

Steeds meer baseren we onze persoonlijke en zakelijke beslissingen op algoritmes en big data. Die lijken de ultieme bron voor succes, maar dat is schijn. Wars van het doorgeschoten geloof in computers en exacte wetenschappen met hun harde data pleit Christian Madsbjerg voor menselijke betekenisgeving. Daarvoor is een diepgaand engagement met cultuur, taal en geschiedenis nodig.

Voor Madsbjergs benadering, sensemaking, valt hij terug op filosofie en kunst. Hij laat met veel voorbeelden zien dat de beste businessbeslissingen gebaseerd zijn op het vermogen om de wereld buiten het kantoor te duiden. Daarbij wijst hij op het grote belang van menselijkheid, intuïtie en ervaring. Madsbjerg reikt vijf basisprincipes aan die uitzonderlijke persoonlijke en zakelijke resultaten verklaren.

CHRISTIAN MADSBJERG studeerde filosofie en politieke wetenschappen.

Als medeoprichter van ReD Associates adviseert hij vele Fortune 500-bedrijven, zoals Ford, Adidas en Chanel, om problemen op een nieuwe manier aan te pakken.