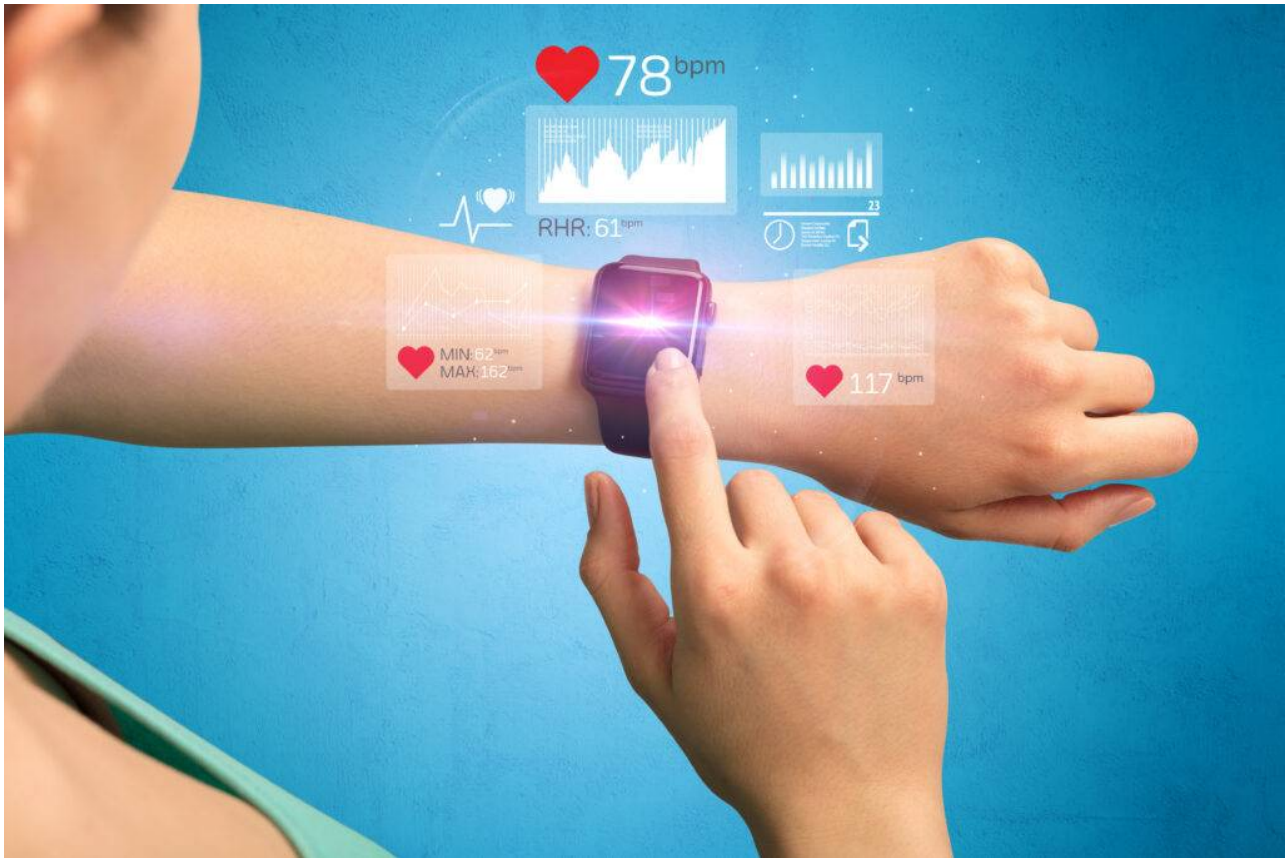


# Tien virusvrije trends

18 februari 2021



Mijn interne harde schijf is regelmatig gecrasht door de grote hoeveelheid gegevens. Maar toegegeven, het was zelden een onaangename opdracht. Graag deel ik enkele inzichten:

1. Telezorg wordt de nieuwe realiteit in een mix van off en online zorg.
2. Voor mentale gezondheidszorg wordt de turbo ingeschakeld. In alle rapporten staat geestelijke gezondheidszorg bovenaan als domein waarbinnen veel nieuw activiteiten ontplooid zullen worden.
3. Die mentale (on)gezondheid wordt zeker beïnvloed door digitalisering in het algemeen. Zoals door de gevolgen van thuiswerken in combinatie met beeldbellen. Of door de twijfel die soms rijst of je nu online met een mens of een algoritme communiceert. En wat te denken van mensen, die door het veelvuldig verblijf als avatar in virtuele realiteit, een alter (VR-)ego ontwikkelen?
4. Een factor die de laatste jaren steeds meer opduikt in rapporten is 'ethische keuze angst'. Aangewakkerd door de polarisering in onze maatschappij wordt kiezen alsmear moeilijker. Is het ecologisch verantwoord om met het vliegtuig te reizen? Hoeveel calorieën mag een maaltijd bevatten en is die suikervervanger wel gezond? Welk bedrag moet ik besteden aan een goed doel en is dat wel een goed doel? Moet ik nu dat boek lezen of die Netflix-serie kijken? Is het geoorloofd om een platform te gebruiken dat gebruiksgemak biedt, maar tegelijk een loopje neemt met de privacy van persoonlijke gegevens? Discrimineer ik een bepaalde bevolkingsgroep, gender, geloof, ...? Welke politieke keuzes moet ik maken? Op welke basis moet ik beslissingen nemen? Hoe zal mijn omgeving reageren? ... Het spreekt voor zich dat ook deze interne keuzeworsteling een duidelijke impact zal hebben op ons mentaal welzijn.

5. Over politieke keuzes gesproken: mensen hebben het vertrouwen in overheden als moreel kompas helemaal verloren. Bedrijven, meer bepaald hun merken, nemen die plaats in toenemende mate over. Terwijl merken in het verleden moeilijke boodschappen uit de weg gingen, nemen ze nu een duidelijk standpunt in. Merken als Nike, Patagonia en Ben&Jerry's tonen ons onomwonden, bijzonder krachtig, hun positie ten overstaan van bepaalde issues. Twijfel je hieraan? Bekijk dan eens reclames van Nike zoals "You can't stop us", "For once, don't do it" en "Believe in something". Waarschijnlijk heeft uw zorgorganisatie niet het reclamebudget van vermelde bedrijven, maar niets belet u om het standpunt van uw bedrijf (en haar medewerkers) helder te communiceren naar de buitenwereld.
6. Misschien komt uw organisatie hierdoor op de uitgaven radar van de consument, deze heeft immers over het algemeen een budget uitgespaard door de verminderde uitgaves aan horeca en entertainment, het uitstellen van reizen. Het wordt aangenomen dat dit na de crisis zal leiden tot 'weerwraak aankopen' of buitensporig compenseren/consumeren.
7. Deze aankopen vereisen, door de hygiënemaatregelen, nieuwe manieren om te interageren met bestel en betaaltoestellen. Aanraakschermen worden weggegooid en contactloze interacties zitten in de lift: denk aan NFC (Near Field Communication), gezichtsherkenning, bediening via de stem, controle door gebaren.
8. Die interacties vereisen allerhande algoritmes die daar vooral uitgerold zullen worden om saai en repetitief werk te verrichten, maar ook adviserende functies uit te oefenen. Kleine kanttekening hierbij is dat ik 10-15 jaar geleden al zulke automatisering predikte. Toen werd ik weggezet als kwaadwillig persoon die de mens wou vervangen door een robot. Vandaag predik ik 100 procent dezelfde boodschap, maar word ik geprezen om de robot UIT de mens te halen.
9. Al de (big-)data die digitalisering, automatisering, algoritmes etc. genereren, worden uiteindelijk met elkaar verbonden om betere inzichten en snellere interventies te genereren. Terwijl het potentieel van deze evolutie evident veelbelovend is en de zorg nóg beter kan maken op vele niveaus, wordt de combinatie van big data en de analyse via algoritmes de gedroomde discussievijver van lobbyisten, filosofen, ethicisten, risico-averse politici, onwetenden, fake- news-journalisten en sociale media 'deskundigen'.
10. Wanneer deze discussies uitgewoed zijn, zullen consumenten toegang krijgen tot hun patiëntengegevens. Deze toegang zal een enorme golf van innovaties ontketenen met nieuwe businessmodellen. Vanaf dat moment zal de digitale transformatie in de zorg écht plaats kunnen vinden.

Naar goede gewoonte hierbij een aantal recente startups die een rol zullen spelen in bovengenoemde transformatie.