

Ondernemen in de New Economy

Een ondernemer wil iets ondernemen, maar wat? Wat heb ik te bieden? Dit is altijd de vraag.

Wat is nodig, welke behoeften zijn er, wordt snel gezien in de bekende Maslov reeks: eten, veiligheid, sociale relaties, aanzien en zelfrealisatie, waarbij er steeds meer een verschuiving plaats vindt naar de kant van het zelf. In onze westerse maatschappij is inmiddels voldoende eten, kleding en veiligheid en treedt een verschuiving naar zelfrealisatie op. Diegene die de vraag "wie ben ik?" goed kan beantwoorden kan daarmee echte sociale relaties, aanzien en zelfrealisatie verwerven. Wie je bent, bepaalt wat je kunt en niet andersom. (dus niet "Ik ren dus ik ben"; doordat lekker kunt rennen ben je een hardloper). In de moderne economie die steeds efficiënter wordt, waarbij internet de afstand tussen vraag en aanbod zeer snel verkleint, neemt ook de druk van de omgeving op het individu toe.

Wat is nu dan nog echt nodig? Juist, ja, dat wat het diepste zelf voedt. Wat is die echte behoefte en hoe kan die behoefte of vraag vervuld worden? Dit is de ware vraag achter de Maslov reeks. Het is deze vraag die in toenemende mate gesteld gaat worden in de nieuwe economie. Bij een overaanbod aan pure consumptiegoederen ontstaat meer en meer een verschuiving naar die zelfrealisatie toe. Wat is het dat een mens ten diepste nodig heeft? Ieder mens heeft tenslotte een onvervreembaar recht op geluk. Het is dat woord geluk wat in zich verbergt wat iedereen zoekt, namelijk gezien te worden, erkent te worden in dat wat men is. Het is die diepste levens-reis die iedereen maakt en waarvoor steeds meer mogelijkheden ontstaan. Iedereen heeft het verlangen zichzelf te leren kennen. Het zijn de moderne communicatiemiddelen die het mogelijk maken steeds verder zonder vertraging in contact met je medemensen te treden en jezelf aan en met steeds meer anderen te spiegelen om ten diepste jezelf te leren kennen. Met de toegenomen communicatiemiddelen is het mogelijk continu in verbinding met de buitenwereld te staan en daardoor juist minder in verbinding met U zelf te zijn.

De echte ondernemer

Ieder mens is geworden door zijn verleden en door zijn eigenheid. Hoe krachtig is dat verleden in ons allen. De echte ondernemer is nu juist altijd herkenbaar aan zijn eigenheid, denk aan de bekende oprichters van Microsoft of Apple. Hij doet iets in volkomen ontspanning wat voor hem de meest natuurlijke beweging is. Met die ontspanning is ook de openheid daar, zodat alle signalen die van buiten komen ook bij hem aankomen. Vaak juist is die andere kant echter overheersend, het copieren van anderen en dupliceren van het verleden. We worden voortgedreven door de angst niet gezien te worden en werken als een paard om een succesvol ondernemer, manager, bedrijfsleider of verkoper te worden. De nieuwe ondernemer herkent zijn eigen verleden en angsten, zeg maar: de hardheid van zijn eigen schil. Daar doorheen voelt hij zijn drijfveren en zoekt naar echtheid. Het is vaak zo vreemd om te merken dat een probleem of uitdaging vaak snel opgelost wordt in rust, dan wanneer men zichzelf kan zijn. Een echt antwoord op de vraag wie de echte nieuwe ondernemer is kan alleen zijn Uw eigen diepste zelf. Dat zelf is niet al die aangeleerde trucjes, maar het 'ingeschapen beeld' binnen een ieder van ons. Iedereen kent de verschillen tussen broers en zussen die in een zelfde omgeving zijn opgegroeid of zelfs wel hoe verschillend tweelingen zijn van binnen, als mens. Die echte ondernemer kent zichzelf ten diepste en daarmee ook de wereld van de mensen en de wereldmarkt.

De nieuwe economie

In dat proces van een steeds efficiënter wordende economie zullen minder behoeften zijn geboren uit geografische of etnologische barrières. Immers met de snelheid van het licht wordt gecommuniceerd en worden prijzen bekend en vergeleken. Wat overblijft zijn verschillen in harde kosten o.a. van transport en productie. U kunt rijst uit Indonesië en koffie uit Colombia in de Spar op de hoek kopen, ze hebben misschien een andere prijs dan dezelfde producten uit andere landen, wat overblijft is of men bereid is voor het kwaliteitsverschil te betalen en of de extra transportkosten hier tegen opwegen.

Geschreven kennis verspreidt zich ook met de snelheid van het licht. De kennis van Uw zelf gaat niet zo snel. Met al die barrières die we zelf oprichten met onder andere onze angsten, waarbij we gesloten blijven, is uiteindelijk dit de laatste grens die overschreden moet worden. Het is deze kennis over de mens zelf, die menselijke weerstanden en in diepste menselijke kennis die zich niet zo makkelijk laat verspreiden. Het is immers volledig uniek, voor een ieder volkomen anders.

In de moderne diensten economie zie je dat verschijnsel ook makkelijk terug in de kosten van de dienstverlening. De mensgerichte diensten stijgen nauwelijks in productiviteit, terwijl in de laatste 100 jaar pure productie verbeteringen zijn bereikt van vele tientallen factoren voor bijvoorbeeld kleding en voedselproductie. De kosten van de dienstverlening in ziekenhuizen en dergelijke rijzen niet de pan uit, maar de kosten van reguliere producten en levensbehoeften zoals eten en kleding worden zo laag juist. Het is in de verhouding dat het verschil ligt. Het is juist in die 'productiewereld' dat geen geld meer valt te verdienen door dalende prijzen. Door schaalgroottes en efficiëntie is nog te verdienen, maar is dit nu ondernemen? Het is gewoon oogsten uit het bekende verleden. Wat is dan die ware onderneming?

De ware onderneming

Ieder mens is anders aan de buitenkant, maar nog meer zo van binnen. Uw eigen barrières bepalen Uw eigen mensbeeld en dat wat U kunt worden en ondernemen in de wereld. Natuurlijk is een ondernemer geen zielekenner dat is een vak apart, maar kennis van je eigen ziel levert ook je "Ziel", je doel in het leven.

Houd vast aan het grote beeld en de hele wereld zal tot je komen.

Tot je komen en geen kwaad ondervinden - maar grote veiligheid en vrede kennen.

Muziek en voedsel – hiervoor stoppen passerende reizigers. (Te-tao ching, 800 v.Chr)

Je hoeft niet te weten waarom water van boven naar beneden stroomt, je kunt er wel gebruik van maken dat het gebeurt. De hele vermaak industrie is hier een mooi voorbeeld van. Jouw mensbeeld als ondernemer bepaald wat je kunt zien bij anderen. Zie je een wezen zoekende naar contact en intimiteit of alleen een op sex beluste speelpop. Die oppervlakte laag is natuurlijk commercieel zeer interessant en is met toevoeging van bijvoorbeeld 3D video of video+tasztin etc. snel aan te boren. Je hoeft dan niet echt wezenlijk te innoveren, maar gebruikt een bekende markt en prijsstructuur om een kleine productvariatie te verkopen. In dit voorbeeld een gewone kwaliteitsverbetering. Het echte werk is natuurlijk het contact van mens tot mens, liever nog van echte ziel tot ziel. Hoe kun je die communicatie verbeteren en ondersteunen. Het begint natuurlijk bij jezelf! Bij jouw eigen ziel. Wie ben ik en wat kan ik, wat heb ik waarlijk te geven? Ben ik diep van binnen een leraar en zoek ik leerlingen en kennis of ben ik een heler en zoek ik patiënten en in diepste wil ik mijzelf heel maken? Echte leraren trekken vanzelf echte kenniszoekende leerlingen aan, echte heelmeesters worden geroepen door de zieken. Ieder mens heeft binnen de aangeleerde buitenkant een unieke zelf, een ingeschapen beeld, het is dit te vervullen wat wij verlangen.

Who are you, how are you?

U bent Uw eigen ware onderneming! Het is Uw leven en in die nu zo klein geworden wereld kunt U vinden wat U zelf nodig heeft. In diepste kenning van Uw zelf ligt het antwoord voor Uw levensgeluk en ook voor dat van anderen. Dat wat U waarlijk te geven heeft van binnen en de echte klanten die hierbij horen bepalen Uw levensgeluk, dit is Uw echte onderneming in de nieuwe wereld. Uw klanten zijn de mensen waarmee je samenwerkt en ook de klanten in de oude zin van het woord. Het begint bij jezelf en dan kun je anderen iets ten diepste geven en inspireren. Een inspirerende ondernemer die precies dat doet wat gedaan moet worden, niet uit wil, maar uit innerlijke gave of roeping.

Niet transpireren maar inspireren!

Het is kennis zo oud als de wereld die juist nu, wanneer alles wegvalt wat niet meer nodig is aan lokale uiterlijkheden en opgedrongen oordelen, naar boven drijft als zijn natuurlijke beweging. Het is die beweging waarop U kunt inzetten en waarlijk verkopen en verdienen. Hoe zou U gekend willen worden? Wat voor soort ondernemer bent U? Wat voor soort leven wilt U nu waarlijk en wat voor leven lijdt U nu? Welke aanbieder zoekt U en wat voor aanbieder/ondernemer ben ik?

Wees dan niet verlegen.

Laadt het schip en steek van wal.

Niemand weet met zekerheid

Of het schip zal zinken

Of dat het de haven zal bereiken.

Wees niet een van die kooplieden

Die de oceaan niet willen riskeren

Dit is veel belangrijker

Dan het verliezen of winnen van geld!

Rumi (1200 nChr.)