



# De toekomst van de toekomstindustrie

# Manifest voor

# oneindigheid

**Trendonderzoeker Hilde Roothart schreef een manifest om de toekomstindustrie meer nut te geven. Futuristen moeten gaan samenwerken met economen.**

Tekst **Hilde Roothart** Beeld **Corbis**

De toekomstindustrie van vandaag is een ongeregeld zootje van trendvinders, toekomstdenkers, tijdonderzoekers en innovatieziers. Daar kunnen alleen heel slimme en snelle ondernemers kaas van maken, zo is mijn ervaring als trendonderzoeker. Want er is een wereld van verschil tussen de futuristen die altijd maar willen veranderen en vooruit willen en de economen die belang hechten aan de schoorsteen die moet blijven roken. Daarom dit pleidooi om nu eens en voor altijd de krachten te bundelen en samen op weg te gaan naar de toekomst.

## Sjors en de Rebellenclub

Eigenlijk bestaat er niet zo iets als een toekomstindustrie. Het is wishful thinking van het zootje ongeregeld dat zichzelf futuroloog, scenarioplanner, trendwatcher, futurist, manager trends en innovatie of conceptontwikkelaar noemt. Sjors en de Rebellenclub, zeg maar. Leuk voor een avond amusement. Maar als het op businessplannen maken aankomt, geven ze helaas (bijna) nooit thuis. Ze zijn gewoon altijd veel te druk met het verzamelen van de laatste gadgets en tweets. Wist u dat futurisme al zo oud is als het Orakel van Delphi en bekend als de weg naar Rome? Mede vanwege deze (onbewuste) associaties waarschijnlijk, raakt de toekomstindustrie in opbouw maar niet verlost van het cliché van waarzeggers met glazen bollen. En begrijpen trendon-

derzoekers/futuristen onderling en trendonderzoekers/futuristen en ondernemers elkaar niet vanwege de bestaande Babylonische spraakverwarring. En dat terwijl we in Nederland een ware traditie hebben op het gebied van toekomstonderzoek. Het werk dat in de jaren zeventig verricht werd bij Shell op het gebied van scenario-ontwikkeling is onder vakgenoten net zo beroemd als de manoeuvres van Johan Crujff. Minder bekend zijn wellicht een paar van de broertjes van Sjors: Robbert en Rudolf Das, Nederlandse illustratoren, bouwkundig ontwerpers, auteurs en futurologen die baanbrekend werk hebben verricht in de 'toekomstindustrie'. En meer recent het project 'Vision of the Future' bij Philips Design onder regie van Stefano Marzano.

## Orde in de chaos

Over de grenzen van ons land, met name op Angelsaksisch territorium, wordt al langer getracht (en met succes) om orde en helderheid in de chaos aan te brengen, onder meer bij Cambridge University (Roadmapping) en Stanford University (Foresight & Innovation). Waardevolle raamwerken en denkkaders zoals 'Framework for Thinking about the Future' van Andy Hines en Peter Bishop geven een beeld van het werk dat verricht zou kunnen worden en de waarde die dat op zou kunnen leveren in de toekomstindustrie. In Nederland krijgt het bescheiden boek >

'Road Trip to Innovation' van Delia Dumitrescu voet aan de grond bij opleidingen als Fontys Academy for Creative Industries (International Lifestyle Studies), het kindje van Carl Rohde. Het zootje ongeregeld houdt zich ondertussen nog steeds bezig met het zoeken naar manieren om uit te leggen wat het nu precies doet en hoe dit economische waarde kan toevoegen aan wat ze in de Verenigde Staten en Groot-Brittannië innovation management, business strategies and organizational planning noemen. De co-working unconference LaFutura 2013 in Amsterdam, dat het Trendnetwerk van Trendslator (met mij als dirigent) organiseerde, was een ontmoetingsplaats van de wannabe industrie met als doel deze te professionaliseren. Op 11 november kwamen ruim 100 deelnemers uit tien verschillende Europese landen bij elkaar in Amsterdam op drie locaties: de SkyLounge van DoubleTree by Hilton, Plek bij NDSM in Amsterdam-Noord en het Café van het Rijksmuseum. Een unicum in de geschiedenis van de soon to be toekomstindustrie: de chaotische toekomstwereld van kunst, wetenschap en economie verzameld om eerst een denkkader en raamwerk en daarna een routekaart voor de toekomstindustrie te ontwikkelen.

### Van lang naar kort

De toekomstindustrie is een vat vol met verschillende scholen en richtingen; zienswijzen en methoden. Maar grofweg zijn er twee manieren om toekomstonderzoek uit te voeren. De ene is die van de trendonderzoekers en de andere die van de toekomstonderzoekers. Om met die laatste te beginnen. Toekomstonderzoekers als professor Wim de Ridder zijn niet geïnteresseerd in, zelfs allergisch voor, het verleden of het heden. Het belemmert hun uitzicht te veel. Bij het ontwikkelen van hun scenario's kijken ze liever dertig jaar vooruit. De kunst is dan vervolgens om de langetermijnvisie terug te brengen tot concrete

stappen in het heden. Trendonderzoekers echter, denken in termijn van tijdlijnen. Een trend is in hun ogen een ontwikkeling, al of niet met trendbreuken, van verleden naar heden en toekomst. Maar de kunst is om de concrete, kortetermijntrends in verband te brengen met abstracte, langetermijntrends. Het aftappen van de telefoon van Angela Merkel (korte termijn) staat dus in verhouding tot de beheersing van risico's (lange termijn).

### Een nieuw evenwicht

Daarnaast zijn er twee bloedgroepen of scholen, laten we zeggen de vissen en de vogels, die elkaar in de toekomstindustrie ontlopen (geen wonder: de een bevindt zich in het water, de ander in de lucht). De vissen zijn de mensen van de informatie, altijd op zoek naar data, gegevens, cijfers en analyses om de onbekende diepe zeeën (de datazee) te verkennen. Ze maken deel uit van de groep (waaronder ook neurologen) die vindt dat wij het brein zijn (denk aan Dick Swaab 'Wij Zijn Ons Brein'). De andere school is die van de inzichten en de vooruitzichten. Niet gericht op kwantiteit maar op kwaliteit. Ook die school is in onze maatschappij vertegenwoordigd, maar dan met name door filosofen en psychologen als Ad Verbrugge en Ap Dijksterhuis van 'Het Slimme Onbewuste'. In Nederland is er een plek waar deze twee scholen samenkomen; namelijk bij de TrendRede, een initiatief van Tom Kniesmeijer, samen met twaalf trendwatchers. De school van de informatie en die van de inzichten ontmoeten elkaar aan de horizon. De horizon houdt ze in evenwicht, om het zo maar te zeggen. Bij elkaar gevoegd vormen ze een stip op de horizon; een plek waar grote visies kunnen worden ontwikkeld die in dienst kunnen staan van economische ontwikkeling.

### Kunst en wetenschap

En nog zijn de tegenstellingen in de soon to be toekomstindustrie niet op. Geen wonder dat het er zo'n chaos is! Want toekomstonderzoek is zowel een kunst als een wetenschap. Kort of lang, diep of hoog, niemand kan de toekomst voorspellen – geloof ze niet, de charlatans – simpelweg omdat er te weinig informatie en inzichten over de toekomst beschikbaar zijn. Toekomstonderzoek is niet alleen het beperken of zelfs elimineren van de onzekerheden, maar ook het opzoeken en koesteren ervan. Hier ontmoeten kunst en wetenschap elkaar. Naast de Julian Assanges en Edward Snowdens (de witty professors), altijd op zoek naar de waarheid, hebben we mensen nodig als Lidewij Edelkoort en andere vrouwen met een stip op hun voorhoofd die voortdurend op zoek zijn naar

**Toekomst-  
onderzoek  
is zowel  
kunst als  
wetenschap**



inspiratie. Naast de enkele voorlopers van de lange termijn zijn er tal van wegbereders op de korte termijn: verhalenvertellers als schrijvers en filmmakers, tekenaars en vormgevers. Bij elkaar gevoegd kunnen hun hersencellen zowel de grote lijnen als de kleine details van de toekomst schetsen. In organisaties als die van u is meestal een van de beide hersenhelften dominant. Ik vermoed die van de data en de analyses. Maar als u zich werkelijk en uit overtuiging wilt voorbereiden op de toekomst, zult u die binnen uw bedrijf of bestuur in balans moeten zien te brengen met intuïtief leiderschap: durf, lef, moed en kracht.

### **Van denken naar doen**

Nu hoor ik u denken: jaja, dit is een mooi college maar u geeft geen antwoord op mijn vraag over wat ik nu morgen moet gaan doen. Dat, dames en heren marketeers, is nu juist het resultaat van LaFutura

ra 2013. Sjors en de Rebellenclub zijn er klaar voor. Nu begrijpen we het eindelijk: onze kracht is uw zwakte en andersom. In de toekomstindustrie hebben we niet alleen vogels en vissen nodig, maar ook bijen en mieren. En natuurlijk hebben we jullie wel in onze achteruitkijkspiegel gezien. Maar we hebben jullie nooit eens goed aan het werk gezet. Die futuristen, zie ik jullie denken, moeten ons nu eindelijk eens echt mee laten doen met hun spelletjes. Dat is waar!

### **Samen op weg**

Dus daarom hebben we onszelf tijdens LaFutura 2013 eens goed in de spiegel bekeken en jullie lectuur er eens bij gepakt. Top! Daan Roosegaarde op de cover van de Adformatie: 'ZIENER van de nieuwe tijd'; een kunstenaar en uitvinder met een businessplan! Hmm, kunst en wetenschap en economie. Het kan dus wel. Want ze zijn er best. Reinier Evers, Tony Bosma en Nils Müller van TrendOne hebben allemaal MBA op hun visitekaartje staan. Zullen we dan nu eindelijk samen beginnen met het zetten van de eerste stap op weg naar de toekomst? Wees maar niet bang. We zullen er nu echt voor gaan zorgen dat de targets worden gehaald en de return on investment wordt gegarandeerd. En die stip aan de horizon? Die leggen we dan lekker dichtbij waar jullie nu zijn. Want jullie kracht dat is onze zwakte, en onze zwakte is jullie kracht. •

**Hilde Roothart** ([roothart@trendslator.nl](mailto:roothart@trendslator.nl)) is trendonderzoeker en oprichter van Trendslator. Met dank aan Caroline van Beekhoff (C-Marketingstrategie) en Freija van Duijne (Dutch Future Society) [www.lafutura2013.com](http://www.lafutura2013.com)

**In de  
toekomst-  
industrie  
hebben we  
ook bijen en  
mieren  
nodig**