



How Not to Waste A Good Crisis

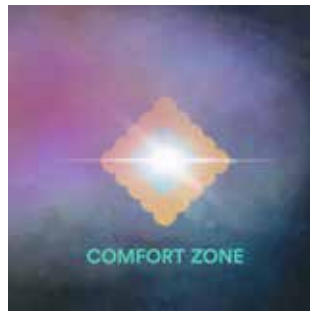
Tijdgeest 2024

Als we de huidige tijdgeest moeten samenvatten, komt één woord wel heel vaak voor: crisis. Op werkelijk alle maatschappelijke vlakken lijkt het toepasbaar en ze lijken allemaal samen te hangen, als een web van crises. Crisis, of crises, wordt afgewisseld met termen als oorlog, inflatie, energiearmoede en opwarming van de aarde. Ontwikkelingen die ons raken, benauwen en zorgen voor onrust en angst. Of ons juist aanzetten tot actie. Maar als al die crises samenhangen met elkaar, waar begin je dan met het zoeken naar oplossingen? Terwijl negatieve gevoelens stijgen, daalt tegelijkertijd het vertrouwen in de politiek en de economische toekomst. Waar gaat dit heen?

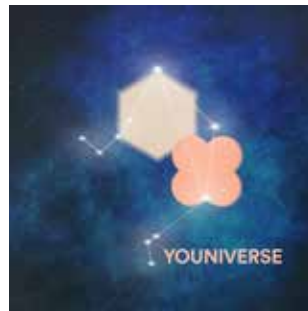
Al met al niet bepaald een rooskleurig beeld op het eerste gezicht. De toekomst kan hierdoor gezien worden als iets naars, een vijand. Als we tegenover een vijand staan kunnen we als mensen verschillende reacties laten zien. De één vecht, de ander schuilt, bevriest of gaat juist pionieren. Vier natuurlijke reacties op gevaar. De tijdgeest van 2024, 'How Not To Waste A Good Crisis', draait om hoe we kunnen omgaan met de crisis. Kunnen we de crises misschien ook in ons voordeel gebruiken? De volgende vier waarden-trends zijn gekoppeld aan de bovenstaande menselijke reacties en geven vorm aan deze tijdgeest.



EQUALIFE



COMFORT ZONE



YOUNIVERSE



ELUSIVE

EQUALIFE

Bij mensen die de crises het liefst vechtend te lijf gaan, past de waarden-trend Equalife. De naam komt van equalize, oftewel gelijkmaken. Het oude systeem, vol armoede, grondstoffenschaarste, klimaat- en energiecrises, polarisatie en emancipatie moet in balans gebracht worden. Zo creëren we een gelijkere en duurzamere wereld. Niet alleen op gebied van klimaat, maar ook op wat betreft het sociale milieu. We doen het bovendien samen: we helpen onszelf en anderen. Weschamen ons hier voor de gevolgen van klimaatverandering op andere plekken op aarde. We willen dus het juiste doen voor de wereld. Om deze grote disbalans te bevechten, grijpen we naar oude technieken en de natuur. We beseffen steeds meer dat we niet ván de natuur moeten leven, maar áls de natuur: alsof we de natuur zijn. Dit nieuwe evenwicht bereiken we door creatief te denken en doen en ons te richten op oplossingen.

Voorbeelden van Equalife in de praktijk

De eigenaar van Patagonia, een merk voor outdoor kleding, heeft zijn bedrijf weggegeven aan een non-profit organisatie

zodat alle winst ten goede komt aan de strijd tegen klimaatverandering. In Rotterdam onderzoekt men hoe men voor de wol van de eigen schaapskudde een nieuwe toepassing kan vinden in bijvoorbeeld de industrie zodat deze niet langer verbrand hoeft te worden. De gemeente Haarlem verbiedt vleesreclames in de openbare ruimte vanwege de impact van vlees op het klimaat.

Aanknopingspunten voor de Groenbranche

Binnen deze trend is balans enorm belangrijk. Hoe kan het gebruik van groen meer balans brengen in en om het huis. Het milieuaspect is hiervan een belangrijk onderdeel, maak dit duidelijk op de productverpakking. Producten waarbij in de productie weinig energie verbruikt wordt heeft plotseling een positief verkoopargument. Hoe kan je als bedrijf, van leven van de natuur opschuiven naar leven met de natuur? Niet alleen wat betreft de consument maar ook binnen de organisatie is balans belangrijk: hoe is het gesteld met gelijkheid en inclusiviteit op de werkvloer? Ook dit zal bij de consument meegenomen worden in de aankoopbeslissing.

COMFORT ZONE

Ook schuilen is een manier om de crises het hoofd te bieden, dat is de gedachte achter Comfort Zone. In een veilige en vriendelijke bubbel sluiten we ons af van de grote, boze wereld. Die wereld is gevuld met wantrouwen, oorlog, crises, zorgen om dataprivacy, het verlies van fysieke loketten, slechte mentale gezondheid en de vorming van angst en polarisatie. Denk aan de oorlog in Oekraïne, het lage vertrouwen in de politiek en de toenemende populariteit van complottheorieën. Dit zorgt voor dreiging, overprikkeling en wantrouwen. Een beter systeem? Ja graag, maar wel in kleine stapjes waarmee we beetje bij beetje opschuiven. Ondertussen proberen we de ellende op afstand te houden door te schuilen in kleine, gelijkgestemde sociale groepen.

Voorbeelden van Comfort Zone in de praktijk

Op TikTok ontmoeten gelijkgestemden elkaar op basis van

hun smaak in boeken of hobby's. Zo ontstaan er nieuwe sociale groepen. Ander voorbeeld: de RegioBank opent als 'buurtzame bank' weer lokale loketten. De hang naar nostalgie en grip zorgt ervoor dat cassettebandjes en fotorolletjes een comeback maken.

Aanknopingspunten voor de Groenbranche

Hoe creëer je comfort voor consumenten? Wees transparant over wat er met data gebeurt, bijvoorbeeld van klantpassen, nieuwsbrieven etc. Faciliteer het samenbrengen van mensen: organiseer een plantenworkshop of een uitje waar klanten gelijkgestemden kunnen ontmoeten. Planten en bloemen kunnen het kleine geluksgevoel in en om het huis sterk beïnvloeden, maak dit duidelijk. Groen doet je alle zorgen even vergeten. En vooral: geef consumenten duidelijkheid en wees eerlijk over het product, neem wantrouwen weg.

YOUNIVERSE

Bevriezen is ook een manier om om te gaan met extreme omstandigheden. De waardentrend Youniverse gaat uit van dit gegeven en heeft met name betrekking op millennials en generatie Z, de jongeren. De lat ligt hoog, mede door social media, wat stress veroorzaakt. Tegelijkertijd ligt er een wereld aan mogelijkheden aan hun voeten door krapte op de arbeidsmarkt. Er is dus sprake van extreem contrast. Tegelijkertijd ligt de coronacrisis nog vers in het geheugen. Vooral jongeren ervaren dat er opeens nog maar weinig kon, wat zorgde voor gevoelens van machteloosheid. Zij bewaken hun welzijn door grenzen te stellen en controle te zoeken. Er is behoefte aan comfort, luxe en slow living. Ambitie zit niet langer in de hoek van meer, beter en sneller maar in andere waarden zoals je goed en (mentaal) gezond voelen. Een voorbeeld hiervan is het zogenaamde quiet quitting. Jonge werknemers trekken massaal hun eigen grenzen en willen niet meer overwerken. Youniverse staat voor goed voor jezelf zorgen en continu je grenzen aangeven. Dit leidt tot een behoefte aan luxe, comfort en slow living.

Voorbeelden van Youniverse in de praktijk

Friesland Campina neemt de tijd met een commercial van vier minuten. Met de app Feelee breng je je emoties in kaart. En met MuseumVrij maken 450 musea het werknemers extra makkelijk om onder werktijd het museum in te duiken en daar tot rust te komen.

Aanknopingspunten voor de Groenbranche

Door de opkomst van slow living is er behoefte aan rust. Dat bloemen en planten goed zijn voor de stressreductie dat weten we. Ook de verzorging, die zo vaak als nadeel van groenproducten wordt genoemd, kan juist voor rust en ontspanning zorgen. Breng verzorgingstips meer als een ritueel onder de aandacht, een ritueel dat zowel belangrijk is voor de plant als zijn verzorger. Extreme luxe en uitzonderlijke planten komen meer in de aandacht te staan. Hier hoort dan ook een uitgebreide verzorgingslijn bij.

ELUSIVE

De laatste waardentrend van 2024 heeft als essentie het pionieren. In het huidige mondiale systeem zijn alle tandwielen vastgelopen. Doorgaan op deze ingeslagen weg lijkt zinloos en vooral destructief. We moeten dus radicaal op zoek naar hervorming, op ieder gebied. Durven denken en experimenteren buiten de gebaande paden, zonder taboes en grenzen. Nieuwsgierigheid, innovatie en technologie spelen een belangrijke rol in deze trend. Ze zorgen voor kansen die we voorheen niet konden bevatten en opeens lijkt alles mogelijk. Dit resulteert in een behoefte aan creativiteit, vrijheid en nieuwe spelregels. Voorbeelden? Denk aan de Metaverse, NFT's en crypto. Maar ook aan digitale kunst op basis van AI (artificial intelligence) en ChatGPT. (deze tekst is overigens heel traditioneel door een mens geschreven).

Voorbeelden van Elusive in de praktijk

De ontwikkeling van The Line Neom, een futuristische stad in

Saudi-Arabië. De stad wil 95% van de natuur behouden, met nul auto's, nul straten en nul koolstofemissies. Alle essentiële dagelijkse diensten, zoals scholen, medische klinieken, vrijetijdsvoorzieningen en groene ruimten zijn binnen vijf minuten lopen te bereiken. Van een andere orde is de artiest Stromae die zich niet presenteert als man of vrouw, maar zonder definitie. Of de Metaverse waarin sporten, wonen, kunst en mode worden gepresenteerd in een nieuwe dimensie.

Aanknopingspunten voor de Groenbranche

Probeer out-of-the-box te denken en oude ideeën los te laten. Wat gaat de metaverse betekenen voor het gebruik van bloemen en planten, hou vinger aan de pols. Daarnaast zullen er meer AI programma's komen zoals Dal-E, waarmee het creëren van nieuwe visuele beelden voor bijvoorbeeld website of social media heel veel makkelijker en goedkoper wordt.