. Er zijn veel voorbeelden waaruit blijkt dat spiritualiteit een bedrijf ten goede komt en zelfs juist winst opbrengt. Het klinkt zweverig, maar er zijn concrete voorbeelden hiervan zoals Honda en Google. Deze bedrijven dragen spiritualiteit hoog in hun vaandel. In het bedrijfsleven draait alles om macht en geld. Dat verhardt de mens, maakt hem tot een robot. Daar werkt niemand lekker bij, en dat moeten we voorkomen. Bij Honda gaan ze met z'n allen picknicken en fantaseren ze over de ideale auto. De taal van de stilte en fantasie spelen bij business spiritualiteit een grote rol. Je moet je fantasie vullen met de technische mogelijkheden waarover je als bedrijf beschikt. Een droom geeft inspiratie en nieuwe ideeën. Mensen in het bedrijf moeten die dromen met elkaar delen. Nauw onderling contact bevordert de samenwer-

eeuwen in zich op basis van een sterke cultuur constant te vernieuwen en aan te passen aan de omgeving. Door die cultuur weten ze te overleven en hun organisatie nieuwe impulsen te geven. Ook in economisch opzicht heeft deze organisatie zijn succes bewezen. Veel brieven van Ignatius die gevonden zijn gaan over zakendoen, want hij had veel geld nodig voor zijn gratis colleges. Hij zette een netwerk op dat gebruik maakte van de handelsnetwerken. Ignatius wilde de wereld verbeteren. Hij stelde altijd twee vragen: ‘Waar sta je nu en wat verlang je?’

Zowel de jezuïetenorde als een bedrijf als Philips blijven sterk door terug te gaan naar hun oorsprong, naar hun oerinspiratie. Het gaat niet alleen om de recente geschiedenis van een bedrijf, het gaat ook om wat de stichter wilde met de onderneming. Voor de successen van nu moet je bij de oorsprong van een bedrijf zijn.”

Hoe pakt Philips dat concreet aan?

“De leider van het Philips-concern, Frits Philips, die in



Paul de Blot: “Godsdienst is voor veel jonge mensen beklemmend, ze krijgen daarbij het gevoel dat ze iets moeten.” [[foto's Martine Sprangers

king en geeft optimaal resultaat. Bedrijven moeten zich menselijker organiseren, en dat kan ook bij grote bedrijven. Dan heb je een gezonder bedrijf met minder ziekmeldingen en een goede sfeer.”

Kan een moderne internationale multinational als Philips vergeleken worden met een religieuze orde als die van de jezuïeten die vierhonderdvijftig jaar geleden werd gesticht?

“Het lijkt een vergelijking van appels met peren, maar dat is het niet. Ignatius van Loyola, de stichter van de orde, was in feite ook een zakenman. De jezuïeten slagen er al

2005 overleed, trok grote aandacht als vernieuwende ondernemer. Hij zag de onderneming als een samenlevingsverband, waarbinnen de mensen streven naar beter inkomen, naar maatschappelijke status en bevrediging van het verlangen deel te hebben aan een taak die de moeite waard is en inhoud geeft aan het leven. In zijn bedrijf heerste een sterke structuur, maar er was ook ruimte voor vrijheid, zingeving en vriendschap. Frits Philips wordt een schoolvoorbeeld genoemd van iemand die een groot concern kon leiden met een menselijk gezicht. Als een leider door zijn beleid de werknemers zo tevreden kan stellen dat ze een grote arbeidsvreugde tonen en

[>]

niet staken, dan is dat economisch gezien een winstpunt.”

Maar wordt de spiritualiteit dan niet als instrument ingezet: een middel om de mensen zoet te houden en de bedrijfskas te spekken?

“Het is geen zoethoudertje. Spiritualiteit is grotere zorg en aandacht voor de werknemers, waardoor ze tot meer in staat zijn. Philips wilde beter presteren, beter werken en meer verdienen. Het gaat om tegenstrijdige doelen die allemaal vakkundig aangepakt moeten worden. Door meer winst kunnen de mensen ook meer verdienen. Het is niet het een of het ander, maar het een én het ander. Dat kan alleen als je de tegenstelling door middel van spiritualiteit op een dieper niveau overstijgt.”

De jezuïeten kennen behalve de drie geloften: armoede, zuiverheid en gehoorzaamheid, ook een aparte gelofte van gehoorzaamheid aan de paus. Beveelt u een dergelijke gehoorzaamheid ook aan de managers aan?

“Ignatius schiep naast een structuur, gebaseerd op de sterk gedecentraliseerde samenwerkingsvormen als vrienden, een minstens even sterk centraal gezag met een krachtig spiritueel mechanisme van gehoorzaamheid. De onderdaan moet altijd gehoorzaam zijn aan de overste. Als je hard werkt, verlies je soms de greep op de zaak. De overste moet daarom de visie vast houden, hij moet bij de kern blijven. Waar gaat het nu eigenlijk om? De overste bewaakt als het ware die visie, maar de onderdaan blijft verantwoordelijk. De macht van de overste is absoluut,



Dr. Paul de Chauvigny de Blot s.j. (82) is per 1 september benoemd op de wisselleerstoel Business Spiritualiteit aan de Nyenrode Business University. De priester begon zijn carrière in Indonesië, waar hij natuurkunde, filosofie, politicologie en Indonesische staatsfilosofie studeerde. In Duitsland studeerde hij natuurkunde en in Nederland cultuurfilosofie, psychologie en theologie. De Blot werkt inmiddels al zeventwintig jaar op Nijenrode, aanvankelijk als campusmoderator, later als studentenpastor, docent en studentenbegeleider. Hij promoveerde aan Nijenrode met zijn proefschrift *Vernieuwing van organisaties in een chaotische omgeving door vernieuwing van de mens*. De Blot gaat zich de komende twee jaar als hoogleraar bezighouden met de rol van spiritualiteit bij reorganisaties.

U zegt dat business spiritualiteit kan dienen als model van organisatievernieuwing. Wat verstaat u onder vernieuwing?

“De term vernieuwing kan tot misverstand leiden. De vernieuwing waarop ik doel, is niet gericht op kwantitatieve groei – al kan die wel plaatsvinden – maar op de kwaliteit van het bestaan en het welzijn van de mensen die op de een of andere manier bij het bedrijf betrokken zijn. In elke organisatie staat de mens centraal, want het product is voor en door de mens gemaakt. Hoe menselijker de mens is, hoe beter het product en dienst. Als je mensen goed behandelt, werken ze beter, gemotiveerder en creatiever. Daardoor presteren ze meer. Wie zich thuis voelt in zijn werk, werkt met plezier. Menselijk welzijn is noodzakelijk

“Ignatius stelde altijd twee vragen: Waar sta je nu en wat verlang je?”

voor een gezonde organisatie. Bij vernieuwing denk ik aan het menselijke gelaat van een bedrijf zonder dat ik daarbij de winst – waar het in het zakenleven nu eenmaal om gaat – uit het oog verlies. Ook het milieu is een kwaliteitsfactor van het leven en daarom is betere zorg voor het milieu ook een aspect van organisatievernieuwing.”

maar ook zo klein mogelijk. Kleinschaligheid met een grootschalige visie. Dit voorbeeld moeten managers ook nemen, de drempel moet laag zijn, zodat alles besproken kan worden in een bedrijf.”

Moet de kerk in deze wereld van commercie een gesprekspartner van bedrijven worden?

“Hier op Nijenrode houden we het instituut kerk er bewust buiten. Ik kom hier niet namens een kerk. Godsdienst is voor veel jonge mensen beklemmend, ze krijgen daarbij het gevoel dat ze iets moeten. De studenten hebben hier geen behoefte meer aan een studentenpastoraat, maar ze hebben wel behoefte aan zingeving. Ze zijn nieuwsgierig en staan open voor de innerlijke vrijheid die zo belangrijk is in de spiritualiteit. Jongeren praten tegenwoordig veel meer over hun gevoel dan vroeger. Ze leren hier om hun dromen met elkaar te delen. *Sharing* is een belangrijk sleutelwoord in de business spiritualiteit. Eerbied hebben voor elkaar, luisteren naar anderen, samenwerken, werkelijk contact hebben met mensen, openheid voor de omgeving, openheid voor de natuur, allemaal aandachtspunten waar studenten iets aan hebben als ze straks in een groot bedrijf werken. En dat probeer ik ze bij te brengen.”