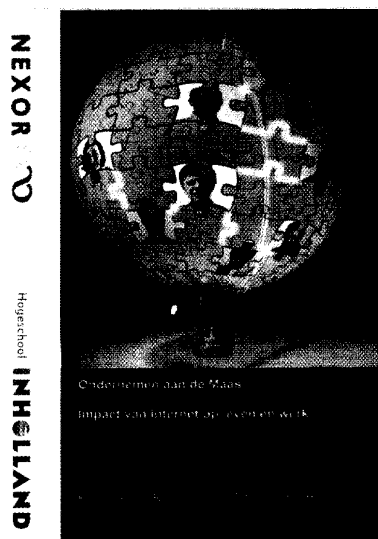


Ondernemen aan de Maas



Het is al even uit, maar wat relevantie betreft heeft het nog niets aan belang ingeboet: 'Ondernemen aan de Maas; Impact van internet op leven en werk'. Het bevat een verslag van twee jaar onderzoek en studie, uitgevoerd door het lectoraat eBusiness van de Hogeschool InHolland in Rotterdam. Dit lectoraat staat onder leiding van Frans van der Reep, in het dagelijks leven senior strategist bij KPN. Zijn achtergrond als filosoof – hij studeerde overigens ook algemene economie – blijkt wel uit de titel. Bij 'ondernemen aan de Maas' denkt iedereen vrijwel automatisch aan Rotterdam. "Maar de Maas stroomt natuurlijk ook door Limburg", vertelde Van der Reep onlangs in een toelichting. Dit soort dubbele bodems komen we in dit boek wel meer tegen. Doel-

bewust gedaan, zo blijkt. 'Als we u daarmee op het verkeerde been zetten, is het goed', schrijft Van der Reep in zijn voorwoord. Anders gezegd: internet heeft een enorme impact op ons leven. Alleen als we bereid zijn om geheel onbevangen naar de ontwikkelingen te kijken, zien we echt wat er gebeurt en mogelijk is. En voorkomen we dat we onze oogkleppen ophouden.

In het boek gaan fellows van het lectoraat in op de gevolgen van internet voor werk en privé. Wie zoals de auteurs een stap terugzet, ontdekt dat er zeven trends zijn die we niet alleen kunnen waarnemen, maar waar we ook iets mee kunnen. Om er eentje uit te pikken: 'back to the middle ages'. Door internet ligt de hele wereld voor ons open, wordt ons altijd verteld. Tegelijkertijd zien we dat mensen elkaar op internet steeds meer in kleine groepjes opzoeken. Communities en sociale netwerken floreren. Daar kunnen we iets mee – privé, maar ook zakelijk.

Een andere trend: moeten wordt ontmoeten. Iedere bedrijfsfunctie wordt door het web geraakt. Dat weet iedereen inmiddels. Maar het gaat verder dan transacties via internet doen en e-mailen met een klant. Via internet kunnen we heel gemakkelijk dit soort functies ontdekken en gebruiken. Verplichte interne winkelnering raakt steeds meer uit en zal daarmee niet alleen het karakter van veel organisaties de komende jaren veranderen, maar ook onze rol als medewerker of – steeds vaker – toeleverancier. We moeten ons dus instellen op het ontmoeten van andere mensen en partijen en leren hoe we daar, vaak op afstand, mee kunnen samenwerken.

In het boek worden dit soort thema's verder uitgewerkt in een aantal hoofdstukken die bijvoorbeeld ingaan op het gebruik van Instant Messaging, ofwel chatten. Maar ook gaat het over internet als platform waarop we verkoper zijn geworden van onze eigen talenten en competenties. Ook de impact van internet van (ICT-)communicatie, de vraag welke communicatiekanalen op welk moment en voor welk doel het beste gebruikt kunnen worden en bijvoorbeeld ketenintegratie en ketenomkering onder invloed van webtechnologie komen aan de orde.

In iets meer dan 120 pagina's wordt uit de doeken gedaan hoe internet ons zakelijke en private leven beïnvloedt. Wie zelf al een aantal stappen op weg naar de webificatie van zijn eigen leven heeft gezet, zal bekende onderwerpen tegenkomen die soms in een verrassend perspectief worden geplaatst. Mensen die nog vrij traditioneel leven, zullen daarentegen vooral verbaasd staan. Tussen beide groepen bestaat een duidelijke kloof. Waar de één niet meer zonder MSN kan functioneren, zal de ander uitroepen: chatten is toch alleen voor kinderen? Die laatste groep zit er flink naast. Kijk bijvoorbeeld maar eens naar wat een bedrijf als Microsoft momenteel aan het doen is met producten als Live Communications Server. Internet dringt in iedere hoek van ons (zakelijke) leven door. Dit boek helpt de lezer om het grotere verband op dit gebied te zien.

Frans van der Reep (red.) met Peter van den Heuvel e.a., Ondernemen aan de Maas; impact van internet op leven en werk, ISBN 90-778-1208-3, € 10,-.

