

Markteffect B.V.

Hooghuisstraat 35

5611 GS Eindhoven

PERSBERICHT

Eindhoven, 1 december 2009

Netwerken is populairder dan ooit, maar de leden zijn kritisch!

Branche-diversiteit is het belangrijkste criterium bij de keuze voor een lidmaatschap van een bepaald netwerk.

Onderzoeksbureau Markteffect uit Eindhoven heeft onder de leden van haar Business Panel een onderzoek gedaan naar het belang van netwerken en het netwerkgedrag van managers. Het Markteffect Business Panel biedt managers een uniek platform om hun mening te geven over zaken. Het Panel bestaat uit een groot aantal managers die werkzaam zijn in diverse sectoren, zowel profit als non-profit. Van hen zijn een aantal achtergrondkenmerken in kaart gebracht, zoals de branche waarin zij actief zijn en de bedrijfsgrootte.

64% Van de managers uit het Markteffect Businesspanel is lid van één of meerdere netwerkverenigingen, het merendeel van de managers vindt een netwerkbijeenkomst goed als er een interessant thema aan vastzit, maar is ook van mening dat men bij zakelijke netwerken meestal dezelfde mensen tegenkomt. Het hebben van leden uit diverse branches is veruit het belangrijkste criterium bij de keuze voor een netwerkvereniging: twee op de drie Nederlandse managers let hier op bij de keuze voor een netwerkvereniging of bijeenkomst.

Rendement en focus

Een bewezen rendement is het tweede criterium dat belangrijk is voor de keuze van een netwerkvereniging voor ruim een kwart van alle managers. Over de vraag of de netwerkvereniging een regionale of juist een nationale focus dient te hebben is men verdeeld: ruim een kwart kiest voor een regionale focus en bijna een kwart kiest juist voor een nationale focus. De responderende managers geven aan vrijwel niet op de kosten te letten bij de keuze voor een netwerkclub, het rendement is veel belangrijker.

Degenen die lid zijn van een netwerkclub zijn veelal lid van 2, 3 of 4 netwerkverenigingen en geven aan daar wel vaak dezelfde mensen tegen te komen. Managers bezoeken echter niet alleen bijeenkomsten van clubs waarvan men lid is; ruim 40% bezoekt ook netwerkbijeenkomsten waarbij geen lidmaatschap vereist is. De meeste managers bezoeken minimaal één keer per maand een netwerkbijeenkomst.

Redenen om geen lid te zijn

Ruim een kwart van de managers is geen lid van een netwerkvereniging, meestal omdat andere personen binnen de organisatie wel lid zijn. Bijna 20% van deze managers geeft aan geen zin te hebben om lid te zijn van een netwerkvereniging en eenzelfde aantal vindt dat lid zijn veel tijd kost.

Nu nog belangrijker dan voor de crisis

Iets meer dan de helft van de Nederlandse managers vindt netwerken nu nog belangrijker dan voor de crisis en bijna alle managers zijn oprecht geïnteresseerd in de ander als ze netwerken. Maar het rendement, de diversiteit en een beperkt tijdsbeslag blijven belangrijke kritische noten bij de bereidheid van de Nederlandse manager om te gaan netwerken.

Nadere informatie is op te vragen bij:

Markteffect B.V.

Hooghuisstraat 35

5611 GS Eindhoven

Internet: www.markteffect.nl

Telefoon: 040 - 239 22 90

E-mail: info@markteffect.nl

////////// EINDE PERSBERICHT //////////