



PHILIP IDENBURG (BeBright)

Philip Idenburg werkt als zelfstandig consultant en interim-manager, met name in de financiële dienstverlening. "Als trendwatcher en scenarioplanner houd ik marktontwikkelingen in de consumentensector en economie in de gaten en publiceer daarover. Mijn focus ligt echter in het samen met het management van organisaties vertalen hiervan naar strategie en vooral strategische innovatie."

Idenburg was tot eind 2003 senior vice president corporate strategy en adviseur van de raad van bestuur van de Rabobank

Groep. Vanuit deze functie is hij de initiator en projectmanager van het 'Oog voor de Toekomst'-project, het overkoepelende, Rabobank Groep-brede scenarioplanning-project waar inmiddels meer dan 1.600 medewerkers en klanten van de Rabobank bij zijn betrokken. "Mijn fascinatie is hoe om te gaan met de onvoorspelbare kant van de toekomst. Het volgen van trends en ontwikkelingen is heel interessant, maar de werkelijke strategische kansen én risico's liggen in het onzekere verscholen." Idenburg gelooft dat innovatie alleen mogelijk als "we niet alleen nadenken over wat er nu gebeurt, maar ook stilstaan bij wat er in de nabije toekomst kan gebeuren". "Geen sciencefiction, maar zorgen dat je met elkaar net even wat verder kijkt dan je concurrent, want 'Thinking outside the box is a good thing, because inside the box is where everybody else hangs out!'"

BELANGRIJKE KLANTEN? "Als voormalig adviseur en corporate strateeg van de raad van bestuur van de Rabobank Groep heb ik veel gewerkt voor financiële dienstverleners als Robeco, ING, Zurich Financial Services en UBS. Maar daarnaast voor interessante klanten als de Bloemenveiling Aalsmeer, KLM, NUON, Randstad, UPC, het Academisch Ziekenhuis Utrecht, Schiphol en Reed Elsevier. Allemaal bedrijven die in competitieve markten opereren, dan wel geconfronteerd worden met grote externe ontwikkelingen en onzekerheid."

WAAROM IS TRENDWATCHING BELANGRIJK?

"Het succes van organisaties en hun strategie start met een goed beeld van huidige ontwikkelingen (trends) en een goede visie op de toekomst (scenario's, c.q. toekomstbeelden). Noodzakelijk voor een organisatie om werkelijk een strategisch concurrentievoordeel te bereiken. Vaak wordt deze taak toebedeeld aan een afdeling strategie of belegd bij de marketingafdeling, en komt dit alles één keer per jaar ter sprake tijdens de SWOT-analyse in de businessplanningscyclus. In een wereld waar ontwikkelingen

elkaar zo snel opvolgen, is dat onvoldoende en zal juist de top van het bedrijf zich veel nadrukkelijker en regelmatigiger bezig moeten houden met het in kaart brengen en volgen van die externe ontwikkelingen. Waarbij ons werk als trendwatchers pas echt tot z'n recht komt als we met het management de vertaling maken naar strategie en innovatie."

TOEKOMSTVISIE? "De hele wereld loopt momenteel achter China aan. Ontegenzeggelijk is China een economische grootmacht geworden waarvan elk bedrijf de ontwikkelingen moet volgen. Ik denk echter dat het goed is om ons af te vragen hoe dit land zich de komende tien jaar politiek zal gaan ontwikkelen. Er zullen nog de nodige hobbels te nemen zijn en politieke onrust zal een direct effect hebben op economische groei en stabiliteit."

BESTE VOORSPELLING IN DE AFGELOPEN JAREN?

"Enige tijd geleden kwam ik een presentatie van mezelf tegen uit 2000. Daarin heb ik aan een opdrachtgever in de financiële dienstverlening aangegeven dat transparantie en vertrouwen steeds belangrijker zouden worden. Op dat moment had ik nog niet kunnen inschatten wat de impact van een geschaad vertrouwen bij consumenten en institutionele beleggers zou zijn, maar de eerste tekenen waren er al wel."

GROOTSTE VERGISSING IN DE AFGELOPEN JAREN?

"Een gebied waar wij als beroepsgroep vaak de mist in gaan, is het voorspellen van de snelheid waarmee consumenten nieuwe technologie overnemen. Een pregnant voorbeeld is de veiling van de UMTS-licenties, die KPN tot de rand van de afgrond heeft gebracht. Tegelijkertijd hebben we gezien dat het gebruik van sms na een langzame start opeens exponentieel veel sneller groeide dan verwacht."

www.bebright.eu