

NOOIT

NORMAAL

NOG

Leesvoorbeeld

NOOIT NOG NORMAAL

LAURENCE JACOBS & OMAR MOHOUT

AAN DE SLAG IN EEN DIGITALE WERELD

PELCKMANS

Een snelcursus digi-taal, <i>Magali De Reu</i>	6
Voor- en dankwoord	8

BIG PICTURE

Inleiding	13
Corona, de grote stroomversnelling voor digitalisatie	19
De geboorte van de 'Omo sapiens', <i>Rik Vera</i>	25
Technologie is van levensbelang	31
Het start-uplandschap	37

ONDERWIJS

Inleiding	49
Extra kansen om kwetsbare leerlingen beter te bereiken, <i>Raymonda Verdyck</i>	56
Vrije toegang tot internet is een basisrecht, <i>Lieven Boeve</i>	60
BeCentral: de grootste digitale campus in Europa, <i>Laurent Hublet</i>	64
The world needs code, <i>Karen Boers</i>	67
De digitale kloof is ook een sociaal-economische kloof, <i>Charlotte Jacobs</i>	70
Zelf aan de slag	74

ARBEIDSMARKT

Inleiding	81
The Future of Work, <i>Bart Steukers</i>	87
Be the change, <i>Jeroen Franssen</i>	90
Kansen voor iedereen, <i>Youssef Kobo</i>	96
Mama's als ondernemers	99
Women in Tech	105
Zelf aan de slag	111

ONDERNEMERSCHAP

Inleiding	117
Starten als ondernemer is nog nooit zo gemakkelijk geweest, <i>Béatrice de Mahieu</i>	120
Het belang van accelerators, <i>Sven De Cleyn</i>	122
Bloovi, het mediakanaal voor alles digitaal, <i>Marnik D'hoore</i>	125
Digitalisatie zorgt voor onafhankelijkheid, <i>Joke Dehond</i>	127
Ondernemend zijn en ondernemerschap	131
Hoe creëer je impact als ondernemer?	137
Zelf aan de slag	140

MAATSCHAPPIJ EN MIDDENVELD

Inleiding	147
Van curatief naar preventief, <i>Luc Van Gorp</i>	157
Opstap naar meer sociale mobiliteit, <i>Alexander De Croo</i>	161
Digitalisatie in de gezondheidszorg, <i>Carole Absil</i>	165
Cultuur	169

SLOT

Over Laurence Jacobs	180
Over Omar Mohout	181
Eindnoten	182

Een snelcursus digi-taal

Het begrip 'digitalisering' roept bij veel mensen nog steeds gemengde gevoelens op. Creëert het harmonie in het onderwijs of brengt het meer ongelijkheid naar boven? Zorgt het voor werkgelegenheid of neemt het onze jobs weg? Zorgt digitalisering ervoor dat we dichter naar elkaar toe groeien of werkt het eerder polariserend?

Noem me naïef, maar op dergelijke vragen weegt het positieve antwoord door. De reden is simpel: de digitalisatiegolf maakt ons menselijker. Je ziet het aan de manier waarop studenten plots meer ruimte krijgen om samen te werken en creativiteit aan de dag te leggen. Je ziet het aan de wijze waarop digitalisatie benut wordt om menselijk kapitaal beter in te zetten op de arbeidsmarkt. Je ziet het aan de meest innovatieve businessmodellen die uit die digitale golf zijn ontsproten, die mensen efficiënter en gelukkiger maken. De coronacrisis heeft zulke ontwikkelingen uiteraard enorm versneld. Toen we plots met z'n allen aangewezen waren op Zoom-meetings, snakten we naar een babbel met collega's aan de koffiemachine. E-commerce en het online bestellen van maaltijden boonden, maar meer dan ooit misten we de fysieke winkelbezoeken en eten-tjes op restaurant. En zo zijn er honderden, misschien zelfs duizenden voorbeelden.

Alleen zie ik nog zoveel mensen die de digitalisering van onze samenleving niet naar hun hand durven, kunnen of willen zetten. Criticasters steken het op België als land dat steevast achterophinkt, maar dat argument is volgens mij voorbijgestreefd. Wat als we de kansen en opportuniteiten wel zien, maar niet weten hoe we ermee aan de slag moeten? Wat als we ermee aan de slag willen, maar überhaupt geen toegang hebben tot de juiste tools? Wat als we simpelweg het benodigde netwerk missen? Zelf had ik geluk: toen ik in 2015 mijn copywriting-business uitbouwde, had ik alle handvatten om er wat van te maken. Drie jaar later ben ik op de golf van onlineshows en podcasts beginnen surfen met mijn talkshow *Er mag al eens* (voorheen *Techmag*). Alleen was het bijzonder veel experimenteren en zoeken, en niet iedereen heeft de middelen om daarin te investeren.

Nooit nog normaal is daarom het boek geworden dat ik zes jaar geleden had willen lezen om nog sneller mijn weg te vinden door het digitale landschap. Het is als het ware een snelcursus voor iedereen die de digi-taal onder de knie wil krijgen, op welke manier dan ook.

Magali De Reu

Storyteller & interviewer

VOORWOORD

Reeds voor de coronacrisis was digitaal (het nieuwe) normaal voor ons. Alomtegenwoordig in ons privé- en werklevens, waar het een extra dimensie vormt. Het geeft ons de mogelijkheid om veel meer te halen uit ons onderwijs, onze professionele activiteiten en onze vrije tijd anders in te vullen. Digitaal gecombineerd met, en als *enabler* voor, een ondernemende mindset kan ons allen vleugels geven. En wij helpen jou als lezer graag je vleugels uit te slaan in deze *brand-new world*.

Elisabeth Torfs, die als uitgever een neus heeft voor de grondstromen en aardverschuivingen in de maatschappij, contacteerde initieel Omar Mohout, die zich dagelijks gepassioneerd met digitaal bezighoudt. Het doel was om een boek te schrijven voor het grote publiek dat de vele facetten van digitaal onder de loep neemt en in heldere mensentaal uitlegt, gekruid met relevante ervaring en op smaak gebracht door praktische handvatten aan te reiken om te leren, werken en ondernemen in (digitale) tijden.

Maar digitaal is een zodanig ruim (en magisch) universum op zich dat een enkeling onmogelijk met kennis van zaken kan spreken over zoveel domeinen. Dus van meet af aan werd al duidelijk dat experts uit het veld aan het woord laten over de impact van digitaal op hun domein de goede opzet is.

En zo geschiedde. Om dit titanenwerk tot een goed einde te brengen werd het team uitgebreid met Dirk Remmerie en Laurence Jacobs. Zij zouden elk vanuit hun eigen achtergrond, Dirk als journalist en Laurence als technologie-aficionado bij Agoria, op zoek gaan naar de digitale *movers and shakers* in onze maatschappij en via interviews te weten ko-

men welke grote en kleine opportuniteiten er schuilen in het 'nooit nog normaal'. Zoals Michelle Obama het gevat verwoordde: 'We need a better normal.' Het zou de baseline kunnen zijn van dit boek.

We hebben genoten van de vele interessante gesprekken. De bereidheid om mee te werken, de inzichten en perspectieven van de geïnterviewden hebben ervoor gezorgd dat we veel hebben bijgeleerd en het heeft ons geïnspireerd. We willen allen hartelijk bedanken voor de geschonken tijd.

Het boek bevat vier grote domeinen: onderwijs, arbeidsmarkt, ondernemerschap en maatschappij. Het was niet onze bedoeling om zeer diep te gaan, eerder willen we de lezer inspireren en motiveren om zelf actie te ondernemen. Elk hoofdstuk luiden we in met enkele highlights, we schetsen een algemeen beeld van digitalisatie in het domein en dan laten we de experts op jullie los. We sluiten het geheel elke keer af met een 'zelf aan de slag'-stukje.

Verwondering is niet alleen de basis van alle filosofie maar ook het begin van een leertraject. En nu is het aan jou, beste lezer, om in onze voetsporen te treden en aan de slag te gaan, in deze wonderlijke nieuwe wereld!

Hoofdstuk 1

Leesexemplaar

BIG PICTURE

Lease Exemplaar

Leesexemplaar

INLEIDING

'The world IS CHANGED, I feel it in the water, I feel it in the earth.
I smell it in the air. Much that once was is lost; for none now live
who remember it.'

J.R.R. Tolkien, *The Lord of the Rings*

HET LIJDT GEEN TWIJFEL dat de maatschappij door een grote transformatie gaat gedreven door digitalisering. Of we het nu willen of niet, je kunt er niet meer omheen, de afgelopen jaren stonden meer dan ooit in het teken van digitalisatie. Internet, tablet en smartphone zijn de voornaamste publieke ruimte geworden om met elkaar verbonden te zijn en te communiceren. Digitaal is de nieuwe zwaartekracht: overal en altijd aanwezig, onzichtbaar, met een impact op alles en iedereen. Digitaal is eveneens een krachtige economische hefboom en een vliegwiel voor innovatie en ondernemerschap. Start-ups spelen hierin een sleutelrol. En ook hier: je kunt niet meer om start-ups heen. Ze zijn met voorsprong de kenmerkende bedrijfsvorm van dit digitale tijdperk.

Het internet in België is een kwarteeuw jong, met de allereerste internetverbinding in 1989. Wie had kunnen denken dat het tot een ware explosie zou leiden aan bedrijven en bedrijfjes die dankzij die verbinding in contact staan met de hele wereld. Het doet denken aan een mooie uitspraak van wijlen Lode Craeybeckx, oud-burgemeester van Antwerpen : 'Steek hier je hand in water en je bent in contact met de wereld.'

De snelheid waarmee alles verandert maakt het moeilijk te geloven dat we nog maar aan het begin van de digitale revolutie staan. En die snelheid neemt alsmaar toe. Het is die adembenemende versnelling die ons verlamt. Eergisteren waren het apps, gisteren virtuele realiteit, vandaag internet der dingen, morgen artificiële intelligentie en overmorgen blockchain of iets anders. Het scala aan technologische mogelijkheden is schier onuitputtelijk, zo lijkt het wel. Individuen en organisaties vinden

het alsmaar moeilijker om hun weg te vinden in de technologie-jungle. Ondanks die uitdagingen is één ding zeker: organisaties willen steeds meer digitaal worden.

Maar wat is 'digitaal' eigenlijk? Voor de ene is het een synoniem voor technologie. Voor de andere is het een hefboom om nieuwe bedrijfsmodellen te lanceren. Voor nog anderen is het een enorme opportuniteit om groei te realiseren tot ver buiten de landsgrenzen. Digitaal biedt duidelijk kansen maar wordt eveneens gezien als een bedreiging. Maar even duidelijk is dat de weg vrij is om met 'digitaal' waarde te creëren. Het overgrote deel van onze economie zijn diensten. Het digitaal aanbieden van die diensten ontkoppelt ze van tijd en ruimte. Denk bijvoorbeeld aan een dienst zoals online bankieren, die dankzij gebruiksvriendelijke apps dag en nacht beschikbaar en gebruiksklaar is. Digitale diensten zijn niet enkel een digitale versie van een bestaande dienst maar leiden ook tot nieuwe diensten en bedrijvigheid. Kijk bijvoorbeeld naar de My Bpost-app, die toelaat pakjes op te halen en te verzenden vanuit geconnecteerde locers die overal in het straatbeeld opduiken.

Technologie, en dus ook digitale technologie, is niet meer dan een hefboom. Net zoals het wiel, een van de oudste technologieën van de mensheid, ons helpt om met weinig inspanning een last te verplaatsen. Maar om voluit als hefboom te worden ingezet had het wiel wegen nodig. Net zoals digitale technologie pas kon renderen toen we allemaal geconnecteerd werden door een digitale snelweg: het internet en de smartphone. Niet toevallig noemen economen technologie 'the only free lunch'. De digitalisering kan ons bijzonder veel welvaart opleveren.

Als we naar de toekomst kijken, dan zijn we geneigd ons vooral op de voortschrijdende techniek te focussen, maar de echte veranderingen zitten ergens anders: in de impact op de maatschappij en de economie, zoals we in dit boek zullen toelichten. De digitale revolutie doet veel, indien niet alle, economische grondvesten daveren en maatschappelijk is er al een afgetekende gedragsverandering die plaatsvindt. Dat is digitale transformatie, die in elk hoekje van ons bestaan binnendringt. De consument in ons heeft in een decennium tijd de macht gegrepen uit de handen van bedrijven en organisaties. Het zijn consumenten die de regels maken in een digitale wereld, want met één click kan hij of zij van leverancier veranderen. Dit is geen tijdperk van verandering, het is een verandering van tijdperk. Dat tijdperk is ook geopolitiek vorm aan het krijgen met oplopende conflicten en spanningen over handel en economie, waarbij de technologiesector de vooruitgeschoven post is. Want zowel in Wa-

shington als in Beijing wordt de controle over de nieuwe technologieën gezien als bepalend voor de toekomstige wereldorde. Tijdens het Nationale Volkscongres van 2020 kondigde de Chinese Communistische Partij aan dat ze 1400 miljard dollar zou uitgeven aan digitale infrastructuur zoals 5G-netwerken, industrieel internet, datacenters en artificiële intelligentie. De VS daarentegen willen hun digitale dominantie verder versterken en beschermen. Hun overwicht wordt duidelijk als je ziet hoeveel van je tien meest gebruikte apps op je smartphone van Amerikaanse makelij zijn. Dat is de ware inzet van de handelsoorlog tussen China en de VS.

We leven in een wereld waarin software niet alleen alles wat digitaal is aandrijft, maar ook elke industrie op haar kop zet. 'Onze industrie heeft geen respect voor traditie, alleen voor innovatie', vat Microsoft-CEO Satya Nadella het goed samen. Vandaar dat de huidige toonaangevende bedrijven in een veelheid van sectoren allemaal software(gedreven) bedrijven zijn. In België is dat niet anders. De grootste vastgoedmakelaar (Immoweb), radiozenders (Radionomy), zoekertjes (tweedehands.be), cartograaf (Tele Atlas), verrekenkantoor (SWIFT), humanresourcesdiensten (NorthgateArinso) en dating (Twoo) zijn allemaal software(gedreven) bedrijven. In entertainment is Netflix niet te negeren, net zoals Zalando, Bol.com en Coolblue in e-commerce en HelloFresh en Foodbag in maaltijden.

Voor dienstengerichte bedrijven is de software-impact al langer duidelijk, en we weten ook al hoe software de maakindustrie zal opslokken: door robots en 3D-printing. Software is geen aparte industrie meer, die manier van denken is compleet achterhaald. Dat is hetzelfde als alle bedrijven uit de twintigste eeuw bestempelen als pen-en-papierbedrijven enkel en alleen omdat ze teksten neerschreven en berekeningen op papier maakten.

In deze nieuwe digitale wereld waarin *software eats the world* is het *software eats jobs*-effect nu al duidelijk. Jobcreatie is nu eenmaal geen bedrijfsdoelstelling maar een noodzaak. Arbeid is voor bedrijven een hefboom voor waardecreatie. Waardecreatie voor wie? Voor de klanten en de aandeelhouders. Een digitaal bedrijf gebruikt vooral technologie, geen arbeid, als hefboom voor waardecreatie.

In de oude economie werd waarde gecreëerd door het samenbrengen van kapitaal, arbeid (energie) en grondstoffen. Anders gezegd, waarde kwam van 95 procent transpiratie en 5 procent inspiratie. In de digitale economie wordt waarde met weinig arbeid maar vooral met veel creativiteit gecreëerd. Met andere woorden, 95 procent inspiratie en 5 procent transpiratie. Dit zorgt voor een verschuiving in de creatie van rijkdom;

het eeuwenoude dogma dat enkel kapitaal, land en arbeid voor rijkdom zorgen staat onder druk in een digitale wereld.

Een grote economische zorg bij de burgers van dit land is het in stand houden van de sociale zekerheid. Jobs dragen bij aan de draagkracht van het socialezekerheidsstelsel. Nieuwe jobs worden vandaag gecreëerd door relatief kleine entiteiten die weinig arbeid nodig hebben, terwijl bestaande jobs in grote bedrijven massaal voor de bijl. gaan. Als het netto aantal jobs wegsmelt, dan kan een kind voorspellen dat er noch van het 'sociale', noch van de 'zekerheid' veel zal overblijven.

En dus gaan we van een collectieve naar een individuele verantwoordelijkheid zonder aan het principe van solidariteit te raken. Dat kan, want ook solidariteit is begrensd, behalve in Utopia, door de collectieve draagkracht van de gemeenschap. Solidariteit is geen mozaïsch 'oog om oog' maar ook geen evangelisch 'de andere wang toekeren', hoe nobel ook. Solidariteit houdt in dat men de zelfredzaamheid van het individu bevordert. Met de oude wijsheid: 'Geef een mens een vis en je geeft hem voor een dag te eten; maar leer een mens vissen en je voedt hem zijn leven lang.' Ondernemerschap is niets anders dan zelfredzaamheid in de praktijk brengen en economie is in essentie elkaar ondersteunen. Vanuit het leidende principe, dat vertrekt van zelfredzaamheid, kunnen solidariteit, verbondenheid en maatschappelijk engagement gecreëerd worden. Niet toevallig zijn verandering, zelfredzaamheid en ondernemerschap de kernwoorden en -waarden van topeconoom Peter De Keyser. De welvaartsstaat zelf kan door digitalisatie versterkt worden: efficiënter, transparanter en proactiever. Ook voor het individu is zelfredzaamheid de sleutel tot onafhankelijkheid en zelfontplooiing, zolang we ook goed beseffen dat ieders lot met dat van een ander verbonden is.

In de woorden van Fons Leroy, voormalig gedelegeerd bestuurder van de Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding (VDAB): 'Wat ik wel in mijn eenentwintigste-eeuwse vaardigheden benoem, is dat ondernemingszin ook net een van die eenentwintigste-eeuwse vaardigheden is. De werknemer van de toekomst zal een ondernemende werknemer zijn. Het initiatief zal ook veel meer bij hem gelegd worden, hij zal ook zijn eigen loopbaan veel meer in handen moeten gaan nemen. Zonder die kerncompetentie ondernemingszin raak je nergens.'

De kern van een goed functionerende economie is dat iedereen initiatief kan nemen. Laten we daar dan ook maximaal gebruik van maken en de *Gründergeist* promoten. Ondernemerschap is geen teken van uitzonder-

lijkheid, maar onze primaire natuur. Tot in de negentiende eeuw was iedereen ondernemer, moest iedereen zijn/haar eigen boontjes doppen in vaak zeer moeilijke omstandigheden. En falen was toen simpelweg geen optie. Het concept van de moderne werknemer is pas ontstaan met de industriële revolutie. De omgekeerde beweging is nu ingezet en de pendel gaat weer richting ondernemen als de facto standaard voor een inkomen. De drive om te ondernemen en de zaken aan te pakken, of het nu in het onderwijs is, op de arbeidsmarkt of bij het lanceren van een eigen zaak, is de motor voor de eigen en collectieve groei, ongeacht of het als zelfstandige of loontrekkende is. Niet toevallig kiezen we ervoor om op die domeinen dieper in te gaan in de volgende hoofdstukken, telkens bekeken door de bril van digitalisatie, technologie en data. We kijken naar de invloed op ons leven en samenleven en groeperen de domeinen rond de belangrijkste lijnen in een mensenleven. We doen dat op een praktische en pragmatische manier, met voorbeelden van hier. Want de blauwdruk voor een digitale transformatie vind je niet in Silicon Valley. We moeten die zelf uittekenen op maat van onze behoeften. Waarbij we niet technologie maar de mens centraal stellen en de nodige middelen aanreiken om aan de slag te gaan, ondernemen dus. En digitaal zien als een enorme opportuniteit die een nieuwe boeiende kansrijke wereld inluidt.

En daarmee zijn we aanbeland bij de titel en het onderwerp van dit boek:

NOOIT NOG NORMAAL



**VAAK MOET ER EERST IETS GEBEUREN
VOOR ER IETS GEBEURT**

JOHAN CRUIJFF

Leesexemplaar