

Lang leve de moraal



Bedrijven die moraliteit najagen in plaats van winst zijn beter af: werknemers doen beter hun best en hebben meer hart voor de zaak. DOOR SASKIA SMITH

Moreel gedrag, voor wie het even kwijt is, is gedrag dat in een maatschappelijke context als correct en wenselijk wordt gezien. Een verhaal kan een moraal hebben, maar ook een huwelijk. En is er een dubbele moraal, dan wordt er gemeten met twee maten. We vragen ons af wat tegenwoordig de moraal is bij bijvoorbeeld heftige songteksten, pikante filmpjes, schunnige boeken, 'over the edge politiek', slappe opvoeding, en ook op de werkvloer. Want, zo kwam uit een onderzoek van Naomi Ellemers, hoogleraar Sociale en Organisatie Psychologie aan de Universiteit Leiden, naar voren, moraliteit op de werkvloer is een groot goed. Sterker nog: werknemers willen liever een werkgever die oprecht met hen omgaat dan één die dat niet doet, maar wel een extra bonus, dertiende maand, én blitse auto van de zaak geeft. Of werken liever in een bedrijf dat maatschappelijk verantwoord bezig is dan een bedrijf dat alleen voor de winst gaat. Een moreel bedrijf is volgens het onderzoek dan ook een bedrijf dat eerlijk en oprecht omgaat met het personeel en de klanten. Gebeurt dat, dan zijn werknemers trots op hun bedrijf. Ze hebben daardoor meer plezier in hun werk en

zijn gemotiveerder om hard te werken.

Nu kun je je afvragen: waarom een onderzoek? Het lijkt immers voor de hand liggend. Naomi Ellemers: „Dat is het dus niet. Vreemd genoeg zijn er genoeg voorbeelden die het tegendeel suggereren. De huidige economische crisis bijvoorbeeld was nooit ontstaan als iedereen, ook de bankiers, eerlijkheid en duurzaam ondernemen de voorrang had gegeven boven korte termijn winsten, of het binnenhalen van persoonlijke bonussen. Het is op z'n minst interessant dat mensen steeds zeggen dat ze eerlijkheid het belangrijkste vinden, en dat waarschijnlijk ook echt menen, maar toch van tijd tot tijd in situaties verzeilen waarin ze dat niet kunnen volhouden. Moreel zijn is in werkelijkheid dus niet zo simpel.”

Hoe moeilijk het is, is niet alleen in tijden van crisis zichtbaar, maar maken we dagelijks mee. Bij iedereen. Een leugentje om bestwil als je collega vraagt of die broek haar dik maakt, is zo verteld.

Hoe komt het toch dat moraliteit zo belangrijk is op de werkvloer? Wat zorgt er voor dat werknemers zich betrokken voelen bij hun organisatie en gemotiveerd zijn voor hun werk? Na-

omi Ellemers: „Morele waarden zijn een belangrijke bron van trots en motivatie bij het gedrag van mensen in groepen. Als ze op hun morele waarden worden beoordeeld zijn ze meer gemotiveerd om het goed te doen en vinden ze het erger om een slechte evaluatie te krijgen dan als ze op hun competenties worden beoordeeld. Als het er op aan komt vinden mensen het delen van morele waarden dus belangrijker dan de hoogst mogelijke prestatie leveren. Eerlijkheid, betrouwbaarheid, oprechtheid, dat vinden werknemers belangrijker dan hoge belonin-

gen voor het werk.”

Het lijkt een leerzame les voor een iedere werkgever. En heel moeilijk kan het niet zijn om een moraal-handboek te hanteren in de bedrijfsvoering. Het levert veel op. Een moreel bedrijf is een aantrekkelijke werkgever en kan daardoor de beste mensen aantrekken, en hun werknemers zullen beter presteren en minder verzuimen. Als voorbeeld gelden alle vrijwilligers die werken zonder ervoor betaald te worden. Dat kan omdat ze trots zijn op de organisatie en worden geprezen voor hun inzet. Dat geeft toch te denken.