

31. Kwaliteit kost geld, geen kwaliteit kost kapitalen

Tijdens het ZwembadBranche Congres mocht ik samen met Heidi Oudejans een workshop geven die getiteld was: “Kwaliteit kost geld, geen kwaliteit kost kapitalen”. Blijkbaar een intrigerende titel gezien de grote belangstelling voor onze workshop.

Elke zwemonderwijzer wil kwaliteit leveren en natuurlijk wil elk zwembad kwaliteit leveren, maar wat is kwaliteit en wanneer lever je dit?

Kwaliteit is een continu proces dat begint bij het samen bepalen waar de zwemles aan moet voldoen. Want wat verstaan we eigenlijk onder kwaliteit? Vervolgens moet dit helder en duidelijk worden opgeschreven. En is iedereen het ermee eens? Dan kun je aan de slag! Waarna al snel weer de volgende stap volgt, kwaliteit houdt immers nooit op. In de workshop gingen we dieper in op dit proces: welke stappen zijn belangrijk om steeds weer kwaliteit te kunnen leveren?

Onze twee startvragen waren

Wat is voor jou persoonlijk goed zwemonderwijs?

Wat is voor jullie accommodatie goed zwemonderwijs?

Dit om de richting op te gaan van een eigen visie. Een aantal mensen in de workshop noemde prachtige items zoals “elke zwemles moet een feestje zijn, de lesmethode moet passen bij kind en lesgever, variatie in alles “; het flipover vel raakte al aardig vol.

Dan roept iemand iets van “ja, maar jij kent onze ouders niet, dit willen onze ouders niet”. Er werd bedoeld dat ouders niet alle tijd van de wereld hebben voor zwemles en dat de kosten redelijk moeten zijn. Op zich is dat ook zo. Maar in de felheid van deze reactie klonk “het is niet mogelijk om een feestje van elke zwemles te maken en veel variatie binnen oefenstof en variatie willen de ouders niet”. Wat scheelt, is dat je met deze insteek niet hoeft na te denken over een visie en niet hoeft vast te stellen waaraan een goede zwemles moet voldoen.

Een reactie als deze is hard en scherp. Het leidt onvoldoende tot gezamenlijk kijken naar kwalitatief goed zwemonderwijs, waar “een kind naar toe mag i.p.v. naar toe moet” zoals Geert Kuipers van Bad Hesselingen het zo mooi formuleerde.

Wie weet zou die persoon in onze workshop anders hebben gereageerd als zij vooraf naar de “Ja-maar Omdenkshow” was geweest. Voor mij was de “Ja-maar Omdenkshow” het hoogtepunt van het 3^e ZwembadBranche Congres. Ik vroeg me af hoe zij zou dit zouden hebben “omgedacht”.

Vorig jaar nam ik zelf deel aan een workshop. Een der aanwezigen gaf aan de workshopleider aan dat zwemonderwijzers oprecht geïnteresseerd moesten zijn in de klant. Na de vraag aan hem of hij oprecht geïnteresseerd was in zijn zwemonderwijzers bleef het stil. Hij bracht naar voren dat ze regelmatig cursus mochten volgen en dat dit vanzelf zou leiden tot gedrag waarbij meer interesse in de klant zichtbaar werd. Zelf denk ik dat coachen leidt tot een gedragsverandering. Simpelweg een opdracht geven als “interesseer je oprecht in de klant”, is een truc. Een truc die niet werkt als je zelf niet oprecht geïnteresseerd bent in je personeel. Steeds weer roepen we moeten bezuinigen, nee dit kost geld en dat doen we dus niet, is geen weg die geld gaat opleveren. Als je kwaliteit wilt leveren, zul je geld tijd en energie moeten investeren. Vanzelf krijg je geen kwaliteit. Vragen om kwaliteit zonder te investeren geeft geen kwaliteit; it takes money to make money, je krijgt er iets moois voor terug!

Doe het gewoon. Stel met elkaar vast wat kwaliteit is, ga met elkaar je visie vaststellen en ga het dan uitvoeren en controleren. Na alle stappen moet je controleren of iedereen de gemaakte afspraken na komt. In een workshop van Gose van der Weerdt uit Sportfondsenbad Amsterdam Oost werd het door hem mooi geformuleerd: controle is geen wantrouwen. Controle helpt iedereen scherp te blijven en hoort dus bij het maken van afspraken.

Kortom: Kwaliteit kost geld, geen kwaliteit kost kapitalen.

P.S. Als je prijs stelt op de uitwerkingen van de workshop stuur dan een email aan leone@leonehamaker.nl