

## Kredietcrisis en scenario's

### Samenvatting

**Kort na de start van de kredietcrisis nu opnieuw aandacht voor het toepassen van scenario's, waar we ruim voor de kredietcrisis al eens een artikel hebben gewijd. De vraag naar de diepte van de vraaguitval en het meest logische vervolg van de economische ontwikkeling. Scenario's die ook aansluiten bij uitgangspunten die al langer leven: meer aandacht voor de menselijke maat, minder globaal leven en een grotere aandacht voor kleinere organisaties.**

## Kredietcrisis en scenario's

### Inleiding

Bij de artikelen van Intersumma (onder het kopje Intersumma over ..) staat een artikel over de noodzaak om scenario's te gebruiken in onze ondernemingsplannen en marketingplannen. Geschreven ruim voor de kredietcrisis maar daarom niet minder relevant.

### Na de kredietcrisis

Wat kunnen de mogelijke gevolgen zijn van de kredietcrisis en de maatregelen die nu overal worden genomen:

- de huidige steunmaatregelen en de maatregelen die nog zullen volgen zijn een periode effectief en zullen ervoor zorgen dat de markt en de totale vraag stabiliseren rond het huidige niveau. Met andere woorden, stabilisatie rond het niveau waar we ons nu op bevinden.
- de steunmaatregelen gaan ervoor zorgen dat de ergste schade (een soort totale vraaguitval, met andere woorden, een continue daling) op termijn wordt beperkt. Als dat zo is, dan zouden we nog een vraagdaling van een extra 20 % kunnen verwachten en kan daarna een zekere stabilisatie optreden. Dan praten we waarschijnlijk over enige stabilisatie rond midden 2010.
- ondanks steunmaatregelen blijft vraagherstel uit en gaan we een periode van verdergaande vraagdaling tegemoet. Belangrijk hier is dat vraagherstel naar alle zaken waar we aan gewend zijn, wel eens zou kunnen uitblijven. Andere waarden en normen moeten de traditionele vervangen en zullen tot een ander type economie leiden.

Politiek en media willen ons graag doen geloven dat herstel nog een kwestie is van maanden. Overal merk je dat men de situatie zo snel mogelijk hersteld wil zien. Buiten beschouwing blijft dan dat we groei 'drivers' nodig hebben die vraagherstel gaan veroorzaken. Vraagherstel kan eigenlijk alleen maar optreden als het vertrouwen wordt hersteld. Juist dat lijkt een moeilijke kwestie, zeker als we in beschouwing blijven nemen waarom mensen kopen. Ons artikel 'Snapt u waarom klanten bij u kopen' geeft daar verder inzicht in.

### Mogelijk scenario

Scenario's die in marketing kringen al langer leven kennen uitgangspunten als:

- meer aandacht voor menselijke waarden
- een meer humane werkomgeving
- een mogelijke reductie in mobiliteit
- een groter lokaal belang, van regio en land
- een schaalreductie in plaats van schaalvergroting

- kleinere organisaties, uiteindelijk in netwerkvorm
- grotere aandacht voor het MKB en familiebedrijven als motor voor de economie

### **Conclusie**

Dergelijke uitgangspunten passen bij het meest extreme scenario: structureel vraaguitval van traditionele producten en diensten en een nog veel duidelijker verschuiving van 'maken' naar dienstverlening. Wellicht overbodig, maar een dergelijk scenario zal hele hoge eisen stellen aan de mate waarin organisaties zich kunnen aanpassen. Het is zeker zinvol om ook hierover na te denken als we naar onze toekomst kijken.

Robert J. (Bob) Fetter, januari 2009