

2013 en verder...

Vraag voor 2013?

Gaan we nu één Europa vormen, elkaar waarderen en accepteren in die prachtige maar toch zo waardevolle verscheidenheid, of gaan we samen en verdeeld ten onder?



Inspiratie voor 2013:

Kijk voor een oplossing eens hoe de natuur uw probleem heeft opgelost.

Er is geen twijfel mogelijk, de natuur heeft het al lang een keer eerder bedacht!

Macro Trends om te volgen:

- Do It Yourself (DIY)
- De eeuw van de VROUW
(meer hierover in 2013, volg de Trendwatching Stories)

Slogan voor 2013: 'Be original, don't copy'

2013 en verder...

De nieuwe TOEKOMST, ze komt eraan

Was tien jaar geleden Afrika nog het 'verloren continent' en Europa de toekomst, anno 2013 heeft Afrika de toekomst en is Europa het 'verloren continent'. Tot 2008 was het Europees politiek en sociaal model nog het lichtend voorbeeld voor China, vandaag 2013 denkt China daar héél anders over. Hoe is het zover kunnen komen?

Uiteindelijk moet ik de financiële en politieke sector feliciteren, ze hebben de crisis van 1930 overtroffen en dat is niet niks.

Maar één ding is zeker, ook hebzucht kent zijn grenzen.

Leve de toekomst, de crisis is nog niet voorbij en ze levert al voordelen op. Langzaam beginnen we te ontdekken dat we veel van al die spullen helemaal niet nodig hebben. We kopen het, maar we gebruiken, bekijken, beluisteren of lezen het toch zelden. De komende jaren gaan we weer meer opzoek naar elkaar, want dat levert echte waarde op. En al die spullen, ja die hebben we dan minder nodig!

De eerste contouren van de nieuwe wereld worden langzaam zichtbaar. Een van die contouren die zich wereldwijd ontwikkelt is Do It Yourself (DIY). Deze trend ontwikkelt zich steeds meer tot een ware 'Macro' en kondigt een nieuw sociaal bestel aan, waarin de burger het heft overneemt van de overheid, organisaties en instellingen. Nee, dit is niet nog meer individualisme en ook niet de verantwoordelijkheid nog meer bij de burger leggen. Het is nu de burger zelf die de overheid en grote organisatie uitschakelt omdat deze hun burgertaak niet langer naar behoren vervullen. Denk daarbij aan de banken, politiciers, Telecom, energie sector, jeugdzorg, Arabische leiders, wielersport, Sunday Times, BBC,

etc. Het mag duidelijk zijn dat al deze onthullingen een invloed hebben op de verdere ontwikkeling van de toekomst.

Maar er komt nog meer, nog verschillende grote dominostenen wankelen. Denk daarbij aan de marketing, de media en de ICT business. Vrijheid is te lang gezien als de mogelijkheid om zich steeds meer nieuwe goederen en diensten te kunnen aanschaffen. Marketing, reclame en ICT hebben daar gretig gebruik van gemaakt om hun rol verder uit te breiden. Maar ook zij ontkomen binnenkort niet aan de nieuwe wereld in wording en zullen meer en meer ter verantwoording worden geroepen. Het worden dus nog spannende tijden het komende decennia.

Voor bedrijven en ondernemers in Nederland:

Een beleving, emotie, story telling, transparantie het helpt allemaal nauwelijks. Graag iets nieuws dat zich al bewezen heeft? Euhh, dan is het toch niet nieuw!

Afkijken mag, veel Nederlandse bedrijven zijn er trots op! Geen wonder dat de crisis voortduurt. Alsof de consument niet door krijgt dat schijn de plaats heeft ingenomen van de essentie der dingen.

Bedrijven, kom met iets nieuws dat ertoe doet en u zult zien dat de consument terugkomt. Nederland hoort niet in de crisis, we hebben alles in huis om succesvol te zijn. Onze handelsgeest, organisatietalent en innovatie kracht zijn van de sterkste ter wereld, maar vallen nu stil omdat we bang zijn, ons verschuilen en een afwachtende houding aannemen.

Voor wie zijn geschiedenis kent, weet dat we het dieptepunt naderen. Het is dus tijd om ons voor te bereiden op de nieuwe klim. **Wie klimt ermee?**

Zin in meer visie, zie www.trendsverklaard.nl

Prettige feestdagen

Fons Maenhoudt

Trenddeskundige en onafhankelijke lange termijn denker
© Trendsverklaard - december 2012