



NETWERKEN

Van de 1.000 leden van het BZW-ledenpanel hebben ruim 600 personen (dit betreft 22% van het totaal aantal leden) deelgenomen aan de enquête die dit keer volledig toespitst is op netwerken.

Belang van netwerkbijeenkomsten: gemiddeld 7.1

Het belang van netwerkbijeenkomsten in zijn algemeen wordt beoordeeld met een gemiddeld rapportcijfer van 7.1. Naarmate de bedrijfsomvang groter is, lijkt het belang iets af te nemen. Het gemiddelde bij bedrijven tot 50 werknemers ligt op een 7.2, tegen een 6.8 bij bedrijven met meer dan 250 werkzame personen. Kijkend naar branches geeft de handel gemiddeld het laagste rapportcijfer aan het belang van netwerkbijeenkomsten: 6.5, gevolgd door de industrie met een 6.6.

Top 5 van zakelijke netwerken

De 5 belangrijkste zakelijke ontmoetingsnetwerken zijn:

- BZW
- Sociale media (*)
- Branche-organisaties
- Plaatselijke ondernemersverenigingen
- Serviceclubs (als Rotary en Lions)

Slechts 2% van de BZW-leden plaatst de BZW niet binnen zijn/haar Top-5. 27% van de BZW-leden kent aan de BZW de eerste plaats toe (39% zet de BZW op de tweede plaats en 29% op de derde plaats). Opvallend is dat respondenten van 60 jaar en ouder in 40% van de gevallen de BZW op nummer 1 zet (tegen bijvoorbeeld 26% in de categorie tot 40 jaar en 21% in de leeftijd van 40-49 jaar).

Een kleine meerderheid (52%) van alle BZW-leden heeft de branche-organisaties opgenomen in hun Top-5 van belangrijkste betwerken. 46% van deze respondenten plaatst de branche-organisaties op nummer 1. Geen ander netwerk krijgt een hoger aandeel dan deze 46% voor de eerste plaatspositie.

(*) Sociale media

Slechts 20% van de BZW-leden maakt geen gebruik van sociale media. Bij de leden ouder dan 60 jaar ligt dit percentage op 36%, bij de leden tot en met 39 jaar op 10% en bij leden in de leeftijd van 40-49 jaar op 11%. Kijkend naar branches, springt de bouw eruit die met 33% aangeeft geen sociale media te gebruiken.

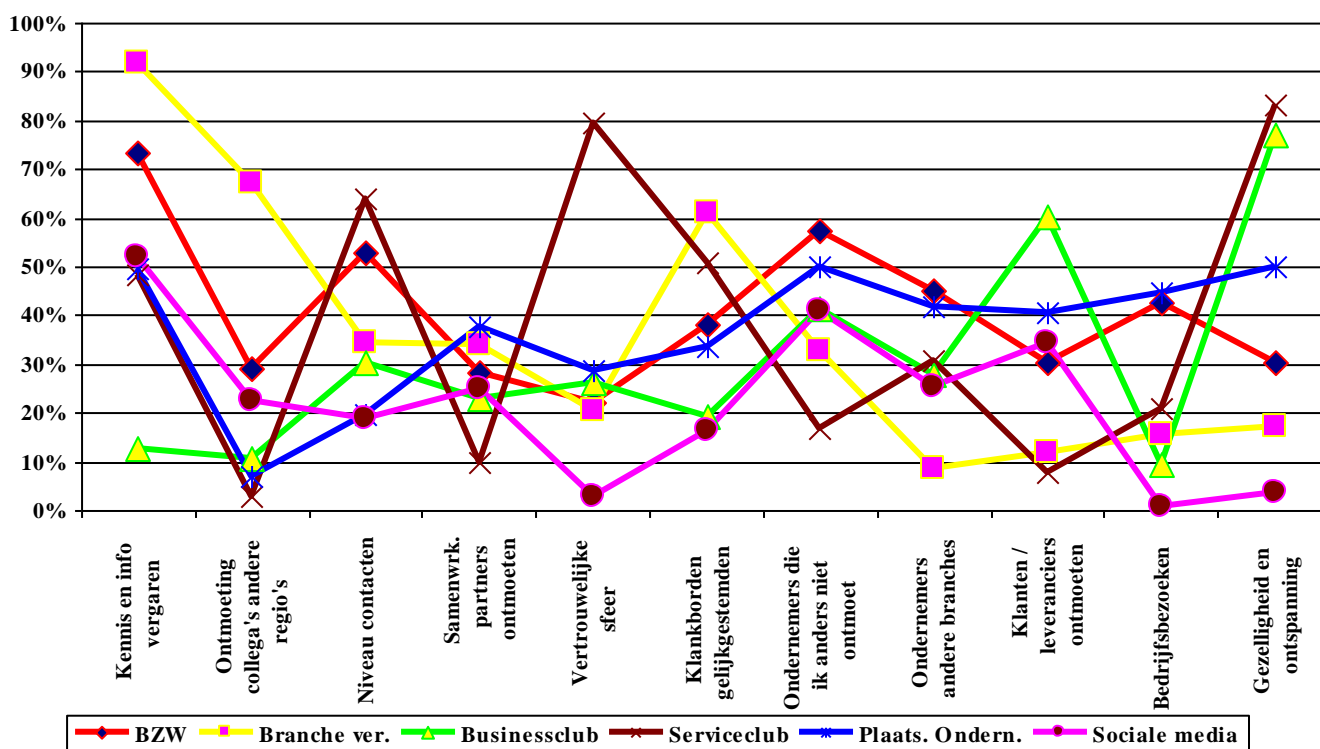
Bij alle gebruikers van sociale media valt LinkedIn met een zeer ruime meerderheid het meest in de smaak. Twitter en Facebook volgen op afstand (deze afstand is alleen in de categorie leden tot en met 39 jaar vele malen kleiner dan in het geval bij de 40+ leden).

Wat zoeken ondernemers in netwerken?

BZW-leden zijn om verschillende redenen lid van (meerdere) netwerken. Belangrijkste motieven waarom de BZW een interessant netwerk vormt:

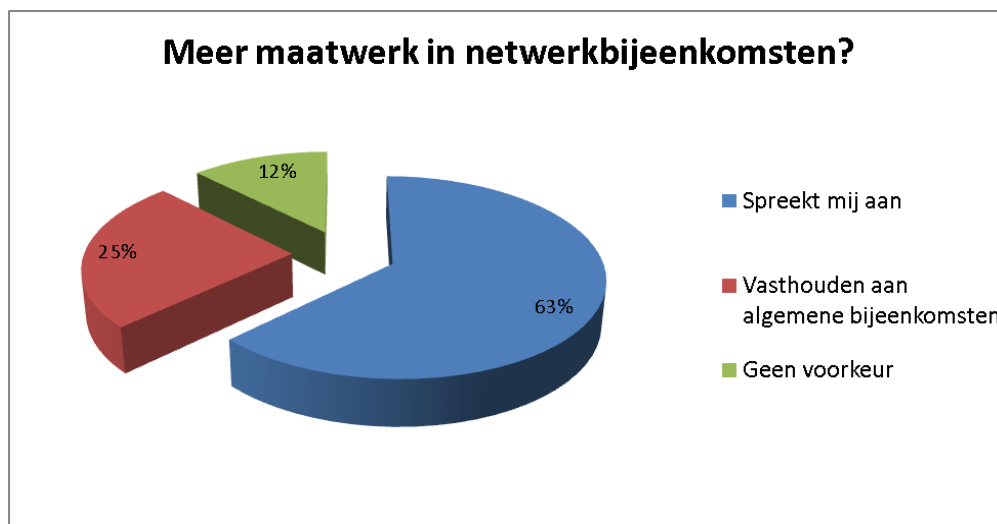
Kennis en informatie vergaren	73%
Contacten met collega-ondernemers die ik elders niet ontmoet	57%
Niveau van de contacten	53%

Gemiddeld noemen BZW-leden 3 tot 5 motieven waarom zij een netwerk interessant vinden. Onderstaand overzicht laat zien dat voor de zes belangrijkste netwerken uiteenlopende motieven gelden.



Maatwerk in aanbod netwerkbijeenkomsten

De BZW overweegt bij haar netwerkbijeenkomsten meer maatwerk te leveren, bijvoorbeeld op thema, bedrijfsomvang, branche, familiebedrijven, groeps grootte et cetera. We vroegen de leden naar hun mening met betrekking tot dit voornemen.

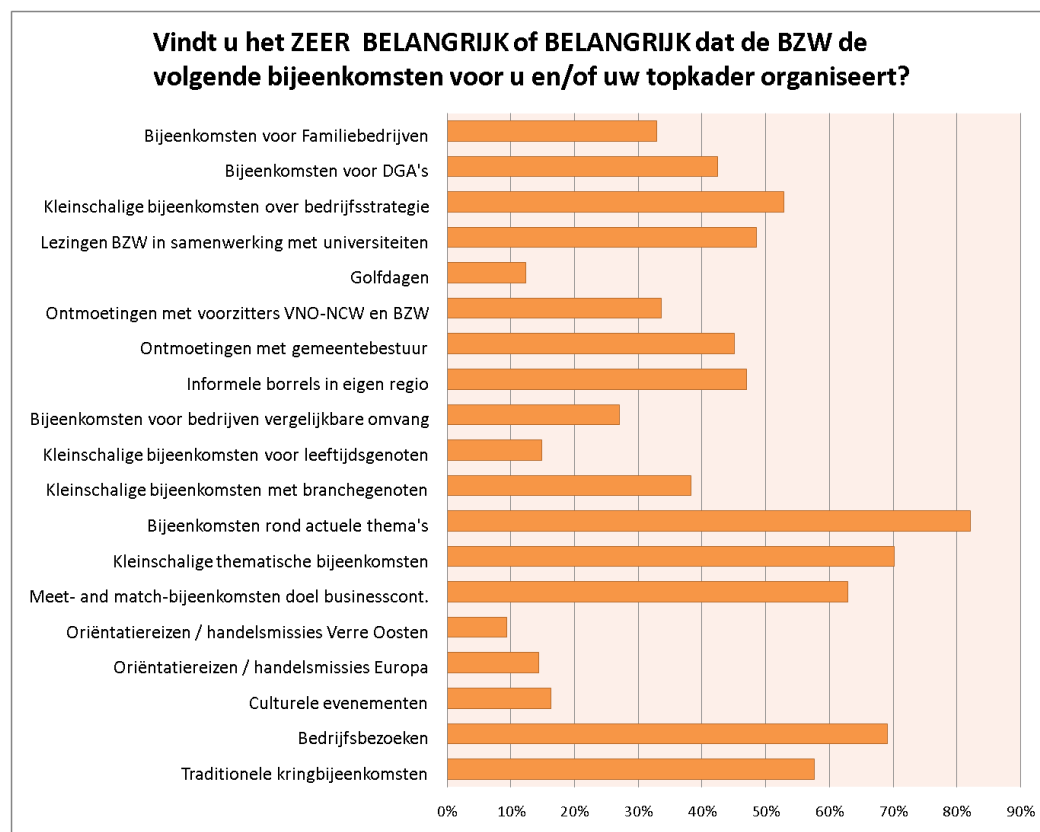


Verskil in voorkeur

In de leeftijdscategorie tot en met 39 jaar geeft maar liefst 79% aan dat het idee van meer maatwerk aanspreekt (19% zegt 'vasthouden aan algemene bijeenkomsten' en 2% heeft geen voorkeur). Ongeveer de helft (53%) van de BZW-leden die ouder zijn dan 60 jaar is gecharmeerd van meer maatwerk en een derde deel (33%) houdt liever vast aan de algemene bijeenkomsten. De overige 15% heeft geen voorkeur. Binnen de branches industrie (70%), bouw (71%) en handel (75%) zijn meer voorstanders voor maatwerk te vinden dan binnen de zakelijke dienstverlening (59%).

BZW-bijeenkomsten

Als het gaat om het aanbod aan bijeenkomsten vinden de leden een aantal bijeenkomsten (zeer) belangrijk. Kijkend naar gemiddelden wordt de Top-3 gevormd door: Bijeenkomsten rond actuele thema's, kleinschalige thematische bijeenkomsten en bedrijfsbezoeken. Het overgrote merendeel (91%) heeft geen behoefte aan nog andere bijeenkomsten dan in onderstaand overzicht genoemd.

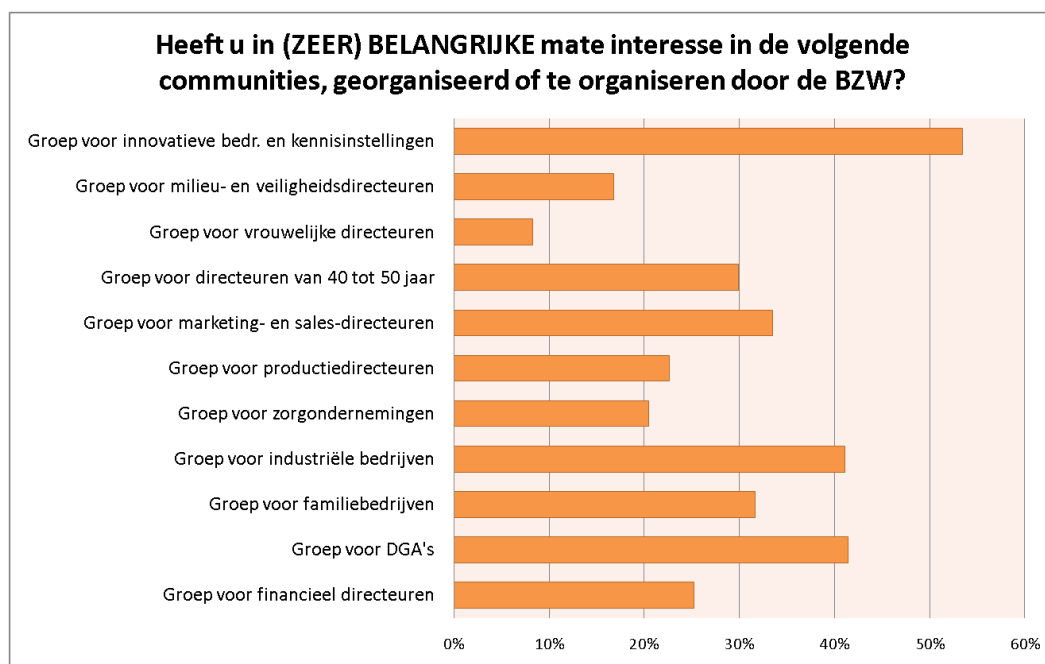


Bij bovenstaand thema (aanbod bijeenkomsten) brachten de ruim 600 deelnemers aan het BZW-ledenpanel in totaal 4.708 keer 'hun stem' uit voor bijeenkomsten die zij (zeer) belangrijk vinden. In de vraagstelling rondom communities (kleinschalige groepen die periodiek bijeen komen) werd er 1.966 keer 'gestemd' op (zeer) belangrijk. Daarmee lijken de communities minder populair hetgeen op zich strookt met het kleinschalige karakter van dit type bijeenkomsten.

BZW-communities: aparte kleinschalige bijeenkomsten voor specifieke (doel)groepen die periodiek bijeen komen

Bij de communities wordt de Top-3 gevormd door: groepen voor innovatieve bedrijven en kennisinstellingen, groepen voor DGA's en groepen voor industriële bedrijven.

Ook ten aanzien van de communities heeft het grootste deel (93%) van de BZW-leden geen behoefte aan nog andere communities dan in onderstaand overzicht genoemd.



BZW-ledenpanel

Met ruim 1.000 deelnemers vormt het ledenpanel een goede afspiegeling van het hele BZW-ledenbestand. Ook de samenstelling in termen van branche, leeftijd en kring van het panel toont een representatief beeld. Door te weten wat leden bezighoudt en wat er speelt binnen hun bedrijven kan de BZW beter aansluiten bij de verwachtingen. Ongeveer zes keer per jaar raadpleegt de BZW het ledenpanel met vragen die zich in maximaal vijf minuten laten beantwoorden. De deelnemers aan het BZW-ledenpanel ontvangen automatisch een terugkoppeling van de resultaten (ze worden ook gepubliceerd op www.bzw.nl/ledenpanel).

Indien u nog niet deelneemt aan het ledenpanel kunt u zich hiervoor aanmelden door een mail te sturen aan ledenpanel@bzw.nl.