

Lang leve de innovatiedrang

18-12-2015 10:45

Geen tijd voor cultuurverschillen

Tijd voor een 'cultureclash' was er echter helemaal niet. Een dergelijk grote transitie vraagt zoveel van een organisatie dat er geen tijd is voor triviale zaken zoals cultuurverschillen. Het draaide om ontvlechting van het redactiesysteem, klantdata en CRM, financiële applicaties, infrastructuur, advertentiemanagement en nog een veelheid aan systemen die MGL met Wegener deelde. Veel belangrijker dan omgaan met cultuurverschillen bij fusie en overname, was de oervraag, die bij een dergelijk migratieproject altijd naar boven komt: wat is eigenlijk onze visie op de toekomst, wat is onze strategie en hoe gaan we hier vervolgens onze organisatie op inrichten?

De hamvraag was: waarom zijn we op deze aardkloot? Waarom presenteren wij nieuws in een papieren krant? Hoe brengen we een halt toe aan het dalen van het aantal abonnees? Hoe spreken we adverteerders weer aan? *Fuck the system, fuck the carve-out* en meer van dit soort managementbingo! Dit is onze kans, de gelegenheid om onze toegevoegde waarde voor de Limburger weer eens ter discussie te stellen en opnieuw te definiëren. Wat wil die Limburger eigenlijk? Hoe zetten wij ons weer goed op de kaart? Welk portfolio hoort daar dan bij? Wat zijn onze ambities?

Voordat je het weet is het complexe ontvlechttingsprogramma een 'gewoon' programma, een proces, en zitten we met z'n allen gebroederlijk bij elkaar om een goede visie en strategie neer te zetten. Een strategie waar de nieuwe organisatie zich prettig bij voelt, die ze kan omarmen. Waar we onze organisatie op gaan bouwen en onze systemen op gaan inrichten. Niet meer doen zoals we het altijd deden, maar doen zoals past bij de toekomst die we voor ogen hebben. En zo geschiedde.

Vertrouwen in de lokale krant

Daar sta je dan met je goede programmamanagementgedrag. Ineens voor de groep om gezamenlijk te komen tot een heldere strategie voor de toekomst, omarmd door Limburgers, omarmd door Belgen, vol vertrouwen in de lokale krant en doorvertaling van de krant naar vele uitingsvormen die via evenzoveel kanalen ontsloten worden. Vanaf september is een belangrijk deel geïmplementeerd, is er een nieuwe directeur, staan systemen 'live', is het management vernieuwd en wordt er in rap tempo gewerkt aan innovatie en vernieuwing van het Limburgse krantenbedrijf. Ik ben alweer op weg naar het volgende project bij een boekenuitgever, vakbond, of educatieve uitgever.

Tussendoor brengen wij een pitchplatform (piij.nl) en lanceren we vanuit GEA een nieuwe activiteit: GEADATA (geadata.nl). GEADATA ondersteunt organisaties bij het ontwikkelen van een datastrategie en de transitie naar een data-gedreven organisatie. Onze interne data-analyse wijst uit dat ook 2016 voortvarend zal starten en succesvol gaat verlopen. Lang leve de innovatiedrang!

Patrick Swart is partner bij GEA