

zomercollege



Bedrijfskunde Studenten moeten voorbereid zijn op de technologie en sociale veranderingen van de toekomst. Maar die toekomst wacht niet, zegt hoogleraar **Cor Molenaar**.

Jullie zullen het vaak gehoord hebben: de jeugd heeft de toekomst. Dat klinkt open en ongrijpbaar - je leeft in een bepaalde tijd en ja, je denkt na over de toekomst. Die van de wereld en die van jezelf. Maar één ding wil ik met dit college duidelijk maken: de toekomst die voor jullie is weggelegd, wacht niet. Een deel is vanzelfsprekend, en veronderstel ik dan ook als bekend, maar het geheel zal ik uitleggen.

Voor jullie zijn internet en technologie basisvoorwaarden voor een menselijk bestaan. Kijk eens om je heen, kijk naar je ouders en kijk in het verleden. Toen was er geen internet, geen transparantie en was communicatie gebaseerd op brieven schrijven of bellen via een vaste telefoonlijn. In deze wereld kende iedereen zijn of haar plaats, er was sociale controle in het dorp en iedereen kende elkaar. Deze wereld is niet meer. We leven in een veel transparantere wereld en we hebben volledige controle over ons eigen leven, maar dit leidt ook tot onzekerheid, onbegrip en onderling wantrouwen. Is het een vooruitgang dat de toekomst gedomineerd wordt door technologie en is het wenselijk dat wij de regie over ons leven kwijtraken?

Op welke veranderingen moet je inspelen?

Disruptie is het kernbegrip van de verandering. Oude structuren en oude zekerheden verdwijnen in snel tempo. Geen vaste banen meer, geen baan voor het leven, we trouwen minder en vriendschappen zijn vluchtiger dan ooit. We zijn massaal op internet, informeren elkaar, communiceren en kopen ons suf. Winkels zullen dan ook moeten veranderen. We weten alles, we reageren op alles en facebooken en twitteren de hele dag door. Dit gegeven is niet nieuw, maar ben je je ervan bewust dat jouw leven er zo uitziet? Word je van deze manier van communiceren met de buitenwereld ook gelukkiger?

Door deze periode van verandering, tekent zich jullie toekomst af. Gemaakt door de jeugd van tegenwoordig. Om er gelukkig, of succesvol in te zijn moet je de sleutels kennen. Wat zijn die

sleutels? Op welke veranderingen moet ingespeeld worden? Het is namelijk veel meer dan alleen de innovatieve technologie. De volgende kenmerken van deze tijd vormen tegelijkertijd de sleutels naar succes. Het aantal *eenpersoonshuishoudens* zal bijvoorbeeld stijgen naar een kleine 50 procent in 2025 (nu ongeveer 35 procent). Deze 'singles' leven anders, kopen anders en maken andere keuzen. Meer horeca, meer hobbygerichte vrijetijdsbesteding en een synergie tussen fysieke contacten en internetcontacten. Sta daarbij stil, doe er iets mee.

De smartphone is voor iedereen een basisvoorwaarde in het dagelijks leven geworden. Het bepaalt onze identiteit, het is ons communicatiemedium en onze informatiebron. Wij zullen altijd online zijn, altijd *connected* en we zijn optimaal geïnformeerd. We leven in het hier en nu en zullen actief onderdeel zijn van de wereld - tenminste dat vinden we zelf. We hadden het al over *transparantie*, waardoor het mogelijk is om alles te zien, te weten, zelf keuzen te maken en zelf te beslissen. Een vorm van 'perfect knowledge'. Deze transparantie leidt tot meer concurrentie tussen bedrijven, een grote focus op waardedetoevoeging en een grote focus op waardecreatie voor de kopers, klanten. Sta daarbij stil, doe er iets mee. Een andere sleutel: *Big Data* leidt tot veel kennis van een individu waar bedrijven op kunnen reageren, actief communiceren en pro-actief kunnen anticiperen. Wij hebben geen geheimen meer voor bedrijven, vrienden of col-



lega's. Hoe vaak krijg je geen advertenties op maat, als je geheel iets anders napluist op internet? Alles is bekend en daardoor is privacy beperkt geworden. Maar dat is niet erg want de mens in de toekomst - het gaat over jullie - kan nog meer mens zijn, heeft nog minder verplichtingen en staat sociaal in het leven. Maar naast deze sleutels tot verandering die voortkomen uit menselijk gedrag en de acceptatie van technologische hulpmiddelen, is er ook technologie die ons leven snel verandert.

De technologie racet vooruit

De capaciteit verdubbelt nog elke twee jaar: wat nu kan, is maar de helft van wat over twee jaar kan en maar een kwart van wat over vier jaar kan. De wortels van de toekomst zijn nu aan het voeden. Wat nu nog niet kan, is over twee jaar al mogelijk en over vier jaar een algemene toepassing. Zelfrijdende auto's zorgen voor minder files, minder ongelukken en minder milieubelasting. Deze auto in combinatie met een app zoals Uberpop maakt autobezit overbodig, maar we kunnen wel steeds over een auto beschikken die gewoon op afroep voor komt rijden. Afrekenen per kilometer is eenvoudig. De besparingen, die hiervan het gevolg zijn (geen autobezit) wenden wij weer aan voor de aankoop van een nieuwe smartphone, apps of games. Is er nog een toekomst voor parkeerplaatsen, parkeergarages of autodealers? Doe er iets mee.

De impact van 3D printers is nu nog een toekomstbeeld, maar zal deze niet gewoon in 2020 in de keuken staan naast de magnetron? Even een biefstukje uitprinten, een beker of iets anders? Wat is dan de toekomst van kleine fabriekjes, of winkels?

De drones vliegen direct van magazijn naar klanten thuis, op ieder gewenst moment. Thuisbezorgen wordt *usance* als de klant dat wil, op een tijdstip dat de klant bepaalt. Zal dit de logistieke sector niet veranderen? Is er nog veel voorraad nodig in winkels als de artikelen ook snel thuis bezorgd kunnen worden, wat wordt dan de toekomst van steden en winkels? En tenslotte door de *transparantie* kunnen we

altijd, overal kopen. De concurrentie om de consumptieve bestedingen komt van Apple en Samsung. De consument wil liever een verbinding met internet dan een Big Mac. De zogenaamde Maslow piramide* ondervindt nu al veel 'disruptie'. Klanten besteden al meer dan 10 procent van het vrij besteedbaar inkomen aan technologie, dit zal in 2020 minimaal 25 procent zijn. Dit geld komt vrij door te besparen op de aanschaf van auto's. Wie van jullie heeft nog een eigen auto? Vroeger reden studenten in zelf opgeknapte autotootjes. Nu geven studenten dat geld uit aan technologie. We kopen in 'goedkope' winkels, tot in China aan toe. Bezit is niet meer nodig, zo babyboomerig, *gebruik* wordt de nieuwe wens. Door gebruik wordt ons bestedingspatroon veel losser. Er zal steeds vaker worden gekozen voor de kwaliteit van leven in plaats van financiële zekerheid. Je leeft maar één keer en maakt gebruik van alle mogelijkheden: we reizen veel meer, we gaan werken of studeren in het buitenland. De vriendschappen onderhouden we wel via de social media. Fysiek wordt virtueel, vast wordt variabel en gebonden wordt vrije keuze. Een wereldbeeld dat zich vandaag al aftekent. Denk er over na, wat ga je er verder mee doen?

Wees voorbereid op de spanning

Natuurlijk deze toekomst komt niet zonder spanning. Oudere generaties, geboren tussen 1945 en 1980 zullen zich verzetten tegen deze verandering, zullen krampachtig vasthouden aan macht en de eigen zekerheden. Maar de veranderingen zijn onomkeerbaar. We zullen de wereld steeds meer zien vanuit ons eigen wereldbeeld, gevoed door internet, social media en onze eigen woonomgeving. Toch vraagt die nieuwe wereld ook om andere instrumenten en andere informatie. Actueel, toegespitst en persoonlijk. Jullie, studenten, moeten deze nieuwe wereld gaan begrijpen, de instrumenten gaan beheersen en weten welke keuzen er moeten worden gemaakt. Jullie, studenten moeten zich voorbereiden op deze toekomst die wij nog niet kennen. De indicatoren zijn duidelijk: een nieuw consumentengedrag, een grotere impact van technologie en volledige transparantie. Iedereen kan over de kennis beschikken zoals elk bedrijf ook kennis krijgt van ons gedrag en onze voorkeuren. Een toekomst dus waarin iedereen zijn of haar eigen plaats moet vinden, niet beperkt door oude beperkingen, oude vooringenomenheid, cultuur, ras of sekse. Iedereen gelijk, iedereen maakt eigen keuzen, bedrijven zullen deze keuze faciliteren en hierop anticiperen.

Conclusie

De toekomst wordt nu gevormd door de veranderingen in menselijk gedrag, door acceptatie van technologie en door technologische ontwikkelingen. Er is slechts één beperking, de mens zelf, die niet weet wat de indicatoren van verandering zijn, de *drivers*, waardoor je deze toekomst - die zich nu al aandient - niet begrijpt. De mens die vasthoudt aan oude waarden en oude voorkeuren, maar daarmee zijn eigen toekomst verloochent. Laat deze reis naar de toekomst een uitdagende zijn, inspirerend en confronterend tegelijk. Maar jullie zijn genoeg voorbereid en zijn gewapend met kennis en feiten die jullie nodig zullen hebben voor een gelukkige toekomst.

** De piramide van Maslow is een door Abraham Maslow in 1943 gepubliceerde hiërarchische ordening van behoeften. Maslow rangschikte de volgens hem universele behoeften van de mens in deze hiërarchie. Volgens zijn theorie zou de mens pas streven naar bevrediging van de behoeften die hoger in de hiërarchie geplaatst werden nadat de lager geplaatste behoeften bevredigd waren.*

12 HOGLERAREN AAN HET WOORD IN NRC.NEXT

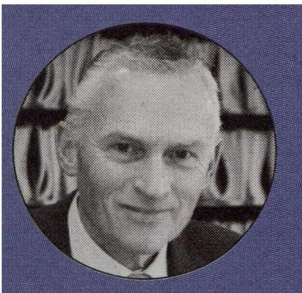
In de zomer wordt er geen college gegeven. Maar wel in *nrc.next*. Wij vroegen twaalf hoogleraren van verschillende universiteiten naar hun **favoriete college** voor (eerstejaars) studenten.

Vandaag: Bedrijfskunde
Volgende week: **Huisarts-geneeskunde**

MARKETING

Prof Dr C.N.A. Molenaar

is hoogleraar bedrijfskunde bij de vakgroep marketing management aan de Rotterdam school of Management, Erasmus University. De studenten volgen het vak eMarketing als keuzevak in het laatste jaar van de bachelor marketing management/bedrijfskunde en is een keuzevak tijdens de masterstudie.



Fysiek wordt virtueel, vast wordt variabel en gebonden wordt **vrije keuze**

Er zal steeds vaker worden gekozen voor de kwaliteit van leven in plaats van **financiële zekerheid**

