"Als iedereen AI gebruikt, waarom merkt de organisatie er dan nog niets van?" (inct.spiratie 2026)

08-10-2026 08:50



Vrijwel iedereen in de uitgeef- en mediasector experimenteert inmiddels met AI. Toch blijft het gebruik volgens digitaal ondernemer en AI-specialist Gert-Jan Lasterie vaak steken bij losse toepassingen. Tijdens inct.spiratie laat hij zien waar volgens hem de echte winst zit: niet in een betere prompt of een nieuwe tool, maar in wat AI kan betekenen voor een hele werkdag in plaats van voor één klus tussendoor.

Kunstmatige intelligentie is in korte tijd onderdeel geworden van het dagelijkse werk van veel professionals in media en uitgeverij. ChatGPT helpt bij het schrijven van een eerste tekstversie, AI kan documenten samenvatten en met beeldgeneratoren zijn snel illustraties te produceren. Maar daarmee zijn organisaties er volgens Gert-Jan Lasterie nog lang niet. AI wordt vooral ingezet als persoonlijk hulpmiddel, terwijl het onderliggende bedrijfsproces grotendeels hetzelfde blijft. Juist daar ligt volgens hem de volgende stap: niet langer kijken naar wat één medewerker met AI kan doen, maar naar wat de technologie kan betekenen voor een complete workflow.

Van Flabber tot Coolblue en Mediahuis

Lasterie houdt zich al ruim twintig jaar bezig met de manier waarop nieuwe technologie het gedrag van consumenten en daarmee de mediawereld verandert. Zijn loopbaan begon tijdens zijn studie Bedrijfswetenschappen in Nijmegen. In 2002 startte hij de online uitgeverij achter weblog Flabber, een van de bekende Nederlandse internetplatforms uit de beginperiode van het commerciële web.
Wat begon op een studentenkamer groeide in dertien jaar uit tot een mediabedrijf met een kantoor in

Amsterdam. Er kwam een tekst- en videoredactie, het bedrijf ontwikkelde verschillende online titels en rond de platforms ontstond een community van ongeveer 150 vrijwilligers.

Daarna werkte hij bij Coolblue en vervolgens bij TMG, dat later opging in Mediahuis. Die combinatie van uitgeverij, journalistiek, digitale platforms en e-commerce gaf hem verschillende perspectieven op dezelfde ontwikkeling: technologie verandert niet alleen de hulpmiddelen waarmee organisaties werken, maar ook het gedrag en de verwachtingen van consumenten. Eerder zag hij dat gebeuren bij de opkomst van sociale media en smartphones. Nu ziet hij een vergelijkbare, maar volgens hem ingrijpendere ontwikkeling rond kunstmatige intelligentie. Met zijn bedrijf Dubbel.ai helpt hij organisaties nu om AI te integreren in hun bedrijfs- en redactionele processen.
Iedereen gebruikt AI, maar wat levert het werkelijk op?

Tijdens inct.spiratie wil Lasterie beginnen met een bewust scherpe stelling: iedereen gebruikt AI, maar eigenlijk heeft bijna niemand er echt iets aan. Daarmee bedoelt hij niet dat toepassingen als ChatGPT nutteloos zijn. Veel mediaprofessionals gebruiken generatieve AI inmiddels succesvol in hun dagelijkse werk. Ze laten teksten samenvatten, vragen om alternatieve koppen, maken een eerste opzet voor een artikel, genereren beelden of gebruiken een chatbot als sparringpartner. Dat kan behoorlijk wat tijd besparen.

Maar volgens Lasterie blijft het effect meestal beperkt tot het individuele niveau. Een redacteur werkt sneller, een marketeer maakt eenvoudiger varianten en lange documenten kunnen sneller worden verwerkt. Dat is nuttig, maar het verandert de organisatie zelf nog niet. Onderzoek van TNO liet dit jaar zien hoe dat eruitziet: meer dan de helft van de medewerkers gebruikte AI en bespaarde gemiddeld vier procent tijd, terwijl de output van de organisatie gelijk bleef. Iedereen werkte sneller, de organisatie niet. De grotere economische en inhoudelijke voordelen ontstaan volgens hem pas wanneer AI onderdeel wordt van complete werkprocessen.

Niet beginnen bij de tool
Daarvoor moeten organisaties anders naar AI kijken. De eerste reactie is nu vaak: welke tool kunnen we aan ons bestaande proces toevoegen? Een redactie blijft grotendeels op dezelfde manier werken, maar gebruikt ChatGPT bij een aantal onderdelen. Volgens Lasterie is een interessantere vraag hoe je datzelfde proces zou ontwerpen wanneer je vandaag opnieuw kon beginnen en daarbij alle huidige technologische mogelijkheden zou meenemen.
Dan analyseer je een workflow stap voor stap. Waar zitten repeterende handelingen? Welke werkzaamheden kosten veel tijd maar voegen inhoudelijk weinig waarde toe? Waar wordt informatie opnieuw ingevoerd of verwerkt? Welke stappen bestaan vooral uit zoeken, ordenen, transcriberen of structureren? Juist dat soort werkzaamheden lenen zich volgens hem voor automatisering.

Om die analyse hanteerbaar te maken, geeft Lasterie zijn publiek twee vragen mee die je op elke taak kunt leggen. Kun je de stappen van deze taak op één A4 uittekenen? Zo ja, dan is het een workflow. Zo nee, dan blijft het voorlopig mensenwerk. Het gesprek verschuift daarmee van technologie naar organisatie: niet welke AI-tool een medewerker moet gebruiken, maar hoe het werk als geheel slimmer kan worden ingericht.



Laat AI het werk doen dat mensen niet consistent kunnen

Dat betekent volgens Lasterie niet dat de menselijke rol kleiner wordt. Naarmate computers gemakkelijker teksten, beelden, muziek en software kunnen produceren, worden menselijke keuzes, beoordeling en een eigen perspectief juist belangrijker.

Tegelijkertijd verlaagt AI de technische drempel om iets te creëren. Mensen zonder programmeerervaring kunnen bijvoorbeeld relatief eenvoudig een applicatie bouwen. Ook bij muziek, beeld en video verdwijnen technische barrières. Voor organisaties vertaalt Lasterie dat naar een praktisch uitgangspunt: laat AI het werk doen dat repetitief of analytisch is, of eigenlijk gewoon geen mensenwerk.

Zijn favoriete voorbeeld is het kiezen van tags in een CMS. "Een artikel gaat over auto's. Is de tag dan auto, Ferrari, of Ferrari Type 8? Met 24 redacteuren krijg je 24 antwoorden. Dat moet je helemaal niet aan mensen overlaten." Bij een online titel van PXR classificeerde een AI-workflow in twee dagen 30.000 artikelen opnieuw, in één keer consistent. Daardoor kan de redactie nu themapagina's en themanieuwsbrieven maken die eerder onmogelijk waren. De winst reikt dan verder dan tijd: er ontstaan producten die er zonder AI niet waren geweest.

Repetitief, voorspelbaar en tijdrovend werk kan in veel gevallen worden geautomatiseerd. Voor een redactie kan dat betekenen dat minder tijd nodig is voor routinematige taken en meer tijd beschikbaar komt voor controle, achtergrondonderzoek, context en duiding.

Governance gaat ook over de gewonnen tijd

Governance gaat bij de meeste organisaties over wat er mag: welke tools, welke data, welke toepassingen. Nodig, maar volgens Lasterie niet de vraag waar medewerkers van wakker liggen. Die willen weten wat er gebeurt met de uren die AI vrijmaakt. Gaan die naar beter werk, naar meer werk, of naar minder collega's? Zijn advies: beantwoord die vraag voordat je de eerste workflow bouwt, en zeg het hardop. Bij Omroep WNL werd eerst afgesproken dat gewonnen tijd naar journalistieke kwaliteit gaat, naar wederhoor, achtergrond en beeld. Pas daarna werd er gebouwd. "Dan verandert AI van een bedreiging in iets waar de redactie zelf om vraagt." Ook een keuze voor lagere kosten kan, zegt hij, zolang je hem uitspreekt. Wat niet werkt, is de vraag ontwijken. Dan vult iedereen het antwoord zelf in en dat antwoord is dan zelden positief.

Van televisie naar online journalistiek

Een van de voorbeelden die Lasterie tijdens zijn presentatie zal bespreken, komt uit zijn werk voor Omroep WNL. Daar ontstaat in de dagelijkse televisieprogramma’s veel journalistieke inhoud die ook online waardevol is. Samen met de omroep zochten ze naar een manier om AI in te zetten zodat de redactie de online kanalen tot volwaardige journalistieke platforms konden maken.

Die manier vonden ze door AI in te zetten in de routinematige werkzaamheden rondom de journalistiek, niet in de journalistiek zelf. Daardoor houden redacteuren meer tijd over voor onderzoek, context en duiding. Hoe dat er in de praktijk uitziet, horen bezoekers van inct.spiratie van Lasterie zelf.

Ook toepasbaar bij uitgevers
Lasterie past dezelfde manier van denken toe bij andere organisaties. Zo werkt hij aan redactionele processen en workflows bij onder meer Sijthoff en PXR. Hoewel organisaties onderling verschillen, ziet hij vergelijkbare patronen. Redactioneel werk bestaat vaak uit een combinatie van inhoudelijke, creatieve en administratieve werkzaamheden. Niet iedere stap vraagt om menselijke creativiteit.
Denk bijvoorbeeld aan het verzamelen en structureren van bronmateriaal, transcriptie, metadata, het verwerken van content in verschillende formats of het voorbereiden van een eerste versie.
Dat zijn onderdelen waar automatisering een rol kan spelen. De uiteindelijke inhoudelijke keuzes, beoordeling en verantwoordelijkheid blijven vervolgens bij redacteuren en makers.

Van gesprekspartner naar collega
Een belangrijk onderdeel van zijn presentatie tijdens inct.spiratie wordt daarom het verschil tussen AI als gesprekspartner en AI als onderdeel van een workflow. Een chatbot is vooral reactief: een gebruiker stelt een vraag en het systeem geeft antwoord. Een geïntegreerde AI-toepassing kan binnen vooraf vastgelegde grenzen meerdere stappen in een werkproces uitvoeren. AI verandert dan van een hulpmiddel dat een medewerker af en toe opent in een browser naar iets wat meer lijkt op een digitale collega met een duidelijk omschreven taak.

Volledig autonome AI-agents, die zelf bepalen hoe ze een taak aanpakken, bouwt Lasterie bewust niet. "Ze zijn inefficiënt in hun verbruik, omdat ze bij elke opdracht opnieuw bedenken hoe ze het probleem oplossen. En ze zijn inconsistent: vraag je ze op dinsdag iets, dan krijg je het ene antwoord, en de dinsdag erna een ander. Als je als organisatie ergens op wilt bouwen, heb je duidelijke kaders nodig, controleerbare resultaten en een goede koppeling met je bestaande systemen."
Die controleerbaarheid is voor hem de harde eis. Hij zag een organisatie die complexe klantvoorstellen door AI liet schrijven en vervolgens uren kwijt was aan de vraag of de gebruikte cijfers wel klopten. "Dan moet je er maar op vertrouwen dat het werkt. En blind vertrouwen is geen optie, daar kun je geen bedrijf op bouwen." Zijn maatstaf: het controleren van wat AI oplevert moet makkelijk zijn en sneller gaan dan het werk zelf doen.

Inct.spiratie 2026: wat neem je mee?
Tijdens inct.spiratie wil Lasterie vooral concreet laten zien hoe uitgevers en mediabedrijven die stap kunnen zetten. Aan de hand van praktijkcases wil hij laten zien hoe processen daadwerkelijk zijn aangepast en welke resultaten dat heeft opgeleverd.
Zijn ambitie is praktisch: bezoekers moeten de zaal verlaten met minimaal één proces waarvan ze de volgende ochtend kunnen onderzoeken of het slimmer kan worden ingericht met AI. Niet AI als extra knop in een bestaande werkwijze, maar AI als aanleiding om opnieuw te kijken naar hoe het werk wordt gedaan.

MEER INFORMATIE & AANMELDEN

David Huijzer