

CYRIEL KORTLEVEN WIL DAT WE EENVOUDIGER WERKEN

‘Je moet lef hebben om te zeggen dat je met iets stopt’

We moeten opnieuw eenvoudiger werken, poneert Cyriel Kortleven. Hij schreef er een boek over, want eenvoudiger werken is helemaal niet simpel. **BENNY DEBRUYNE**

Verwacht geen diegravende analyses in *Less is beautiful*, het boek van Cyriel Kortleven. Het is een mooi vormgegeven doeboek met 69 praktische technieken of tips, die beknopt worden uitgelegd, gelardeerd met voorbeelden uit het Belgische en buitenlandse bedrijfsleven. Het boek heeft vier delen: waarom professionals te veel doen; hoe ze daarmee kunnen stoppen; hoe ze de dingen kunnen vereenvoudigen; en loslaten. De bedoeling is dat de lezer met de verzameling bekende en minder bekende tips meteen aan de slag kan (zie kader *Vijf tips om uw werk te vereenvoudigen*).

Waarom hebt u het boek ‘Less is beautiful’ genoemd en niet ‘Less is more’?

CYRIEL KORTLEVEN. “IT’ers noemen een computercode die heel simpel geschreven is een ‘beautiful code’. ‘Less is more’ wordt de jongste tijd overal gebruikt. ‘Less is beautiful’ is eigenlijk veel mooier. “Je hebt ‘Small is beautiful’ en ‘Less is more’, dit is de combinatie van die twee. Het gaat over hoe je meer kunt realiseren met minder moeite, vooral in het bedrijfsleven.”

CYRIEL KORTLEVEN

- Handelsingenieur
- Werkt al dertien jaar rond bedrijfscreativiteit: brainstormsessies en presentaties geven, spreker, presentator tijdens bedrijfsevents en auteur. Werkte drie jaar bij het COCD (Centrum voor de Ontwikkeling van het Creatief Denken).
- Profileert zich de jongste drie jaar als spreker over dit onderwerp en haalt ongeveer 60 procent van zijn omzet daaruit, de overige 40 procent komt van brainstormsessies.
- Zijn boek is deels gefinancierd via crowdfunding: op Crofun werd 3000 euro opgehaald.
- Is vooral actief in Europa, VS, Australië en Nieuw-Zeeland. Was vorig jaar 111 dagen buiten België en Nederland actief.
- *Less is beautiful* is zijn vierde boek.

Het gaat om gedragsverandering en iemands eigen karakter is daarbij vaak de grootste hinderpaal. Voor een con-

trolefreak is het moeilijk dingen los te laten.

KORTLEVEN. “In onze maatschappij zijn mensen heel sterk bezig met het nieuwe. Ze nemen er almaar nieuwe projecten bij. We hebben nooit geleerd dingen los te laten of eenvoudiger te maken. We bouwen steeds maar nieuwe lagen bij en maken daardoor heel complexe organisaties. Een prachtig voorbeeld is de bankencrisis: ook de mensen die er middenin zaten, snaptten helemaal niet hoe het systeem werkte. Dit boek is een oproep: jongens, moeten we niet eens wat dingen stopzetten of simpeler maken? Dat is absoluut niet makkelijk, omdat je routines en patronen moet doorbreken. Moeten we in plaats van product 27 in de markt te zetten, niet kijken of we de bestaande producten eenvoudiger kunnen maken? Misschien moeten we bepaalde producten gewoon niet meer maken? Vaak weten mensen in bedrijven ook wel dat een project niets meer zal opleveren, maar om politieke redenen of omdat er al zo veel miljoenen in geïnvesteerd zijn, gaan ze er toch mee door. Je moet lef hebben om te zeggen dat je met iets stopt.”

➔ **U citeert de Amerikaan Joshua Reich, die zegt dat banken hun klanten moedwillig in verwarring brengen en geld verdienen door de fouten van de klant. Hoe past u *Less is beautiful* toe voor de banken?**

KORTLEVEN. “Je moet stapje per stapje gaan. Op hoger niveau zorgen voor bewustwording. Joshua Reich heeft in de VS een soort voorportaal van een bank gestart die Simple heet. Via één app en één webpagina zien mensen alles wat ze verbruiken en wat hun kosten zijn. Zo wordt de eindconsument al bewuster van hoe het allemaal in elkaar zit. Het heeft ook te maken met de wetgeving. We maken zaken zo ingewikkeld omdat elk detail ingedeekt moet worden. Voor een simpele transactie kom je al op tien pagina’s uitleg. Dat is goed voor de advocaten, want zij zijn vaak de enigen die het nog snappen en vaak gaan rechtszaken over kleine details. Maar het maakt wel dat 95 procent van de bevolking er weinig of niets van snapt. Die hele boel moet eens helemaal gekanteld worden.”

Mensen zitten gevangen in de vloek van de kennis, schrijft u in uw boek. Ze hebben zo veel kennis en ervaring, waardoor de complexiteit almaar toeneemt. Hoe kunnen we aan die vloek ontsnappen?

KORTLEVEN. “We zijn gewoontedieren. Stap één is ons ervan bewust te worden dat die vloek er is en dat we vastzitten in een vakjargon. Stap twee is motivatie: wil je het anders aanpakken? Vaak merk ik dat mensen zeggen dat ze vastzitten, maar als je hen dan vraagt of ze iets op een andere manier willen doen, vinden ze het toch zo erg allemaal niet. Stap drie is een aantal creatieve vaardigheden inzetten en je oordeel al eens uitstellen. We zijn geneigd heel snel te oordelen. Ik noem dat *idea killers*: ‘ja, maar we hebben nu geen geld’ of ‘ja, maar we hebben nu geen tijd’. Zo komen nieuwe ideeën niet aan bod. Als je werkt met mensen geef je hen een ‘taal’ mee, waarbij ze zich bewust worden van begrippen als ‘idea killers’ of ‘ja, maren.’”

“We hebben nooit geleerd dingen los te laten of eenvoudiger te maken. We bouwen steeds maar nieuwe lagen bij en maken daardoor heel complexe organisaties”

VIJF TIPS OM UW WERK TE VEREENVOUDIGEN

- 1 Ga na hoeveel regels in uw organisatie hun houdbaarheidsdatum al hebben bereikt.
- 2 Hebt u enig idee hoeveel beslissingen een klant moet nemen wanneer hij iets bij u bestelt?
- 3 Maak een ‘stoppen met’-lijst om te focussen op wat echt telt.
- 4 Kunt u een distributiekanaal laten vallen dat niet genoeg waarde toevoegt?
- 5 Kies een project dat niet helemaal in uw domein ligt of tot uw expertise behoort, en stel voor er 20 procent van uw tijd aan te besteden.

Gaat het vooral om kleine veranderingen op de werkvloer of meer in de bedrijfsstrategie?

KORTLEVEN. “Beide. Voor bijna alle veranderingen moet je het management mee hebben, maar de echte veranderingen gebeuren op de werkvloer. Ze zitten in de kleine dingen die mensen doen. In Vlaanderen kennen we het simpele, maar

effectieve kassasysteem van Colruyt al meer dan tien jaar, maar in andere landen heb ik dat nog nooit gezien. Zulke kleine veranderingen beginnen altijd in bedrijven met een klimaat waarin mensen dingen mogen proberen, want als je dingen verandert, weet je op voorhand dat het niet altijd lukt. Dingen eenvoudig maken, is niet eenvoudig. Het is heel hard werken.”

Kunt u een minder bekend voorbeeld geven van een bedrijf dat de zaken eenvoudiger heeft gemaakt?

KORTLEVEN. “In Nederland is er een verhuisbedrijf dat geen verhuishagens meer levert, maar enkel een vrachtcabine. Die cabine staat twee à drie dagen bij jou thuis, zodat je tijd hebt om er je spullen in te plaatsen. Dan wordt de cabine naar je nieuwe plek gebracht en daar heb je ook weer een dag of twee om alles uit te laden. Je hebt minder stress omdat je meer tijd hebt en het is goedkoper.

“Heel vaak zie je die combinatie van meer rust en het besparen van kosten en afval. In restaurants zie je steeds vaker kortere menukaarten. Soms is dat heel extreem: er is een restaurant dat alleen maar hotdogs en champagne serveert. In elk geval kan de kok zich dan specialiseren en de beste hotdogs maken. En de mensen verliezen geen tijd met kiezen, waardoor de doorlooptijden in het restaurant korter zijn. De prijzen zijn ook lager omdat de kok groter kan inkopen, en er is minder afval.”

Hoe kan een bedrijf meten wat creativiteit en innovatie opleveren?

KORTLEVEN. “Dat is heel moeilijk. Vanuit ideeën werken we naar concepten, waarvan er twee tot drie worden uitgewerkt tot een minibusnessplan. Dan gaan die ideeën de organisatie in. Vaak zie je dan dat die ideeën worden aangepast. De vloek van kennis komt dan in actie: mensen stellen voor om het toch maar anders aan te pakken. Na een half jaar zijn er wel wat dingen veranderd, maar is het heel moeilijk om te zeggen of die uit het oorspronkelijke idee komen.” ©