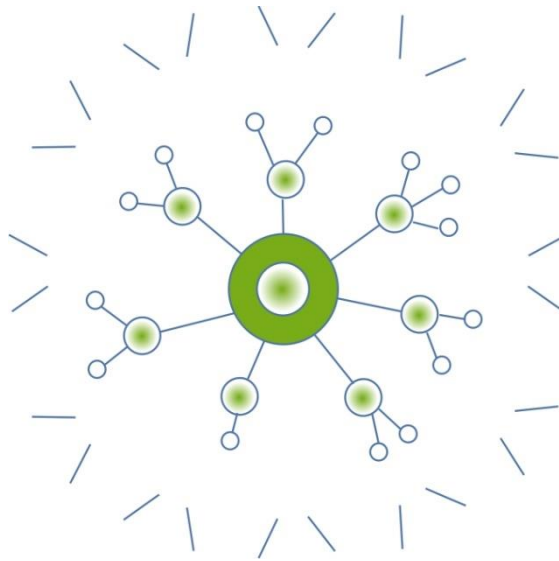


Netwerkanalyse voor initiatiefnemers (Anne-Marie Poorthuis 2003)

Een netwerkanalyse gebruik je voor het ontdekken en ordenen van het netwerk rond een bepaald initiatief of thema. Dit netwerk bestaat niet alleen uit mensen maar uit alles wat betrokken is bij een bepaald initiatief, zoals ideeën, middelen, gedachten, bronnen, materialen, software enzovoort. Je begint met een brainstorm van alles wat betrokken is, de ingrediënten. Vervolgens zoek je daarbij de schakels, waarmee je de relaties legt tussen de ingrediënten en het initiatief. Daarmee komt het netwerk in beeld. Vervolgens kijk je hoe je contact kunt maken met deze schakels en onderzoek je de daadwerkelijke posities van betrokkenheid.

Kern van het netwerk is het initiatief. Wordt het initiatief losgelaten dan valt het netwerk en alles wat erbij betrokken is langzamerhand weer uiteen. Door een nieuw initiatief is er weer een nieuwe kern en ontstaat er weer een actueel netwerk.



Tips

- Een netwerkanalyse stimuleert het netwerkdenken, het vanzelfsprekend betrekken van alles wat er is, een meervoudige manier van kijken en ordenen.
- Je kunt een netwerkanalyse alleen doen of samen met anderen.
- Gebruik bij een (gezamenlijke) netwerkanalyse een papieren tafelkleed. De horecagroothandel heeft verschillende maten.
- Zorg dat de tafels in de ruimte waar je aan de slag gaat met een netwerkanalyse groot genoeg zijn voor de maat van het tafelkleed.
- Geef iedere deelnemer een paar verschillende kleuren viltstiften. Het afwisselen van kleuren maakt het lezen van de brainstorm makkelijker.
- Ter voorbereiding kun je alvast een cirkel voor het initiatief in het midden zetten en met wat cirkels er om heen ruimte reserveren voor de schakels. We beginnen met de brainstorm van de ingrediënten langs de buitenrand van het tafelkleed.
- Ook als je met een groep werkt, kan het soms handig zijn om eerst iedereen een individuele netwerkanalyse te laten maken en dan uit te wisselen. Als iedereen eerst zijn eigen initiatief en netwerk in beeld heeft kunnen brengen, heb je naast een rijke oogst vaak ook een betere basis voor samenwerking.

De netwerkanalyse bestaat uit vijf stappen



Stap 1 initiatief of thema

Kies een initiatief of thema waar je echt mee aan de slag wilt, geef dit een krachtige naam en zet dit in het midden van het tafelkleed.

Stap 2 ingrediënten

Schrijf per persoon aan de buitenranden van het tafelkleed alles wat opkomt dat betrokken is bij het netwerk, zoals ideeën, gedachten, middelen, mensen, gebouwen, software, instanties, beelden enzovoort. Neem ruim de tijd voor deze brainstorm. Ga nog niet overleggen of ordenen, maar laat het stromen. Er mag ook best een paar keer hetzelfde staan. Loop vervolgens rond het tafelkleed en lees ieders inbreng. Vraag zo nodig kort toelichting aan elkaar.

Stap 3 schakels

Zoek vervolgens naar de schakels tussen de ingrediënten en het initiatief. Kijk steeds naar feitelijke betrokkenheid van schakels en niet naar verwachtingen (dus niet: dit zou hij moeten doen, vanwege zijn functie). Verbind via schakels de ingrediënten met het initiatief in het midden. Maak de schakels concreet, liefst met namen. Zo krijg je een netwerk in beeld om mee aan de slag te gaan.

Stap 4 voorbereiden contacten

Bereid nu het contact met je schakels voor. Je kunt schakels individueel benaderen of in een groep uitnodigen om in gesprek te gaan of bijvoorbeeld weer een netwerkanalyse te doen, zodat steeds meer netwerken rond het initiatief in beeld komen. Je maakt voor elke schakel een eigen verhaal, een vertaling van je initiatief met de ingrediënten waar een schakel bij betrokken is als inspiratie.

Stap 5 onderzoeken posities van betrokkenheid

Onderzoek vervolgens je contacten op daadwerkelijke betrokkenheid bij jouw initiatief of thema. In totaal kun je vijf posities van betrokkenheid onderscheiden in een netwerk:

1. Initiatiefnemers starten het initiatief, beginnen vaak alleen en gaan op zoek naar betrokkenheid.
2. Partners zetten hun schouders onder het initiatief, geven het voorbeeld, dragen het uit, accepteren de consequenties en maken het tot thema. Het gaat niet om wat ze zeggen, maar wat ze daadwerkelijk doen.
3. Schakels leggen relaties, zijn ambassadeurs, geven toegang tot bronnen en helpen gericht om iets als thema te organiseren.
4. Leveranciers brengen hun specialisme, middelen en materialen in.
5. Gebruikers benutten het netwerk dat ontstaat voor het vinden van antwoorden op vragen en als basis voor hun handelen.

