

Update

Hergebruik en auteursrecht op gespannen voet

De NVJ organiseerde onlangs een enquêteonderzoek naar de praktijkervaring van haar leden met het auteursrecht met het oog op het wetsvoorstel auteurscontractenrecht. De uitkomsten worden officieel aan de Tweede Kamer gepresenteerd na Prinsjesdag 2009, maar de NVJ heeft een aantal in het oog springende uitkomsten al bekend gemaakt. Tot de respondenten behoorden leden van beroepsorganisaties NVJ, BNO (Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers), DDG (Dutch Directors Guild), Fotografiefederatie (BFN, GfK, PANL, SVFN) en het



Netwerk Scenarioschrijvers. Enkele highlights rondom de uitkomsten:

- meer dan de helft van de ondervraagden stelt in de contractonderhandelingen met de uitgever/producent het tarief ter discussie, de vergoeding voor hergebruik en de auteursrechten;
- gemiddeld de helft van de leden krijgt geen werk meer nadat geweigerd is het contract te tekenen;
- meer dan de helft merkt dat hun auteursrechtelijk materiaal in andere media wordt gebruikt dan binnen de uitgever/omroep waarvoor het is geleverd;
- het aantal auteurs dat een overzicht krijgt van het (her)gebruikte werk, komt niet boven de 10 procent uit;
- bijna twee derde wordt door de uitgever/omroep niet voor hergebruik van het werk betaald.

Global Knowledge en Azlan trainen Cisco Partners

Global Knowledge en Azlan zijn een strategisch samenwerkingsverband aangegaan voor het opleiden en ontwikkelen van Cisco resellers. In samenwerking met Cisco zullen resellers de aankomende tijd actief worden benaderd om ze te helpen bij het verkrijgen van specialisaties op het gebied van Cisco Advanced Technology. Speciaal hiervoor hebben Azlan en Global Knowledge een 'Road-to-Grow'-programma ontwikkeld om de resellermarkt te helpen bij het implementeren en beheren van de nieuwste technologieën en netwerkoplossingen. Onderdeel van het dit programma is een serie workshops op het gebied van Cisco Unified Communications, ASA Security en Cisco IronPort Spamblocker. Tijdens de workshops nemen de deelnemers kennis van de mogelijkheden van de betreffende technologie. Na afloop van de workshop

krijgen ze een ASA Security-, Unified Communications- of IronPort Spamblockerbox mee naar huis. Ook zijn er 'How-to-Sell'-trainingen waarbij de verkoper binnen de reseller centraal staat en een link vanuit de techniek naar de commercie wordt gelegd. Volgens Raymond Boelhouwer, Business Development Manager Cisco bij Global Knowledge, investeren resellers juist nu in kennis.

Global Knowledge is de grootste onafhankelijke aanbieder van bedrijfstrainingen voor IT- en managementprofessionals op het gebied van praktijk- en theoriecursussen voor IT'ers en projectmanagers op het gebied van netwerk, beveiliging, VoIP, wireless en producten van toonaangevende ondernemingen als Cisco, Microsoft, VMware, Novell, Hewlett Packard, Sun Microsystems en Red Hat. Global Knowledge werd in 1995 opgericht en telt wereldwijd meer dan 1.100 medewerkers.

Aegon experimenteert met Twitter

Social media is niet meer weg te denken uit de communicatiemix van een onderneming, maar elk nieuw platform brengt zijn mogelijkheden en onmogelijkheden mee. Aegon Bank organiseerde op dinsdag 16 juni 2009 een TweetBanket op Twitter.

In dialoog met de klant, de pers en overige belangstellenden wil Aegon Bank op deze manier inzicht krijgen in het belang van Twitter voor een financiële instelling.

Twitteraars konden op www.twitter.com via het twitterprofiel @aegonbank vragen stellen, waarbij Aegon een speci-

aal speciaal twitterteam klaar had zitten. Volgens directeur Gijsbert van de Nieuwegiessen probeert Aegon Bank het contact met de klant laagdrempelig te maken en te communiceren in een stijl en omgeving die de klant kiest. De bank wil social media een belangrijke rol geven in het consumentencontact en Twitter wordt gezien als een van de leidende partijen.

Nieuw online platform Companyspot.nl

Studenten, starters en young professionals kunnen op Companyspot.nl informatie vinden over potentiële werkgevers die écht relevant is. Hoe snel kan ik doorstromen in een organisatie? Krijg ik een leaseauto als starter bij Shell? Krijg ik bij de Rabobank een 15e maand? De oprichters van Companyspot.nl, twee Groningse studenten, willen ervoor zorgen dat jonge talenten en werkgevers elkaar beter kunnen vinden. Via bedrijfsprofielen van vele Nederlandse bedrijven wordt het op de site mogelijk om een compleet beeld te krijgen van wat een potentiële werkgever nou eigenlijk echt te bieden heeft.

In de bedrijfsprofielen is niet alleen informatie over de activiteiten van werkgevers te vinden, maar ook uitgebreide informatie over zaken zoals carrièremogelijkheden, bedrijfscultuur, salarisindicaties en secundaire arbeidsvoorwaarden.



Ook is het mogelijk om naar bedrijven te zoeken op basis van een eigen profiel, waardoor ineens verrassende nieuwe namen naar voren kunnen komen.

Voor de komende maanden staat niet alleen een forse uitbreiding van het aantal bedrijfsprofielen gepland, maar is het ook de bedoeling om nóg meer informatie over de werkgevers openbaar te maken.

White & Blue



Terecht merkte Bart van der Meij tijdens het Essentials-congres Kennis in Praktijk (10 juni, WTC Rotterdam) op dat de meeste sprekers in hun praktijkverhalen toch steeds technologische oplossingen als uitgangspunt hanteerden. Velen zijn van mening dat het begrip kennismanagement passé is – omdat het verschijnsel kennis niet te managen zou zijn. Maar ook bij de invalshoek van kennisontwikkeling staan de tools weer voorop in de rij: van softwarepakketten tot en met vrij verkrijgbare web 2.0-oplossingen. Een verklaring voor die voorkeur voor technologiegebaseerde oplossingen is wellicht dat een kennisgerichte organisatiestrategie een ding is voor de lange termijn. Werknemers hebben nog wel een paar decennia nodig om volledig flexibel te worden in denken en doen. Een andere verklaring kan liggen in de mate waarin binnen opleidingen en onderzoek wordt nagedacht over de factor kennis. Is er al een revolutie aan de gang bij disciplines als bedrijfswetenschappen, organisatiekunde, personeelswerk, economie en informatica? Ik vrees van niet. Het vakgebied dat management heet, is groot en daarnaast overwegend plat (elke week komen er nieuwe boeken van goeroes in de dop), maar ontwikkelt zich veel minder snel dan de praktische technologische oplossingen waarmee het management zich kan bedienen.

Toch wordt die lerende organisatie steeds belangrijker: bedrijven moeten zich meer open stellen en zich gelijktijdig voorbereiden op een steeds lastiger arbeidsmarkt. Het transactionele *blue collar work* zal steeds meer worden generationaliseerd via automatisering of verplaatsing naar lage lonenlanden of outsourcing. In de IT- en BPO-industrie zorgt een combinatie van die drie factoren al enkele jaren voor een geleidelijke, maar onomkeerbare verandering. Een beetje zwart-wit geformuleerd: *blue* staat voor besparen, *white* staat voor innoveren. En *white collar workers* worden net zo ongrijpbaar als hun belangrijkste asset. Die tweedeling is nu misschien nog niet zo goed zichtbaar, maar het gemak en tempo waarmee het aanbod van technologische tools groeit maakt des te duidelijker dat alle aandacht met name naar de menselijke factor zou moeten uitgaan. Wat mij betreft is KM 1.0 als technologiegebaseerde meet- en regelvariant beslist niet passé, maar voert het juist nog steeds de boventoon. En KM 2.0? Dat is in hoofdzaak een langdurig veranderproces. Of zoals Pauline van der Meer Mohr in dit nummer stelt: “Op het gebied van kennismanagement heb ik betere oplossingen zien komen van ICT dan van HR.”

Erik Bouwer – erikbouwer@essentials-media.nl

Battle of Concepts lanceert crowdsourcingplatform in Brazilië

Battle of Concepts heeft zijn crowdsourcingplatform ook in Brazilië gelanceerd. De eerste opdrachtgevers zijn Vopak, Whirlpool en Philips.

Volgens bedenker en oprichter van Battle of Concepts, Joost Dekkers, toont deze ontwikkeling de mogelijkheden en internationale ambities van het

bedrijf aan. Op de site van Battle of Concepts kunnen organisaties vraagstukken plaatsen die studenten en young professionals tot en met dertig jaar oplossen.

Deelnemers leveren hun ideeën en oplossingen aan in de vorm van een concept, een beschrijving van het idee. Het beste concept wint uiteindelijk de battle.

De eerste Braziliaanse battles zijn uitdagend. Zo is Vopak op zoek naar een snel verwarmingssysteem dat uitsluitend dat deel van de vloeistof verwarmt dat overgepompt wordt in tankauto's. Whirlpool is op zoek naar concepten voor een effectievere communicatie van haar producten op de verkoopvloer en Philips wil graag voorstellen ontvangen om de handleidingen van een aantal producten te verbeteren en/of te versimpelen. Bij elke battle kunnen studenten en young professionals 15.000 Braziliaanse Reais winnen, iets meer dan 5.500 euro.



(advertentie)

Het beste van HBO en wetenschap.



Scriptiewinkel.nl