

Een nieuwe kantoorcultuur

Tijdens de Orgatec beurs, in oktober 2012 in Keulen, werden de resultaten gepresenteerd van een Duits onderzoek naar trends en ontwikkelingen in de werkprocessen op kantoren. De nadruk bij het onderzoek lag op de veranderingen voor wat betreft de communicatie in relatie met de veranderingen in de werkomgeving. Het onderzoek bracht enkele interessante zaken aan het licht.

In totaal werden 600 organisaties benaderd in het onderzoek, en er werd specifiek gevraagd naar hun interne communicatie. In het verslag van het onderzoek werd gesproken over een nieuwe werkorde (New Work Order).

Tweede digitale golf

Die naam (het rapport had zelfs die titel) was bewust gekozen, want de wereld is met de komst van de social media aanzienlijk veranderd, dus ook de communicatie die met het werk te maken heeft. De opkomst van de nieuwe communicatiemiddelen heeft volgens de onderzoekers een tweede digitale golf veroorzaakt: de informele communicatie versnelt de formele processen en verandert deze. Het alomtegenwoordige internet heeft het dagelijks leven substantieel veranderd door het individu zichzelf te laten organiseren en de consument meer daadkracht en keuzemogelijkheden te bieden. Het logische gevolg was dat de werkomgeving mee veranderde. De flexibele communicatie helpt nu ook bij het stimuleren van de werkprocessen in de kenniseconomie en heeft zelfs een complete revolutie teweeggebracht in de manier waarop organisaties zijn gestructureerd.

Everybody Like?

De ommekeer/revolutie/ontwikkeling, hoe je het ook wilt noemen, is internationaal: het internet is immers overal – al beperken sommige landen het gebruik ervan tot

staatsvriendelijke sites. Maar zelfs in die landen maakt men gebruik van social media om zijn onvrede met het bestel kenbaar te maken aan de buitenwereld. Soms met gevaar voor eigen leven, want de staat (Big Brother) monitort het dataverkeer. Terug naar democratische landen: hier hebben de technologische en maatschappelijke ontwikkelingen gezorgd voor een andere manier van werken. In Nederland heet dit Het Nieuwe Werken (al is communicatie daar slechts een onderdeel van). Maar dankzij die intensievere communicatie zijn bestaande structuren overboord gegooid (geen wonder dat die totalitaire regimes het internet inperken, ze weten wat er kan gebeuren) en daar is niet iedereen in de organisatie blij om. Hiërarchieën en machtsposities komen onder druk te staan of verdwijnen helemaal. Communicatie en samenwerken moet transparant plaatsvinden, je moet je kennis delen. Wie zijn kennis voor zichzelf houdt, gedraagt zich asociaal. Die communicatiemiddelen heten niet voor niets social media. Wie zijn kennis deelt en anderen helpt, krijgt erkenning, respect en wordt beschouwd als deskundige. Kortom: hij hoort bij de groep en is een waardevolle collega.

Verlengstuk

De nieuwe, communicatieve manier van werken moet een verlengstuk zijn van de kenniseconomie, en deze verder stimuleren. De Open Source automatisering, het transparante samenwerken, het beoordelen op

prestaties, de verdergaande versmelting van werk en privé, in feite zijn al deze zaken niet echt bevorderlijk voor een gezonde werkhouding en de verantwoording van de werkgever naar de werknemer. Desondanks zal de dynamiek van de wereldwijde concurrentie steeds hogere eisen stellen aan de criteria voor efficiënt en prestatiegericht werken.

Pijlers

Uit het onderzoek komt ook naar voren dat de bovengenoemde New Work Order steunt op vier pijlers:

- Technologie: dankzij de uitbreiding van de virtuele communicatiemogelijkheden is de toegang tot allerlei informatie een stuk gemakkelijker geworden. Niet voor niets wordt de Generatie-Y ook wel de Google-generatie genoemd. De wereldwijde contacten maken de concurrentie steeds sneller en feller. Als collega's met elkaar communiceren via social media (bijvoorbeeld microblogging of Activity streams) worden de processen transparanter en de samenwerking efficiënter.
- Maatschappij: dankzij de social media kunnen de zogeheten digital natives (screenagers) toch nauw contact hebben met collega's, iets wat met het virtueel werken voorheen niet mogelijk was. Gemeenschappelijke belangen zorgen voor contacten zonder onderscheid in leeftijd of specialisatie, en dit is van groot belang in verband met de oprukkende vergrijzing en



het groeiend tekort aan vakkundig personeel. Werk en privé raken steeds meer verstrengeld.

- Economie: de kostendruk op de internationale markten stijgt. Locaties moeten zich gaan onderscheiden op basis van het aanbod aan personeel en marktpotentieel. Als gevolg van efficiëntie-maatregelen worden de vierkante meters voor de kantoorruimte in snel tempo verminderd, en in veel organisaties wordt een kantoor voor één persoon beschouwd als een buitensporige luxe. Kenniswerkers gaan mobiel projectmatig werken en hebben een hoge mate van autonomie en verantwoordelijkheid.
- Cultuur: oud tegenover jong, mondiaal tegenover lokaal, werk- tegenover vrije tijd, flexibiliteit tegenover loyaliteit, hiërarchie tegenover netwerk, het succes van de ommekeer hangt af van de manier waarop

werkgevers en werknemers deze contrasten kunnen combineren.

Eigen doeleinden

Natuurlijk is het aan elke organisatie zelf om de social media tussen de werknemers onderling en de belanghebbende partijen (klanten, toeleveranciers, enzovoort) te gebruiken voor zijn eigen doeleinden. Het is echter wel raadzaam om het uit te proberen: de werknemers gebruiken het immers ook allang. Tenminste: de vaak jongere werknemers, de digital natives. Het is dan een logische stap om de jongeren de 'ouderen' te laten helpen met het gebruik van de social media. Inderdaad, dit is ook een cultuurverandering: de ouderen maken, als vanouds, de jongeren wegwijz in de zakelijke en bedrijfsprocessen, maar de jongeren helpen op hun beurt de ouderen met de nieuwe communicatiemiddelen.

De organisatie kan dus beter toestaan dat de medewerkers de social media gebruiken in hun werk. Het spreekt echter vanzelf dat daar ook enkele voorwaarden, dan wel richtlijnen voor worden opgesteld. Niet voor niets heeft menige organisatie de toegang tot bijvoorbeeld Facebook via de zakelijke pc's al geblokkeerd. Maar ja, dan is er altijd nog het eigen apparaat (Bring Your Own Device), en wat je in je vrije tijd doet is je eigen verantwoordelijkheid. Maar de organisatie kan wel sancties instellen op negatieve publiciteit over de organisatie, de collega's of de leidinggevenden. Vaak wordt nog steeds onderschat hoeveel schade een 'disgruntled employee' kan aanrichten aan de reputatie van een organisatie. Communicatie is een mooi gegeven en je kunt er beslist je (zakelijk) voordeel mee doen, maar het kan ook tegen je werken. ■