

2011 en verder...

Vraag voor 2011?

Wie of wat neemt het voortouw?
Of wordt 'business as usual' de houding van ontkenning voor wat onvermijdelijk komt?

Inspiratie voor 2011:

Vergeet de VS, 'the American dream' is definitief voorbij en komt voorlopig niet terug!

Rijk zijn, is niet meer cool! Uit eten in een sterrenrestaurant, het nieuwste design meubel of een duur espresso apparaat; het maakt geen indruk meer. En de hebzucht van de beursvloer, ah wat moet je ermee!

De coolste onder ons, zoeken nu de warmte op van een bistro of brasserie en kiezen thuis weer voor de *drip coffee* (filter koffie), want gezellig samen zijn en het gevoel van verbondenheid zijn de nieuwe waarden. Het koude individualistische design maakt plaats voor warme interieurs met meubels waarmee echt geleefd kan worden, we investeren weer in echte waarden.

Voor bedrijven en ondernemers:

De klok staat nu op 12.00. Velen hebben de voorbereidingstijd verkwaanselt en gaan de komende jaren een zware (dood)strijd tegemoet. Je kan blijven ontkennen en hopen dat het allemaal wel weer goed komt, nog meer besparen en nog efficiënter produceren. Het kan allemaal, de geschiedenis leert ons echter keer op keer dat kansen **herkennen en erkennen** de belangrijkste factor is om te **overleven**.

Wie zijn kansen wil (h)erkennen, weet mij ook te vinden.



2011 en verder...

Onze industrieterreinen lopen LEEG, nu nog onze winkelcentra?

In **2011** zal de trend van **consuminderen** de Nederlandse massa bereiken. De gevolgen laten zich gemakkelijk raden. Het consuminderen zal vooral hard aankomen bij al degene die de ICT-revolutie onvoldoende hebben verwerkt.

Weinig mensen realiseren zich de ware revolutie die de ICT de afgelopen 10 jaar teweeg heeft gebracht. Het pionieren met een webwinkelkje vanaf een zolderkamertje ligt immers al lang achter ons.

En al wordt de schijn hoog gehouden, de rek is er langzaam uit en bij velen zijn ook de reserves uitgeput. De komende tijd zullen dan ook veel kleine (winkel)bedrijven verdwijnen. In plaats van meer keuze zoals iedereen denkt, zal de ICT-revolutie uiteindelijk **onze keuze juist gaan inperken**.

Ons huidige winkelgedrag verarmt niet alleen onze toekomstige keuzemogelijkheid, ook door de productie te verhuizen naar lage loonlanden **geven we eveneens de macht over onze eigen toekomst uit handen**.

De crisis is nog NIET voorbij of een nieuwe schok staat alweer voor de deur.

Het is hoog tijd voor heroriëntatie willen we in Nederland niet het spoor van de VS volgen. Te veel wordt gefocust op een maakbare creatieve industrie, met kunstmatig gecreëerde broedplaatsen die worden overspoeld met goed bedoelde subsidies. Niet verwonderlijk dat deze 'broedplaatsen' NEPtalent (lees talentlozen met een vlotte babbel) aantrekken als vliegen op een pot honing.

En alsof het nog niet genoeg is, denkt iedere stad of dorp in Nederland wel de hipste creatieve centra te moeten realiseren zodat het 'talent' bij hen en niet bij de burens neerstrijkt. Neerstrijken doen ze zeker en dankzij al die subsidies zelfs in grote getale, maar of je al dat 'talent' creatief kan noemen?

Zonder dat het opvalt blaast Nederland zijn eigen bubbel, en dat alles dankzij het inzicht van de alom geprezen goeroe Richard Florida die met zijn boek "*The rise of the creative class*" geheel Nederland op het verkeerde been heeft gezet! Want de echte creatieveling wordt doodgeknuffeld, platgetrapt of vlucht uit bittere noodzaak het land uit.

Zonder creatievelingen geen innovatie, maar straks zitten de steden vol talenloze gelukszoekers zonder inspiratie of ideeën, die dankzij subsidies alleen maar meer van het zelfde 'creëren', waar niemand op zit te wachten.

Het wordt hoog tijd dat we ons realiseren dat we alleen maar **‘Know how to create’** kunnen veilig stellen, door ook de **‘Know how to make’** te behouden.

Prettige feestdagen

Fons Maenhoudt

Trenddeskundige en onafhankelijke lange termijn denker
© Trendsverklaard - december 2010