

Grenzeloze mogelijkheden van het net

drs. Harry Starren

Arnold Heertje noemt technologische vernieuwing de drijver bij uitstek in de economie. Wie de bron van welvaartsgroei zoekt komt onvermijdelijk daar uit. Lange tijd was de auto *the machine that changed the world*. Daarna werd de computer het icoon van de vooruitgang. Nu is het internet. Bij aanvang in betekenis onderschat, daarna overschat ('de nieuwe economie') en nu vanzelfsprekend en onbetwistbaar de drijvende kracht achter alles en iedereen. Zoals de (vracht)auto nieuwe sociale en economische structuren mogelijk maakte en grenzen deed verschuiven, zo maakte het net de mogelijkheden grenzeloos.

De auteurs Nicholas Christakis en James Fowler ontmoetten elkaar bij toeval. Of beter: zij werden aan elkaar voorgesteld door een wederzijdse vriend. Zij maakten onbewust deel uit van hetzelfde netwerk. Netwerken bepalen ons leven, scheppen onze kansen op succes én falen. Zij bepalen onze voorkeuren en meer in het algemeen ons gedrag. Veel meer dan we gemeenlijk beseffen. Dat is de these van **'Connected'**. We zijn met wie we omgaan. Dat maakt ons bepalend en bepaald. **'Connected'** is overtuigend in de bewijsvoering. Wat het boek aantrekkelijk maakt is dat de auteurs een aantal wetmatigheden op het spoor zijn. Regel 1: we maken netwerken - onvermijdelijk. Regel 2: netwerken maken ons - onvermijdelijk. Regel 3: onze vrienden beïnvloeden ons. Regel 4: en de vrienden van onze vrienden ook. Regel 5: het netwerk bestaat ook buiten ons om: *it has a life of its own*. We zijn allemaal met elkaar verbonden en we bevinden ons op maximaal zes stappen van elkaar. Onze invloed reikt drie stappen.

In het boek werken ze dat uitbundig, haast grenzeloos uit. Dat doet Baak-collega Menno Lanting bescheidener. Met minder wetenschappelijke pretentie, maar even nieuwsgierig. Wat bieden de sociale media ons, wat is de betekenis voor mens en organisa-

tie. **'Connected'** biedt in mijn ogen de context voor **'Connect'**. Het leven wordt virtueel geleefd en is tijd- en plaatsafhankelijk geworden.

Dat heeft implicaties voor ons leven en werken. Het nieuwe werken is mogelijk dankzij internet. We kunnen plaats- en tijd-onafhankelijk werken en voor wie het nog niet weet: de negen-tot-vijf-baanstaat op instorten. Niet meteen, niet voor iedereen en zeker niet overall, maar toch. In **'Het nieuwe werken ontrafeld'** brengen Ruurd Baane, Patrick Houtkamp en Marcel Knotter het fenomeen in kaart. Zij geven het context (waarom, waar) en inhoud: 'hoe dan?'. De these van het boek is dat het nieuwe werken geen panacee is voor alle kwalen, maar dat geen enkele organisatie en geen enkele werkgever of werknemer het zich kan permitteren om het te negeren.

Om tal van redenen. Internet maakt plaats- en tijdonafhankelijk werken mogelijk. Dat is de belangrijkste reden. En voor steeds meer werknemers en vrije ondernemers biedt dit kansen voor een pas-

sende werk- en leefstijl. Die, mits goed toegepast, efficiënter is, effectiever en plezieriger. Voor werkgevers en werknemers. Het vergt wel het vermogen en de bereidheid de gebaande paden te verlaten en onze vooringenomenheden rond werk en - het organiseren ervan in banen en vaste werkplekken - te verlaten. Net nu we een beetje snappen hoe je een efficiënte, effectieve en plezierige werkorganisatie inricht, verandert het spel. Ik heb de neiging in die ironische situatie een godsbewijs te zien, maar dat is een uiterst persoonlijke observatie. Tegen de tijd dat we het spel begrijpen, verandert het. Leven en leren zijn twee woorden voor hetzelfde.

De conclusies van het boek zijn opmerkelijk. De harde opbrengsten van het nieuwe werken zijn evident. Grotere productiviteit, dramatische kostenbesparingen en minder milieuschade (verlaging autokilometers). Als er al nadelen zijn dan liggen die in de zachte factoren. Het vergt veranderingen, aanpassingen en doorbijten. Zichtverlies en de teloorgang van veilige routines. Voor de nieuwe generatie vanzelfsprekend maar voor de generatie die gewoon was baantjes te trekken staat Voskuils bureau op zijn kop. Jiskefets 'Crediteuren-debiteuren' wordt een nostalgische herinnering met de koffiejuffrouw als symbool van 'oost-west, thuis best'. De koffiejuffrouw wordt Starbucks en de kantoorgeno-

ten worden daar klanten genoemd. Geen collega's, maar professionals die verbinding zoeken en in verbinding staan.

Judith Herzberg schreef het al: 'Hoeveel wordt in het winnen ook verloren'. Ook toen de koets het moest afleggen tegen de auto, bleven we hardnekkig van paardenkrachten spreken. Het stond de vernieuwing niet in de weg. Het aantal PK's werd alleen maar groter.

Sociale vernieuwing gaat trager dan technologische vernieuwing. Het is een ander woord voor gewenning. Maar als gewenning slaagt is zij hardnekkiger dan de volgende technologische vernieuwing. En staat ze die in de weg. Ingeslepen gewoontes, gebaande paden, de vooringenomenheden van de geest. Zij komen traag tot stand en moeilijk van hun plek.

In het *gender issue* staan die vooringenomenheden centraal. We houden ons er mee bezig omdat gewoonten ons behulpzaam zijn tot... ze ons in de weg zitten. Onze economische vooruitgang wordt gehinderd. Op een wijze die voor de betrokkenen zelf niet altijd zichtbaar is. Dat het *gender issue* van groot economisch belang is Avivah Wittenberg-Cox en Alison Maitland duidelijk in **'Why women mean business'**. De aandacht voor de vrouwenzaak is internationaal groeiende. En met goede reden. Vrouwen vormen een cruciale talentpool. Bovendien nemen vrouwen tot 80 procent van de consumentenbeslissingen. Bedrijven die aantrekkelijk zijn voor vrouwen positioneren zich sterker op de inkoop- en de verkoopmarkt.

De auteurs adresseren de vraag hoe je deze onmiskenbare voordelen kunt incasseren. Zij onderscheiden drie bronnen van vernieuwing die zij in de Amerikaanse traditie puntig formuleren. *Weather, women and the web*. Het klimaat gaat ons voor uitdagingen stellen die ons tot revolutionaire vernieuwingen dwingt. Het web gaat kansen bieden die tot ongekende mogelijkheden leiden en vrouwen zijn de onbenutte bron van voorspoed in de komende eeuw.

Vrouwen maken de dienst uit in de economie als het om koopbeslissingen gaat. Ook als het om auto's gaat of scheerapparaten. Maar in een klein deel zijn man-

nen dominant. In de *war for talent* zijn vrouwen de onbenutte bron. Organisaties die in staat zijn deze bron aan te boren zijn spekkoper. Dat vergt van organisaties tweetaligheid.

De auteurs vermijden de valkuil om vrouwen beter te noemen, maar hebben oog voor het feit dat vrouwen anders zijn, anders dan mannen. De combinatie kan bedrijven onverslaanbaar en onweerstaanbaar maken. Er zijn zeven stappen die gezet moeten worden. Bewustwording in het managementteam dat het *gender issue* een *business issue* is; vergroot de kennis over de betekenis; aanvaard verzet, druk het niet de kop in; maak er *business issue* van en niet 'de vrouwenzaak'; breng veranderingen aan voor je ophef maakt; en heb er geld voor over, om te laten zien dat het een zakelijk belang heeft.

'How remarkable women lead' laat zien hoe de leiderschapsrol door vrouwen kan worden ingevuld. Dat vergt een rijkere benadering dan gebruikelijk: het gaat om leiderschap dat behalve prestatie ook vervulling hoog in het vaandel heeft. Waarin leven en werken met elkaar worden verbonden, een geheel vormen. Dan gaat het om vijf zaken die in het boek uitgebreid aan de orde komen.

Meaning: zingeving en betekenisverlening. De vraag 'waartoe', dit alles moet helder kunnen worden verwoord en worden doorvoelt. *Framing*: het vermogen *issues*, problemen en uitdagingen in het juiste perspectief te plaatsen. *Connecting*: het vermogen te verbinden met lotgenoten, omdat alleen als je het niet alleen doet, het duurzaam gebeuren kan. *Engaging*: er in gaan staan en de verantwoordelijkheid nemen, de angst die er altijd - ook - is onder ogen zien en de uitdaging toch aangaan. *Energizing*: wegen vinden om energie te houden en motivatie te vinden.

Het boek is ongewoon concreet zonder oppervlakkig te worden en te vervallen in bloedeloze checklists die je de zin benemen stappen te zetten naar leiderschap. Dat vrouwelijk leiderschap zelfinzicht vereist toont Baak-collega Karin Jironet aan in **'De essentie van vrouwelijk leiders-**

schap'. Gebaseerd op haar coachingervaring benoemt zij de grote thema's waartoe wij ons moeten verhouden. De zeven zonden (en de zeven deugden) die Dante onder ogen ziet in zijn 'La Divina Commedia'. Zo verbindt de auteur de persoonlijke ontwikkeling met de sociale rollen die vrouwen vervullen. Het levert beproevingen waarlangs wij ons ontwikkelen en die ons de weg wijzen naar authenticiteit. Want daarin schuilt de essentie van vrouwelijk leiderschap.

Drie boeken het nieuwe werken en leven en drie boeken over vrouwen in organisatie en samenleving. Om met **'Why women mean business'** te spreken: *women on the web*. Dat laat het klimaat, het weer, onbesproken. Twee bronnen van revolutionaire verandering hebben we aan de orde gesteld. In zes boeken, die ik bepleid aanbeveel. 🎓



Drs. Harry G. Starren, grootmeester in management, studeerde geschiedenis aan de Rijksuniversiteit Utrecht en politicologie/bestuurskunde aan de Universiteit van Amsterdam.

Hij was onder meer werkzaam als wetenschappelijk onderzoeker, als universitair docent, als directeur van een onderzoeks- en adviesbureau en hij was directeur van het PAO Bedrijfs- en Bestuurswetenschappen te Utrecht.

Thans is Harry Starren algemeen directeur van de Baak, Management Centrum VNO-NCW.

harry.starren@speakersacademy.eu



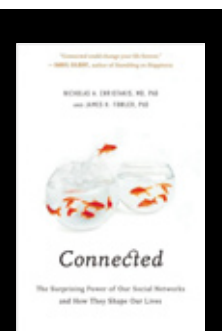
Uitgeverij: Het Financiële Dagblad
ISBN 9789047002789



Uitgeverij: Business Contact
ISBN 9789047003069



Uitgeverij: Van Gorcum
ISBN 9789023245858



Uitgeverij: Balans
ISBN 9789460032233