

Beste lezer,

Gefeliciteerd!

Of je nu op het strand bent of elders: je hebt een schatkist gevonden. Dit boek bevat namelijk een rijkdom aan informatie, plezier en kennis. Je stapt even uit de dagelijkse drukte en daagt je brein uit om kennis te nemen van andere werelden, vernieuwende visies, beeldende taal en prikkelende puzzels. En omdat een vakantieboek meer is dan dat, ontlokken columns en strips je wellicht een glimlach en laat je je geest dwalen terwijl je een kleurplaat kleurt.

Het zijn de pareltjes uit alles wat we het afgelopen jaar langs hebben zien komen op de uitgeverij. Daarbij hebben we vooral gekeken naar wat nieuw en relevant is voor professionals, ondernemers en managers, maar ook tijdloze informatie ontbreekt niet. We zijn nieuwsgierig naar wat je van het resultaat vindt en kijken ernaar uit om je mening te horen. Wellicht heb je zelfs tips voor de editie van volgend jaar?

Rest ons je veel plezier te wensen; met dit boek, op vakantie en op je werk!

De redactie

Reacties welkom
@BUSINESSCONTACT #VAKANTIEBOEK OF MAIL
NAAR START@BUSINESSCONTACT.NL



INLEIDING

EEN NIEUWE ECONOMIE

Ons economisch systeem staat aan de vooravond van een metamorfose. Als we de deskundigen mogen geloven, zal de manier waarop we zakendoen de komende decennia onherkenbaar veranderen.

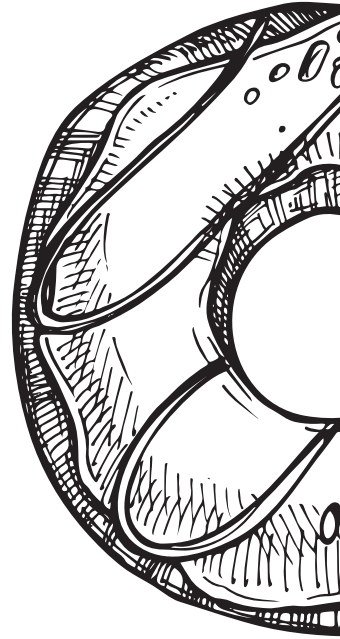
Ze zal bijvoorbeeld veel schoner en eerlijker worden. Wat voorheen werd weggezet als iets voor geitenwollen sokken in natuurwinkels wint steeds meer terrein. Geluiden dat het zo niet langer kan met het milieu, en dat slavernij en kinderarbeid onacceptabel zijn, zijn natuurlijk niet nieuw; waarschijnlijk hoor je je hele leven al niet anders. Toch was het vrij eenvoudig om de andere kant op te kijken – zo'n vaart zal het allemaal wel niet lopen, dachten we. En we maakten iedere week de gang naar de papier- en de glasbak, dat was toch genoeg?

Misschien opende de crisis van 2008 mensen de ogen. De focus op almaar meer bracht échte schade toe, en voor het eerst voelden we dat allemaal in onze portemonnee. In de jaren daarna werden we geconfronteerd met mensen uit verschillende delen van de wereld die, op de vlucht voor oorlog, armoede en/of klimaatverandering, in gammele bootjes ons paradijs probeerden te bereiken. En elk jaar wordt ons klimaat iets extremer: het regent harder, het stormt vaker, er zijn meer hittegolven. We kunnen niet langer volhouden dat dat allemaal toeval is.

Er lijkt een *tipping point* te zijn bereikt. Bij steeds meer mensen groeit het besef dat ons neoliberale systeem te veel van onze aarde vraagt; dat het uitbuiting uitlokt; dat het egoïsme, hebzucht en achteloosheid in de hand werkt. Dat kan niet eindeloos lang goed gaan, daarvoor zijn we met te veel mensen op een te kwetsbare planeet. Ook de overheid is wakker geworden, getuige het klimaatakkoord van Parijs en het voornemen om Nederland van het aardgas af te krijgen.

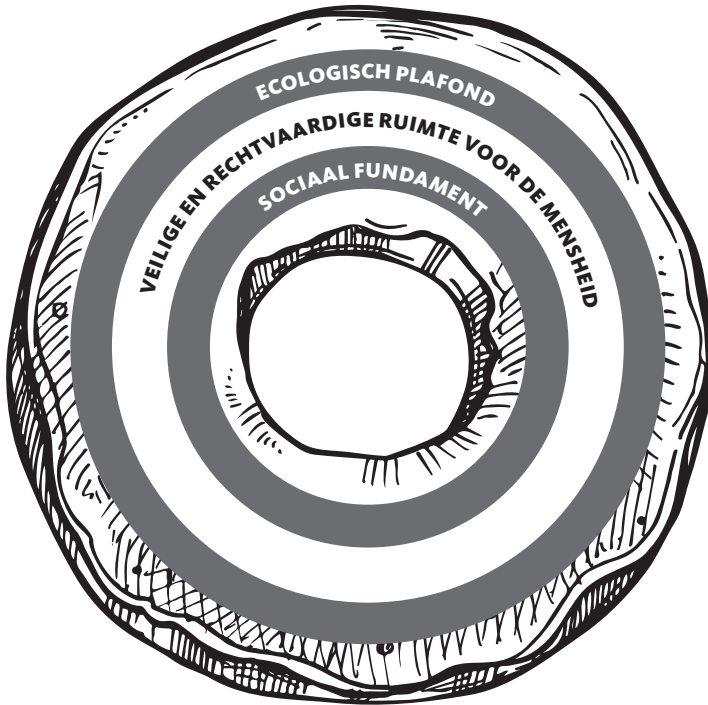
Het kapitalisme heeft de verhoudingen tussen mensen bovendien weinig goed gedaan. Mensen hebben behoefte aan betekenisvol contact met elkaar, dat is altijd zo geweest en zal altijd zo blijven. Ons huidige economische systeem biedt daar echter weinig ruimte voor: het heeft ons gedegradeerd tot *pushers* en *pullers* met tegenstrijdige belangen. De laatste decennia zijn er nieuwe spelers tot de commerciële arena toegetreden: technologiebedrijven die de wereld veroveren met enen en nullen. Die lijken de verhoudingen tussen consumenten en aanbieders drastisch en blijvend te hebben veranderd. Als je onder de glanzende motorkap van de ronkende techreuzen loert, zie je echter vaak bekende mechanismen aan het werk en blijken ook deze idealistische bedrijven gedreven te worden door een tomeloze drang naar groei, ten koste van wie of wat dan ook.

Wat je bezwaar ook is, de tijd van meer, meer, meer is voorbij. Maar wat krijgen we ervoor in de plaats? Daarover zijn verschillende theorieën in omloop.



Een veelgehoorde term is **betekeniseconomie**, een containerbegrip voor alle systemen die gericht zijn op eerlijkere en schonere manieren van zakendoen. In al deze ontwerpen voor een nieuwe inrichting van de economie wordt voorgoed afscheid genomen van het idee van oneindige groei. In plaats daarvan benadrukken de bedenkers dat we maar één planeet hebben en dat we daar zuinig op moeten zijn. En op die planeet moeten we het met elkaar zien te rooien. Een te grote ongelijkheid leidt tot conflicten en een stroom aan vluchtelingen. Kees Klomp schreef in zijn *Handboek Betekenisvol Ondernemen* al over de betekeniseconomie en gaat er in zijn nieuwe boek *Pioniers van de nieuwe welvaart* dieper op in. De circulaire economie – waarin alle grondstoffen gerecycled worden – wordt gezien als een opstapje naar de betekeniseconomie. We snappen steeds beter dat we niet tot in het oneindige afval kunnen produceren door alles in plastic te verpakken en massaal goedkope prullen op de markt te brengen. Alleen met een gesloten systeem, waarin alles gerecycled wordt, en een verschuiving van wegwerpartikelen naar spullen met een lange levensduur kunnen we de planeet nog redden, is de gedachte. Dit is niet langer alleen het standpunt van milieuactivisten: de overheid streeft er samen met het bedrijfsleven naar om Nederland in 2050 helemaal circulair te maken. Dat betekent dat vuilnis over 32 jaar niet meer bestaat in ons land.

De zogenoemde **donuteconomie** is ook een exponent van de betekeniseconomie. De Engelse econome Kate Raworth muntte dit begrip in 2017 in *Doughnut Economics* (Nederlandse vertaling: *Donuteconomie*). Zij pleit ervoor dat alle zakelijke uitwisselingen plaatsvinden in een 'gebied' tussen een sociale ondergrens en een ecologische bovengrens. De onderste begrenzing voorkomt dat mensen worden uitgebuit om winst te maken, de bovenste dat de planeet schade ondervindt van de economische activiteit. Tussen dat fundament en dat plafond bestaat een 'veilige en rechtvaardige' ruimte voor commerciële uitwisselingen die 'regeneratief' van aard zijn. Dat wil zeggen dat ze de planeet en de gelijke verdeling van welvaart herstellen. Ondanks de grote problemen waar we wereldwijd voor staan, is het volgens Raworth nog niet te laat om een positieve verandering tot stand te brengen.



Een betere wereld nastreven lijkt ook het doel te zijn van de **on demand-economie**. In ieder geval een waarin de relatie tussen aanbieders en afnemers radicaal verandert. Rens Lieman beschrijft in *Uber voor alles* hoe we met behulp van digitale technologie, in de vorm van data-analyse en algoritmes, alles wat we als consument maar nodig hebben via een app kunnen bestellen, soms zelfs zonder tussenkomst van een bedrijf. En als we krap bij kas zitten, kunnen we onszelf verhuren als chauffeur, schoonmaker of bezorger, of ons huis tegen betaling openstellen voor anderen.

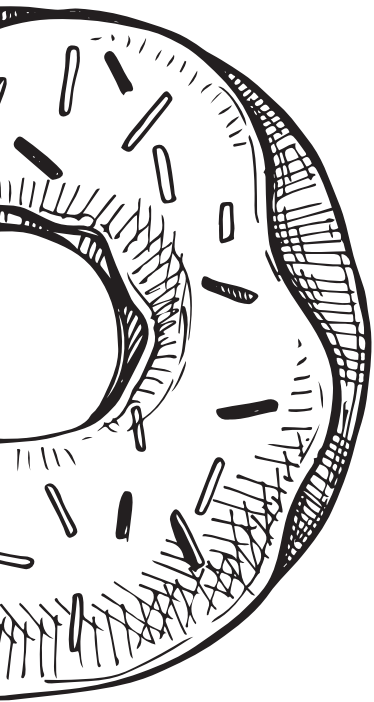
Deze vorm van uitwisseling van goederen wordt ook wel de 'deeleconomie' genoemd, vanwege sites als Peerby, waar mensen kosteloos spullen aan elkaar uitlenen. Ook de term 'peer-to-peer-economie' valt weleens, omdat op bijvoorbeeld Marktplaats mensen direct met elkaar zakendoen. Het staat ook bekend als de 'platformeconomie', aangezien alle deelnemers gebruikmaken van een digitaal platform waar vraag en aanbod worden samengebracht, vaak via slimme algoritmes.

Voor het fenomeen dat iedereen zijn diensten kan aanbieden via dergelijke platforms is de term 'kluseconomie' (in het Engels *gig economy*) in het leven geroepen. Via sites als Uber (onder andere taxiritjes en maaltijdbezorging), Helpling (schoonmaak) en Deliveroo (maaltijdbezorging) kunnen mensen wat bijverdienen. De dienstverbanden zijn vaak los (op zzp-basis) en vrijblijvend. Je wordt als werknemer doorgaans niet aangestuurd door een manager, maar door een algoritme, dat jou matcht aan een klant en berekent hoeveel tijd je aan die klant mag besteden.

Het verwarrende is dat deze termen door elkaar worden gebruikt, maar niet (precies) hetzelfde betekenen. Leensites als Peerby opereren vanuit idealisme; ze willen dat er minder spullen nutteloos ruimte innemen en streven naar een verschuiving van bezit naar gebruik. Bedrijven als Uber en Deliveroo zijn inmiddels echter berucht om het uitbuiten van hun medewerkers; hun gaat het uiteindelijk toch om keiharde knaken. Over de vraag in hoeverre dit daadwerkelijk een nieuw economisch systeem is, valt dan ook te twisten.

De ontwerpers van de **relatie-economie** proberen het nuttige (geld verdienen) met het aangename (een betere wereld) te verenigen door te focussen op de relatie tussen verkopers en klanten. Zij zetten in op een combinatie van (big) datagebruik en inleving in de klant om een waardevolle relatie tussen aanbieder en afnemer op te bouwen waar beide partijen beter van worden. Ze combineren daartoe de vakgebieden data-analyse en klantbeleving. De nieuwste technologie wordt ingezet om de effectiviteit van werknemers én de ervaring van de klant te optimaliseren. De essentie daarbij is dat bedrijven niet alleen naar data moeten kijken, maar hun oor te luisteren moeten leggen bij echte mensen: hun medewerkers en hun klanten. Er zijn allerlei tools beschikbaar om dat zo goed mogelijk te doen. In hun boek *De relatie-economie* lichten Xavier van Leeuwe en zijn medeauteurs Matthijs van de Peppel en Matt Lindsay deze toe. Technologie staat hierbij heel nadrukkelijk in dienst van het welzijn van mensen.

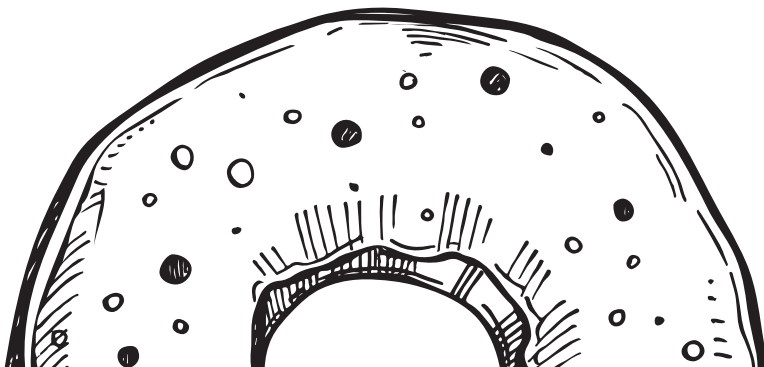
Sommige mensen schrijven digitale technologie veel meer macht toe. Viktor Mayer-Schönberger en Thomas H. Davenport betogen in *De data-economie* dat data de rol van geld als aanjager van de economie overneemt. Op die manier verandert het kapitalisme in de **data-economie**. 'Kennis is macht' is nooit eerder zo letterlijk waar geweest. Dat verklaart waarom juist de technologiebedrijven zo explosief groeien en de traditionele spelers, banken en multinationals, het nakijken hebben. Geld is leuk, maar wie de data beheert, trekt pas echt aan de touwtjes.



Alles is veranderd doordat het veel makkelijker en goedkoper is geworden om data te verzamelen. Op basis van die big data kunnen slimmere beslissingen worden genomen en kunnen we vragen formuleren die we voorheen niet konden bedenken. De data-economie schept dan ook een heel nieuwe branche van bedrijven die op een slimme manier met die data omgaan, bijvoorbeeld door die te verhandelen, te interpreteren of te bundelen. Het gevaar hiervan is dat bedrijven met veel toegang tot data (Facebook, Amazon en Google, om er een paar te noemen) steeds groter worden, tot ze niet meer in te halen zijn door hun concurrenten en zo een monopolie verwerven. Er is strenge wetgeving nodig om te voorkomen dat we als mensheid de speelbal worden van een paar techreuzen.

De waarde van geld is verminderd, omdat er domweg te veel van is. Dat zien we nu al aan het feit dat lonen en pensioenen niet in waarde stijgen, maar stilstaan. Daar komt bij dat een baan minder vanzelfsprekend wordt, omdat kunstmatige intelligentie meer en complexere taken van ons overneemt. Omdat geld niet meer het leidende motief voor arbeid is, kan het best zo zijn dat we minder tijd besteden aan goedbetaald werk en meer aan bezigheden die voor ons persoonlijk betekenisvol zijn, zoals creatief denken en vrijwilligerswerk.

Welke economie het ook wordt, we zullen er naar verwachting allemaal beter van worden. Dat we met z'n allen meer oog hebben voor de noden van onze leefwereld en die van onze medemens, is hoe dan ook winst. Als we dan ook nog de risico's die kleven aan het gebruik van big data (monopolies en massale manipulatie) weten te tackelen en de vruchten ervan weten te plukken, kunnen we de toekomst hoopvol tegemoetzien.



ABN

{ voor,
dummies

Marc van Oostendorp is hoogleraar Academische Communicatie. Mensen vragen hem weleens wat dat inhoudt, schreef hij op Twitter. Nou, dit:

Academisch Bestuurlijk Nederlands	Vertaling
we gaan met alle partijen in overleg	we gaan ons plan onverstoortbaar opleggen
alle voorstellen zullen zorgvuldig in overweging genomen worden	ons plan staat onveranderlijk vast
niet iedereen is er al van overtuigd	iedereen vindt dit onzin
faciliteren	bemoeilijken
de academische vrijheid borgen	academisch werk kruideniersmatig controleren
origineel en fris	hoogstens cosmetisch aangepast
vernieuwend	opgelapt
geïntegreerd	met minder personeel
onaangenaam verrast	laaiend boos
(ietwat) merkwaardig	(volkomen) idioot
hoogwaardig	verschraald
budgettair neutraal	flink besparend
een nieuwe organisatiestructuur	een extra bestuurslaag
een sterkere onderwijsorganisatie	een extra controlerende onderwijsbestuurslaag
een complexe organisatie	een onbestuurbaar zootje
onderwijs is de primaire activiteit	er komt nog minder onderzoekstijd
een brede discussie	een discussie onder bestuurders
bestuurslast	bemoeizucht
de inzet van medewerkers	de hoge werkdruk van medewerkers
transparantie van besluitvorming	ondoorzichtigheid van besluitvorming
vernieuwing	besparing
betrokkenheid	onverschilligheid

BLAASKAKEN DOORPRIKKEN

We zijn liever lui dan moe, en dat geldt voor onze hersenen net zo goed als voor ons lichaam. Het brein heeft allemaal shortcuts ontwikkeld die het ons in het dagelijks leven makkelijker maken beslissingen te nemen. Wanneer we bijvoorbeeld een compleet lege metrowagon zien, concludeert ons brein zelfstandig dat dat wel om een bepaalde reden zal zijn en kiezen we een wagon waar wel al wat mensen zitten.

We noemen dit mechanisme een 'onbewust vooroordeel'. Het heeft z'n goede kanten (je zit niet in je eentje in een stinkende wagon), maar er is ook een schaduwzijde. Soms gaat je geest namelijk iets te kort door de bocht, waardoor je vergissingen maakt waarmee je jezelf of anderen schade toebrengt.

We hebben bijvoorbeeld de neiging om iemands deskundigheid op een bepaald terrein af te meten aan zaken die wij in het algemeen met deskundigheid associëren, zoals zelfvertrouwen, extravertie en het gebruik van veel (mooie) woorden. We kunnen deze eigenschappen zelfs zwaarder laten wegen dan hoeveel kennis de betreffende 'expert' aan de dag legt. Ons brein vertrouwt mensen simpelweg omdat het *klinkt* alsof ze weten waar ze het over hebben.

Hoe voorkom je dat je hierin trapt? Simpel: wees je bewust van het feit dat je brein kruip-door-sluip-door-weggetjes aanlegt en wees alert in je contacten met mensen, vooral als ze erg uitgesproken of luidruchtig zijn. Zeggen ze wel echt iets zinnigs of lijkt dat alleen maar zo? Praten ze eromheen of kunnen ze hun stellingen onderbouwen? Zo ben je je brein te slim af.



STAP *uit je* COMFORTZONE

Als jij het ideale leven leidt, met uitsluitend voorspoed en succes, moet je vooral in je comfortzone blijven. Laat je daar onder geen enkele voorwaarde uit verleiden. In elke andere omstandigheid is het beter die comfortzone zo snel mogelijk te verlaten. Succes komt niet naar je toe, je moet het opzoeken.

Iedereen leeft in comfortzones. Het is veilig om precies te weten waar je bent en wat je aan het doen bent. Mislukking is dan geen probleem, en dat is prettig. Hoe ziet jouw comfortzone eruit?

- Hou je vast aan je huidige werk en streef je niet naar een uitdagende promotie?
- Ga je door met je relatie omdat die oké is, terwijl je er diep in je hart mee wilt stoppen?
- Begin je dat nieuwe bedrijf toch maar niet?
- Stel je het oppakken van een vervolopleiding of het nemen van dansles telkens uit?



Hoe komen we in onze comfortzones terecht? En hoe komt het dat we erin vast komen te zitten in plaats van dingen te doen die we echt willen? Dat komt door de angst voor mislukking, want we zijn doodsbang dat de dingen niet volgens plan verlopen, we het woord 'nee' te horen krijgen of ons op een andere manier opgelaten zullen voelen.

Maar waarom zou iemand dan ooit zijn comfortzone verlaten? De meest voorkomende reden is dat de pijn van het níét veranderen te heftig wordt en sterker blijkt dan de voordelen van het handhaven van de status quo.

Soms is ook datgene wat we missen, de zogenaamde 'kosten van de mogelijkheden', een motief om verandering na te jagen. Dan verlang je zo sterk naar iets dat je bereid bent risico's te nemen om dat te bereiken.