

## BROODJE BROODJE

Internet of Things is géén meerkeuzevraag. Internet? Of toch Things? Nee, dus. Het is ook géén verwijzing naar de hoeveelheid troep die je op internet kunt kopen. Type bij Amazon maar eens 'kleerhanger' in. Dan krijg je 70.000 verschillende opties.

Het internet, het web, digitalisering. Ze leiden tot een explosie aan keuzes. Tientallen energie-aanbieders. Miljoenen films. Alle muziek. Duizenden webshops. Keuzes. Keuzes. Keuzes.

Dat is niet altijd goed. Veel opties leiden weliswaar tot een betere keuze maar ook tot een slechter gevoel over die keuze. Hoe zit dat met het onderwijs? Er wordt veel gepraat over personalisering, individuele trajecten, modulair aanbod en flexibilisering. Keuzes, dus. Maar zitten studenten daar wel op te wachten? Leidt dat tot keuzestress? Keuzemoetheid? En, trouwens, is kiezen niet heel erg 2018?

Je ziet momenteel juist een opkomst van succesvolle aanbieders die keuzes verminderen. On-That-Ass met zijn onderbroeken. Away met zijn koffers. Lekker. Ik bezoek ook liever de Lidl met zijn 2 soorten mayonaise dan de Appie met 121 verschillende keuzes.

Weet je wat ik wel eens denk? Ik denk weleens dat keuzes aanbieden een zwaktebod is. Iets voor onzekere organisaties. Organisaties die geen idee hebben van het perfecte product. Dat kan beter. Ik fantaseer bijvoorbeeld al jaren over het openen van een broodjeszaak die maar één broodje verkoopt. Het allerlekkerste broodje! Ever! Geen keuzes! Wil je er ook wat bij drinken? Jammer! Liever geen augurk op je broodje? Jammer! Het is het allerlekkerste broodje ter wereld, of niks.

De naam? Broodje Broodje.

Gegarandeerd 100% keuzestressvrij!