



Sietse van der Gaast
(sietse.vandergaast@stratix.nl)
is consultant bij Stratix.

Revenge of the Nerds

Is het u ook opgevallen? Het imago van de techneut lijkt bezig aan een comeback! Decennialang durfde je er nauwelijks voor uit te komen dat je iets deed met elektronica, computers of telecom en werd een technische achtergrond vooral geassocieerd met slecht geklede, sociaal gehandicapte, bebrilde betweter-tjes. Maar er is een kentering gaande: marketing en vertrouwen zijn uit, feiten en onderbouwing zijn in. Managers, bankiers en politici zijn van hun voetstuk gevallen, en het volk zoekt nieuwe helden, kortom de nerd is helemaal terug. Vond men eerder mensen met een technisch wetenschappelijke inslag vooral saai, muggenzifterig, lastig en vooral niet grappig, nu lijkt men juist gecharmeerd van de betrouwbaarheid, oog voor detail, consequente vasthoudendheid en bijzondere humor van de nerd.

Misschien is het begonnen met Dilbert, de softwareontwikkelaar met de onhandige stropdas die in strips van drie plaatjes genadeloos de eigenaardigheden van managementstructuren in grote bedrijven

schetste: bizarre bureaucratie, onzinmarketing en inconsequente strategieën waren regelmatig doel van spot.

De enigszins autistische maar wel authentieke en eerlijke inslag van de techneut spreekt de mensen weer aan en inmiddels duikt de nerd als positief rolmodel steeds vaker op. Weliswaar met een

DE NERDS ZOUDEN DE ONBETWISTE HELDEN VAN DEZE TIJD KUNNEN ZIJN

gebrek aan mooie praatjes en goede gevoelens, maar niet bang om kil te deduceren en ogenschijnlijk onwaarschijnlijke of ongewenste gevolgtrekkingen te overwegen en op tafel te leggen. We zien dit ook in de opkomst van een nieuw type televisiehelden zoals Sheldon uit *The Big Bang Theory*, Sherlock, de hedendaagse reïncarnatie van de Sherlock Holmes uit de Victoriaanse tijd en dokter Tinus, de wat onbehouden maar slimme en toch sympathieke arts op de Nederlandse commerciële televisie. Zelfs zijn nog bottere Amerikaanse tv-collega House die een patiënt vooral als lastige bijzaak ziet bij de diagnose, dwingt respect en bewondering af.

Emotie en geld zijn weer relatief, de combinatie van inzicht in details en het zien van de grotere verbanden met oog voor mogelijke risico's doen er weer meer toe. Nerds hebben bewondering voor techniek maar kennen – doordat ze de werking proberen te begrijpen – vaak ook juist de beperkingen ervan. Ze blijken niet altijd de onzichtbare en volgzame onderhoudsmonteurs van de radertjes van ons leven te zijn, maar ontpoppen zich soms ineens als compromisloze onheilsboodschappers die de boel danig op zijn kop kunnen zetten. Bradley Manning, Julian Assange en Eric Snowden zijn natuurlijk voor de hand liggende extreme voorbeelden, maar dichterbij huis hebben we mensen als Brenno de Winter, Rop Gonggrijp en Alexander Klöpping die bewondering voor techniek en gadgets combineren met het waarschuwen voor de schaduwkanten van technische 'vooruitgang'.

Niet alleen de crisis is oorzaak van de nieuwe waardering voor de nerd. Ook al langer voortschrijdende technische en economische trends spelen mee. Jarenlang was 'maken' iets dat je beter kon uitbesteden naar lagelonenlanden, waar het in grote hoeveelheden kon worden geproduceerd tegen lage kosten. We zien nu een combinatie van stijgende lonen in lagelonenlanden, hogere transportkosten, goedkoper worden van geautomatiseerde productie die zelfs bereikbaar wordt voor eindgebruikers (zoals 3D-printers) en steeds diverser worden van de producten die we gebruiken en wensen. Wat we nu zien in de gedrukte media en in beeld en geluid kan zich in de toekomst ook bij andere producten gaan voordoen: de waardenketen wordt korter, het nut van de 'middle men' (resellers, distributeurs, bundelaars, marketeers, enzovoorts) tussen de echte producent en de echte consument staat steeds meer ter discussie. Je kan dus maar beter een echt vak hebben geleerd.

Daarnaast erkennen we weer dat de vragende markt niet de belangrijkste aanjager van innovaties is. Want niet alleen de marktvraag bepaalt het aanbod, maar juist technische ontwikkelingen leiden tot innovatieve toepassingen waarbij in eerste instantie geen concrete vraag is. Een voorbeeld is natuurlijk de tablet (verguist maar toch doorgebroken), maar ook mobiele telefoons en navigatiesystemen zijn eerder het resultaat van enthousiaste techneuten dan van innovatieve marketeers.

En wie zegt dat je als nerd niet politiek inzicht kan hebben, creatief kan zijn, leiding kan geven, humor kan hebben of veel geld kan verdienen? De wereld zit vol succesvolle nerds, alleen realiseren we ons dat vaak niet. Weinigen weten bijvoorbeeld dat Angela Merkel gepromoveerd natuurkundige is, dat Paul Verhoeven afgestuurd wis- en natuurkundige is, of dat Rowan Atkinson oorspronkelijk een studie elektrotechniek in Oxford afrondde. Met een technisch-wetenschappelijke basis kan je dus nog heel veel kanten op. De nerds zouden de onbetwiste helden van deze tijd kunnen zijn. Maar jammer genoeg valt het in de praktijk niemand op, behalve de nerds zelf.