

Accountability = Wil + Verantwoordelijkheidsgevoel

Bij accountability denken we al snel aan effectonderzoeken of een systematische methodiek die kwaliteit moet garanderen. Maar als je even doordenkt, dan kom je er al snel achter dat accountability misschien wel begint bij de houding en inzet van de individuele professional.

TEKST ANNE-LISE KAMPHUIS EN ANITA COX



Accountability is een onderwerp dat toenemende aandacht krijgt, maar in de praktijk komt het nog niet echt van de grond. De economische crisis lijkt deze situatie gek genoeg te versterken. Opdrachtgevers zijn meer gespitst op wat een investering oplevert, maar tegelijk wakkert de crisis angst voor accountability aan. Werknemers zijn meer gericht op het behouden van hun baan. Accountability kan dan worden ervaren als een bedreiging, omdat kan blijken dat je werk niet rendabel is, of dat je functie of afdeling niet voldoende bijdraagt aan het uiteindelijke effect. Om accountability echt in de praktijk te brengen, is het allereerst belangrijk om heldere doelstellingen te formuleren. Dat blijkt vaak lastig. Medewerkers van communicatie-, reclame- en onderzoeks bureaus moeten zich daarom meer als sparringpartner opstellen. Bureaus zouden daar een kritische rol in moet vervullen.

Heb lef

Hoewel heldere doelstellingen een voorwaarde zijn om accountable te kunnen werken, begint accountability al bij het individu. En op dat niveau gaat het vooral

over 'moet' versus 'moed'. Als accountability alleen wordt gezien als verantwoording afleggen, dan is het een fantastisch middel om controle uit te oefenen en mensen af te rekenen. Dat heeft niets te maken met 'ik ben een professional en ik wil verantwoordelijkheid dragen voor het werk dat ik doe, ik wil goed resultaat leveren, ik heb goed nagedacht over het pad dat ik bewandel'. Als je die moed en dat professionele zelfbewustzijn niet hebt, is accountability bedreigend. Het begint bij de individuele professional die wordt gedreven door de wil om goed werk af te leveren en die van daaruit verantwoordelijkheid wil dragen. Daar hoort ook bij dat hij in staat moet zijn om te benoemen wat zijn eigen doelen zijn, en waar hij staat ten opzichte van die doelen.

Accountability zouden we dus ook kunnen zien als een persoonlijke competentie. Een competentie is een combinatie van kennis, houding en vaardigheden, drie aspecten die ook bij accountability naar voren komen. Het gaat bij accountability ook over het feit of je kennis hebt van de fundamenteën van je vak. Het heeft met houding te maken: wil je als een zelfbewuste professional optreden, heb je 'moed', ben je bereid jezelf scherp te houden? En die vaardigheden hebben met methoden en technieken te maken: kun je omgaan met onderzoeksmethoden, zodat je die houding ook fundamenteel kunt geven?

Vooral het aspect 'houding' zou bij veel

communicatie-professionals nog kunnen groeien: het lef dat je moet hebben om te willen weten hoe je ervoor staat. Daarbij moet je niet het gevoel hebben dat je kop rolt als je een foutje maakt. Als het alleen maar 'moeten' is, opgelegd vanuit de top, worden mensen niet erg gestimuleerd. Als het alleen een controlemiddel is, kan het creativiteit afremmen. Maar als het een interne driver is om het zo goed mogelijk te doen en te weten hoe je het doet, dan kan het de creativiteit juist bevorderen.'

Doelen

We kunnen zo verschillende niveaus van accountability onderscheiden: individueel niveau, projectniveau en organisatieniveau. In de discussie ging het over de accountability van een persoon; hoe je ervoor zorgt dat je als professional meer accountable werkt. Dat is iets anders dan waar we in dit onderzoeksprogramma mee bezig zijn. Dat zit op projectniveau: hoe meet je de accountability van een project? En daarnaast kun je nog op organisatieniveau kijken: wat is de bijdrage van de communicatieafdeling aan de doelen van een organisatie?" Het programma richt zich primair op accountability op projectniveau, maar uit het gesprek bleek dat accountability op individueel niveau hiervoor misschien wel de belangrijkste aanjager is. Of zoals een van de aanwezigen zei: 'Als je niet van binnen voelt dat je jouw werk naar je beste kunnen wilt doen, dan zal er ook geen accountability ontstaan.' <<

Naar aanleiding van het rapport 'Effectiviteit van Communicatie in de Praktijk' organiseerde het Return on Creativity programmateam vorig jaar op de HU Business School een rondetafelgesprek met drie stuurgroepleden van het programma: Harry Louwenaar van Stichting Creative Connection, Frances Place van Logeion Themagroep Accountability en Stephan van Velthoven, Insights Director bij Ipsos-Synovate. Dit artikel is een weergave van de meningen en ideeën die in dit gesprek naar voren kwamen.

De moderators en auteurs, Anne-Lise Kamphuis en Anita Cox, zijn beiden senior onderzoeker aan de HU Business School en hogeschooldocent marktonderzoek.