

Doxis Seminar 2016 draait om het thema ontmoeten en verbinden

Verbindend denken noodzakelijk voor creëren van duurzame ontwikkeling

Herman Konings (foto Filip van Roe)

Tijdens het Doxis Seminar op 17 maart 2016 in Corpus (Oegstgeest) draait het om verbinden. Dat bent u al gewend van Doxis Informatiemanagers: verbinden van mensen, systemen, informatie, processen en organisaties. Maar op het seminar wordt 'verbinden' naar een hoger niveau getild. Keynote speaker is Herman Konings, een bekende Belgische futuroloog. Konings is een visionair, een man met ideeën over welke kant het op gaat in de toekomst. 'Verbinden wordt het sleutelwoord. Met in het kielzog daarvan direct relevantie op lange termijn. Om die te kunnen bepalen moet je namelijk verbonden zijn.' Dat lijkt Cruijffiaanse logica, alleen... Konings kan het wél uitleggen.

Het jaarlijkse Dosis Seminar heeft een thema dat een grote doelgroep aanspreekt of intrigeert. Dit jaar draait het dus om verbinden en ontmoeten. Naast dat de bijeenkomsten een uitstekende gelegenheid zijn om contacten op te doen en ervaringen uit te wisselen, gaat het verder. Herman Konings is de man die voor de komende editie is uitgenodigd iets te komen vertellen over waar we naar toe gaan. Dat is immers de kern van waar futurologen zich mee bezighouden.

Konings: 'De maatschappij verandert radicaal op dit moment. Het kortetermijndenken, waar we zo lang onder te lijden hebben gehad, gaat verdwijnen. Daar zien we nu langzaam aversie tegen ontstaan. Aversie tegen het kortetermijndenken, oftewel de graaicultuur. Altijd gaan voor de winst op korte termijn, houdt niet lang(er) stand. Daarom is het natuurlijk ook kortetermijndenken. Dat móet ook verdwijnen, want feitelijk is dat de oorzaak van de crisis waar we zo lang in hebben gezeten. We moeten gaan na-

de lange termijn. Kijk in de spiegel, luister naar je innerlijke stem en vraag je af: wat ik vandaag beslis gaan mijn kinderen, kleinkinderen en achterkleinkinderen daar geen schade van ondervinden? Daarmee ga je net iets verder dan normaal. Blijf niet op je troon zitten als beslisser, maar zoek contact, maak verbinding met de wereld om je heen, voel de hartslag van de samenleving en de wereld van straks zal zich openbaren.'

Relevantie in breder perspectief plaatsen

Vraag je steeds bij iedere belangrijke beslissing af: wat is de impact voor de toekomst? En voor wie? Wat is de relevantie van jouw producten en diensten op de lange termijn? Konings: 'Ter illustratie: zo'n vinding als Google Glass is mooi hoor, maar voor wie eigenlijk en waarom dan? Het gaat daarbij alleen maar om persoonlijk contact met de buitenwereld. Die gadget geeft JOU informatie, op JOUW moment, op JOUW initiatief. Maar wat heb je daar aan in een breder verband? De focus moet komen op: wat is echt

Vraag je steeds bij iedere belangrijke beslissing af: wat is de impact voor de toekomst? En voor wie?

denken over wat het effect is op de lange termijn. Duurzaamheid gaat tenslotte over generaties heen. Vergelijk het eens met de opdrachtgevers voor het bouwen van kathedraalen. Die wisten op het moment dat ze de opdracht gaven, dat ze de voltooiing van het gebouw bij leven niet meer zouden meemaken. Dát kathedraal-denken moet weer de norm worden. Het moet gaan om de relevantie op de lange termijn.'

Om daar achter te komen is het volgens Konings zaak om op 361 graden waar te nemen. 'Verneem vanuit alle standpunten en 'stakeholders' wat de relevantie voor hen is. Praat met iedereen en neem daar nota van. Daarmee krijg je een volledig overzicht van de verschillende belangen die er spelen. Als je dat hebt, stap dan eens naar het midden van de cirkel, neem wat afstand en bezie wat de relevantie is voor

nodig? Nu maar ook in de toekomst. En die twee moeten op elkaar worden afgestemd. Ander voorbeeld: bij een bedrijf als Philips zijn heel veel innovatieve ontwikkelingen gedaan door intelligente ingenieurs. Maar losten die een probleem op? Wat was de relevantie van het probleem wat die ingenieurs oplostten? Of was het alleen maar mooi voor de omzet?'

Dashcams in plaats van snelwegen

Konings gaat verder: 'Dat het ook anders kan, wordt bevestigd door de introductie in Argentinië van vrachtwagens die zijn uitgerust met een viertal Samsung LED schermen die zijn uitgerust met een viertal Samsung LED schermen op de achterkant van de wagen. Dat scherm is verbonden met een zogenaamde 'dashcam' (camera op je dashboard) en die laat precies zien wat er voor de auto gebeurt. Je kunt je voorstellen dat als iemand achter zo'n grote vrachtwagen



gen rijdt, hij niets meer ziet van wat daar voor gebeurt. Dat is een potentieel gevaarlijke verkeerssituatie. Doordat de schermen een beeld geven van wat er voor die vrachtwagen gebeurt, kan er veel veiliger ingehaald worden. Die schermen waren er al. Die camera's waren er al. De toepassing is een gevolg van een bredere kijk op en de verbinding tussen verschillende belangen. Het verbinden van de belangen van de transportsector, de wegbeheerder, de veiligheid van de automobilisten en de makers van de camera's en schermen, maakt een toepassing mogelijk die pas écht relevant voor de Argentijnse samenleving is. Juist omdat in Argentinië veel minder snelwegen zijn met veel banen naast elkaar, zijn er

veel ongelukken met dodelijke afloop. Die situatie wordt nu een stuk veiliger, zonder dat het hele land uitgerust hoeft te worden met dubbelbaans snelwegen. Een bredere kijk op de zaak heeft dus wel degelijk groot effect op de lange termijn voor veel meer betrokkenen.'

Toenemende digitalisering

Verbinding heeft ook alles te maken met de toenemende digitalisering, vindt Konings. 'Mijn nieuwste boek 'Futures' gaat ook over verbinden, dit keer in samenwerking geschreven met twee collega futurologen, Joeri Van den Bergh en Tom Palmaerts. Mijn aandeel gaat over de wending, over

de veranderingen in de samenleving ten gevolge van digitalisering en de inspanningen die de analoge mensen doen om hierin mee te gaan. Ik ben van huis uit psycholoog en houd me vooral bezig met gedrag van mensen ten gevolge van veranderingen. Het thema van het seminar, verbinden, is daarom interessant, omdat je dit terug ziet in allerlei vormen. Voorbeeld: wij als generatie van de babyboomers, zijn van nature competitief ingesteld, wij willen winnen. Wij spelen de **digitale** games om te winnen van onze (klein) kinderen. Terwijl de millennials (de generatie geboren na 2000) de zogenaamde 'collaborals' van de wereld zijn. Zij spelen de **online** games met mensen uit Hongkong-Antwerpen-Zoetermeer, zij willen eigenlijk alleen maar verbonden zijn.'

Verdorring

Er zit echter een opvallend bijkomend effect aan dat altijd maar verbonden zijn. 'Je ziet dat mensen die altijd maar – professioneel – verbonden (moeten) zijn, alternatieven gaan zoeken ter compensatie. Ze gaan bierbrouwen bijvoorbeeld.

Willen we die verdorring voor blijven, dan is het zaak verder te kijken dan alleen naar morgen, volgende maand of volgend jaar.

Wist je dat er in Nederland meer bierbrouwerijen zijn dan in België? Dat zijn veelal amateurs die als hobby bier brouwen. Er is een bepaalde behoefte aan vakmanschap, aan dingen met je handen doen, zo ook met moestuinen, kookcursussen en de opkomst van vinylplaten. Kortom, er moet een balans zijn tussen techniek, samenleving en samen



doen en zijn. Ik maak wel eens de vergelijking met Singer (naaimachines). Er is een enorme 'boom' in de verkoop van naaimachines. Niet uit noodzaak of armoede, want dat is er op dit moment eigenlijk helemaal niet. Maar wel is er de behoefte om samen of zelf iets praktisch te doen. En wie zijn de kopers? Juist! De jonge mensen. De mensen tussen de babyboomers en millennials in: de Singer-generatie. De activiteiten die ik eerder als voorbeeld noemde in relatie tot het compenseren van al die digitale verbondenheid, bieden ook allemaal een vorm van verbonden zijn, maar dan op een andere manier. De weg naar het verbonden zijn is dus allang ingezet en dat effect zal in de toekomst steeds meer worden versterkt. Alleen maar de focus op bits and bytes, geeft een soort emotionele verdorring.'

Willen we die verdorring voor blijven, dan is het zaak verder te kijken dan alleen morgen, volgende maand of volgend jaar. 'We moeten meer denken als de kathedraalbouwers', aldus Konings tot slot. 'We moeten meer bezig zijn met de relevantie op de lange termijn. De relevantie voor zaken die we zelf niet eens meer meemaken misschien.'

Het boek van Konings c.s. is te vinden op www.lannoo.be/futures