



BLADEREN

Navigation icons and page number 8/20

INHOUD

Voorpagina
Mensen
Economie & Politiek
Optiek
Morgen
Service
Carrière
Ondernemen & Beleggen
Ondernemen   Eigen zaak
Ondernemen
Beleggen
Advertentie
De hele krant
Een hele week FD

BEURS INFO

Koersen algemeen: [bar]  
 FD 300 Sectoroverzicht: [bar]  
 Beleggingsfondsen: [bar]

ZOEKEN

Search input field with GA button

Archief

Calendar for Jan 2008

ma	di	wo	do	vr	za	zo
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Terug

Boekrecensie Dominique Haijtema

# Tijd voor een informatiedieet

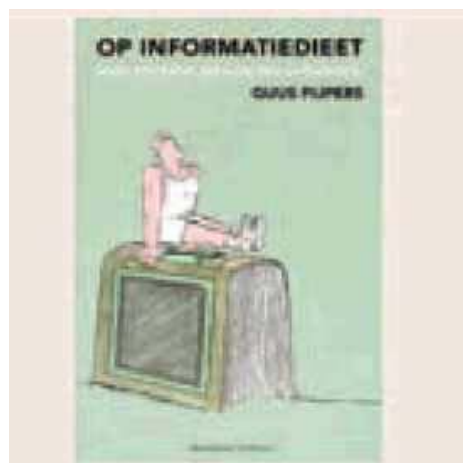
Het nieuwe jaar begint stevast met goede voornemens. Dit jaar wordt alles anders. Na de kerstdagen beginnen veel mensen vol goede moed aan een dieet om de overtollige kilo's kwijt te raken. Maar als het aan organisatieadviseur Guus Pijpers ligt, beginnen we dit jaar met een heel ander soort dieet. Een informatiedieet zou voor velen verstandig zijn. Informatie en eten hebben volgens Pijpers veel met elkaar gemeen. Het is er in overvloed en veel mensen kunnen geen maat houden. Net als aan chocola kunnen mensen verslaafd raken aan informatie en de gewone supermarkt vergelijkt Pijpers met Amazon. Voedsel en informatie zijn tevens in de westerse wereld goedkoop en toegankelijk.

Pijpers signaleert een zekere informatiemoedheid en geeft een aantal voorbeelden van de enorme hoeveelheid informatie die tegenwoordig beschikbaar is. Zo zouden managers die in hun vak bij willen blijven 20 artikelen per dag moeten lezen. Een manager leest gemiddeld een miljoen woorden per week, het internet groeit met tien miljoen pagina's per dag en een dagelijkse editie van de New York Times bevat evenveel informatie als een burger in de zeventiende eeuw gedurende zijn hele leven tegenkwam.

Meer dan de helft van de Nederlandse werknemers is tegenwoordig bezig met informatieverkeer, aldus de auteur. Dat betekent dat hun belangrijkste werk bestaat uit het omzetten van diverse soorten informatie om een concurrentievoordeel voor het bedrijf te behalen. Onderbelicht is alleen hoe medewerkers beter met de ongekende hoeveelheid informatie om kunnen gaan, vindt hij.

Allereerst dienen medewerkers en managers volgens Pijpers inzicht te krijgen in hun informatiegedrag. Wat voor informatie heeft u nodig, wanneer en waarom heeft u die nodig en met wie wisselt u voornamelijk informatie uit? Ga eens na in welke categorie informatie thuishoort. In 'need to know' of 'nice to know?' In de tweede categorie kan behoorlijk gesnoeid worden omdat het niet relevant is voor het nemen van besluiten. Veel mensen geven informatie waar anderen niet op zitten te wachten, of verzamelen informatie omdat het hun een gevoel van macht geeft. Door meer aandacht te schenken aan de inhoud en relevantie van informatie is er volgens Pijpers veel minder communicatie nodig.

Vervolgens is het verstandig een overzicht te maken van het aantal uren dat per dag wordt besteed aan e-mails, kranten en andere informatiebronnen. Wie informatie wil verstrekken moet bovendien het verschil kennen tussen lezers en luisteraars. De boodschap moet daarom worden afgestemd op het type ontvanger. Veel managers zijn bijvoorbeeld vooral luisteraars en dan is e-



Toegankelijkheid ★★★★★

Toepasbaarheid ★★★★★

Toegevoegde waarde ★★★★★

Guus Pijpers schrijft een helder boek over omgaan met grote hoeveelheden informatie. Jammer dat het werk zelf met zoveel informatie geladen is.

Op informatiedieet. Naar een beter gebruik van informatie. Auteur: Guus Pijpers Uitgever: Business Contact ISBN 9789047000488 € 19,90

Een informatiedieet volgen is net zo lastig als een gewoon dieet, omdat mensen al na enkele weken vervallen in oude patronen en er steeds maar meer informatie bij komt. Pijpers noemt het informatiedieet echter noodzakelijk omdat het verkeerd gebruikmaken van informatie medewerkers veel energie en bedrijven veel geld kost.

De adviseur geeft naast actielijsten veel praktijkvoorbeelden van bedrijven als Shell en Philips. Het boek is daardoor goed gedocumenteerd en prettig leesbaar. Het is alleen de vraag of een boek van 166 pagina's het juiste pleidooi is voor een informatiedieet. Dat had wellicht ook efficiënter gekund?

mail een verkeerd communicatiemiddel. Hij geeft ook praktische tips zoals het instellen van filters en actielijsten om beter met informatie om te gaan. Een e-mailvrije dag is een goed idee, net als een nieuwsvrije periode. Probeer niet overal iets van af te weten, maar juist meer te weten van weinig onderwerpen.

[▶ Terug](#)



[HOMEPAGE](#) | [LAATSTE NIEUWS](#) | [BELEGGEN](#) | [CARRIÈRE](#) | [ONDERNEMEN](#) | [ARCHIEF](#)  
[klantenservice](#) | [contact](#) | [copyright](#)