

# “Kenniseconomie” voor de kiezer

17 December 2005



# Hoe vertellen we het de kiezer ?

- Kenniseconomie = succes van de partij:
  - Veel extra geld voor de economie en daarmee een betere fundering voor onze sociale zekerheid. (Zie werkloosheidscijfer)
  - Veel extra geld voor onderwijs en daarmee een sterkere toekomst voor ons land + volgende generaties.
  - en nog meer. . . .
- Hoe zet je dit succes om in stemmen ?

# DE UITGANGSPUNTEN VAN DEMOCRATEN 66

- VRIJ, MONDIG, BETROKKEN EN  
GELIJKWAARDIG
- MENS EN SAMENLEVING: ALLE  
STEMMEN TELLEN
- VOORUITSTREVENDE

» Bron: Uitgangspunten D66 Congres 70, 20 maart 2005

# Wat is onze basis?

- Waar begint “kennis economie”
- Waar eindigt “kennis economie”
- Is het kennis? Is het economie? En waar staat de maatschappij?
- En waar staat de mens?
- En waar staat D66?

# Enkele kenniseconomie termen

- *Sociale innovatie*: vooral gebruikt bij organisaties.  
Voorbeeld: slimmer werken
- *Systeem innovatie*: iets wat beperkt bekend is bij andere organisaties toepassen. Een voorbeeld: personeelsmanagement bij kleine organisaties
- *Technische innovatie*: van fundamenteel nieuw tot verbeteren en toepassen in een markt.  
Voorbeeld: TomTom, Senseo

# Fundament voor kennis economie

- Uitgangspunt is **de maatschappij**
  - Kent allerlei afspraken/regels
  - Kent insluiting en uitsluiting (voorbeeld betaald versus onbetaald werk)
  - Open samenleving met open economie
- Uitgangspunt is de individuele mens
  - Eigen verantwoordelijkheid, wensen en verantwoordelijkheden
  - Unieke waardigheid
- Economie is middel tot iets
- Feit: Westerse economie kennis gedomineerd

# Discussie binnen platform naar aanleiding “Sociale Innovatie”

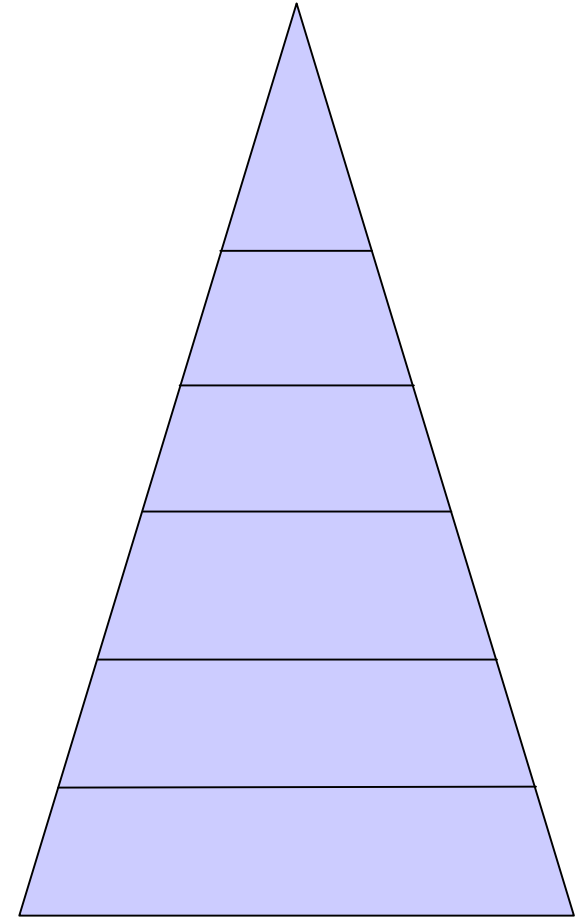
- Kennis Economie is sterk organisatie gericht met als voorbeeld “sociale innovatie”: innovatie is breder dan de arbeidsomgeving in organisaties/bedrijven/instellingen:
  - Ook de NIET-markt gerichte mens, zij die (nog) niet (meer) in staat zijn binnen organisaties, bedrijven e.d. bij te dragen aan de economie zijn potentieel innovatief.
- De gehele MAATSCHAPPIJ aanspreken op vernieuwing (INNOVATIE) is een meer totale insteek.
  - Dát moet ook de insteek zijn naar de kiezer, de burger.
- DOEL is om SAMEN, BETER te BLIJVEN LEVEN.

# SAMEN, BETER te BLIJVEN LEVEN.

Vereist Innovatie/ vernieuwing.

## Menselijke Noden:

- We willen bijdragen aan de maatschappij
- We willen onszelf ontwikkelen en ontplooiën
- We willen sociale contacten met anderen leven en communiceren.
- We willen veilig (beschermd) leven
- We willen gezond zijn (goed eten en drinken) en dat liefst voor iedereen.



# Hoe innovatie vertalen naar kiezer: een marketing benadering

- Kunnen we innovatie in haar wezenskenmerk beschrijven naar menselijke waarden?
- Kunnen we het individu met haar wensen en verwachtingen beschrijven

# Innovatie

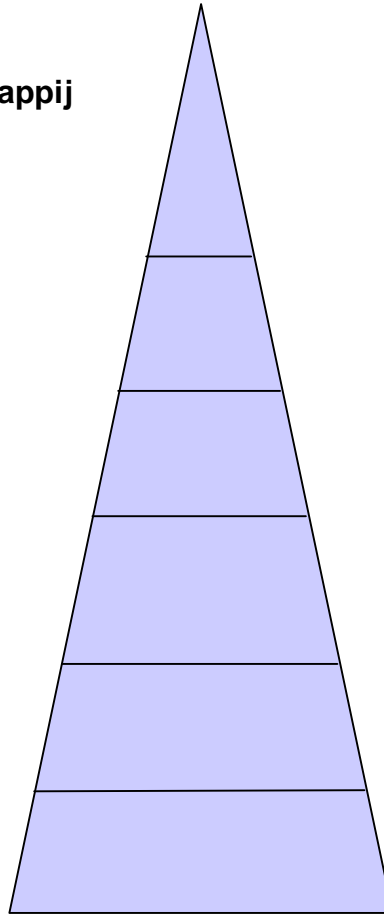
- Innovatie is:
  - Afbreken en opbouwen
  - Komt voort uit nieuwsgierigheid
  - Vergt initiatief
  - Kent onzekerheid
  - Vergt bereidheid om te leren
- Maatschappij verandert

# SAMEN, BETER te BLIJVEN LEVEN.

## Vereist Innovatie/ vernieuwing.

Menselijke noden leiden tot . . .

- We willen bijdragen aan de maatschappij
- We willen onszelf ontwikkelen en ontplooiën
- We willen sociale contacten met anderen leven en communiceren.
- We willen veilig (beschermd) leven.
- We willen gezond zijn (goed eten en drinken en gezonde lucht ademen) en dat liefst voor iedereen.



Noodzaak tot Innovatie:

- Onze inzet omgezet zien in meer en interessanter resultaat. Daarvan ook de vruchten plukken. Naast waarde ook echter waardigheid.
- Beter en interessanter onderwijs zo lang we leven.  
(b.v. leren met nieuwe media, games)
- Communicatie (middelen als Internet en video) Meer individueel kunnen bepalen met wie, wat, wanneer. Goed en handig vervoer.
- Onze (dure) spullen en ons leven beschermen met handige dingen en diensten.
- Gezondheidszorg gemakkelijker toegankelijk en beter inzetbaar. Betere en snellere middelen om ons gezond te maken en te houden. Milieu.

## Noodzaak tot Innovatie:

- **Onze inzet omgezet zien in meer en interessanter resultaat. Daarvan ook de vruchten plukken. Naast waarde ook echter waardigheid.**
- **Beter en interessanter onderwijs zo lang we leven. (b.v. leren met nieuwe media, games)**
- **Communicatie (middelen als Internet en video) Meer individueel kunnen bepalen met wie, wat, wanneer. Goed en handig vervoer.**
- **Onze (dure) spullen en ons leven beschermen met handige dingen en diensten. Regels van belang ?**
- **Gezondheidszorg gemakkelijker toegankelijk en beter inzetbaar. Beter en snellere middelen om ons gezond te maken en te houden.**

De Kennis-  
economie  
drijft dit

# Maatschappelijke innovatie

- Van Landbouwnatie en koopmansnatie tot industriële natie
- Van industriële natie naar Kennis als productiefactor.

“we verdienen ons inkomen steeds meer door, m.b.v. onze kennis, vernieuwingen/verbeteringen aan te brengen.”.

- Ook niet-marktgerichte activiteiten dragen op verschillende manieren bij:
  - Kunst & cultuur
  - Vrijwilligerswerk
  - meer. . . . .

“Ook de niet-(economische) markt gerichte activiteiten creëren of ontwikkelen kennis en daar moeten we veel innovatiever mee omgaan”.

- Voorwaar een uitdaging voor D66.

# Doelgroepen: een optie

- Een indeling is te maken van Marktgerichte arbeid en Niet-marktgericht.
- Ook is een indeling te maken van Conservatieven, D.w.z. mensen die moeilijk mee gaan met veranderingen/vernieuwingen en . . . .  
Vernieuwers/ Innovatieven:
  - (Startende) ondernemers (→ *veranderingen in de markt*)
  - Onderwijs (→ *dynamiek van leerlingen, methodes, middelen*)
  - Studenten, leerlingen (→ *jongerendynamiek*)
  - Marketing & Verkoop (→ *klantendynamiek*)
  - Creatieve beroepen (→ *Eisen van klanten, markt, publiek*)
  - etc.

# Doelgroepen:

- Vernieuwers/ Innovatieven zijn aan te spreken:
  - Op de hogere onderwerpen van de piramide.
- Conservatieven zijn aan te spreken:
  - op meer op de onderste elementen.

Willen we ook de conservatieven over de streep trekken?

**Daar meer insteken op waarde versus waardigheid?**

# Conclusies 1.:

Vernieuwers/ Innovatieven zijn aan te spreken:

- Op de hogere onderwerpen van de piramide.

D66 is de partij die invulling geeft aan:

**Onze inzet omgezet zien in meer en interessanter resultaat.  
Daarvan ook de vruchten plukken. Vermaak, plezier.  
Naast waarde ook echter waardigheid. Leuk werk of activiteiten.  
Meer ?**

**Beter en interessanter onderwijs zo lang we leven.  
(b.v. leren met nieuwe media, games), Lerend vermaken.  
Meer ?**

**Communicatie (middelen als Internet en video)  
Meer individueel kunnen bepalen met wie, wat, wanneer we contact hebben.  
Goed, handig en veilig vervoer.  
Meer ?**

# Conclusies 2.:

Conservatieven zijn aan te spreken:

- Op de midden/lagere onderwerpen van de piramide.

D66 is de partij die invulling geeft aan:

**Communicatie (beter gebruik middelen zoals Internet en video).  
Meer individueel kunnen bepalen met wie, wat, wanneer contacten.  
Goed en handig vervoer.  
Meer ?**

**Onze (dure) spullen en ons leven beschermen met handige dingen en diensten.  
Regels en wetten van belang ? Organisatorische innovatie.  
Diensteninnovatie.  
Meer ?**

**Gezondheidszorg gemakkelijker toegankelijk en beter inzetbaar. Betere en snellere middelen om ons gezond te maken en te houden.  
Meer ?**

# Conclusies 3.:

1. De TERM “SOCIALE INNOVATIE” zoals in gebruik bij het Innovatieplatform is te beperkt als afdekken voor de gehele “kenniseconomie”: Het geeft alleen “slimmer en effectiever werken aan binnen marktgerichte ondernemingen. Daarmee heeft de term een beperk(er) gebruik gekregen.
2. D66’s KE platform gebruikt een bredere definitie. Ook niet-werkenden zijn deel van de maatschappij die permanent innoveert. Ook beschouwen we alle lagen van de z.g.n. piramide van Maslow. Daarmee stellen we voor om voor de sociale kant van de Kenniseconomie het woord **MAATSCHAPPELIJKE INNOVATIE** te gebruiken.
3. De Kenniseconomie is de economisch stuwende factor voor een zich permanent innoverende Maatschappij.



# Campagne uitdagingen:

Om het voorgaande in concrete kiezers boodschappen om te zetten zijn (nog) meer ideeën en suggesties nodig.

Stuur Uw suggesties naar [info@d66kenniseconomie.nl](mailto:info@d66kenniseconomie.nl) en/of via het gastenboek op de WEB-site [www.d66kenniseconomie.nl](http://www.d66kenniseconomie.nl)