

Cultuuromslag bij Decathlon: 'Het is 'evolve or die''

09-02-2018 09:30



Decathlon is zo'n drie jaar geleden internationaal begonnen met het weghalen van managementlagen. Sinds een jaar wordt de nieuwe werkwijze ook nadrukkelijk in Nederland doorgevoerd. Dat vertellen Freek Dierkes en Coen Meurer van Decathlon Nederland in het februari-nummer van RetailTrends.

De Franse sportwinkelketen merkte dat er een logge organisatie ontstond, doordat de hiërarchische structuur alsmaar groeide. Terwijl juist een flexibele structuur nodig is om snel te kunnen reageren op de veranderingen in de markt, stelt communication leader en coach Dierkes. "Het is *evolve or die*. Dat heb je bij andere bekende retailers kunnen zien."

Bij de traditionele werkwijze is voor elke beslissing validatie van hogerop nodig. Nu mogen mensen lokaal beslissingen nemen. "*Empowering people*, het werk leuker maken, daar draait het om. De focus ligt niet op processen, maar op mensen", aldus Meurer.

De Nederlandse organisatie heeft een ideaal formaat om de impact van de nieuwe wijze uit te proberen, zegt Dierkes. "We kijken wat werkt en wat niet, om vervolgens de best practices met andere landenorganisaties te delen." Omdat de organisatie relatief klein is, wordt er volgens hem niet opgekeken als er iets misgaat. Frankrijk en Spanje zijn grotere markten en de 'cashcows van het bedrijf', stelt hij. "Daar is het moeilijk om een

cultuuromslag snel door te voeren.”

Binnen de special Human Capital in het februarinummer van RetailTrends vertellen Dierkes en Meurer meer over de holacratische werkwijze van Decathlon en de gevolgen voor het personeel. Nog geen member van RetailTrends? [Klik hier voor meer informatie](#).