

Marius Appelman

Riksja's Journey

Met een organisatie op weg
naar overvloed

Heart  Media



Inhoud

Introductie Riksja's Journey	9
Deel 1 De mentale dimensie	15
1.1 Inleiding	16
1.2 Kiezen voor het juiste concept	21
1.3 Kiezen voor het juiste businessmodel	26
1.4 Kiezen voor betekenis	29
1.5 Kiezen voor overvloed	39
1.6 Kiezen voor toegevoegde waarde	51
1.7 Kiezen voor vertrouwen	55
1.8 Kiezen voor mensen boven regels, procedures en overeenkomsten	60
1.9 Kiezen voor constructief realisme	69
1.10 Kiezen voor vooruitdenken en continu vernieuwen	73
Deel 2 De sociale dimensie	79
2.1 Inleiding	80
2.2 De bedding	82
2.3 De stroom: Motivatie	90
2.4 De bootjes: Teams	102
2.5 De admiraliteit: Leiderschap	116
2.6 De delta: Internationale samenwerking	133
2.7 Tot slot: Leg de sociale dimensie vast in een verhaal	141

Deel 3 De fysieke dimensie	143
3.1 Inleiding	144
3.2 Start-up	147
3.3 Celstructuur	153
3.4 Zelfsturende organisatie	158
3.5 Innovatie	165
3.6 De duurzame organisatie	169
3.7 Het nieuwe start-up denken	175
3.8 De (post) covid organisatie	178
Deel 4 De spirituele dimensie	185
4.1 Inleiding	186
4.2 Bewustzijn en overvloed	188
4.3 Paradigma's: De tunnels waar we in zitten	192
4.4 Intuïtief werken	202
4.5 Het bewustzijn van de medewerker	208
Tot slot Met een organisatie op weg naar overvloed	217
Bijlage 1: De aanpak van de Riksja Quest	226
Bijlage 2: Riksja's waardenstelsel	231
Dankwoord	236
Bronvermelding	238
Heart Media Groep	240

Dit boek is opgedragen aan allen die zich hebben ingezet om deze organisatie te maken tot wat het geworden is, iedereen die er werkt of gewerkt heeft.

Het is ook opgedragen aan de partners die de bedrijven hebben uitgebouwd in belangrijke periodes.

Jullie energie, jullie omzettingsvermogen en jullie liefde hebben het Rickshaw Network boven op die berg gebracht.

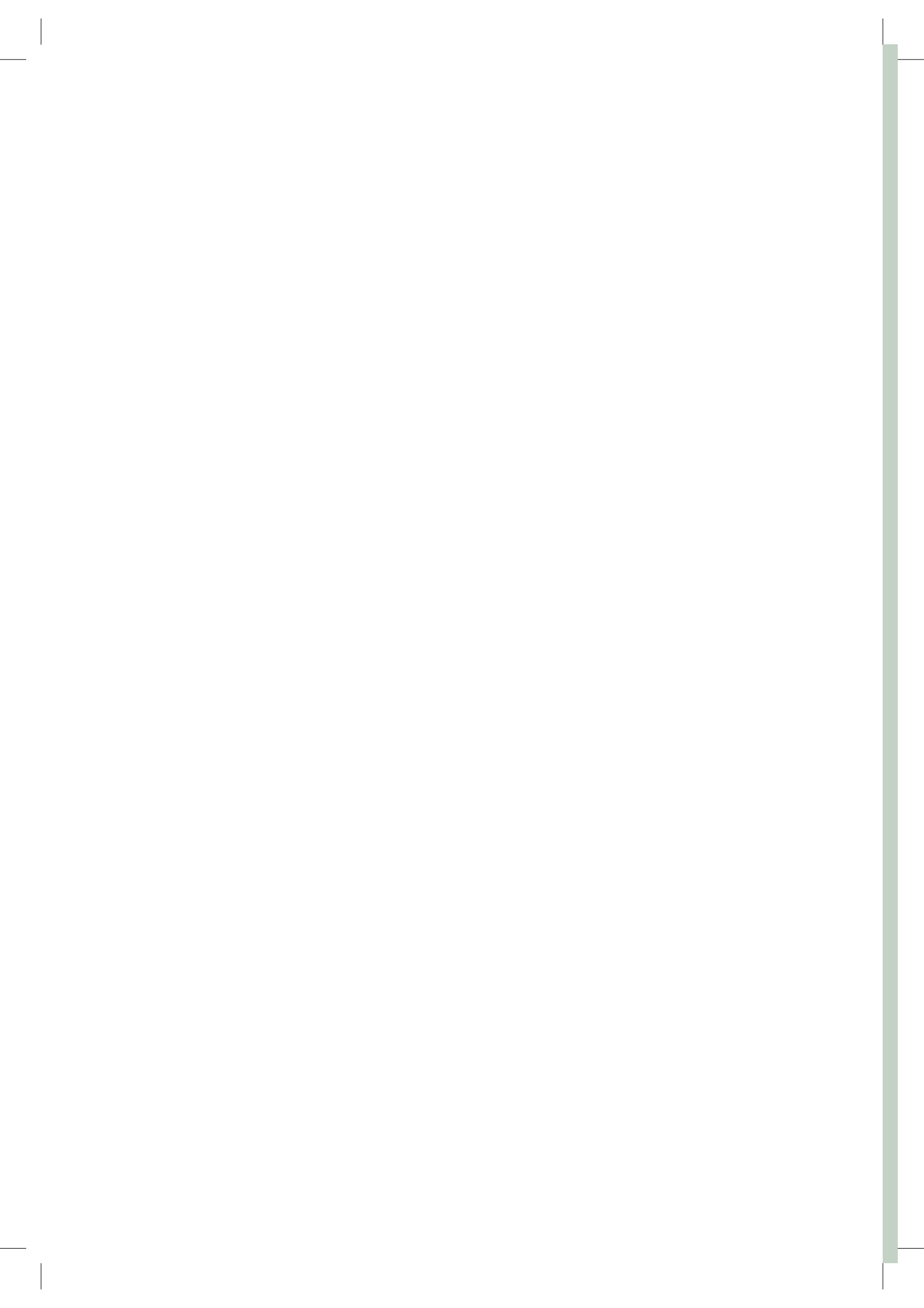
Ik hoop dat er voor Riksja altijd een plekje in jullie hart zal blijven.

Marius Appelman



Website Riksja Travel bekijken?

Scan de QR code



Introductie

Riksja's Journey

Met een organisatie op weg naar overvloed

Je begint een bedrijf niet gehinderd door kennis van de reisbranche. Je stort je in het magische avontuur van ondernemerschap. Jarelang heb je de energie opgebouwd om dit te doen door te zien hoe het niet moet en daar diep in te duiken.

Dan begint de reis. Je bent van plan om het een prachtige en zinvolle ervaring te maken voor jezelf en iedereen die je met je mee wil. Je hebt nauwelijks bagage bij je. Dat hoeft ook (nog) niet, je wil juist licht bewegen. En hoeveel bagage past er nu helemaal in een riksja?

De riksja komt vlot op gang. Bijna direct zitten er gaten in de weg, maar daar stuur je langs. Je weet je zelfs door een paar flinke roadblocks heen te praten. Dat zijn van die stevige point of no return momenten.

Dan ga je accelereren. 'Zo, wat kan die riksja hárd.' Maar je moet wel steeds de route voor verkennen en het vehikel goed preppen, zodat-ie door de scherpe bochten kan.

Geleidelijk aan wordt-ie steeds zwaarder. Je krijgt steeds meer bagage, andere koffers die je verder kunnen brengen. Koffers met allerlei vakjes erin en diepere lagen. Je moet oppassen om niet te verdwalen in je eigen systeem. Af en toe zet je een paar stukken overboord.

Dan komt de riksja van de een op de andere dag piepend en krakend tot stilstand. Mister C staat op de weg (met een koffertje vol virus-sen). Al het gewicht moet eraf. Verderop mag je een nieuwe start maken, met een sportieve uitvoering van je driewieler.

Dit zijn de notities van onze reis met Riksja Travel. Een overwel-digende reis die mij enorm heeft beziggehouden. Een beweging langs de grens van idealisme en realisme. Een reis met een hoger doel om mensen dichterbij hun bestemming te brengen. Een avon-tuur dat ons in twintig jaar een netwerkorganisatie bracht met een omzet van 100 miljoen euro.

Een reis vol met hobbels en foute afslagen. Soms verloor ik mijn ziel in de vaart van de beweging. Maar ik vond 'm ook weer terug na halt te hebben gehouden bij een oude eik in een bocht van de weg.

Ik heb zo ongelooflijk veel geleerd en heb onderweg zo goed moge-lijk opgelet, omdat ik het heerlijk en noodzakelijk vind om mijzelf steeds weer opnieuw uit te vinden. De belangrijkste inzichten heb ik vastgelegd in notities. En die deel ik in dit boek. Het zijn mijn en onze ontdekkingen, onze mislukkingen en onze successen. Het is ook mijn ontwikkeling als mens en als leider in een zoektocht naar het kruispunt tussen betekenis en succes, naar het liefdevol zijn en goed willen doen en toch effectief en succesvol willen zijn.

Ik was bij aanvang geen ondernemer, geen manager, strateeg of visionair. Maar ik diende hier wel een eind mee te komen wilde dit avontuur ergens toe gaan leiden.

Net als voor ieder individu zijn er voor een bedrijf allerlei dimen-sies waar je aan kunt bouwen. Het heeft mij verbaasd hoeveel er op alle fronten te ontdekken valt. Voor iedere keer dat de zon opkomt is er weer een eyeopener. Maar er zijn ook steeds diepere lagen aan

te boren als je de intuïtie de ruimte geeft en openstaat voor het onbekende.

Ik heb uit het werk van Stephen Covey geleerd dat je als ondernemer ‘de zaag scherp’ kunt houden als je vier coëfficiënten blijft ontwikkelen. Het gaat dan om je fysieke, je sociale en emotionele leven, je mentale keuzes en je spiritualiteit. Dit pas ik toe op Riksja Travel.

De vier coëfficiënten

1. De mentale dimensie: Welke doelbewuste **keuzes** maak je?

Wat zijn de vertrekpunten, de waarden, wat zijn de belangrijkste valkuilen en afslagen? Daar ga ik in Deel 1 op in. Hoe blijf je consistent en toch wendbaar? Bij Riksja kozen we voor een positief mensbeeld en we kozen voor overvloed en soms liepen we toch droog op gebrek aan initiatief. We kozen voor non-marketing en non-branding en werden toch marktleider in ons segment. En hoe blijf je innovatief als je eigenlijk een grote lieve lobbes bent geworden?

2. De sociale dimensie: Hoe werk je **samen** binnen het bedrijf?

In Deel 2 beschrijf ik wat Riksja deed om betrokkenheid, plezier en flow in het proces te brengen en te houden. Hoe doe je dit met internationale teams en duizenden medewerkers die betrokken zijn bij de uitvoering in verre landen? De enorme betrokkenheid maakte ons krachtig, maar kon op momenten ook benauwen. Welke managementstijl heb je nodig als je mensen wil omarmen en toch wil scoren? Wat doet het met een bedrijf als je iedereen een lang weekend meeneemt naar een paleis in India?

3. De fysieke dimensie: Hoe geef je het bedrijf **vorm**?

Welke structuren passen er bij elke fase, zodat het bedrijf kan blijven performen maar wel de kracht van medewerkers omarmt? Dat beschrijf ik in Deel 3.

Bij Riksja zijn we van start-up omgevormd naar celstructuur

en van daar naar zelfsturing (en oeps wat was dit een lastige) en weer naar een nieuwe plek vanaf daar. We kozen structuren vanwege ondernemerschap en creativiteit en kregen soms het tegenovergestelde. En wat is dan de derde weg? We wezen regels af en hadden lak aan formaliteiten, maar soms is dat wat niet geschreven staat het meest dwingende.

4. De spirituele dimensie: Hoe kun je het **bewustzijn** over een bedrijf vergroten?

Welke bewuste afslag kun je nemen voor liefde en overvloed?

Waar komt een visie vandaan? En hoe weet je dat deze klopt?

Hoe blijf je zuiver? Wat is de *purpose* van het bedrijf? En wat is dat voor iedereen die bij je werkt?

Deel 4 geeft een beeld van hoe we dat bij Riksja hebben gedaan: we probeerden allerlei methoden uit, om het beleid en de motivatie dieper op te halen. Van meditatie tot systemisch werken. Van visionaire dromen tot de intelligente conversatie en mentale audits. Van actief luisteren tot de *life changing Riksja Quest*. Van stilte tot manifestatie. Veel bronnen gingen open en soms was er even pas op de plaats nodig om beter in de realiteit te staan.

Op welke plek arriveren we?

Is er een bijzondere plek waar de riksja uiteindelijk belandt? Zo'n plek met een wonderlijke lading die mensen bij zich blijven dragen? Je zou denken dat de praktijk hiervoor te weerbarstig is. Zoals ik dacht dat de Taj Mahal in het vroege ochtendgloren niet aan mijn hoge verwachtingen zou kunnen voldoen toen ik daar een beetje chagrijnig (*nota bene*) in een riksja naartoe reed. Maar zoals de Taj daar stond in het gouden licht van de eerste zonnestrallen was het ontwapenend mooi op een wonderlijke manier. Het was gebouwd uit liefde voor een vrouw en dat voelde ik in al mijn vezels.

In de loop der jaren is een groot aantal mensen bij Riksja weggegaan naar andere, vaak vervullende banen. Maar bijna zonder

uitzondering hebben ze Riksja nog wel in hun hart. Dat hoor ik telkens weer. Het bedrijf heeft hen geraakt. Wat was het dan wat hen zo raakte?

Na een reis van meer dan twintig jaar denk ik dat antwoord te hebben gevonden. Wat hen trof was meer dan al de eigenwijze keuzes die we hebben gemaakt, al die experimenten met bijzondere vormen en de spirituele paden die we insloegen, zoals in dit boek beschreven.

Wat hen raakte was de liefdevolle intentie die in het bedrijf zat. *Plain and simple*. Deze intentie deed de riksja een bijzonder pad volgen. Nog steeds kon het een pittige reis zijn, niet altijd leuk. Er zijn fouten gemaakt, er zijn medewerkers tekortgedaan. Vaak moest er een flinke omweg worden gemaakt en vroegen we ons af waar het pad naartoe leidde. Wat was het dat zo sterk binnenkwam?

Het leidde naar overvloed. En de weg naar overvloed is geplaveid door geven. Liefdevol geven. Dat is alles; een magische toverstok. Dat brengt je op een plek die je niet snel zult vergeten.

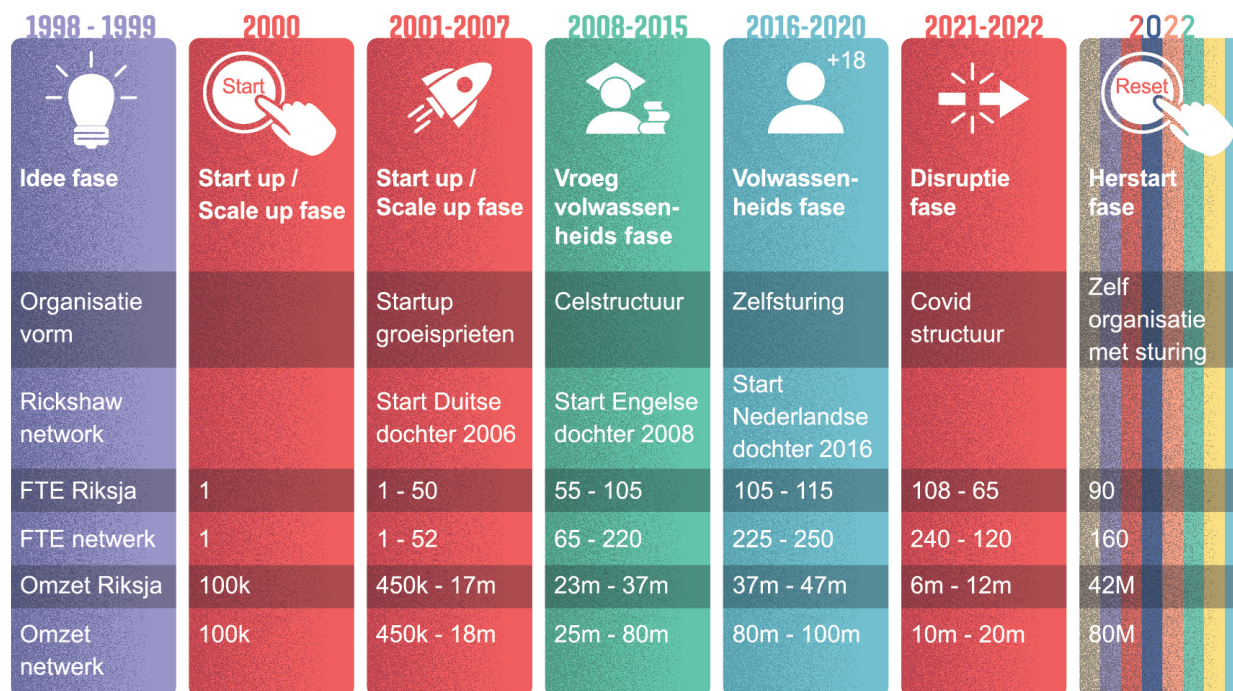
Dat is wat er nodig is voor een reis die je dichter bij je bestemming brengt.

In het slotwoord vat ik samen hoe deze magische toverstok werkt.

Reizen is niet altijd leuk, maar meestal wel. Het leuke ervan is de verwondering die je voelt bij iedere ontdekking die je doet. Het besef dat je nooit helemaal bent gearriveerd en er altijd weer nieuwe lessen nodig zijn voor nieuw succes. Het is een dankbaar onderwerp om over te schrijven.

Warmond, oktober 2022

Hieronder vind je in figuur 1 een timeline waarin je kunt zien door welke fasen het bedrijf ging. In Deel 3 vind je een beschrijving van de organisatievormen en de op Ken Wilber gebaseerde kleuren.



Figuur 1: De timeline van Riksja Travel