



COLUMN

Dr. Vincent Hoek

Organisatie Ontwikkeling Architect
i-Interimrijk.nl, onderdeel van de Uitvoeringsorganisatie Bedrijfsvoering Rijk

Op 25 oktober 2015 is het 600 jaar geleden dat de Slag bij Azincourt werd uitgevochten. De Fransen zagen er schitterend uit die dag. Twintigduizend ridders te paard. In volle wapenrusting. Topfit. Bloedfanatiek. Ondersteuning door Italiaanse kruisboogschutters. Een strak strijdplan. Wapperende banieren. Voor de high-potentials was die dag hét moment van hun carrièremove. Aan de andere kant van het veld: de Engelsen. In de minderheid met vijf tegen één. Doornat. Koud. Oververmoeid. Gammel van de dysenterie. Chat dans le bakkie zou je denken, maar twee uur later was het resultaat meer Heizeldrama (Brussel 1985) dan briljante militaire actie. Het traditionele 'businessmodel' van de Code Chevallier had het afgelegd tegen het oplossend vermogen van een disruptieve startup. Wat was er gebeurd?

De organisatie van de Fransen was gericht op de ideale handel van oorlogvoerende edelen en dat is ... het gevangen nemen van andere rijke edelen en je château uitbouwen van het losgeld. Aan heraldiek herkende men elkaar: het familiewapen dat de geschiedenis van de familie weergeeft. Het beeldmerk van de middeleeuwen. Toen de Franse koning Charles VI (die er overigens zelf van overtuigd was dat hij van glas was) zijn edelen te wapen riep, kwam men dan ook graag opdruven. In Engeland werkte oorlogshandel anders. Hier moest je gewoon soldij betalen voor krijgsvendiensten. Aangezien ridders dure werknemers zijn, ging Henry V voor kwantiteit boven kwaliteit. Hij nam duizenden boogschutters mee, want die kostten maar een fractie van bewapende edelen. Henry V landde in Frankrijk met 8000 boogschutters en 2000 man cavalerie, maar na het beleg van Harfleur was hij al ruim een derde van die sterkte kwijt. Zijn invasie werd een gecontro-

NOG NET NIET WAAR GEBEURD...

leerde aftocht. Tot hij in de val liep van de Franse commandanten Boucicaut en d'Albret. Na een roerige nacht, waarin de Fransen ontspannen feestten in hun tenten en de Engelsen in het open veld kleumden in de stromende regen, was het de dood of de gladiolen voor King Henry V. Hij deelde zijn leger van 1000 cavaleristen en 6000 boogschutters op in drie autonome, agile 'werk'-groepen, uitgerust met houten spiesen, terwijl de Fransen zich traditioneel opstelden in drie rijen. Nu trokken de Engelsen op naar het smalste deel van het slagveld. Zij tergden de Franse edelen met beledigingen. Wat wij nu kennen als de V voor Victory komt van het in de lucht steken van die vingers die een boogschutter nodig heeft om te kunnen schieten...; vingers die de Fransen beloofden af te hakken bij elke gevangen boogschutter. De Fransen verloren hun zelfbeheersing en vielen aan.

De rest is een variatie op vloeistof- en crowd dynamica: te veel mensen op te natte grond. Het slagveld liep smal toe in een fuik, waarvan de zijanten vrij stijl aflopen. De bossen aan weerszijden van de Engelsen maakte omsingeling door ruiters onmogelijk. De smalle strook bruikbare grond dwong het enorme aantal ruiters dicht op elkaar. De stromende regen van die nacht had de lemige grond daarbij tot een lijmige pap gemaakt, waarin de opwaartse kracht die nodig is om voeten en hoeven los te trekken ruim vijf keer groter is dan de neerwaartse kracht om erin weg te zinken. Elk struikelgeval werd een obstakel voor al die edele heethoofden die zo snel mogelijk bij hun buit wilden zijn, want 'thuis' keek over hun schouder mee. Terwijl de Fransen vooraan erachter kwamen dat de Engelsen vooral waardeloze boogschutters hadden, dachten die boogschutters daar zelf heel anders over. Tokkies versus Laren. Net als in een startup haalden de Engelsen kracht uit hun kameradschap en sociaal netwerk. Longbow schutters traiden



DE SLAG BIJ AZINCOURT

DE STRIJD TEGEN DE LEMEN VOETEN

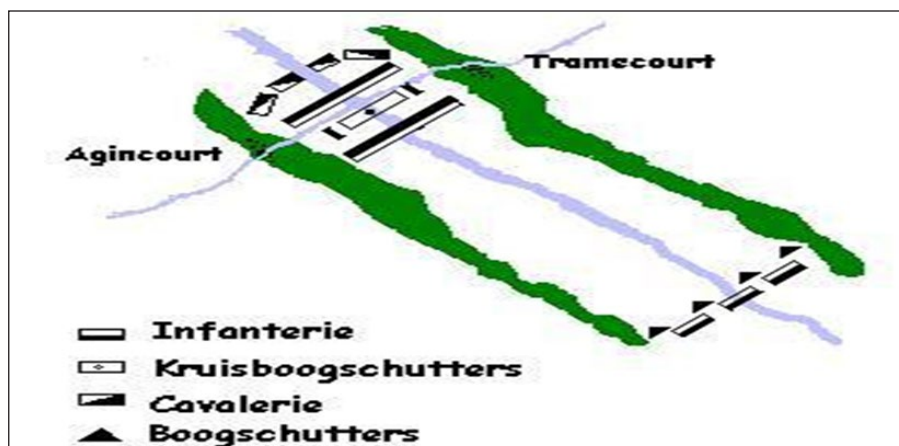
hun hele leven en vormden een divers sociaal gezelschap. De chevaliers zagen voetvolk niet als strijdmakers maar als minderwaardige kinderen (enfant/infanterie). D'Albret zelf was van lagere adel en werd ook niet door iedereen voor 'vol' aangezien, waardoor al snel werd afgeweken van zijn – op zich verstandige – company policy. Voor de Engelsen werd het prijschieten op de samengeklonterde, strompelend struikelende Fransen. Hun zesduizend longbows gaven in het begin van de slag elk 8-12 schoten per

minuut af. Ter vergelijking: een goalkeeper snelvuurkanon haalt 4200 schoten per minuut. Het is niet zo dat die pijlen door stalen harnassen kwamen, maar de Franse paarden werden gek. Hun ruiters spietsen zich op de stokken die vlak voor de charge schuin in de grond waren gezet. De film Braveheart laat zien dat je niet zo prettig meer zit op een paard dat niet kan remmen. Te voet, in de modder, opgestuwd door de linies achter hen en gehinderd in bewegingsruimte en zicht door hun harnassen en vizieren, maakten de

Fransen weinig kans tegen de beweeglijke Engelsen met hun bijlen en dolken. Glad staal is veel moeilijker uit zuigende modder te trekken dan de doeken die de licht bepantserde Engelsen als schoeisel gebruikten. Wie viel die dag, stond niet meer op. Net als in de Slagen bij Crécy (1346) en Poitiers (1356) beet de Franse traditie in het zand. Paarden kunnen niet tegen pijlen en status zegt niets over effectiviteit. Toen de Franse Hertog van Brabant de charge uitvoerde die het tij nog had kunnen keren, besloot Henry V om alle gevangenen te vermoorden en af te zien van losgeld. Versnelde afschrijving. 'Hoe het hoort' verloor die dag van 'hoe het ook kan'. Net als de Franse ridders kun je daar maar beter niet achter komen als je lemen voeten hebt.

Content en context

Ook veel van onze organisaties zien hun omgeving vloeibaar worden. Producten worden diensten, die zich in nieuwe businessmodellen laten combineren en schalen. Hoe het hoort, verliest het aan alle kanten van hoe het ook kan. Je hoeft →



Kaart van de Slag bij Azincourt met het Franse leger aan de bovenkant

Advertentie

geen hotel meer te hebben om een hotel te kunnen zijn (AirBnB). Je hoeft geen taxi meer te hebben om af en toe voor taxi te kunnen spelen (Uber). Je hoeft geen motor meer te kopen, als je de uren kunt huren waarop hij draait. (Rolls Royce - Power by the Hour).

Als je in zo'n wereld vast houdt aan oude zekerheden, dan struikel je en sta je niet meer op.

- De kwaliteit van data-transacties verschuift van het perfectioneren van systeemdata, naar het vertrouwen van data op het moment van consumptie.
- IT-platforms worden minder gebruikt voor het mogelijk maken van data-transities en meer voor het oplossen van acute bedrijfsuitdagingen.
- Geïsoleerde vormen van datagebruik gaan op in het verzamelen van data voor een veel vollediger (real-time) inzicht in bedrijfsvoering en markten.
- Analysewerkzaamheden verschuiven van het proberen te begrijpen van 'wat men aan data heeft liggen' (content), naar meer operationele en transactioneel gerichte modellen (context).

Als alles digitaal kan, is het als gebruiker voldoende, goedkoper en gemakkelijker, om tijdelijk toegang te krijgen tot een functie, dan om een langdurig commitment af te sluiten met een organisatie. Zitten op kennis is uit.

Content is leuk, maar zonder context is content niet meer dan een boodschap op zoek naar een verhaal. Informatie wordt nu gedeeld langs sociale lijnen, waarbij de verbindingen zelf weer een indicatie vormen van de interesses die mensen hebben en die hen verbinden. Context levert het verschil op tussen demografie (leeftijd, geslacht, opleiding, inkomen, etc.) en psychografie (interesses en gemeenschappelijkheden) en het wachten is dus op de eerste contextuele data brokers, die het mogelijk maken dat jouw omgeving zich aan jou presenteert, zoals



jij haar (onbewust) het liefst zou zien. Nu al laten transrealiteit en virtualiteit de grens tussen de fysieke en de virtuele wereld vervloeien, zoals iedereen met een augmented reality app kan ervaren.

Retail wordt digitaal wanneer interactieve winkelramen, ibeacons en smartphones samen de wandelaar verleiden met gepersonificeerde aanbiedingen die zich met een swipe laten kopen.

Angry Birds verleiden de nieuwe Star Wars filmfengeneratie door smartphone apps te combineren met Happy Meal poppetjes en dekbedhoezen.

Via Instagram en Youtube draaien merken hun eigen 'behind the scenes' films en wordt vertrouwen in motoronderhoud en voedselhygiëne gekweekt via de inboard

entertainment, terwijl je vliegtuig van de gate rolt. Organisaties worden functies. Content wordt context; Data wordt open; Trust wordt transparent en marketing verschuift van 360° communicatie naar 24/7 interactie.

Zoals de Franse ridders in Agincourt tegen de harde realiteit opliepen dat een organisatie de spelregels niet kan claimen, wint ook vandaag real time flexibiliteit en pragmatisch resultaatgerichtheid het van traditioneel beleid en wishfull thinking.

Om hierin mee te komen, heb je meer aan een team dat klein genoeg is dat je het met twee pizza's kunt voeden, dan aan een grote groep gepantserde betweters die de wereld maakbaar achten. 🍷