



EFL-journaal

nr 18 26 mei 2016



Met e-Gulden en *F*iliaal in de
beeldende kunst



Voorwoord

De titel “**e-Gulden en eFiliaal in de beeldende kunst**” is een voorzet naar de e-Gulden community om te denken in termen van toepassingen voor de e-Gulden in plaats van technische termen. Nu, wat staat er verder van elkaar dan geld en kunst? Juist, de techniek van geld. Een terechte splitsing in onze denkrichting dus : eFiliaal versus EFL. De goed gelegen voorzet kwam van een van onze lezers die we dankbaar in dit journal willen inkopen met het eerste artikel “**eFiliaal in de beeldende kunst**”.

Terwijl we zelf gestaag aan de techniek zelf werken is er ook weer een nieuw tipje van de eFiliaal-sluier dat we oplichten : eFiliaal is opgedeeld in deel-economieën. Ieder deel krijgt een heldere structuur met als doel om de betreffende deeleconomie aan te zwengelen. Er zijn diverse redenen waarom dat gaat werken door middel van cryptogeld. Eén van die redenen brengen we in beeld in het artikel “**Gesloten economische circuits**”

Maar niets komt voor niets. Als we willen dat onze projecten een succes worden zullen we er voor uit moeten komen. We gaan ervan uit dat dat geldt voor alle eGulden-bezitters, als zijnde een groep die er sympathie voor op heeft kunnen brengen. Succes gaat ook gepaard met een stukje loyaliteit en dat kan niet zonder PR. Alleen “hoe” is de vraag. Daar gaan we u mee helpen in onze reeks “**Doe het zelf PR voor EFL Deel 1**”

Tenslotte, zoals u zult lezen in “**Opa, kijk, in vond op zolder...**”, zijn we nog niet klaar met onze reeks over automatiserings-psychologie. De karikaturen die we laten passeren zijn helemaal niet bedoeld om te beledigen. In tegendeel. Regelmatig herkennen we ons zelf er in. Het is bedoeld om ervan te leren en natuurlijk om efficiënt te leren omgaan met onze schaarse middelen.



eFiliaaL in de beeldende kunst

Zoals aangekondigd in het voorwoord, wordt eFiliaaL opgedeeld in deel-economieën. Regiomanagers, die daar een goede boterham aan kunnen verdienen, gaan regionaal de belangen van een specifieke doelgroep behartigen. Zo'n doelgroep is niet alleen geografisch bepaald, hoewel dat wel voor de hand ligt. Een regio kan zich ook richten op een bepaalde branche. We noemen dat bij eFiliaaL “denk speciaal”. En een dergelijk specialisme kan zich over een groot gebied uitstrekken, tot geheel Nederland aan toe.

Net zoals we in de praktijk aan het kijken zijn naar de consequenties van de invoering van eFiliaaL in een bepaalde regio, doen we dat ook met deze speciale regio's. Eén voorbeeld van een speciale groep is de wereld van de beeldende kunst. In de e-Gulden community geen onbekend terrein. Zie bijvoorbeeld de cover van deze week, gemaakt door een volger van het EFL-Journaal. En er zijn meer voorbeelden.

Kunst is beslist geen gemakkelijk product om te verkopen. Ondergetekende heeft een tijdlang een galerie gehad en kent de kunstwereld dus vrij aardig van binnenuit. Groot probleem is het gigantische overaanbod. Nederland kent 104.000 geregistreerde kunstenaars bij de Kamer van Koophandel maar het grootste deel is waarschijnlijk helemaal niet geregistreerd. Een vorm van vrijheid die de kunstwereld eigen is.

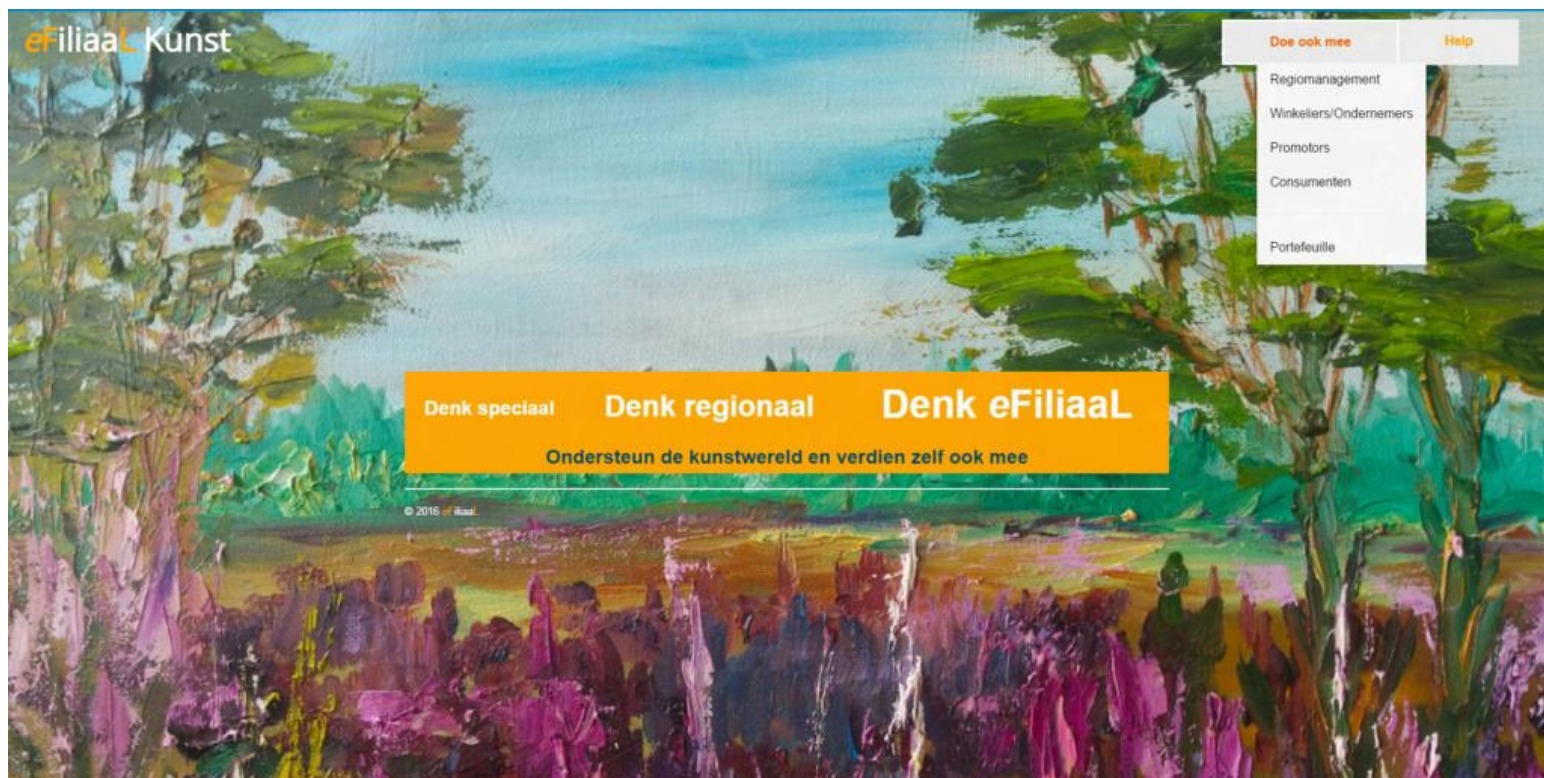
Door deze enorme overcapaciteit in de productie van beeldende kunst is het aantal kunstenaars dat kan leven van hun kunstbeoefening zeer gering. Hooguit enkele procenten. De rest leeft van bijdragen van familie of van de speciale bijstandsuitkering die door de overheid voor kunstenaars in het leven is geroepen. Het aantal kunstenaars dat hier wakker van ligt is niet groot. Veel kunstenaars verkopen nu eenmaal niet graag. Een goed gelukt kunstwerk is als een soort van baby. Dat verkoop je niet maar dat houd je zelf. Maar ja, de schoorsteen moet ook roken en materiaal zoals verf of natuursteen om te bewerken is duur. Dus moet er af en toe eens iets aan de man gebracht worden.

Men probeert de kunst aan de man te brengen via kunstroutes, open atelierroutes en dergelijke. Dat lijkt een gemakkelijke manier om je werk aan de man te brengen, maar in de praktijk verre van effectief. Het aantal werken dat van eigenaar verandert is meestal gemakkelijk te tellen. Galeriers hebben binnen de kunstwereld een slechte naam omdat ze

volgens kunstenaars teveel commissie vragen en daar te weinig voor zouden doen. Nu is dat subjectief maar sommige galeries vragen inderdaad de helft van de opbrengst. 20 tot 30 procent commissie is vrij normaal.

Kortom, de kunstwereld is niet direct de gemakkelijkste markt als het op verkopen aankomt. En dus is het een prima, kritische markt om het principe van de gespecialiseerde regio op de proef te stellen. Hoewel het project volledig op eFiliaal is gebaseerd draait het ook onder een eigen projectnaam, namelijk KUNSD *) waarbij de laatste twee tekens verwijzen naar de tekst “Hé, kunst met een D”. Ook een eigen naamgeving dus, wat wellicht voor een speciale regio van eFiliaal interessant kan zijn en wat tegenwoordig voor wie dat wil voor een paar euro per jaar te regelen is.

Het wordt de eerste **speciale** regio (in plaats van **regionale**) en als het goed is zeker niet de laatste. Voor iedereen die goed thuis is in een speciale branche liggen hier grote mogelijkheden. **Als er lezers zijn die zelf een branche (of een regio) in gedachten hebben aarzel dan niet om contact op te nemen met redactie@eFiliaal.nl.** In totaal zullen er een paar honderd branches of regio's ontstaan, maar we kunnen ze maar één keer verdelen.



Gesloten economische circuits

Gesloten economische circuits is het tweede introductieartikel uit een reeks die wordt voortgezet in het aanstaande EFiliaal-journaal. We herhalen het nog een paar keer, maar het EFiliaal-journaal wordt alleen verzonden naar lezers die zich daar speciaal voor intekenen. Wilt u dit in de toekomst ontvangen, mail dan EFILIAAL-JOURNAAL naar redactie@eFiliaal.nl

Een voor de hand liggende aanpak om cryptogeld te introduceren, in een maatschappij die daar onwennig tegenover staat, is om te zoeken naar gesloten economische circuits. Een gesloten economisch circuit is een systeem waarbinnen prestaties en beloningen worden uitgewisseld met een specifieke munteenheid die buiten dat systeem niet geldig hoeft te zijn. Een mooi voorbeeld daarvan is Monopolie. In zo'n spelwereld kan op basis van interne spelregels economie bedreven worden zonder dat de buitenwereld daar notie heeft. De meeste online games werken zo met een eigen munteenheid.

Welbeschouwd wemelt het ook in de reële economie van de gesloten economische circuits. Wie heeft er niet eens meegedaan met een (niet persée) typisch Nederlandse zegelactie? Rond zo'n actie kunnen uiteenlopende spelregels zijn opgezet maar over het algemeen is een zegeltje een tegoed bij aankoop. Bij inlevering heeft een vol zegelboekje een waarde die kan worden uitgedrukt in termen van euro's. Het is niet altijd zo dat het kan worden ingewisseld voor euro's, maar dan toch wel voor een product dat anders met euro's had moeten worden betaald. Het verschil tussen een zegeltje en eurogeld is dat het zegelboekje alleen wordt geaccepteerd door de initiatiefnemer van de spaaractie en dat de spaarder afhankelijk is van zijn spelregel-willekeur. Zaken als verloopdatum en een beperkt assortiment worden door de initiatiefnemer opgelegd. Hoe dat zegeltje er precies uit moet zien is niet zo belangrijk. Net als geld moet het eigenschappen hebben als herkenbaarheid en moet het moeilijk te kopiëren zijn.

Een belangrijke eigenschap van een gesloten economisch circuit is dat het partijen aan elkaar bindt. De binding bestaat uit een tegoed en de bijbehorende spelregels. Als je op deze manier naar de euro kijkt dan lijkt ook de euro onderdeel van een gesloten economisch circuit, een spel dat door de overheid van regels is voorzien, maar vooral een spel dat burgers aan deze overheid bindt. Niets weerhoudt de pizzaboer er echter van om

zijn eigen spel met zijn eigen klanten te spelen. In de stempelactie op de nevenstaande foto biedt de pizzaboer 10% korting op zijn pizza's door er na tien stuks ééntje gratis te geven.

The poster is divided into several sections:

- Top Left:** A close-up photo of a pizza topped with olives.
- Top Right:** A photo of fresh ingredients including tomatoes, mushrooms, and cheese.
- Bottom Left (Menu):**
 - Végétarienne** 8,50€: Tomate, mozzarella, courgette, champignons, aubergine, oignon.
 - Lotoise** 9,50€: Tomate, mozzarella, magret, gésiers, chèvre, noix.
 - Royale** 9,50€: Tomate, mozzarella, jambon, lardons, chorizo, poivrons.
 - Raclette** 9,50€: jambon blanc, jambon de pays, pomme de terre, fromage raclette.
 - Les boissons**
 - Vin rouge et rosé**: à partir de 5,00€ (Selon cépage, saison et disponibilité)
 - Coca cola 33 cl**: 1,50€
 - Ice tea 33 cl**: 1,50€
 - Bière 33 cl**: 1,50€
 - Coca cola 1,5 l**: 3,00€
- Bottom Left (Promotion):**
 - Pizza plaque** **Sur devis!**
 - Idéale pour banquet, anniversaire, mariage, soirée, etc... (au choix : pizza, quiche, flammekueche, pizza dessert)
 - Sur commande au 06 60 19 08 15
- Bottom Right (Stamp Action):**
 - DEMANDEZ À RAPH LA PIZZA DE LA SEMAINE**
 - Chaque semaine de nouvelles pizzas!
 - Pizzas proposées en fonction des produits de saison.
 - 10 Pizzas achetées, 1 offerte!**
 - A 2x5 grid of stamps, each showing a red pizza icon. A blue signature is written across the top row.
 - RAPH PIZZA** logo and phone number **06 60 19 08 15**.

In werkelijkheid geeft hij geen korting maar geeft hij een fractie van een bonus, oftewel een tegoed. Hij beperkt daardoor de kans dat zijn klant naar de concurrent gaat omdat de klant het tegoed niet bij de concurrent kan inlossen.

Een tussentijdse conclusie is dat de initiatiefnemers van gesloten economische circuits helemaal niet gecharmeerd zijn van geld dat daarbuiten ook kan rouleren en zodat de gebruikers zich kunnen onttrekken aan de interne spelregels.

Maar omgekeerd geldt het natuurlijk ook. De concurrent van de pizzaboer loopt alleen maar omzet mis omdat hij de stempeltjes van de concurrent niet accepteert. Als hij dat wel zou doen dan was de initiatiefnemer zijn bindingsvoordeel kwijt. Verder is, vanuit de klant geredeneerd, die binding helemaal niet zo wenselijk en zo belanden veel zegeltjes in de prullenbak of worden ze niet eens aangenomen. Als de klant werkelijk koning zou zijn dan ging hij niet akkoord met een gesloten economisch systeem. Een klant is het meest gebaad om in vrijheid te kunnen kiezen op basis van prijs en kwaliteit.

De conclusie is duidelijk : gesloten economische systemen die gesloten moeten zijn om te kunnen functioneren zijn geen kandidaten voor cryptogeld. Als je Monopolie zou kunnen spelen met echt geld dan was het geen Monopolie meer. Gesloten systemen waarbij de valuta fungeren als een tegoed lenen zich echter bij uitstek voor cryptogeld en iedere winkel heeft er wel zijn eigen versie van. Er ontstaat zelfs een volledig nieuw fenomeen : Korting kan worden vervangen door een universeel bruikbaar tegoed. De ontvanger zal cryptogeld probleemloos accepteren als een tegoed, als aan de volgende voorwaarden is voldaan :

1. Als hij het tegoed eenvoudig kan omwisselen in euro's.
2. Als hij merkt dat cryptogeld (zodra het vrij gaat rouleren) meer waardevast is dan euro's.
3. Als hij het tegoed ook elders kan inlossen.

Het is vanzelfsprekend dat de verstrekker van het tegoed de eerste kandidaat is om het tegoed te besteden. Daarmee is de cirkel rond : De consument heeft zijn vrijheid terug en de ondernemer zijn klant. Onze trouwe lezers zullen begrijpen dat de bovenstaande drie voorwaarden met eFiliaal gerealiseerd gaan worden. Dat de ondernemer nog veel meer motieven zal hebben om met eFiliaal te gaan werken zijn onderwerpen voor volgende journaals.



Doe het zelf PR voor EFL Deel 1

De afgelopen paar EFL-Journaals hebben we het public relations plan van e-Gulden langs zien komen. Iets wat we veel horen is dat de wil er wel is, maar dat er geen ideeën zouden zijn hoe je de PR aan moet pakken. Dat is met enig creatief denken soms relatief eenvoudig te realiseren. Maar uiteraard helpen we er graag bij als een rode draad in dit Journaal

Uiteraard hebt u email. Vrijwel alle emailprogramma's kennen een zogenaamde signature, waar u een vaste tekst, een afbeelding of iets dergelijks kunt zetten die dan standaard bij elke email meegezonden wordt. Waar u dat moet zoeken is afhankelijk van uw emailprogramma maar de help-functie weet meestal wel meer.

Dat geldt ook voor social media. Mogelijkheden om ergens een afbeelding te uploaden zijn er te over. Maar u moet dan wel een geschikte afbeelding hebben. Reclamebureaus gebruiken daarvoor soms de "**shoutcard**". Een felgekleurde en daardoor zeer opvallende afbeelding met een korte tekst in zeer goed leesbare letters en een kleine verwijzing naar een website. Zie een voorbeeld hieronder.

Deze kaarten zijn bedoeld om op te vallen. En om controversieel te zijn want dat geeft de meeste herrie en dus de bedoelde aandacht. Of ze mooi zijn of niet, of ze grappig zijn of niet, daar kun je flink over van mening verschillen en dat mag in dit geval ook. Leuk zijn en mooi zijn vormen geen doelen van deze kaarten. Het enige doel van shoutcards is **Opvallen**. En door vaak te variëren mag de kwaliteit ook een beetje variëren. Dat maakt de uitingsvorm zelf ook extra opvallend.

We hebben alvast 35 shoutcards voor u gemaakt die te vinden zijn via

[1] <http://www.effective-ads.nl/efl/shoutcard/pagina1.htm>

Als ze gebruikt gaan worden komen er nog wel een aantal bij.

Wilt u graag een bepaalde tekst? Geef het even door op ons bekende emailadres redactie@egulden.org en hij wordt op korte termijn aan de lijst toegevoegd. Heeft u hem ergens op internet geplaatst stuur ons dan een link, dan kunnen wij weer zorgen voor een back-link.

Opa, kijk, ik vond op zolder III

De Software leverancier

Alleen met een computer met wat besturingsprogrammatuur bent u er nog niet.

U heeft meer programmatuur nodig. En die conclusie levert u uit aan de Softwareleverancier, het gemene neefje van de Hardwareleverancier die we de vorige keer langs zagen komen.

Deze man heeft voor u altijd bijna de 100% goede oplossing. Laten we zeggen dat de oplossing voor 98,75% goed is. U kunt dus alvast een flink stuk in de goede richting komen.

De paar procent die het nog net niet voldoet zijn geen probleem, want er komt binnenkort namelijk een zogenaamde “nieuwe release” van de software uit, en daar is het hoogstwaarschijnlijk wel in opgelost. En zo niet, dan toch zeker in degene die erna komt.

De man weet ook dat als hij zijn spullen eenmaal bij u binnen heeft, u nooit meer van hem afkomt. Althans, niet zonder hoge kosten.

En net als de Hardwareleverancier kan hij vele extra's leveren, allerlei koppelingen (bijna volledig) realiseren, allerlei supersimpele, handige hulpmiddelen ter beschikking stellen om de productiviteit van uw medewerkers verder te verhogen.

Om u hiervan voldoende te doordringen zal een afgevaardigde van de Softwareleverancier u regelmatig een bezoek komen brengen. Deze zal bij dat bezoek veelvuldig de woorden “migratie”, “RAD” en “legacy systemen” gebruiken.

Voor de verdere trucjes, zie bij de Hardwareleverancier. Alleen is het budget voor het onderhouden van goede relaties hier vaak iets lager. Hardware kost nu eenmaal meer dan software, helaas.

De Bruikbare Idioot.

De goede oude dictator Lenin wist het al: “De wereld zit vol met bruikbare idioten.” Ook op ons speelveld vinden we meestal de bruikbare idioot wel terug. Dit is de man die altijd alles kan regelen.

Niet dat je dat zelf ook niet zou kunnen, maar dat kost alleen maar tijd en energie, nietwaar?

Vaak is het iemand die geen kans heeft gezien om zich tot “Onmisbare” of “Untouchable” op te werken, misschien gewoon omdat het vaak hele aardige mensen zijn die niet eens (willen) beseffen op welke manier ze gebruikt cq misbruikt worden.

Je krijgt ze in het algemeen het snelst aan de gang met de vraag “Zeg ..., jij weet zeker ook niemand die ... voor mij zou weten te regelen? In het algemeen zal de bruikbare idioot direct opspringen en voor u aan het werk gaan.

Omdat ze op veel plaatsen komen, een ondergeschikte rol spelen, maar vaak wel over heel wat kennis beschikken, kunnen deze idioten, de naam zegt het al, uitermate bruikbaar zijn. Want, ook het hogere management weet hen op waarde te schatten en gebruikte hen vaak voor vertrouwelijk(!) uitzoekwerk. Een ideale bron dus.

Kortom, een speler op uw ICT-speelveld die door de andere spelers in elk geval naar buiten toe op handen wordt gedragen, maar kijk voor hem uit. Zorg dat hij niet teveel van u weet. Het kan op de verkeerde plaats terecht komen.

Mr Peters

U kent het Peterprincipe? Kortweg betekent dit: “Iedereen groeit net zolang door in een organisatie tot hij zijn niveau van incompetentie heeft bereikt...”.

Dat geldt natuurlijk niet voor uzelf. Maar voor hoeveel anderen wel? Vooral in de ICT-branche beginnen de mensen meestal in een technische functie, en gaan dan geleidelijk aan opklimmen in de organisatie. Na verloop van jaren is het bijna onvermijdelijk dat ze een managementfunctie gaan krijgen.

Maar zitten ze daar lekker? Willen ze dat echt? Wil een programmeur echt leiding geven aan een groep “Techneuten”, “Onmisbaren”, “Untouchables” en andere typetjes die we inmiddels het speelveld hebben zien betreden?

Het gevaar is levensgroot dat deze Mr Peters zich met alles gaan bemoeien en automatisch verworden tot een Meest Verschrikkelijke Onmisbare. Die u steeds vertelt dat

1. Hij vroeger zelf altijd hetzelfde deed als zijn ondergeschikten nu;

2. Hij dat wel altijd beter, sneller, efficiënter en goedkoper deed;
3. Dat het veel beter zou zijn als zijn ondergeschikten het ook zo deden;
4. En dat men in zijn tijd nog wel eens iets van de baas wilde aannemen.

Met andere woorden, zorg voor verschillende loopbaantrajecten voor technici en managers in uw bedrijf en probeer dat niet te combineren.

Want het levert vrijwel altijd een rampzalige combinatie op.

De 95% bouwers

Informatiesystemen hebben sinds er sprake van is, over de gehele wereld een opmerkelijke eigenschap gemeen, namelijk dat ze altijd voor 95% gereed zijn, en dat percentage ook nooit zullen overschrijden. Want automatisering is het domein van de 95% bouwers.

Ook over 10 jaar zal het nog steeds voor 95% gereed zijn. Het zal groter zijn gegroeid, er zullen vele functies bijgekomen zijn, maar verder dan 95% klaar zal het nog steeds niet zijn.

Als u aan een ontwerper of bouwer van een informatiesysteem vraagt hoever het gevorderd is, dan zult u dat ook altijd als antwoord krijgen: "Het is al voor 95% af"

Het beste is dan ook om dat zelf maar te vertalen met het feit dat het in feite klaar en bruikbaar is, maar dat de ontwikkelaar altijd graag een slag om de arm houdt.

Ontwikkelaars van software onderhouden een vreemde band met hun opdrachtgevers. Ze willen altijd het liefst alles wat u doet anders, en vooral beter, doen. Want geautomatiseerd is toch altijd beter? Ja, toch?

Dat die opdrachtgever iets heel anders krijgt dan hij dacht, dat ook nog veel duurder uit zal vallen en heel veel langer zal duren dan dat hij dacht, dat is nu eenmaal een vaststaande wet uit de automatisering: "Alles zal minstens 2 keer zolang duren als gepland en minimaal 2 keer zo duur worden als oorspronkelijk gecalculeerd".

Het is jammer dat Newton dit nooit heeft meegemaakt, maar die zou er beslist een nieuwe natuurwet van gemaakt hebben. Die opdrachtgever moet dan ook vooral niet zeuren. Tegen de natuur der dingen kun je nu eenmaal niet strijden.

Ga als opdrachtgever NOOIT zomaar uw budget verhogen om daar binnen te blijven. Zoek andere oplossingen, want de bovenstaande natuurwet zal ook dan blijven gelden.

Maar u bent het hogere bedrag in elk geval kwijt.

De Hoofdschudders

Ook op uw ICT-speelveld zullen een aantal Hoofdschudders rondlopen. Dit zijn mensen die het allemaal beter weten, maar tja...

1. Het management begrijpt hem niet;
2. Zijn collega's begrijpen hem niet;
3. Zijn opdrachtgever begrijpt hem al helemaal niet;
4. Alles zou zoveel beter kunnen als er eerst maar....

Het aan het werk zetten van Hoofdschudders is een vak apart. Ze hebben vaak best wel de kwaliteiten, zo geen hele grote kwaliteiten en bezitten dus zeker de theoretische kennis, maar om dat om te zetten in iets tastbaars is een heel ander verhaal.

In het algemeen zal een Hoofdschudder al zijn problemen regelmatig samenvatten in rapporten en evaluaties die hij daarna bij zijn baas neer zal leggen met het verzoek er nu eindelijk eens serieus naar te kijken en iets aan zijn problemen te doen.

Want een Hoofdschudder heeft nooit zelf problemen. Nee, hij moet de problemen van anderen oplossen. Wat hij op zijn beurt doet door ze op papier te zetten, te evalueren en het geheel bij het management neer te leggen in een vrij ondoorgankelijk rapport.

Ze zijn meestal heel aardig en zeer zeker kundig, maar kunnen een minder ervaren manager volkomen tot wanhoop drijven. En omdat ze aardig en kundig zijn raakt u ze ook nooit op reguliere wijze kwijt.

Maar ze kunnen u wel handenvol met geld kosten.

De Workshopgever/Seminar Organisator/Goeroe

Hallo, hier is de man met de nieuwe inzichten. De goeroe aan wiens lippen een ieder hangt. De man die voor elke gevonden oplossing een bijpassend probleem heeft.

Wees Welkom in de wereld van de workshopgevers en de seminar organisatoren.

Wat uw probleem nu eigenlijk is wordt u dan duidelijk gemaakt in een 3-daags seminar in een minimaal 4-sterren hotel in een lommerrijke omgeving, binnen bedrijven vaak liefdevol “op de hei” genoemd.

Onder het genot van een eenvoudige doch voedzame maaltijd, overgoten met de nodige wijntjes en andere alcoholica, wordt u een oplossing voor problemen aangereikt waar u met een beetje geluk nog niet eens het bestaan van vermoedde.

Na drie dagen gaat u verkwikt, vol nieuwe inzichten en denkbeelden weer terug naar uw bedrijf. Overtuigd van de noodzaak om uw nieuw ontdekte probleem te lijf te gaan.

Die vage hoofdpijn zakt na een rustig dagje op het werk vanzelf wel weer.

Kenmerkend aan de echte goeroe is

1. Hij praat altijd in afkortingen;
2. Hij schrijft artikelen in de vakpers over de nieuwste ontwikkelingen, ook weer met erg veel afkortingen;
3. Hij laat geen enkele ruimte voor twijfel;
4. Als het niet goed gaat ligt dat aan het feit dat u zijn idee niet goed begrepen heeft
5. Heeft u het idee wel begrepen, dan wilt u er kennelijk onvoldoende aan dat u toch echt een probleem heeft;
6. Hij weet het onderwerp voor het volgende seminar nu al. En als u nu direct inschrijft krijgt u 25% korting. Formulieren achter in de zaal.
7. Als het onderwerp van het volgende seminar haaks op het onderwerp van dit seminar staat, dan is dat niet vreemd of jammer, maar het verruimt juist uw blik omdat u leert de boel van verschillende kanten te bekijken.

Informeel formeel bij uw werknemers hoe ze aankijken tegen dit soort uitjes –want dat zijn het in feite toch- en ze zullen praten over hun betere

inzichten in hun problemen en hun functionaren, hun bewustwording van probleemsituaties, de positieve effecten van de teambuilding, de hogere productiviteit die we kunnen verwachten etc.

Maar weet u ergens aan wat meer informele inlichtingen te komen, dan hoort u wat voor weggegooid geld het vrijwel altijd is.

De Intriganten

Figuren die een aantal keren gepasseerd zijn bij promotie (vaak door hun eigen schuld) en die zich uitgerangeerd voelen, gaan uitkijken naar andere bezigheden om de dag door te komen.

Zij ontwikkelen zich vaak tot een gevaarlijk soort Intriganten. Ze zijn nooit ergens op te pakken maar weten achter de schermen hun informele invloed wel degelijk uit te oefenen. En ga er maar rustig van uit dat deze invloed van negatieve aard zal zijn.

Het grote probleem bij het onderkennen van een Intrigant is, dat deze vaak niet eens een duidelijk motief heeft. Vaak is het iets in de sfeer van “ze hebben mij een oor aangenaaid, en nu zal ik dat eens bij een ander doen”.

Vaak is het niet eens persoonlijk, maar deze figuur geniet gewoon van de commotie en de chaos die hij –liefst indirect- weet te veroorzaken. Het brengt weer eens wat leven in de brouwerij van zijn kleurloze bestaan.

Eigenlijk moeten ze gewoon weg. Maar daar moet u wel een reden voor hebben. Ze hebben een te dikke huid om ze gewoon weg te pesten. Zonder werk zetten helpt niet want ze vermaakten zichzelf toch al prima zonder iets te doen.

En ze beschikken vaak over een uitgebreid netwerk. Vrees absoluut de Untouchable en de Intrigant in één persoon verenigd. Ze kunnen uw ondergang worden.

En ze kunnen uw bedrijf handenvol geld en vele waardevolle medewerkers kosten.

Intriganten ontslaan lukt alleen met uitermate gemene streken van hun eigen bedenkelijke niveau of door ze een enorme “oprotpremie” mee te geven.

EFL-Statistiek

Statistiek moet voor zichzelf spreken. Een aantal getallen zijn bij elkaar gebracht en het verloop gaat een beeld vormen van het succes van EFL.

Portemonnee-versie (Actief afgelopen 24 uur)	Aantal	Aandeel
/Christiaan Huygens:1.2.0.4/	27	55.0 %
/Satoshi:1.1.0.2/	15	27.5 %
/Satoshi:1.1.0.1/	7	5.5 %
/Christiaan Huygens:1.2.0.2/	2	7.5 %
/Christiaan Huygens:1.2.0.3/	2	2.5 %
Totaal	53 (+4)	
EFL.NL (Saldo>0)	296 (-)	

Blokketen statistiek

public keys gevuld	10602 (+106)
public keys	151662 (+2677)

Sociale statistiek

	Waarde	Link
Twittervolgers	205 (+1)	[s1]
Tweets	362(+7)	
facebook stichting-pagina likes	230 (-)	[s2]
facebook e-guldengroep leden	217 (-1)	[s3]
Bitcointalk Foundation; gelezen	29944 (+233)	[s4]
Aantal vrienden	111 (-)	[s5]
Journaallezers	3527 (+2)	[s7]
Forum leden	274 (-1)	[s8]
LinkedIn e-Guldengroep	33 (-)	[s9]

EFL financieel

Statistiek

Marktkapitalisatie EFL

\$ 137.656 (+5,1%)

Dollarprijs 1 Euro

1,1141 (-2,3%)

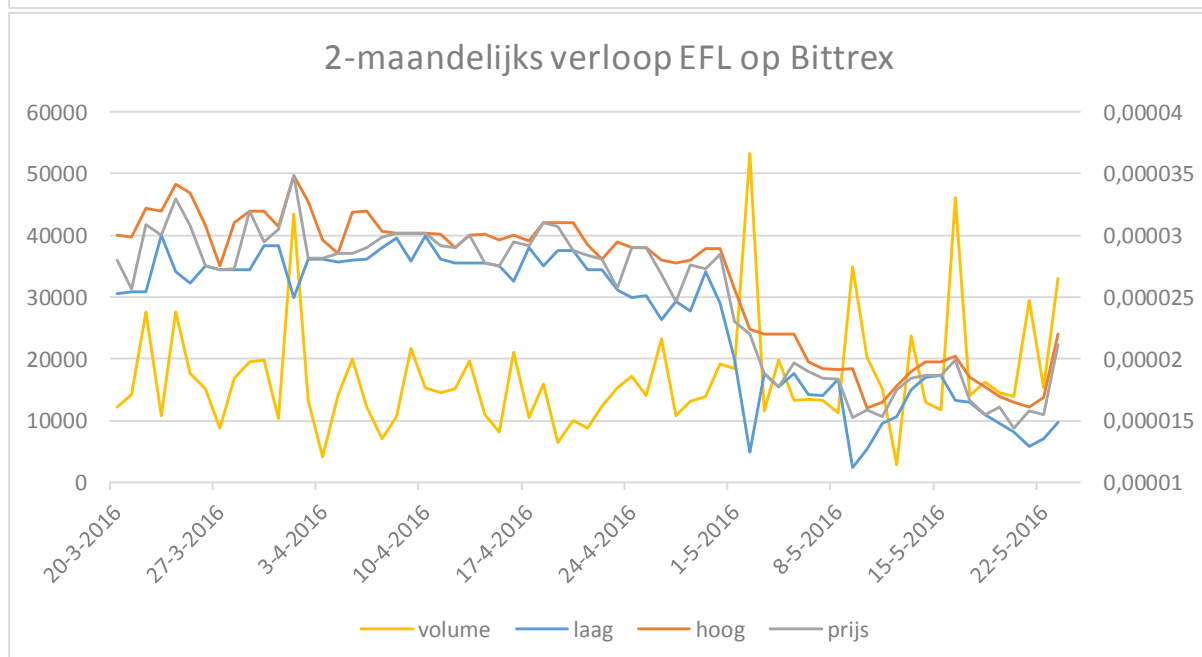
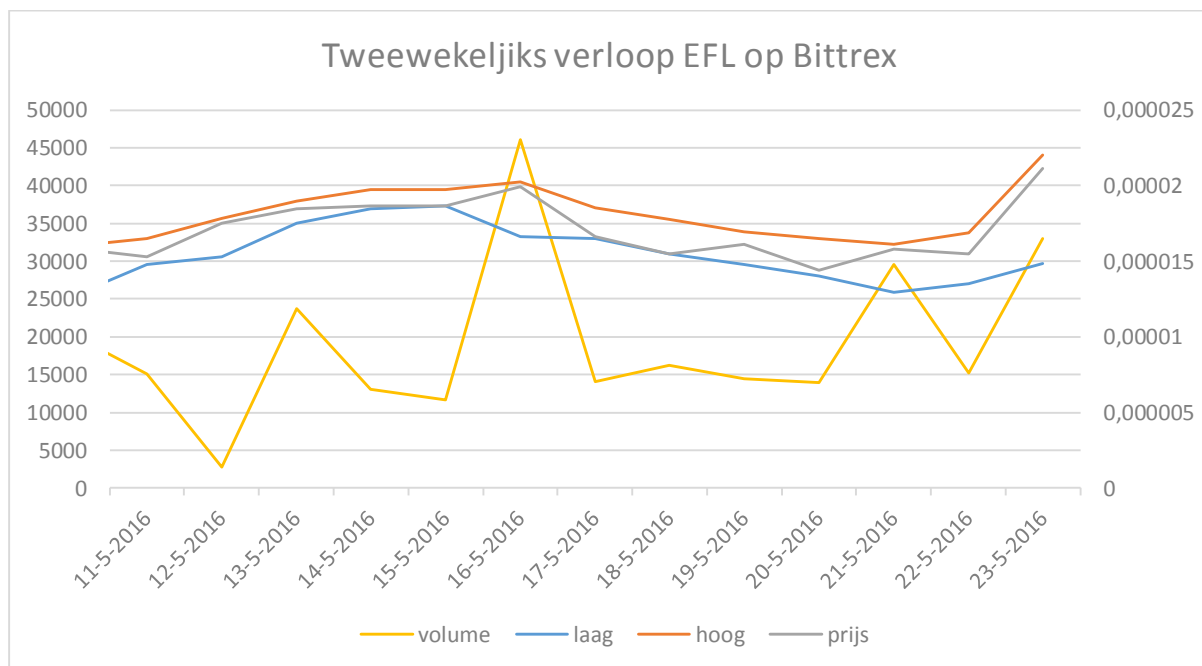
Europrijs 1 EFL

0,0064 (+4,6%)

Europrijs 1 BTC

404,5 (+1,0%)

Waarde



COLOFON

Dit is een uitgave van stichting Electronic Gulden Foundation bedoeld voor de bezitters van EFL. Verschijnt in principe wekelijks. Uw bijdragen in tekst of grafische vorm worden zeer gewaardeerd en kunt u sturen naar redactie@egulden.org. Ook nieuwe aanmeldingen of uitschrijvingen kunnen aan dit adres worden gericht.

De redactie van het EFL-Journaal wordt verzorgd door

Jan Sibie <https://nl.linkedin.com/in/jansibie>

Gerrit Oerlemans <https://nl.linkedin.com/in/gerritoerlemans>

Disclaimer

Noch de auteurs, noch de stichting e-Gulden Foundation kan onder welke omstandigheid dan ook verantwoordelijk gesteld worden voor de directe of indirecte gevolgen in welke vorm dan ook, die het lezen van deze publicatie kan hebben. Het gebruiken van vermelde technieken, het opvolgen van tips en/of adviezen blijft altijd de volledige eigen verantwoordelijkheid van de lezer. Er wordt geen verantwoordelijkheid genomen voor de inhoud van websites of andere publicaties waar in deze publicatie naar wordt verwezen. Door verder te gaan in dit document verklaart de lezer deze disclaimer begrepen te hebben en deze onvoorwaardelijk te accepteren.

Gebruikt u EFL als belegging of om te sparen, dan geldt ook dat u uitsluitend moet beleggen met geld dat u kunt missen. Beleggen kan leuk zijn, kan voor een leuke bijverdienste zorgen, maar kan, als het mis gaat, ook veel geld kosten. Er kan altijd iets onverwachts verkeerd gaan. Zorg dat u in dat geval niet nog erger in de problemen komt. Een resultaat behaalt in het verleden is geen garantie voor de toekomst.

(c) Copyright stichting e-Gulden Foundation te Spaarndam 2016. All rights reserved.

Het is toegestaan deze publicatie onbepaald te verspreiden zolang er geen enkele wijziging wordt aangebracht. Op wijzigingen is onverminderd van toepassing dat deze niet zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende aangebracht mogen worden.