

STEFAN VERHOEVEN



Stefan Verhoeven is voorzitter van Vlehan

VERANDERING MINDSET WERKELIJKE UITDAGING VAN DEZE TIJD

Niet de klimaatverandering zelf, maar onze mindset ten opzichte van die klimaatverandering is de werkelijke uitdaging van deze tijd. Dat was de rode draad in de presentaties van de sprekers op onze jaarlijkse VLEHAN-FIAR Summit 2017.

Transitie

Jan Jonker, Hoogleraar Ondernemen aan de Radboud Universiteit in Nijmegen, vertelde dat we ons in een transitieperiode bevinden. Dat de wereld verandert van dingen naar diensten en van productieorganisaties naar netwerken. De lineaire economie wordt een duurzame en circulaire economie. Jan deed de wenkbrauwen fronsen met zijn voorbeeld dat een gemiddelde boormachine in totaal maar 9 tot 11 minuten draait en voor de rest van zijn leven werkloos in huis ligt. Dat zet je aan het denken. Jan vertelde over community based businessmodellen zoals Bla Bla Car en over shared assets initiatieven als de verhuur van kinderkleding.

Materiaalpaspoort

Thomas Rau van Rau Architects noemde de aarde een gesloten systeem met gelimiteerde bronnen. Volgens hem moeten we de ziel van de economie veranderen en afstand nemen van ons antroposofische wereldbeeld. Geen afval meer produceren, materialen en gebouwen registreren middels een paspoort en omschakelen van product naar service. Zijn conclusie: 'De retailer wordt de serviceprovider voor de producenten'.

Emotie

Ex-weervrouw Helga van Leur legde de nadruk op emotie. Ze vertelde dat de wereld nu 1,5 keer de aarde verbruikt, maar dat we niets willen veranderen

zolang we de consequenties niet ervaren. We moeten het voelen! Om verandering te realiseren, moeten we aan het gevoel appelleren.

Millennials

Het interessante verhaal van de millennials, de generatie die in de jaren '80 en '90 werd geboren, werd verteld door Carl Rhode, cultureel-sociologisch onderzoeker en academisch trendwatcher. Wat vindt deze generatie potentiële kopers en gebruikers belangrijk? Wat zijn hun gedragskenmerken? Interessante concepten in zijn verhaal waren de Loyalty Loop, de Marketing van de Memorabele Ervaring en Online Impression Management. Ik nodig u uit om deze termen te Googelen voor meer informatie.

Onderscheidend

Spreker Jos Burgers sloot de rij sprekers af met een vermakelijk verhaal over consumentengedrag en onderscheidend vermogen. Ook hij noemde de millennials en vertelde op welke manier wij hun koopgedrag kunnen beïnvloeden. Het was een ontspannen opmaat naar de borrel en het diner.

Energie

De noodzaak van verandering die door de presentaties heen klonk, veranderde mijn mindset in positieve zin. Of zoals Jan Jonker zo mooi zei: 'De business case van duurzaam en circulair ondernemen; om energie van te krijgen!' ■