

# Jssel

BUSINESS MAGAZINE



Economische achterstand  
Zuid-Holland zorgwekkend

Aart van Gelder: Kennis moet  
beschikbaar en bereikbaar blijven

Kamer van Koophandel:  
Toegangspoort tot het bedrijfsleven

Prof. dr. Joseph Kessels aan het woord:

# Huidige leercultuur

is een ramp voor de kenniseconomie

# IJssel inhoud

## Colofon

Het IJssel Business Magazine is een uitgave van het ONC, de EKC, de VERCO en de gemeente Capelle aan den IJssel en verschijnt drie keer per jaar.

**Redactie:** Peter Meulendijk, Arie Houweling, Ruud Verschuren, Ed de Kloe, Nic Visser

**Hoofredactie:** Jeannette Estarippa  
Tekstenzo

**Idee en ontwerp:** C&P Communicatie BV

**Fotografie:** Jan Paul Mioulet

**Opmaak:** HEB Servicebureau voor Communicatie

**Drukwerk:** Grafisch Compleet

Het IJssel Business Magazine wordt verspreid onder ondernemers in Capelle aan den IJssel, Krimpen aan den IJssel, Ouderkerk aan den IJssel, Nieuwerkerk aan den IJssel en Moordrecht in een oplage van 2500 exemplaren.

**Losse verkoopprijs:** € 4.95.

## Advertentietarieven en informatie:

Formaat: 220 x 285 mm

Hele pagina full color: € 600,-

Halve pagina full color: € 325,-

Kwart pagina staand full color: € 225,-

Toeslag omslag binnen: 50%

Toeslag omslag buiten: 100%

C&P Communicatie B.V.

De Linie 1g, Postbus 934

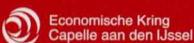
2900 AX Capelle aan den IJssel

Tel. 010-2640144, fax 010-2640145

p.meulendijk@cenpcommunicatie.nl

Indien u ideeën heeft voor het volgende nummer van het IJssel Business Magazine kunt u contact opnemen met de redactie: tel. 010-4508496 of 06-20080825. U kunt hier ook terecht voor meer informatie. De redactie houdt zich het recht voor artikelen in te korten, te wijzigen of te weigeren zonder overleg.

Niets uit deze uitgave mag zonder toestemming van de redactie worden overgenomen. Aan de teksten kunnen geen rechten worden ontleend.



## Prof. dr. Joseph Kessels:

“Huidige leercultuur is een ramp voor de kenniseconomie”



6

Van de redactie • 5

Prof. dr. Joseph Kessels:  
“Huidige leercultuur is een ramp  
voor de kenniseconomie” • 6

Economische achterstand Zuid-Holland  
zorgwekkend • 8

Aart van Gelder: “Kennis moet beschikbaar  
en bereikbaar blijven” • 10

Duaal wetenschappelijk onderwijs:  
Goede wisselwerking • 13

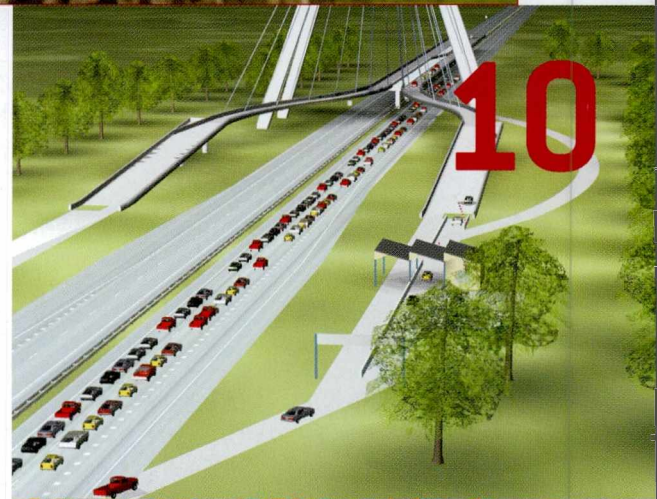
Kamer van Koophandel  
Toegangspoort tot het bedrijfsleven • 14

ONC • 16

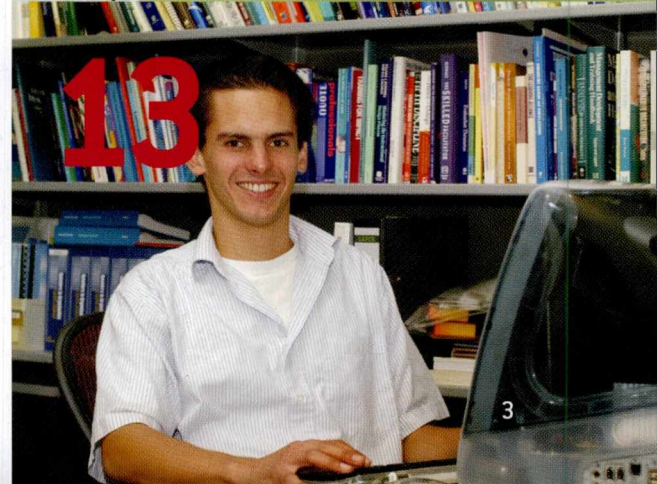
VERCO • 19

Gemeente Capelle aan den IJssel • 20

EKC • 22



10



13

Prof. dr. Joseph Kessels



# “Huidige leercultuur is een ramp voor de kenniseconomie”

Om Nederland weer hoger op de innovatieladder te krijgen, is een cultuuromslag noodzakelijk, stelt professor Joseph Kessels. Universiteiten zouden zich niet alleen met fundamentele kennis bezig moeten houden, maar ook stil moeten staan bij de vraag hoe de samenleving hier daadwerkelijk iets mee kan doen. Bedrijven zouden daarentegen meer moeten erkennen dat kennisontwikkeling nodig is om tot verbetering en vernieuwing te komen.

Joseph Kessels (1952) is sinds 1977 partner bij bureau Kessels & Smit, The Learning Company. Hij studeerde andragologie aan de Universiteit van Amsterdam en promoveerde cum laude aan de Universiteit Twente op een studie naar het ontwerpen van succesvolle opleidingsprogramma's. Als parttime hoogleraar HRD- bedrijfsopleidingen in Twente richt hij zich op vraagstukken die betrekking hebben op het ontwerpen van leertrajecten, opleidingsbeleid en de inrichting van de kennishuishouding. In 1989 ontving hij van de Nederlandse Vereniging van Opleidingsfunctionarissen de eerste Opleidingsonderscheiding.

## Praktijkervaring

“Het onderwijs is veelal gericht op een klassieke opvatting over kennis en houdt zich niet genoeg bezig met de bekwaamheid om die kennis in de praktijk te brengen ten behoeve van het bedrijfsleven. In de praktijk moet je het leren, de meest succesvolle ondernemers hebben hun succes vaak te danken aan hun praktijkervaring. Universiteiten zouden zich er druk over moeten gaan maken wáár hun studenten terecht komen. Het is een te beperkte taakopvatting om alleen aandacht te besteden aan het handjevol studenten dat wil blijven om onderzoeker te worden.”

Steeds meer bedrijven brengen hun productiefunctie naar landen met lage lonen. “Wij moeten het daarom hebben

van het vermogen om voortdurend te verbeteren en radicaal te vernieuwen, van de kenniseconomie dus. We moeten dan wel af van de conventionele manier van managen door vooral te willen controleren en te beheersen. Veel ondernemers zijn opgevoed met het idee dat er maar één de baas kan zijn. Er zijn regels binnen het bedrijf, iedereen heeft zo zijn taken en er heerst een overzichtelijke organisatie alsof het een leger betreft. Dat is prima voor het voeren van een oorlog maar het geeft niet het goede klimaat voor innovatie.”

## Kennis delen

“Vroeger was het heel normaal dat een kleine club binnen de organisatie het denkwerk deed. De scheiding tussen denken en doen lag aan de basis van slim en efficiënt. Er bestaat nog steeds een bepaalde angst, dat als je kennis deelt, je dan iets van je macht verliest. Als je kennis kunt delen, wordt het juist meer! Binnen een onderneming is er vaak veel ervaringskennis bij werknemers. In feite draait een onderneming daar juist soepel op. Als er een prettig leerklimaat is, met een veilige sfeer, zullen ze zich vrij voelen om ervaringen uit te wisselen. Laat mensen participeren, nadenken over oplossingen voor problemen. Zij nemen dan ook meer verantwoordelijkheid, voelen zich betrokken en komen met opmerkelijk innovatieve aanpakken.”

Vernieuwingen ontstaan meestal als er onverwachte nieuwe combinaties plaatsvinden. “Hou je je bedrijf strak georganiseerd, dan hou je jezelf dom. We zijn gewend om vast te houden aan iets wat goed gaat, maar daar begint ook de verstarring. Medewerkers hebben dat snel in de gaten en krijgen dan iets van: ‘Laten we vooral maar niet opvallen, dan worden we wel met rust gelaten’. Dit is een ramp voor de kenniseconomie. Als mensen met een idee komen, moeten ze niet bang hoeven zijn om op hun kop te krijgen. Werk bewust aan wederzijdse

aantrekkelijkheid en richt je niet alleen op macht en hiërarchie.”

## Communities of practice

Binnen de Learning Company wordt gewerkt met communities of practice. “Dit zijn studiegroepen die aan verbeteringen en vernieuwingen werken. We willen de sterke kanten van mensen ontdekken en stimuleren de medewerkers om daar juist gebruik van te maken. We koesteren onze stagiaires, die door kritische vragen te stellen ons een spiegel voorhouden en ons bewust maken van vastgeroeste gewoontes, die hun betekenis vaak hebben verloren. Zij zorgen voor een frisse wind. Door samenwerking met het onderwijs haal je gratis en voor niets de nieuwe generatie kennis in huis.”

Het creëren van een gunstige leeromgeving op de werkvloer vraagt wel om een bijzonder soort inzet van de ondernemer. Joseph Kessels heeft vele publicaties op zijn naam staan. In een ervan wordt dit proces beschreven: “Aandacht voor leren op de werkplek levert waardevolle inzichten op over de voorwaarden om van de werkplek tot een gunstige leeromgeving te maken. Het gaat dan om zaken als uitdagende taken, eigen verantwoordelijkheid, variatie in het takenpakket en ruimte en ondersteuning voor leren. Het blijkt in de praktijk een uitdagend proces te zijn om die voorwaarden voor het eerst op werkplekken te introduceren.”

Volgens Kessels kunt je niet slim zijn tegen je zin: “Medewerkers zouden op zoek moeten gaan naar hun passie. We hebben dat afgeleerd en daar word je ongelukkig van. Als we de collectieve slimheid kunnen bevorderen, komt dat ten goede aan de kenniseconomie. Externe factoren zoals een dure auto van de zaak, zullen medewerkers niet kennisproductief maken. Geef medewerkers meer regelruimte waardoor ze kunnen leren om complexe taken met plezier op te pakken, dat geeft hen de mogelijkheid om zich te ontwikkelen.” ●