

GROEIKRACHT IN FAMILIEBEDRIJVEN

Hoe een draagvlak voor verandering
creëren bij werknemers

Wouter BROEKAERT
Bart HENSSEN

Groei­kracht in familie­bedrij­ven: Hoe een draag­vlak voor veran­dering creëren bij werknemers
Wouter Broekaert en Bart Hensen

© 2016 Intersentia
Antwerpen – Cambridge
www.intersentia.be

Omslag­beeld: © depositphotos / stockfoto-graf

ISBN 978-94-000-0711-6
D/2016/7849/34
NUR 801

Alle rechten voorbe­houden. Behoudens uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uit­gave worden ver­veelvoudigd, op­geslagen in een geautomatiseerd gegevens­bestand of openbaar gemaakt, op welke wijze ook, zonder de uitdrukkelijke vooraf­gaande toestemming van de uitgever.

INHOUD

Inleiding	1
Verandering	5
Bedrijfsgerichte veranderingen	7
Marktgerichte veranderingen	8
De praktijk	10
Psychologisch eigenaarschap	13
Individueel en collectief psychologisch eigenaarschap	14
Psychologisch eigenaarschap als motivator	16
Een tweesnijdend zwaard	17
Eigenaarschap in tijden van verandering	17
Eigenaarschap in het familiebedrijf	19
De praktijk	21
Psychologisch eigenaarschap als deel van het geheel	26
Communicatie	29
Van informatie naar motivatie	30
Van informatie naar betrokkenheid	31
De praktijk	32
Planning en evaluatie	43
Doelstellingen als maatstaf voor succes	44
Doelstellingen als bouwstenen van planning	44
De praktijk	45
Snelheid van verandering	47
Revolutie	48
Evolutie	49
Middenweg	50
De praktijk	51
Organisatiestructuur en -cultuur	53
Voor- en nadelen van centralisatie	54
Voordelen van decentralisatie	55

Organisatiecultuur	56
De praktijk	57
Bijkomende randfactoren	63
De praktijk	65
Aanbevelingen.....	67
Methodologie.....	71
Vragenlijsten.....	72
Interviews	72
De tool bij het boek.....	75
Literatuurlijst.....	79