



DE CRISIS VOLGENS DIRECTEUR 'SCHOOL VOOR COACHING' ANS TROS

VANAF EIND '96 IS DE SCHOOL VOOR COACHING IN HET NEDERLANDSE LEIDEN MARKTLEIDER BETREFFENDE COACHINGOPLEIDINGEN. DIRECTEUR ANS TROS HEEFT VAN DE CRISIS NIETS GEMERKT, INTEGENDEEL.



“ We moeten
vertragen! ”

De creatiekracht van Ans Tros is groot. Op 12 jaar tijd wist ze uit het niets samen met een partner een bedrijf op te bouwen dat intussen marktleider in haar genre is. Wat hierin zo mooi is, is dat Ans het levende bewijs is dat spiritualiteit en zaken doen perfect kunnen samengaan. Het kan haar niet schelen wat anderen daarover denken. Ans is iemand die recht door zee is, goed weet wat ze zelf wil en dat dan combineert met een open hart. Ze laat zich niet in een vakje stoppen. Haar nieuwe boek: Leiderschap door (zelf)coaching, is daar een perfect staaltje van.

Ans, hoe ervaar jij de crisis?

Ans: “Wij hebben op geen enkel moment last gehad van de crisis. Dat heeft volgens mij een paar redenen. Coaching en persoonlijke ontwikkeling als product zit in de lift. Mensen willen leren. Vanuit onze filosofie betekent coachen mensen helpen om hun eigen antwoorden te vinden. We merken dat veel dertigers en veertigers zich realiseren dat het geen enkele zin heeft om een ander te vertellen hoe het moet. De uitdaging is dus om hen zelf achter de antwoorden te laten komen. Dat past enorm in deze tijd en bij de tijdsgeest. Het gaat om mensen op eigen benen zetten, →

“Zingeving én realiteitszin zijn twee belangrijke componenten en ik hou van ze allebei.”



hen laten vertrouwen op hun eigen autoriteit en keuzes, hen zichzelf beter laten leren kennen, zodat ze ook anderen scherper, preciezer kunnen raken, leren vertrouwen op het innerlijk weten... Ons ultieme doel is niet een coachingopleiding verkopen. Natuurlijk hebben we een inkomen nodig. Maar het doel is dat mensen effectievere, efficiëntere resultaten bereiken in hun dagelijks leven. Ik zeg soms: 'Ik ben pas tevreden als je omgeving gaat klagen'. Dus als die bijvoorbeeld zegt: 'Wat ben jij direct geworden of wat is er met jou gebeurd?' Dan pas doen we het goed. Aan de andere kant is er de marketing. Traditionele marketing is dat je 10.000 brieven rondstuurt en bij wijze van spreken 1% terug verwacht. Bij ons heeft dat nooit zo gewerkt. Wij gaan uit van de mond-aan-mond reclame. De persoon die een training volgde, vertelt verder aan vrienden, collega's, familie... hoe geweldig het was. Wanneer mensen uit eerste hand iets horen over een opleiding heeft dat een enorm verspreidend effect. Natuurlijk hebben we wel een website en folders, maar de mond-aan-mond manier is bijzonder krachtig.”

En toch moeten collegabedrijven wél mensen ontslaan?

Ans: “Voor mijn gevoel heeft dat met specialisatie te maken. Als je je verdiept in één tak van communicatie kan je alleen maar beter worden. Je bent er dag in dag uit mee bezig. Dat is vakmanschap. Het helpt als je je focust op één ding of op die dingen die je het liefste doet en dat je dan daar al je energie in stopt. Het werkt ook wat herkenbaarheid in de markt betreft.”

Wat betekent geld voor jou?

Ans: “Geld is voor mij een vorm van energie. En ik geloof dat geld, dus energie, moet stromen. Ons reservetje voor wanbetalers is zeer klein. Wij zelf betalen onze leveranciers zoals het reclamebureau, accountants, copyshops, hotels waar we verblijven... ook meteen. Het moet stromen, beide kanten op. Ik geloof in win-win relaties en in langdurige samenwerking. We betalen meteen en worden meteen betaald.”

Je zet jezelf als bedrijfsleider duidelijk niet op een schavotje?

Ans: “Nooit! Ik en ook onze trainers leren bijvoorbeeld van onze groepen. Je geeft niet alleen, maar krijgt ook enorm veel terug. Wij zijn geen eiland. We hebben een maatschappelijke bijdrage, dat wel, en die willen we hebben. We willen impact hebben. Onlangs kwam ik iemand tegen op een beurs die bij ons in 2001 een opleiding volgde. Hij zei dat hij er nog steeds plezier aan beleefde en dat hij nog geregeld terugkeek in zijn boeken. Daar word ik dus blij van. Mensen zeggen vaak: 'We krijgen meer dan we dachten te krijgen'. We ontvangen veel dankbaarheid.”

Hoe kijk jij eigenlijk naar de 'slachtoffers' van de crisis?

Ans: “Het is zonder meer beroerd als je slachtoffer wordt van de crisis. Je komt in een rouwproces terecht. Er is onzekerheid rond je inkomen, rond je toekomst. Vanuit een coachingrol zou ik in gesprek gaan over een aantal vragen: ben je bezig met wat je het liefste doet? Zit je hart erin? Dat moet gekoppeld worden aan de realiteitszin. Dus met de voeten op de aarde. Ik woon zelf in een dorp. Ik zie daar kleine winkeltjes ontstaan in kinderkleding, aardewerk of chique tafelkleden. Ik weet nu al dat die over de kop zullen gaan. Zingeving én realiteitszin zijn belangrijk. Ik hou van ze allebei. Je ziet in de crisis dat aan één van beide te weinig aandacht besteed wordt.”

En al die collectieve ontslagen dan?

Ans: “Dat soort bedrijven is vaak afhankelijk van de markt. Een absolute valkuil als werknemer is volgens mij in de slachtofferrol kruipen. Ik kan me wel voorstellen dat je verdrietig, boos, bang... bent. Die gevoelens horen erbij. Het is een rouwproces. Voor mij als bedrijfsleider geldt dan weer: hoe was de bedrijfsvoering? Was die gericht op groei of op een gezonde balans?”

Geld is niet het belangrijkste, is dat wat je zegt?

Ans: “Als je je bedrijfsvoering doet vanuit het motief veel geld te willen verdienen, als dat de achterliggende gedachte wordt, dat klopt voor mij niet. Afhankelijk zijn van investeerders zoals banken, is een andere valkuil. Ik heb zelf geen lening. Geld verdienen is voor mij geen doel op zich. Ik zit in een branche met mensen die

vertragen!

“De crisis ontstaat door te veel hollen en te weinig stilstaan”

gefascineerd zijn door inhoud. Mijn personeel is niet blij als ik zeg dat ik de omzet volgend jaar ga verdubbelen. Wat hen wel motiveert, is de inhoud versterken omdat ze daar in geloven. Je moet mee bewegen met je organisatie. We zijn een geheel. Het is een illusie om te denken dat je als bedrijfsleider alleen je omzet kan bepalen. Als alles met elkaar klopt, zal je omzet omhoog gaan. Het is wel belangrijk dat je een koers uitzet en dat er een helder beleid is. Voor mij is het essentieel dat je een bijdrage geeft aan de maatschappij: milieuvuiling beperken, je bewust ergens vestigen, bewust bijdragen aan werkgelegenheid, werken met lokale bedrijven, leveranciers. Ik reis elke dag een uur heen en terug naar mijn werk. Ik had mijn bedrijf achter mijn huis kunnen vestigen. Maar veel mensen wonen vlakbij. Als zij elke dag een uur moeten reizen, gaan ze elders solliciteren. Ik reis, zij gaan op de fiets.”

Wat is de impact die je hebt als bedrijfsleider?

Ans: “Als ik gezegd had: 'Ik ga mijn geld beleggen', was ik het kwijt geweest. Ik ga niet heel snel groeien, maar heb ook geen grote leningen. Als bedrijf maak je veel keuzes over inkopen. Wij hebben een mens-, milieu- en diervriendelijk inkoopbeleid. Ik geloof niet dat je moet opleggen, je moet bewustzijn creëren. Het is belangrijk verantwoorde keuzes te maken. Dat betekent ook dat ik vind dat mensen intern niet te hard moeten werken. Trainen is topsport en ik wil de targets niet te hoog leggen. Het moet realistisch zijn.”

Zeg je nu dat mensen niet te hard moeten werken?

Ans: “Nederland heeft een enorme productiviteit. We werken veel uren. De volgende stap is dat we minder hard gaan werken. Ik ben dat zelf ook gaan doen. Er moet afwisseling zijn tussen in- en ontspanning. Je kan niet de hele dag intens werken. Ik wil daar in mijn bedrijf meer ruimte voor geven. Als ze voelen dat ze even willen suffen, een spelletje doen, een tukje... dan wil ik dat faciliteren, zelfs in de trainingen. Ik wil ruimte geven voor vertraging. Zo kunnen mensen tot zichzelf komen. Ik heb in mijn bedrijf zelfs een speciale meditatiekamer gecreëerd die hierop gericht is.”

Waarvoor is de crisis volgens jou ontstaan?

Ans: “De crisis ontstaat door te veel hollen en te weinig stilstaan. Als je de signalen negeert, krijg je een burn-out. Dat geldt ook voor bedrijven. Als bedrijfsleider moet je je gevoelen en je hart volgen. Als je alleen leeft vanuit je hoofd, stort je in. Dat gebeurt nu op maatschappelijk vlak. We moeten vertragen zodat we de subtiele signalen kunnen zien. Dat doodshoofd van de Britse kunstenaar Damien Hirst, 'For the love of God', bezaaid met diamanten: dat is voor mij hét beeld van de crisis. Het voorbeeld van de dood van het ultieme materialisme en het geloof in materialisme als God.”

Het nieuwe boek van Ans Tros heet 'Leiderschap door (zelf)coaching, bewustzijnspsychologie voor managers, adviseurs & coaches'.
ISBN 978-90-74899-24-6



TEKST: VANESSA LUYTEN-STIJNS
FOTO'S: ISTOCKPHOTO, ANS TROS



ANS' CHANGE-TIP

We moeten vertragen!
In tijden van crisis ga je vaak meer van hetzelfde doen. Wat doen mensen die oververmoeid zijn? Nog meer werken, pillen nemen... Je negeert belangrijke signalen en krijgt een burn-out. Dat gebeurt nu op maatschappelijk vlak. De crisis ontstaat door te veel hollen en te weinig stilstaan.