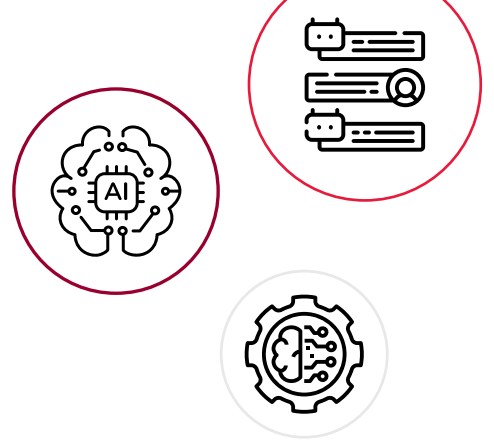


AI efficiency trap

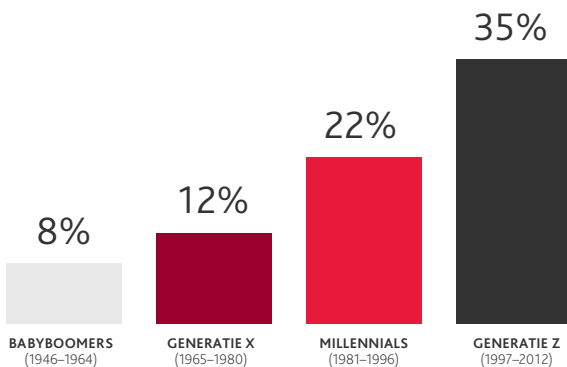
Hoe zorg je ervoor dat AI méér voor je onderneming doet dan alleen de efficiëntie opkrikken? Dat is één van de thema's die aan bod komen in ons Trendrapport. BDO blikte samen met trendwatcher Tom Palmaerts vooruit naar 2030. We tonen hoe Belgische ondernemingen wendbaar en vol vertrouwen de toekomst mee vorm kunnen geven. AI kan de kwaliteit boosten, maar het blijft goed om stil te staan bij de efficiency trap en andere valkuilen.



AI efficiency trap

De AI-hype vertraagt niet, we beleven een ongeziene versnelling. Sam Altman, CEO van OpenAI, voorspelt dat de kost van het gebruik van AI elk jaar daalt met een factor tien. Bedrijven hopen dat AI hun personeelstekort zal opvangen, terwijl werknemers hopen op meer ademruimte door repetitieve taken te automatiseren.

Er groeit ook onrust. Onderzoek van het World Economic Forum toont dat de bezorgdheid over technologie verschilt per generatie: 35% van Gen Z maakt zich zorgen, tegenover 22% van de Millennials, 12% van Gen X en amper 8% van de babyboomers. Jongeren gebruiken AI voor alles en voelen misschien sterker de impact, terwijl ouderen het effect naar de toekomst doorschuiven.



Een nieuwe generatie studenten studeert af met thesissen en eindwerken die geschreven zijn met de hulp van artificiële intelligentie. Wat betekent dit voor hun analytisch vermogen en hun kritisch denken? We kunnen alles toevertrouwen aan AI, maar we kunnen AI ook gebruiken om betere vragen te stellen en uitdagingen scherper te krijgen. De toekomst zal uitwijzen welke impact AI zal hebben op de kwaliteit van ons werk.

Concrete voorbeelden maken duidelijk dat de vraagtekens niet ongegrond zijn. KBC liet weten dat hun virtuele assistent Kate al het werk van 300 medewerkers doet. Klarna verving 700 jobs met een chatbot. L'Oréal automatiseert productomschrijvingen voor 200.000 artikelen, goed voor 120.000 bespaarde menselijke werkuren. Volgens onderzoek van Hult zegt 37% van de werkgevers liever te investeren in AI dan in jonge werknemers. Salesforce-topman Marc Benioff voorspelt zelfs dat de huidige generatie CEO's de laatste zal zijn die nog volledig menselijke teams aanstuurt. Het gevaar dreigt dat we op de werkvloer te weinig mid-level experts overhouden die later kunnen doorgroeien naar senior profielen.

Toch is het beeld niet eenduidig. Heel wat jobs komen op de helling te staan, maar ook 170 miljoen nieuwe ontstaan. De echte vraag is: wanneer vallen de oude jobs weg, en wanneer creëren we de nieuwe jobs? Eén ding lijkt zeker: een groot deel van de werkende bevolking zal zich moeten herscholen.

De focus op efficiëntie is begrijpelijk. Wie AI inzet, wint vandaag snelheid. Maar zodra elke onderneming dat doet, blijft kwaliteit het enige onderscheid. Dan verschuift de vraag van hoeveel tijd je bespaart naar wat je doet met de vrijgekomen tijd. Als ze die vrijgekomen uren volstoppen met méér werk, riskeren bedrijven burn-outs en afhakers. Als ze de tijd benutten voor opleiding, klantinzicht of teamspirit kan AI juist een hefboom zijn voor welzijn en groei. Een eenvoudige wekelijkse vraag kan daarbij helpen: "Welke 15 minuten van je dag kan AI van je overnemen?"

AI beperkt zich niet meer tot schrijfhulp of inboxmanagement. De volgende stap is Agentic AI: virtuele collega's die autonoom taken uitvoeren, van mails versturen tot betalingen afhandelen. Er ontstaan ook radicaal nieuwe toepassingen. Zo ontwikkelde Carlo Ratti Associati AI Timber, een systeem dat bouwplannen leest en bomen zo versnijdt dat er nauwelijks hout verloren gaat. Geen rechte latten, maar organische vormen die maximaal gebruikmaken van grondstoffen. AI vervangt hier geen mensen, maar ontpopt zich tot een creatieve partner die het onmogelijke mogelijk maakt.



Toch kent de technologie ook schaduwzijden. Boston Consulting Group waarschuwt dat Belgische datacenters tegen 2035 vijf keer meer elektriciteit zullen verbruiken, vooral door AI. Het Belgische netwerk is nog niet overbelast. Dat maakt ons land aantrekkelijk voor investeringen van grote techspelers als Google en Microsoft, maar het zet tegelijk de energiebalans onder druk. AI draait immers dag en nacht, ook wanneer we het niet gebruiken. Je zou kunnen zeggen dat AI altijd aan het dromen is.



Een bijkomende keerzijde van artificiële intelligentie is dat mensen de antwoorden van language modellen te snel als waarheid aannemen. Omdat de formulering overtuigend klinkt, lijkt AI superieur aan het werk van een adviseur. Maar klopt dat wel? Uit een onderzoek van de BBC in februari 2025 blijkt dat meer dan de helft van de AI-antwoorden op nieuwsvragen fouten bevat. Wanneer gebruikers via Google een vraag stellen, verschijnt eerst een automatisch gegenereerd AI-antwoord, maar slechts één procent klikt door naar de oorspronkelijke bron. De AI-antwoorden klinken betrouwbaar, maar zijn dat vaak niet. Daarom blijft kritisch denken essentieel.

"Bij BDO geloven we niet dat AI ons denkwerk moet overnemen, maar dat het ons denkvermogen kan versterken."

Peter Van Laer, CEO BDO Belgium

Die boodschap resoneert ook in de "Keep Thinking"-campagne van Claude (Anthropic) uit september 2025: technologie vervangt inzicht niet, ze is net een uitnodiging om dieper te blijven nadenken.

VIJF VRAGEN DIE ELKE BEDRIJFSLEIDER ZICH MOET STELLEN OVER AI:

- 1 Kiezen we efficiëntie of kwaliteit?**
Gebruiken we AI alleen om tijd en kosten te besparen, of ook om de kwaliteit van onze dienstverlening en onze producten te verhogen?
- 2 Wat doen we met de vrijgekomen tijd?**
Vullen we die in met nóg meer werk, of benutten we die om te investeren in opleiding, klantrelaties en innovatie?
- 3 Zijn we voorbereid op de risico's?**
Hebben we oog voor ethiek, dataveiligheid, energieverbruik en het welzijn van onze medewerkers in een sterk geautomatiseerde omgeving?
- 4 Geven we ruimte aan experiment?**
Stel een team samen dat met AI mag spelen en experimenteren, en dat de ervaringen deelt met andere teams. Innovatie ontstaat vaak op onverwachte plekken.
- 5 Communiceren we transparant?**
Deel openlijk waar en waarom je AI test. In een context waar Belgen weinig vertrouwen hebben in AI-toepassingen zoals personeelsscreening of emotie-analyse is privacy het fundament om het vertrouwen te versterken.

"Bij BDO zetten we uiteraard in op de efficiëntieslag die AI mogelijk maakt, maar we gaan tegelijk bewust om met de tijd die daardoor vrijkomt. Die tijd investeren we in kwaliteit. Wanneer routineuze taken verdwijnen, creëren we ruimte om grondiger te reflecteren en adviezen te formuleren op basis van de inzichten die AI oplevert. Daarnaast focussen we op menselijke meerwaarde. We verwachten dat collega's vaker onderling overleggen en vaker een beroep doen op elkaars expertise. We vragen dat onze medewerkers de vrijgekomen tijd gebruiken om hun eigen kennis en vaardigheden verder aan te scherpen, via opleidingen en trainingen. Bovenal gebruiken we de vrijgekomen tijd om de relaties met onze klanten uit te diepen en de personal touch van BDO nóg sterker als toegevoegde waarde uit te spelen. Zo spelen we nog proactiever in op de noden van klanten. Uiteindelijk versterken we de kwaliteit van ons werk en worden we onderscheidend in een tijd waar AI eerder een level playing field creëert."

Ignace Robberechts, Chief AI Officer
BDO Belgium