

REPORTAGE

VOORSPEL EENS EEN TREND

2012 EN DE TECHNOLOGIE



door
Jamie Biesemans



WIE?
Herman Konings
WAT?
Trendwatcher en
toekomstonderzoeker
bij Pocket Marketing/nXt

Tussen de kerstkalkoenen en nieuwjaarsdrinks door willen mijn gedachten al eens afdwalen naar Levensbelangrijke Levensvragen. Niet dat er iets mis is met de cuisson van de kalkoen hoor. Topgerechtje. Maar toch. Wat zal de technologie ons in 2012 brengen? Ik vraag het me af.

Exact een jaar geleden sprak ik Herman Konings over de technologietrends die volgens hem op het punt stonden in België door te breken. Twaalf maanden later doe ik hetzelfde voor 2012, maar niet zonder eerst even terug te blikken op de voorspellingen voor het voorbije jaar.

Foto: Wouter Van Vaerenbergh

// Jonge mensen vragen steeds vaker om een 'log-off Friday': een dag zonder computers en smartphones. //

Conservatievelingen

"Ik zeg altijd opnieuw: de adoptie van een nieuwe trend is niet iets dat binnen één jaar gebeurt. Ik zeg '2012', maar het kan even goed voor het jaar daarop zijn. Komt daarbij dat de Belg best behoudsgezind is. Daarom duurt het hier ook wat langer vooraleer een nieuwe trend echt ingang vindt. De QR-codes waar we het vorig jaar over hadden, zitten ondertussen in de lift. E-books daarentegen doen het in België niet echt heel erg goed. Spijtig genoeg breekt *augmented reality* ook helemaal niet door: amper vier procent van de Belgische smartphonegebruikers heeft zo'n AR-app. Ik vind het zelf nochtans heel praktisch!"

Gezellig tv-kijken

Sociale tv, nog zo'n trend die Herman vorig jaar tipte. De grote doorbraak van sociale tv-netwerken zoals in de VS laat begin 2012 nog altijd op zich wachten. Er duiken wel meer en meer apps op die inhaken op televisieprogramma's, zoals bij Huizenjacht en Komen Eten. En die kruisbestuiving stopt niet daar.

"Met De Ronde had je een mooi voorbeeld van het omgekeerde van *augmented reality*: *augmented television*. Dat wil zeggen dat je fictie op de realiteit projecteert. Het valt ook op dat programmamakers in België vaker naar Twitter verwijzen door een hashtag te suggereren. Ik denk bijvoorbeeld aan de Slimste Mens Ter Wereld. Maar toch, vergeleken met het Verenigd Koninkrijk wordt het bij ons nog maar weinig gebruikt. Ik vraag me trouwens af of dat wel zo'n goede trend is," peinst Herman, "zo achter de televisie zitten met de

smartphone in de hand. Doorbreek je dan niet de magie van een tv-programma?"

Nood aan analoog

Het is niet altijd een hoeraverhaal met als ster de technologische vooruitgang, hoor ik nog: "Ik ben zelf een beetje een digitale agorafoob. Ik ben ook bang om in de Twitter-val te trappen. Soms doe ik een uitspraak in een mail die verkeerd verstaan wordt. Ik wil niet hetzelfde meemaken op een open forum." Die afkeer – of misschien is 'reserve' een beter woord – ten opzichte van sociale media komt steeds vaker voor, zo blijkt. "In Scandinavië, Groot-Brittannië en de VS vragen steeds meer jonge mensen om een 'log-off Friday' in te lassen: een dag waarop de computers en smartphones worden uitgezet." Conclusie? "Digitaal is leuk, maar af en toe hebben we nog het analoge nodig."

Professionele amateurs

De trend van 2011 die zich volgens Herman Konings zeker zal verderzetten, is wat hij als 'het tijdperk van de amateur' omschrijft. "Tien jaar geleden sprak ik met beroepsfotografen die klaagden over de opkomst van dure digitale fotografie. Nu is digitale fotografie zo bereikbaar, dat het een doodsteek is voor de beroeps. Amateurfotografen kunnen goede foto's maken, en aan een fractie van de prijs. Hetzelfde zie je bij hobbykoks en fietsliefhebbers. Hun materiaal verschilt nauwelijks van dat van de professionals!"

Een tijdje geleden woonde ik een lezing bij van Philips. Onder de noemer 'Design Probes' peilt het Nederlandse elektronicabedrijf naar de reacties van consumenten op toekomstige technologieën, zoals 3D-voedselprinters bijvoorbeeld. Reden genoeg om met **Claudia Lieshout** en **Hanne Caspersen**, trendwatchers bij Philips, een babbeltje te slaan over de trends die zij in hun vizier hebben.

Interactie, graag!

"Wij merken zeer goed de impact van de crisis", steekt Claudia van wal. "De consument gaat erg bewust om met aankopen. En als hij iets wil aanschaffen, dan moet het kwalitatief en duurzaam zijn, en precies doen wat beloofd wordt. Het is opvallend dat mensen in tijden van crisis

niet meteen naar het goedkoopste grijpen, maar voor beter en duurzamer gaan."

"Het gedrag van de consument is ook heel hard aan het veranderen. Hij wil heel veel en heeft door het internet veel macht in handen. Als we aan iets nieuws werken, moeten we de consument er dus echt bij betrekken. Er komt steeds meer interactie bij kijken, en dat is een tendens die een enorme invloed zal hebben op onze werking."

Gezondheidsmanager

"Mensen hebben vandaag de dag de mogelijkheid om door technologie zelf het heft in handen te nemen", vindt Hanne toch ook een grote trend. "Bijvoorbeeld wat betreft hun gezondheid. Op het internet vind je veel informatie en er zijn ook

// *Consumenten willen steeds meer betrokken worden bij de ontwikkeling van nieuwe spullen.* //

WIE?
Claudia Lieshout
WAT?
Creative Director
Lifestyle Trends bij
Philips Design

// Upgraden is niet langer voor geeks. De mensen willen ook hun scheermachine en haardroger kunnen bijwerken. //

apps om zaken te monitoren. Crisis of geen crisis, met gezondheid blijven mensen bezig.”
 “Dat geldt ook voor overheden en verzekeringsmaatschappijen”, voegt Claudia er aan toe. “Er is het gekende voorbeeld van China, waarbij de overheid een mail stuurde naar mensen die ze te dik vonden, met een subtiel doch dringend verzoek om iets aan hun gewicht te doen.”

Terug naar de basis

Uit het eerder vermelde Design Probe-onderzoek bleek dat mensen in de keuken terug naar de basis willen. Is de consument zich dan een beetje van technologie aan het afkeren? “Niet zozeer afkeren”, meent Claudia. “Die trend draait eerder om de overweldigende aanwezigheid van technologie, te veel functies en knoppen. Mensen willen iets dat aan hun behoeften voldoet. Technologie mag helpen, maar mag niet heel expliciet aanwezig te zijn. En het heeft wel veel met je leeftijd te maken. Voor mensen die na '95 geboren werden, is technologie door en door verweven met hun leven. Oudere generaties zien het eerder als een stuk gereedschap.”

Universele upgrade

Hanne ziet nog een merkwaardige kentering: “Vroeger was upgraden iets voor geeks en werd het als heel vervelend ervaren, nu vindt iedereen dat belangrijk. Producten moeten slim zijn, er wordt verwacht dat je ze kan upgraden zodat ze duurzamer worden. Door smartphones en tablets kunnen we altijd communiceren. Dat gaan mensen steeds meer verwachten, ook van hun scheermachine of haardroger.”

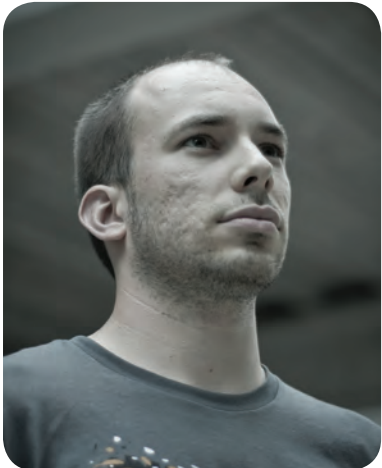
“Tegelijkertijd lijkt het erop dat er heel misschien een Second Life-moment komt voor social media. De grootste groep mensen die hun Facebook-account deactiveren, zijn jongeren. Veel jonge mensen twitteren, maar er haken er ook veel af. Sociale media commercialiseert ook enorm.”



WIE?
 Hanne Caspersen
WAT?
 Director Visual Trend
 Analysis bij Philips
 Design

Trends 2012

volgens de Clickx-redactie



Frederik
HOOFDREDACEUR

"Volgens mij breekt de cloud in 2012 ook door bij consumenten. Gedaan met software in doosjes en back-ups op externe harde schijven: alles komt van en gaat naar het internet. Een goede zaak voor mijn bureau, waar de kasten uitpuilen van de installatie-dvd's. Een minder goede zaak voor mijn privacy, al valt dat nog af te wachten. Een en ander hangt ook af van de vaderlandse providers en of ze al dan niet volledig zullen afstappen van de datalimieten."

Bart
ADJUNCT-HOOFDREDACEUR

"2012 wordt het jaar waarin slimme toestellen definitief de markt veroveren. Intelligente tv's onthouden waar je naar kijkt en stellen op basis daarvan zelf programma's voor. Intelligente wagens helpen je bij het parkeren en verwittigen je als er gevaar dreigt. Intelligente supermarkten scannen heel je winkelwagentje in één keer, dankzij RFID. En met intelligente gsm's kan je niet alleen gamen, naar muziek luisteren, surfen, fotograferen en mailen, maar zelfs sms'en en telefoneren! Intelligente politici blijven helaas nog verre toekomstmuziek ..."



Els
REDACTRICE

"2012 wordt het jaar waarin iedereen mobiele in plaats van vaste computers gaat kopen: tablets, ultrabooks en smartphones. Die gadgets, en hun bijhorende touch screens, leiden vervolgens tot nog meer schrijffouten in teksten. Ondertussen zorgt een foute autocorrectie, waarbij 'herfst' vervangen wordt door 'hengst', in een tweet van een politiek zwaargewicht voor een klein internationaal incident."



Dian
LAY-OUTSTER

"2012 zal niet het jaar zijn waarin ons zonnestelsel op één lijn komt te staan met Hunab K'u, het centrum van de Melkweg, waardoor onze wereld volgens de Maya's gaat vergaan. Het zal eerder weer een jaar zijn waarin Apple gewoon op de proppen komt met de iPad 3, we nog minder weten hoe we met onze smartphone gewoon moeten bellen (waar is de tijd van de 'draaischijf-telefoon'), een jaar waarbij onze computer nog slimmer wordt, en waarbij we met onze kinderen nog minder kunnen meepraten over het nieuwste speelgoed dat ze willen."

Sandy
EINDREDACTRICE

"In 2012 worden badkamerspiegels met ingebouwde Facebook- en Twitterfeed helemaal hot. Staan verder ook op het punt om door te breken (of misschien ook niet): wegwerptablets (gratis bij een pak cornflakes), de huis-, tuin- en keukendrone op zonne-energie (kookt enkel bio), Google hologram-tv (Elio in de huiskamer), de voedsel-3D-printer en het crisialarmhorloge (niet te verwarren met de wekker die ook elke dag afgaat). En tegen het einde van het jaar eindelijk in de betere fietswinkel: die verdomde jetpacks."

