

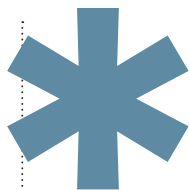
Is co-creatie de toekomst van marketing?

OOK CREATIEF VOLK VEREIST DICTATORS



Centraal thema op *Picnic*: *collaborative creativity* in al zijn verschijningsvormen.

Klinkt veelbelovend. De uitdaging voor organisaties en marketeers is niet zozeer hoe de creativiteit van alle stakeholders moet worden aangewakkerd, maar wie aan de knoppen zit. Wie of wat leidt de verleiding?



LR: Bijna niets in het leven van de hardwerkende mensch werkt zo verfrissend als een echte vrije associatieve brainstorm.

Of het op de hei gebeurt

of in een atombunker, zodra de geest echt de vrije ruimte krijgt, ontstaan vaak verrassend briljante ideeën. Zeker als het gaat om de vraag hoe dingen beter kunnen, anders, origineler of slimmer, werken de antwoorden niet alleen in het voordeel van de organisatie, maar ook in het voordeel van de bedenker. Goede ideeën roepen weer nieuwe ideeën op. Daarvoor is het wel gewenst dat deelnemers reageren op elkaar. Twee weten niet alleen meer dan één, ze kunnen samen ook betere ideeën leveren dan de som der delen. In die zin is co-creatie de toekomst van marketing, of in ieder geval van *product development*. Barrières kunnen immers worden geslecht met de specifieke kennis of competenties van een ander en dat scheelt tijd en energie, iets wat al een aantal jaren wordt geïllustreerd door groepen ontwikkelaars van software die via *open source* en *co-creation* tot

werkelijk fantastische resultaten komen. Uitdaging voor veel ontwikkelaars is hoe en door wie het proces geleid moet worden. Tijdens het ontstaan van de briljante creaties van Victor & Rolf, Davis & Coltrane, Bowie & Queen was steeds sprake van een soort organische samenwerking. Die verzin je niet, die ontstaat. Precies het briljante niveau dat je zoekt, maar moeilijk bruikbaar als je een auto wilt ontwerpen die én een eclatant verkoopsucces wordt én volkomen voldoet aan de verwachting van de aanstaande gebruiker.

Creatieve dictators

SF: Co-creatie, iedereen heeft er zijn mond vol van. En laat ik voorop stellen: ik vind co-creatie een waanzinnig interessant fenomeen! Alleen de manier waarop het nu gezien wordt als wondermiddel op marketinggebied, bevalt me minder. Luuk noemt het de toekomst van marketing, maar vergeet dat er zeer veel wegen naar Rome leiden. Co-creatie is daar één van, maar zeker niet de enige weg naar succes. Co-creatie staat voor openheid en transparantie, thema's die ik enorm waardeer en