



Lotte de Bruijn

Hokjes

Digitalisering drukt een stempel op bedrijvenlandschap, concludeerde het CBS onlangs. Dat is geen opzienbarende conclusie natuurlijk. Heb je een beetje ontwikkelde radar voor maatschappelijke trends, dan zullen de onderliggende statistieken je ook niet verrassen. Er zijn nu bijvoorbeeld veel minder winkels die computers, fotocamera's of software verkopen. Dat zal alles met de opkomst van smartphones te maken hebben. Die zijn computer, camera en softwarewinkel in één. Het aantal telefoonwinkels is de afgelopen tien jaar dan ook juist flink toegenomen. Het CBS ziet verder dat de fysieke winkels voor cd's en dvd's sinds 2007 zo goed als verdwenen zijn. Ook daar heeft de digitalisering toegeslagen. Ik vraag me wel af hoe het CBS de Netflixen en Spotify's van deze wereld ziet. Zijn dat webwinkels? Uitgevers van geluidsopnamen? Distributie van film en tv-programma's?

Daar zit meteen het probleem van dit soort cijfers. De digitale transformatie laat zich moeilijk in officiële statistieken vangen. Neem de categorie IT-dienstverleners, één van de sterkste stijgers in de cijfers van het CBS. Het aantal bedrijven in die categorie is de afgelopen tien jaar verdubbeld. We hebben het dan over een bonte verzameling IT-bedrijven als grote adviesbureaus, softwarebedrijven, freelance developers, systeembeheerders, cybersecurity-bedrijven... Voor de ontwikkelingen binnen onze sector schieten deze cijfers dus tekort.

Voor de duidelijkheid; ik ben blij dat het CBS rapporteert over de invloed van digitalisering. Het is goed om cijfers te hebben die belangrijke keuzes over de digitale economie kunnen onderbouwen. Ik vraag me wel af of de bestaande hokjes nog wel recht doen aan de snel veranderende werkelijkheid. Zo hebben ijssalons een eigen categorie, maar moeten datacenters, hosters, en andere onderdelen van de digitale infrastructuur samen een hokje delen. Gezien het grote belang van deze bedrijven in onze data-gedreven economie, vind ik dat veel te weinig eer.

Bovendien houdt digitalisering zich niet aan hokjes. Relevante ontwikkelingen gaan dwars door alle sectoren heen. Zo hebben alle snelgroeiende bedrijfstakken die het CBS noemt waarschijnlijk behoefte aan mensen met digitale vaardigheden. In de digitale economie passen werknemers ook steeds minder in bestaande hokjes. Van werknemers wordt in de toekomst veel flexibiliteit verwacht.

Nederland ICT is dan ook een voorstander van een leven lang leren. Die term ligt niet bij iedereen even lekker, zo las ik in twee columns in het FD en op RTLZ. Daarin betogen onderzoeker Saskia Nijs en econoom Marieke Blom dat een leven lang leren nog te veel uit gaat van bestaande instituties. Bovendien mag je van veel mensen niet verwachten dat ze zichzelf telkens opnieuw bijscholen en opnieuw uitvinden. Terechte kritiek. Zoals het gaat met modewoorden, lijkt een leven lang leren ineens de oplossing voor alles. Dat is het niet natuurlijk. Ik zie het meer als een onderdeel van een breder pakket aan maatregelen om de manier waarop we werken te veranderen.

De innovatieve kracht van ICT werkt twee kanten op. Door digitalisering transformeren branches, verdwijnen beroepen, komen er nieuwe beroepen bij en verandert uiteindelijk het hele concept van een carrière. Maar digitalisering biedt ook de ruimte en instrumenten om met deze verandering om te gaan. Laten we met big data de arbeidsmarkt transparanter maken. Laten we experimenteren met nieuwe vormen van belonen. Laten we opleidingen meer personaliseren, zodat we ieders talent maximaal benutten. Digitale geletterdheid moet een vast onderdeel worden van ons onderwijs, zodat kinderen al vroeg leren hoe ze ICT kunnen gebruiken om hun doelen te bereiken. ICT is de motor én het stuur.

Lotte de Bruijn is directeur van Nederland ICT.

Reageren?

lotte@nederlandict.nl