



Next Nature in ICT – Eventverslag

De gevolgen van digitalisering zijn overal zichtbaar. Tijdens het Sigmax event The Next Nature in ICT ging het niet alleen over het signaleren van ontwrichtende trends, maar vooral ook over de volgende stap. De grote vraag bij digitale transformatie is namelijk: Welke kansen en bedreigingen vormen deze ontwikkelingen voor bedrijven? Op dinsdag 21 maart vertelden meerdere sprekers hun verhaal. Over dromen, durven en doen in tijden waarin verandering de enige constante factor is.

Iedereen weet dat er een kloof tussen de business en ICT-afdeling bestaat. En al jaren proberen we deze te begrijpen en de verschillen te dichten. Pas als tussen de business en ICT synergie ontstaat, kun je echte resultaten bereiken. Met deze beknopte analyse van de grootste uitdaging waar ICT-managers mee worstelen, opende Commercieel Manager [Robbie Mulders](#) de middag in de bijzondere [Hazemeijer Fabriek](#) in Hengelo. Hij gaf het publiek mee dat om in deze moderne tijd tot resultaat te komen, een ICT-partner nodig is die hun begrijpt, kennis heeft van hun business en ondernemingen in staat stelt de focus te leggen waar het daadwerkelijk om draait: de eindklant.

Tornado raast door bedrijfsleven

Trendwatcher [Richard van Hooijdonk](#) staat bekend om zijn energieke en prikkelende manier van presenteren. In een aansprekend betoog reeg hij de laatste disrupties aaneen. En deed hij gewaagde uitspraken als: “Alle voorspellende en herhalende taken gaan we automatiseren. Robots gaan gigaveel banen overnemen.” Vervolgens liet hij zien dat door de robotisering werkelijk iedere branche opgeschud zal worden. Daarbij noemde hij in het bijzonder de auto-industrie en de belofte van zelfrijdende auto's. “Die is nu al twintig keer veiliger! Denk eens aan de gevolgen voor verzekeraars. Die hele branche moet onmiddellijk aan de bak. En daardoor wordt het straks ook op de eerste hulp veel minder druk!”

In een duizelingwekkend tempo stelde Van Hooijdonk zichzelf en het publiek vele vragen: "Gaan we ook relaties met robots krijgen? Hoe gaat de wereld eruit zien als onze kinderen al 150 gaan worden? Wat als apparaten dankzij het Internet of Things en Predictive Maintenance niet meer stuk gaan?" en "Hoe gevaarlijk is het als onze infrastructuur gehackt wordt?"

'Move now, prepare later'

Vanzelfsprekend had hij niet alle antwoorden in pacht. Maar door met het publiek over uiteenlopende kwesties in discussie te gaan, kregen toehoorders wel een duidelijk beeld van trends. Zo werd ook akelig duidelijk dat het in deze eeuw niet alleen maar hosanna wordt. Bedrijven krijgen in toenemende mate te maken met ethische kwesties en worden nu al op hun kop gezet door de instroom van een nieuwe generatie werknemers. Deze 'millennials' denken heel anders over werk, ICT en maatschappij. Van Hooijdonk besloot zijn verhaal positief. Hij daagde de managers in de zaal uit met hun jongere collega's op vakantie te gaan om tijdens een 'workation' de kansen van de toekomst te onderzoeken. En als dat misschien teveel gevraagd is, om in ieder geval inspiratie op te gaan doen bij start-ups en universiteiten. In ieder geval in beweging komen, voordat het te laat is.

Maar weinig mensen in het publiek hadden tijdens Next Nature 'Trust & Security Champ' op hun badge staan. Spreker [Tom van Gelder](#) van Microsoft wel. Hij benoemde direct dat hij voor een bijzonder bedrijf werkt waarin vooral de laatste vier jaar enorm veel is veranderd. Ook in zijn functietitels: veel sierden zijn kaartje en nu mag hij eigenlijk zelf bepalen wat hij er neerzet. Deze soepele, open houding tekent Microsoft. De ICT-gigant is veranderd van een handelaar in licenties voor statische software naar een innovatieve cloudspecialist. "Mobile-first staat voor digitaal transformeren voorop. Gebruikmakend van platforms in de cloud zodat je altijd en overal kunt werken", vertelde Van Gelder. De boodschap dat voor veel bedrijven nog een hele digitale wereld te winnen valt, stond centraal. Werknemers in staat stellen optimaal te werken, maar ook data. "Welke data heb je nu eigenlijk, waar staat deze, hoe ga je die consolideren en wat ga je ermee doen? Stel jezelf die vragen en ga aan de slag met tools om slimme inzichten te verkrijgen."

'Hoe we het altijd doen' verdwijnt nu echt

Net als zijn voorganger benadrukte Van Gelder het belang van jonge, frisse geesten in je onderneming. Hij vertelde over het grote aantal tieners en twintigers die Microsoft aanstelt. Zo kwam er ook een voorbeeld langs van een nieuwe situatie waar de eigen HR-afdeling enorm van schrok: voor het nabellen van een lange lijst mensen kun je ook via Facebook mensen inhuren die al binnen een paar uur zo'n klus kunnen klaren. Dat er nog bedrijven als zijn tandarts bestaan die het belang van digitalisering niet zien, begrijpt Van Gelder niet. "Een kaartje door de bus om te bellen voor een afspraak, dat kan toch niet meer?" Hij gaf aan dat iedere onderneming met disruptie van het businessmodel te maken gaat krijgen. Centraal in de veranderingen die je gaat doormaken staan je klanten en medewerkers. "Maar geef je mensen niet alleen de middelen; inspireer ze ook. Laat hen met goede ideeën voor verbeteringen komen."

[Timing](#) heeft deze raad reeds opgevolgd. Namens de uitzendorganisatie vertelde ICT-manager [Hetty Braam](#), samen met Robbie Mulders, hoe Sigmax het bedrijf heeft geholpen digitaal te transformeren en waarom ze de stap zette tot het opzetten van TimingFWD>>. [Freddy Wittelings](#) vertelde hoe deze dochterorganisatie van

Timing experimenteert met allerlei nieuwe businesscases en waarom dit als aparte entiteit beter functioneert dan binnen de eigen IT-afdeling. Dat TimingFWD>> mooie resultaten weet te boeken, komt voor een groot deel door de input van jonge werknemers en data, gaf Wittelings aan. Het zorgt voor een compleet nieuwe manier van werken: "In feite zijn wij iedere dag weer compleet nieuwe dingen aan het doen. Natuurlijk mislukken er ook wel dingen, maar hiermee zijn we beter voorbereid op wat er komende jaren op ons afkomt." De innovatiemanager liet zien dat de spruit van Timing allerlei scenario's voorbereidt: van 0-5 jaar, 5-15 jaar en 15-30 jaar in de toekomst. Op die manier ontwikkelen Hetty en Freddy nieuwe businessmodellen op basis van uiteenlopende trends in werken.

Voorkom een digitale kloof

Aan het einde van de middag vroegen veel bezoekers zich af of ze, in de woorden van Van Hooijdonk, nu tot het kamp van de zwarte, bruine of witte beren behoorden. Met andere woorden: hoe innovatief zijn ze nu zelf bezig binnen de eigen onderneming? De verschillende sprekers boden meerdere handvatten aan om aan de slag te gaan. Leer van jonge werknemers, creëer ruimte voor experimenten, onderzoek de veranderende behoeften van klanten, geef werknemers de beste tools en kijk heel kritisch naar wat je nu aan het doen bent. Digitaal transformeren is niet eenvoudig. Het begint met hoe Van Gelder het verwoordde: "We moeten nog veel meer met elkaar gaan samenwerken om te winnen."