



Futurizing: een bonte beestenboel

Hoe zijn we met de toekomst bezig? Een eerste inventarisatie tijdens de Yellow Cats bijeenkomst op 26 november over futurizing en scenarioplanning, bracht aan het licht dat de neiging bestaat bij het beantwoorden van die vraag te vertrekken vanuit de organisatie, de interne uitdagingen en de markt. Tegelijkertijd weten we dat het verstandiger is **van buiten naar binnen te redeneren** en dat is wat tijdens deze Yellow Cat Sessie hebben gedaan.

We hebben een drietrapsbenadering gehanteerd en zijn begonnen met:

1. 'Foreseeing' : welke ontwikkelingen doen zich voor in de macro omgeving op demografisch, economisch, sociologisch, juridisch en technologisch gebied? Een onderscheid hebben we gemaakt in de signalen, de trends en de systeemveranderingen. De eerste doen zich voor aan de oppervlakte, kunnen tijdelijk zijn, de laatste doen zich op het meest fundamentele niveau voor en zijn veel meer disruptief van aard. Denk aan de slimme meter als signaal, maar bijvoorbeeld ook aan de gehele transformatie van ons energieopwekkings- en distributienetwerk op het systeemniveau door de opkomst van zonne-energie en lokale opwekking.



In niet alle gevallen is helder hoe de toekomst eruit ziet. We kunnen een onderscheid maken in verschillende niveaus van onzekerheden; elk vraagt om de inzet van eigen technieken. In een wereld waar onze aannames standhouden kunnen we werken met voorspellen en het doortrekken van trends. Als er een beperkt aantal beelden denkbaar zijn van de toekomst, bieden scenario's uitkomst en als er weinig helder is, de wereld een chaos is, valt te denken aan het toepassen van bijvoorbeeld 'science fiction' denken. Het vormen van een beeld van de macro-omgeving helpt de context in kaart te brengen, waarin klanten zich gaan gedragen.

2. De tweede stap richt zich op het formuleren van *customer insights*; welke inzichten kunnen we opdoen over de klant of mens in die veranderende context? In eerste aanleg kan een team zich richten op het bedenken van vele customer insights; in een tweede slag is dan een selectie te maken uit deze verzameling. De 'echte customer insights', die essentieel zijn voor de klant en kansen bieden voor de organisatie zijn er uit te lichten.

3. De derde stap richt zich op de *actie* en bestaat uit het verkennen hoe verschillende typen leiders, organisaties en markten met deze toekomstbeelden en customer insights omgaan. Pakken ze de kansen op als bevers, beren, olifanten of gnoes? Werken ze samen, maken ze een mooie burcht, maar zijn ze kwetsbaar? Houden ze vast aan het bestaande territorium en bestaand gedrag en verdedigen ze dit op fiere wijze? Voelen ze zich machtig, onverslaanbaar en trekken ze er op uit, zonder oog te hebben voor wat ze aanrichten? Of, zijn ze individualistisch maar met velen, een

beetje onrustig, en in staat op impulsieve wijze een hele kudde in beweging te krijgen? Het zijn vier zoogdieren, die elk gedrag vertonen dat overeenkomt met bestaande leiderschapsprofielen. Dit denken in analogieën helpt. Iedereen kan zich er iets bij voorstellen, vooral als hij of zij zich intuïtief aangetrokken voelt tot een van de diersoorten. Daardoor is in korte tijd in workshops een beeld te schetsen van het gedrag van de diersoort en de bijbehorende organisatie (leiderschapsstijl) in een geschetste toekomstige wereld. Hoe zou de olifant het aanpakken? Of de bever? Enzovoort.

Obvion Woonvisie 2030

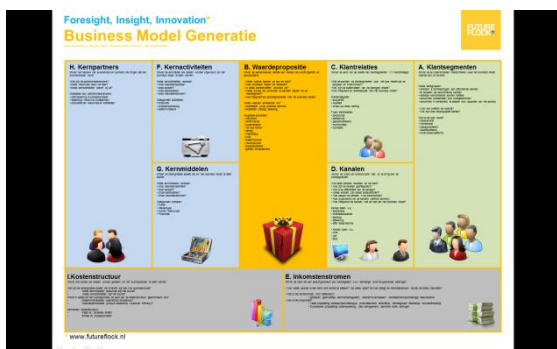
Deze aanpak van futurizing of 'omgaan met de toekomst' hebben we ervaren toen we de case van Obvion over Woonvisie 2030 hebben opgepakt. We hebben de aanpak van Obvion, die met haar hypotheek in een zeer turbulente wereld opereert. Om de toekomstbestendigheid te vergroten is besloten een toekomstvisie op wonen in 2030 te formuleren. Gestart is met het kijken naar de verre toekomst, te verkennen hoe anders wonen er in 2030 uit kan zien en niet te redeneren vanuit hypotheek. Tijdens een conferentie met een groot aantal personen uit verschillende gebieden is men, geïnspireerd door Adjiedj Bakas, gaan filosoferen. Zes woonwerelden zijn geschetst, waarin verschillende functies op het gebied van wonen, zorg, werk en ontspanning worden gecombineerd of aandacht bestaat aan de verduurzaming van het wonen. Vervolgens is een Obvion team aan de slag gegaan om proposities te formuleren; deze zijn later afgestemd en verder geconcretiseerd met klanten.



Obvion heeft tot slot een roadmap opgesteld; de stappen om van hypotheekverstrekker door te groeien naar bijvoorbeeld partij die woonoplossingen mogelijk maakt, wordt hierin beschreven. Aandacht is er voor de partnerships die gevormd moeten worden en de uitdagingen die er liggen op het gebied van compliance en dergelijke.

Aan de slag

De Yellow Cats hebben de oplossing van Obvion 'gechallenged'. Zij verplaatsten zich in de huid van een zogenaamde concurrent, met beren, olifanten, bevers of gnoe-gedrag. Gevoed met de toekomstbeelden van Obvion, gaven zij uitwerking aan hun strategie voor de toekomst op basis van het business model canvas van Alexander Osterwalder.



Tijdens de discussies zag je dat een ieder zich goed kon inleven in zijn rol. De gnoes hadden uitgebreide gesprekken en hadden wat meer tijd nodig om to the point te komen, de beren waren duidelijk bezig met het buitenhouden van concurrenten uit hun territorium en de bevers waren bezig met bouwen van burchten. Het leek alleen of de olifanten wat moeite hun draai te vinden... maar ook dat past!

Toolkit

Op de website is het business canvas terug te vinden en uiteraard ook de diverse presentaties. Ook tal van inspirerende filmpjes zijn verzameld en een artikel over scenarioplanning. Kortom een [prachtige toolkit](#) voor de Yellow Cats die voor hun eigen organisatie vervolgens graag verder aan de slag willen met futurizing en scenarioplanning.

Innoveren in 2014

Het programma voor 2014 is alweer in de maak. Juist blijven vernieuwen en zoeken naar inspiratie dat is waar de Yellow Cats voor staan. Meer lezen over de Yellow Cats in 2014, [klik hier voor de brochure](#). Meer weten over de Yellow Cats of over inspiratie voor innovatie en het realiseren van innovatieve ideeën, neem contact op met Ed Peelen of Karin Rigterink km@yellowcats.nl.