

Onderzoek onder 277 kenniswerkers wijst uit:

Krappe voldoende voor Nederlandse kenniseconomie

De Nederlandse kenniseconomie scoort met een 6,3 net voldoende. Dit blijkt uit het rapport 'Slimmer kennis delen' dat is opgesteld naar aanleiding van een onderzoek naar de stand van zaken van kennismanagement in Nederland. Het onderzoek is uitgevoerd door Twynstra Work Innovation in samenwerking met Media Plaza onder 277 'kenniswerkers'.

De respondenten geven de Nederlandse kenniseconomie als rapportcijfer een 6,3. Volgens 72 procent van de respondenten is het kennisniveau in Nederland ten opzichte van andere landen laag of gemiddeld. Niet alleen de Nederlandse kenniseconomie scoort net voldoende, ook het niveau van kennisdelen binnen hun eigen organisatie krijgt van de respondenten dit cijfer (6,3).

De ontwikkeling van het kennisniveau van tien jaar geleden ten opzichte van nu is weinig spectaculair te noemen. Ongeveer de helft van de kenniswerkers vindt het niveau van kennismanagement in Nederland, maar ook binnen de eigen organisatie, van tien jaar geleden gelijk of zelfs hoger dan het niveau van nu. Opvallend is dat kennismanagement daarentegen belangrijk tot zeer belangrijk wordt gevonden door 87 procent van de geënquêteerden.

Het begrip kennismanagement wordt door het overgrote deel van de respondenten (39 procent) uitgelegd als het inzichtelijk maken van ervaringen, informatie en competenties van mensen om kennisdelen te bevorderen.

Hoopvolle toekomst

Zo kritisch als de respondenten zijn over het heden, zo optimistisch kijken men naar de toekomst. De verwachtingen rond kennismanagement in Nederland zijn hoog: voor Nederland verwacht 78 procent van de respondenten dat het niveau van kennismanagement over tien jaar hoger zal zijn. Voor de eigen organisatie verwacht 87 procent van de respondenten dat het niveau van kennismanagement over tien jaar hoger zal zijn. Lian Bongers, adviseur bij Twynstra Work Innovation en initiatiefnemer van het onderzoek: "Weten waar of bij wie de informatie

zich binnen je organisatie bevindt, is nog vaak het probleem. Daarom moet een organisatie op twee dingen letten. Allereerst is het belangrijk medewerkers te ondersteunen bij het vinden van informatie en expertise binnen een organisatie door het aanbieden van een goede kennisinfrastructuur. Daarnaast moet men veel aandacht schenken aan begeleiding van de mensen, die uiteindelijk het succes van kennismanagement bepalen." Ook Elco van Staveren, programmamaker bij Media Plaza, herkent dit beeld. "We merken dat de belangstelling voor kennismanagement weer groter wordt. Alsof er een tweede golf op gang komt. Daarbij zien we een verschuiving van interesse in het thema; de aandacht gaat van 'techniek' naar 'mens'. Veel kennismanagers zien nu in dat je er met prachtige tools alleen niet komt. Kennis zit in de hoofden van mensen en die moet je er vanaf het begin bij betrekken. Als je dat goed doet, kan je met techniek veel bereiken."



Over het onderzoek

Het onderzoek 'Slimmer kennis delen' werd uitgevoerd in de vorm van een enquête, die door 277 respondenten is ingevuld. De aangeschreven kenniswerkers bekleeden functies als kennismanager, contentmanager, informatiespecialist, communicatiemanager, ICT-manager, HR-manager, marketingmanager en directeur bij grote en middelgrote organisaties. Aan de hand van een

reeks vragen en stellingen wilde Twynstra Work Innovation inzicht krijgen in zaken als: de hoogte van het kennisniveau in Nederland, de status van de Nederlandse kenniseconomie, de mate van kennisdelen in organisaties, het wel of niet werken met een kennismanagementstrategie. Het onderzoek is uitgevoerd door Twynstra Work Innovation in samenwerking met Media Plaza.