

# RENÉ BOENDER

Brain-agent, trendteller, auteur

FOTOGRAFIE JOHN VAN HELVERT | TEKST BART-JAN BROUWER

**GREAT TO COOL** | “Vanaf mijn twintigste heb ik met hart en ziel in de marketing en advertising gewerkt. Bij het Amerikaanse McCann leerde ik ‘groots’ naar de wereld te kijken, de *‘truth well told’* en werkte aan campagnes van onder meer Goodyear, Coca-Cola, Levi’s, H&M en L’Oreal. Begin jaren negentig volgde BBCW. Dat was echt een rollercoaster. Heerlijk! Maar in 2000 werd dat overgenomen door WPP en zou ik nog een keer als een poedel door de hoepel moeten springen. Nee dus. Door toeval kwam ik terecht in het lezingencircuit, elke keer voor een groter publiek: van zaaltjes van 50 personen in het begin naar 2.500 tijdens de Week van de Ondernemer en meer dan 10.000 in Madison Square Garden. Velen vroegen: ‘Heb je al een boek. Nee?’ Dus als een razende gaan schrijven: *Great to Cool*, *Cool is Hot* en twee boeken over Generatie Z. Nu geef ik keynotes, gastcolleges en help ik als brain-agent en trendteller grote internationals en CEO’s van bedrijven als Amazon, Apple, ING en HEMA. Eigenlijk iedereen die van Goed naar Geweldig en door naar Cool wil in deze roerige tijden. Je moet toch weten wat je in de toekomst moet doen. Waar zij stoppen, start ik. En breng ze 2 procent verder, vertel wat er gaat gebeuren en welke kant ze op kunnen, of moeten. Dat weet ik vanuit data mining en een gezonde intuïtie. Dat is verstand met haast.”

**GRETA THUNBERG** | “Toen nog niemand geïnteresseerd was in Generatie Z, die geboren is tussen 1995 en 2012, heb ik samen met Jos Ahlers het boek *Gen Z, de eye-opener* geschreven. En nu ons derde boek: *Gen Z, verlangen naar verandering*. Dat hebben we gedaan door niet over ze, maar mét ze te praten. Hoe denken ze over de wereld? Welke keuzes gaan ze maken? Op basis van uitgebreid onderzoek en met behulp van kwantumcomputers komen we met voorspellingen van het gedrag van deze generatie, die altijd en overal online is. Vanaf nu gaan zij stap voor stap de werkvloer overnemen en vormgeven. En daarmee ook de maatschappij en de politiek. Kijk naar Greta Thunberg. Verbaas je niet dat zij rond 2025 de premier van Zweden is. Dat wordt dan de jongste premier die we ooit hebben gehad, en ook nog eens een vrouw. Dit is de generatie die zegt: ‘Wat je in het verleden hebt gedaan, daar kan ik geen pepernoot aan doen. Wat ik nu zie en in de toekomst ga doen, daar heb ik alle invloed op.’ We krijgen een enorme verjonging in de politiek en het bedrijfsleven. De grote company’s gaan jonge, vooral vrouwen aanstellen om ervoor te zorgen dat de verankering en de verandering wordt gegarandeerd.”

**MEATLESS MONDAY** | “De Millennials, die opgroeiden tijdens economische groei en zijn opgevoed door de hemelbestormende babyboomers, droomden ervan de wereld te veranderen en een stukje beter te maken. Generatie Z droomt niet, maar stroopt de mouwen op – het zijn realisten. Ze zijn opgegroeid in een tijd die getekend werd door terroristische aanslagen en recessie. Dat heeft ze pragmatisch, autonoom en misschien zelfs zelfvoorzienend gemaakt. Ze gaan heel veel vragen stellen over van alles en nog wat. Bijvoorbeeld over tijd. We mogen dan wel veel hebben uitgevonden, er zit nog steeds maar 24 uur in een dag. En tijd is bepalend. Denk jij dat Generatie Z nog gaat koken? Welnee! Die gaan niet de schappen langs in de supermarkt en vervolgens thuis alles in een pannetje doen. Je wint een uur als je naar bijvoorbeeld Schmidt Zeevis gaat, waar we nu zitten, en daar een maaltijd haalt. Bovendien ben je dan verzekerd dat je een vis eet die een goed leven heeft gehad. Want we gaan ook anders om met eten in de toekomst, met respect voor de natuur. Reken maar dat *meatless Monday* zijn intrede gaat doen. De nieuwe generatie wil de wereld zo inrichten dat wij alleen nog maar consumeren wat de aarde kan produceren. Het milieu is voor Generatie Z een randvoorwaarde, dat gaan ze fixen. Weet je waar het met name bij hen om gaat? Gelijkheid. Geen verschil tussen man en vrouw, een genderneutrale samenleving. Binnen nu en pakweg drie jaar worden in de hele wereld de salarissen gelijk gezet.”

**CONSCIOUS CULTURE** | “Gen Z wil dat er een nieuw systeem komt, want het huidige deugt niet meer. Het socialisme, kapitalisme en communisme zijn failliet. De nieuwe generatie staat gewetensvoller in het leven en hangt een systeem aan dat je *conscious capitalism* zou kunnen noemen. Uit ons mondiale onderzoek leiden we af dat het nieuwe systeem op drie pijlers leunt: ‘purpose mission’, ‘economic mission’ en ‘social mission’. Alleen als deze in balans zijn, zal de consument van de toekomst bereid zijn bij je te kopen, op je te stemmen, zich bij je beweging aan te sluiten. Dus werken, leven en geld verdienen vanuit je geweten. Zo bouwt Gen Z aan een conscious culture, een samenleving gebaseerd op een hoger doel: een beter leven voor iedereen! Dat daar een lager salaris bij hoort, wordt op de koop toe genomen. Ze willen geluk in hun leven. En geluk is niet alleen in geld uit te drukken, maar ook in tijd. Met Gen Z gaan we op weg naar een leukere wereld!”

“Weet je waar het bij Gen Z met name om gaat? Gelijkheid. Geen verschil tussen man en vrouw, een genderneutrale samenleving. Binnen nu en pakweg drie jaar worden in de hele wereld de salarissen gelijk gezet”

