

Organisaties moeten zich beter aansluiten op de nieuwe netwerksamenleving

Henk Buis

Alweer een boek over netwerken? Is daar de laatste jaren al niet heel veel over gepubliceerd? Dat klopt. Er zijn talloze boeken over netwerken geschreven. Over netwerken als sophisticated activiteit om je relatiekring uit te breiden en op te pimpen. En over sociale netwerken die het internet momenteel zo domineren, zoals Hyves, LinkedIn, Facebook, Plaxo. Zo veel boeken, ik heb ze niet allemaal op een rij gezet, laat staan dat ik ze gelezen zou hebben. En daar is een reden voor. Want eerlijk gezegd ben ik helemaal niet zo geïnteresseerd in netwerken. Althans, niet in de manier waarop in al die boeken over netwerken wordt gesproken.

Wel ben ik geïnteresseerd in – zeg maar gerust geobsedeerd door – het waaróm van al die netwerken. Waar komt toch ineens dat hedendaagse verlangen vandaan om in een netwerk te zitten? Waarom niet gewoon op een vereniging, bij een club of in een politieke partij? Waarom in zoiets ongrijpbaars als een netwerk? Is het de stuwende kracht van het internet? Zijn mensen op elkaar uitgekeken in Nederland-verenigenland? Of zijn er andere krachten aan het werk?

Niet alleen personen, individuen hangen naar netwerken, ook is mij opgevallen dat steeds meer organisaties 'iets' met netwerken willen. En dat gaat verder, veel verder dan iets modieus als een profiel op Hyves of een netwerkborrel op vrijdagmiddag. Veel verder ook dan netwerk-events voor business opportuniteiten. Ik zie steeds meer initiatieven bij organisaties om in netwerkverband samen te werken, problemen aan te pakken. Vooral problemen die complex zijn, waar veel organisaties bij komen kijken en die tot doorbraken, verschuivingen en kantelingen moeten leiden. Zoals files, energievoorziening, klimaat, jeugdzorg, Europa. En tot mijn 'professionele verdriet' zie ik ook heel veel van die goedbedoelde, prachtige initiatieven in schoonheid sterven. En dan begint het bij mij als communicatieadviseur enorm te broeien. Hoe kan ik organisaties helpen om wél met succes een netwerk van de grond te krijgen en te houden?

Om op die vraag een solide antwoord te geven heb ik mij de afgelopen paar jaar grondig verdiept in twee belangrijke kwesties. Eén: hoe staat de moderne netwerkmens heden ten dage zo'n beetje in het leven? En twee: hoe geven organisaties vorm aan de relatie met hun omgeving? Ik ben tot drie belangrijke conclusies gekomen. Eén: we zeggen wel dat mensen individualistischer worden, maar als je goed kijkt hebben mensen een geweldige behoefte om met elkaar verbonden te zijn (niet gebonden). Ze zoeken elkaar op, vooral ook via internet, en maken hun eigen netwerkjes om zorgen te delen, problemen op te lossen en elkaar te helpen. Twee: mensen willen écht serieus genomen worden, ze willen dat er oprecht naar ze geluisterd wordt. Persoonlijke aandacht, daar gaat het om. Of dat nou van de schooldirecteur is, de

minister of de directeur van een multinational, maakt niet uit. Drie: de meeste organisaties zijn totaal niet ingespeeld op de nieuwe netwerk-mens; ze hebben geen idee hoe ze ermee om moeten gaan. Bedrijven, overheid, verenigingen, politieke partijen, kerken, ze staan erbij en kijken ernaar.

Over Communication by NETwork

Organisaties zien zich in toenemende mate voor problemen en uitdagingen gesteld die zij niet in hun eentje kunnen oplossen. Hulp van anderen is dan nodig. Bijvoorbeeld in de vorm van specialistische kennis en vaardigheden, financiële middelen of toegang tot bepaalde markten en groepen. Dit boek biedt een strategische oplossing met praktische 'tools' om deze hulp in netwerkvorm te realiseren: Communication by Network. Centraal daarin staan de basisprincipes Needs, Equality en Timing. In succesvolle netwerken spelen de deelnemers optimaal in op elkaars behoeften (needs), is er zoveel mogelijk gelijkwaardigheid tussen de deelnemers (equality) en respecteren deelnemers elkaars agenda en tempo (timing). Communication by Network helpt om geschikte partners te inventariseren, te werven en te binden aan een gezamenlijke doelstelling. Het mes snijdt aan twee kanten. Door partners in staat te stellen hun eigen doel te helpen realiseren, leveren zij daarmee op hun beurt een bijdrage aan de gezamenlijke doelstelling. Het werkt als een hefboom: met relatief beperkte inspanning kan een groot effect bereikt worden.

Communication by Network bestrijkt een breed terrein. Inspirerende kost voor managers en adviseurs op het gebied van communicatie, marketing, beleidsontwikkeling, productontwikkeling, human resources en onderzoek. Zowel bij het bedrijfsleven als bij de overheid. Communication by Network is vooral geschreven voor die managers die op zoek zijn naar een duurzame en authentieke verbinding van hun organisatie met haar in- en externe omgeving.

Henk Buis (1970) is senior consultant bij HVR Group en gespecialiseerd in netwerkcommunicatie. Hij ondersteunt organisaties bij het formeren, managen en laten communiceren van netwerken.

Dit artikel is een fragment uit het managementboek Communication by NETwork van Henk Buis, dat binnenkort verschijnt bij Uitgeverij Koninklijke Van Gorcum (ISBN 978 90 232 4453 0).