

# THINK REPORT 2022

**De staat van het denken**  
Vandaag en in de toekomst

Lenovo



## Inhoudsopgave

01 Denk, Opnieuw	3
02 De Denkkloof	7
03 De kracht van beter denken	12
04 Beter denken mogelijk maken	18
05 Nadenken over de mensheid	26
Methodologie	32

# THINK REPORT 2022

Lenovo



01

# Denk, Opnieuw

Lenovo



## **Bij Lenovo hebben we veel nagedacht over het denken (dit wordt heel meta, maar blijf er even bij)**

Daarom wilden wij, als technologiebedrijf dat zich hartstochtelijk inzet voor het ontwikkelen van technologie die het denken kan aanmoedigen, motiveren en vergemakkelijken – en mensen de vaardigheden en capaciteiten kan geven die ze nodig hebben om dat denken tot leven te brengen – we wilden meer weten over wat mensen over de hele wereld over dit alles denken.

### **Wat houdt hen bezig?**

We hadden een voorgevoel, een vermoeden, een idee van wat mensen dachten over nadenken, maar we hadden geen gegevens om nieuwe inzichten te kunnen vormen; de problemen te definiëren; de uitdagingen te begrijpen; de mogelijkheden te identificeren; en zinvolle, duurzame oplossingen te bieden die ons weer aan het denken zouden kunnen zetten – en groots kunnen laten denken.

## **Wat we gevonden hebben**

Mensen worden **overweldigd** en **overbelast**, wat leidt tot een “**denkkloof**.”

---

We hebben dieper nadenken gedeprioriteerd en gecompromitteerd met “**Overlevingsdenken**.”

---

Men is het erover eens dat denken transformationele voordelen heeft. **Dieper, duidelijker denken** heeft de kracht om individuele levens en de wereld te verbeteren.

---

**Technologie** kan helpen de ‘Denkkloof’ te overbruggen als dit **doelbewust** en met de juiste grenzen gebruikt wordt.



## De gebeurtenissen van de afgelopen twee jaar hebben **het denken beïnvloed**

In hoeverre hebben de gebeurtenissen van de afgelopen twee jaar het vermogen van de ondervraagden om **helder, diepgaand en productief na te denken beïnvloed**?

64%

Verenigde Staten  
van Amerika

58%

Verenigd Koninkrijk

61%

Duitsland

48%

Japan

"Sterk beïnvloed" of "enigszins beïnvloed"

Verenigde Staten van Amerika

Verenigd Koninkrijk

Duitsland

Japan



## “Wat denkt u?”

Een veel gestelde vraag, maar veel ingewikkelder dan het klinkt. Dat komt omdat denken, terwijl het natuurlijk voor ons is, onnatuurlijk moeilijk wordt.

We zijn allemaal zo verschrikkelijk druk. Er is zo veel gaande. Er zijn niet genoeg uren in de dag. En dat houdt nog niet eens rekening met de gezondheidscrisis die we de afgelopen twee jaren hebben doorgemaakt - en de stress, zelfbehoud, zorgen, en in sommige gevallen, verdriet dat ons denken vertroebeld heeft. Voeg daar nog een onstabiele economie aan toe, naast andere problemen die de manier beïnvloeden waarop we tegenwoordig leven, en diep, doordacht denken wordt dan bijna ... ondenkbaar.

En toch is denken - hard, complex, uitgebreid, genuanceerd, inzichtelijk, vindingrijk, innovatief, meelevend, intentioneel, inclusief, doelgericht, vormveranderend denken - nog nooit zo cruciaal geweest voor onze toekomst als tegenwoordig, op een moment in de menselijke geschiedenis waarop we niet alleen voor ontzagwekkende, maar zelfs existentiële uitdagingen staan - als planeet, als soort, als mensen die gewoon proberen het juiste te doen voor onszelf, onze gezinnen, onze werkgevers en onze gemeenschappen.



A person is seen from behind, wearing a blue t-shirt and a headset. They are standing in a dark environment illuminated by vertical beams of blue and red light. The person's head is slightly tilted, and they appear to be looking towards the light beams.

58%

zegt dat het “extreem” of  
“zeer” moeilijk is om hun  
beste denkwerk te doen  
wanneer zij zich opgebrand  
of vermoeid voelen.



2022

# De Denk kloof



## De waarheid is dat er niet genoeg diepgaand en cruciaal denkwerk verricht wordt

Het is niet zo dat we als individuen niet nadenken – we zijn tenslotte mensen. Maar de waarheid is dat er niet genoeg diepgaand en cruciaal denkwerk verricht wordt.

We ervaren wat we een ‘Thinking Gap’ (Denkkloof) noemen, en dat kunnen we ons niet veroorloven, vooral nu niet. Helaas is er niet één oorzaak voor - iets wat we zomaar zouden kunnen verhelpen - maar een combinatie van oorzaken die ons als nooit tevoren hebben beïnvloed.

# 64%

Zegt dat het **vermogen om te multitasken en snel te denken** “extreem” of “zeer” belangrijk is.

## Wat weerhoudt ons van **beter denkwerk?**

Mensen voelen zich tegenwoordig immers van alle kanten overweldigd, waardoor het nog moeilijker wordt om zich te concentreren en na te denken.

De wereld gaat zo snel, de veranderingen vinden zo snel om ons heen plaats, dat het moeilijk kan zijn om rust in de storm te vinden, die ons zou kunnen stabiliseren, ons een veilig gevoel kan geven en onze hersenen in staat kunnen stellen om snel denken en multitasken achter ons te laten en in plaats daarvan ons potentieel waar te maken.

En dan natuurlijk: COVID-19 Oorlog. Vluchtelingen. Uitdagingen voor mensenrechten. Het ineensstorten van de beschaafde wereld. Klimaatverandering. Deze en vele andere kwesties die terecht het nieuws in onze hoofden bepalen, nemen ruimte in beslag wanneer we ons er niet eens van bewust zijn en die in de weg staan van ons vermogen om diep en productief na te denken.

	VS	Verenigd Koninkrijk	Duitsland	Japan
<b>Te veel dingen aan hun hoofd hebben</b>	63%	54%	57%	36%
<b>Te veel afleiding</b>	62%	53%	53%	38%
<b>Moe of vermoeid voelen</b>	58%	53%	56%	52%



## Wij. Zijn. Uitgeput Door. Alles. All.

Het resultaat? Wat we “Survival Thinking” (overlevingsdenken) noemen, een op de korte termijn gericht, gecompromitteerde manier van denken dat ons naar het volgende doel leidt, ongeacht of dit nu het afmaken van een presentatie voor een klant is, het avondeten op tafel krijgen, of de nieuwste tv-serie in één keer bekijken, als individuen en als maatschappij leidt het ons niet naar waar we heen moeten.

**Meer dan de helft gelooft dat vermoeidheid en zich uitgebrand voelen, hen ervan weerhoudt hun beste denkwerk te doen.**

Met andere woorden, er is veel echt slim, uitvoerbaar denken dat gewoon niet gedaan wordt. Als individuen en als maatschappij missen we de creativiteit, de genialiteit en het inzicht die anders de vooruitgang zou kunnen bevorderen, levens zou kunnen verbeteren en een eerlijker en rechtvaardiger samenleving zou kunnen creëren. Deze denkkloof gaat ten koste van de mensheid en de toekomst die we met elkaar delen.



## De **denkkloof** leidt tot aanzienlijk tijd “verlies”

**Geschatte tijd die elke dag** verloren gaat  
aan kwalitatief minderwaardig denkwerk:

~3 uur  
Verenigde Staten van Amerika

2+ uur  
Verenigd Koninkrijk

1,5+ uur  
Duitsland

~2 uur  
Japan

Jongere generaties hebben nog meer te maken met verloren tijd.  
**Zakelijke eindgebruikers (Business end users/BEU's) melden dagelijks een verlies van ~2.5 uur.**



# IT-besluit- vormers voelen het ook

IT-besluitvormers (ITDM's) geloven dat hun collega's op de werkvloer "veel" of "enigszins" worstelen met de tijd nemen voor **helder, diep en productief denken**.



75%

Duitsland

84%

Verenigde Staten van  
Amerika

66%

Japan

76%

Verenigd Koninkrijk



Maar 34%  
besteedt het grootste deel  
van hun denktijd aan helder,  
diep en productief denken.



03

# De kracht van **Beter** **Denken**



## Beter denken wordt gewaardeerd, maar **welk soort denken?**

Hoewel mensen lijken te begrijpen dat ze een denkkloof ervaren, weten ze ook wat ze er door missen – en ze missen het. Het is duidelijk dat de ondervraagden waarde hechten aan beter denken, maar wat voor soort denken vinden ze het belangrijkste? Het blijkt dat kritisch, coöperatief en bespiegelend denken hoog scoort.

### Kritisch denken

Het vermogen om feiten te evalueren aan de hand van meningen en onbetrouwbare en vaak onjuiste informatie, om een oordeel te kunnen vormen, of een goed geïnformeerde beslissing te kunnen nemen

### Coöperatief denken

Ideeën van anderen gebruiken en er op voortborduren (bijvoorbeeld brainstormen, discussiegroepen, enz.)

### Bespiegelend denken

Introspectief denken, waarbij men zich van zichzelf en zijn/haar leven bewust is en dit evalueert, evenals hoe zijn/haar acties een impact op anderen kan hebben

## Dit alles leidt tot **denken op een hoger niveau**

**Helder, diep en productief denken dat het leven en de wereld die we delen kan verbeteren.**

De waarheid is dat mensen, ondanks het feit dat ze denken op een hoger niveau wellicht zelf niet ervaren, ze wel aanvoelen hoe het voelt en wat de potentie is om transformationele voordelen te creëren. Ze kunnen de kracht ervan zien en de positieve invloed die het op de besluitvorming, de geestelijke gezondheid en het zelfbewustzijn kan hebben. En ze willen de waarde waarvan ze weten dat het hen geeft, het plezier dat ze eraan beleven en de voordelen die ze eraan ontleen, vastleggen - of in veel gevallen opnieuw vastleggen.

> 65%

van de ondervraagden in alle markten **gelooft dat helder, diep en productief denken hen zal helpen betere beslissingen te nemen.**

> 80%

van de ondervraagden, met uitzondering van Japan, **gelooft dat door dit te doen het ook helpt met hun geestelijke welzijn.**



## Beter kunnen denken creëert nieuwe mogelijkheden

De waarde, het plezier en de voordelen van beter denken hebben een impact op veel zaken die ons leven zin geven en, in sommige gevallen, de uitdagingen van het leven verzachten.

Veel mensen geloven dat dieper nadenken hen kan helpen hun doelen te bereiken, een betere toekomst te plannen en tot meer evenwicht, efficiëntie, exploratie, focus en positiviteit kan leiden. Dit geldt niet alleen voor het bereiken van professionele doelen, maar ook voor het verwezenlijken van doelen in hun persoonlijke en privéleven.

Het is duidelijk dat men hier veel over heeft nagedacht.

## Beter denken is wat waard

Tussen de 60% en 85% van de ondervraagden zei dat beter nadenken hen helpt:

Hun geestelijk welzijn te beschermen

---

Betere beslissingen te nemen

---

Meer aanwezig en geduldig te voelen

---

Stress te verminderen

---

Meer zelfbewust te worden

---

De creativiteit te vergroten

---

Doelbewuster te handelen

---

Hun kijk op de wereld te verbeteren

---

Hun geheugen te verbeteren



# Hoeveel waardeert en geniet u van helder, diep en productief denken?

86%

Verenigde Staten van Amerika

82%

Verenigde Staten van Amerika

80%

Duitsland

78%

Duitsland

74%

Verenigd Koninkrijk

69%

Verenigd Koninkrijk

50%

Japan

44%

Japan

Waarde

Geniet ervan

“Veel” of “Enigszins”



## Beter denken heeft zijn voordelen.

Hoeveel baat hebt u bij helder, diep en productief denken?



Verenigde Staten van Amerika

Verenigd Koninkrijk

Duitsland

Japan

85%

**Verenigde Staten van Amerika**

75%

**Verenigd Koninkrijk**

79%

**Duitsland**

49%

**Japan**

“Veel” of “Enigszins”





81%

**zegt dat helder, diep en  
productief denken hen  
zelfbewuster maakt.**



# 04

## Stimuleren van beter denken





## Beter denken gebeurt niet vanzelf

### Zo werkt de wereld niet.

We moeten het als mensen en als samenleving willen, zoeken, vinden, cultiveren, beschermen en ondersteunen. En we moeten creatief zijn in hoe we het tot stand brengen.

Er zijn de beproefde aanpakken, zoals:

### Vertrouwde, rustige en comfortabele plekken opzoeken

---

### Lichaamsbeweging

---

### Bepaalde momenten van de dag reserveren die de beperkingen van ons denkvermogen lijken te verlichten



## Vereisten voor beter denken

Voor sommigen begint beter denken met iets zo eenvoudig als zichzelf eraan herinneren om rechtop te zitten of staan, wat verfrissend kan aanvoelen, of planten in hun werk- en leefruimtes introduceren, wat veel mensen opbeurend en inspirerend vinden. In feite behoorden deze twee strategieën, wellicht door hun eenvoud, tot de meest populaire manieren waarop mensen over de hele wereld die aan onze studie hebben deelgenomen, naar beter denken streefden.

Het blijkt echter dat de topvereiste voor beter denken onder onze ondervraagden rust en stilte is.



## Technologie is uiteindelijk gewoon een **handig hulpmiddel**

**Dat moet het wel zijn, nietwaar? Anders zouden we onszelf voor de gek houden over de rol die het in ons leven en onze samenleving speelt.**

Technologie gaat niet meer weg, dus de vraag wordt dan: Hoe kunnen we technologie beter gebruiken om ons denken te verbeteren en de uitdagingen waarvoor wij staan op te lossen (en niet te vergeten om het leven leuker en vreugdevoller maken, waarvoor ook beter denken nodig is)?

> 50%

in alle markten zouden overwegen **hun relatie met technologie opnieuw te evalueren om hun denken te verbeteren.**



## De rol van technologie bij het denken

**We weten dat mensen willen begrijpen hoe technologie hun denken kan verbeteren.**

Dit geldt voor degenen die de technologie bij hun werk gebruiken – en dat is bijna iedereen, op de één of andere manier – en zelfs nog meer voor degenen die in de technologiesector werken (zoals iedereen die bij Lenovo werkt). Millennials en Gen Z-ers lopen in feite een grotere kans om technologie te gebruiken voor het beter kunnen begrijpen van technologie en hoe het hen kan helpen betere, productievere en efficiëntere denkers te worden.



## Technologie-gedrag en -denken

De meeste ondervraagden, met name in de Britse en Amerikaanse markten, geloven in de kracht van technologie om mensen te helpen zich te richten op kritische, reflecterende, op samenwerking gerichte, verkennende en nieuwe denkwijzen.

Onder degenen die geloven dat technologie hen kan helpen betere denkers te worden, is het meest populaire gedrag o.a.:

### Leren hoe je technologie doelgerichter kunt gebruiken

Bedachtzamer handelen wanneer je technologie gebruikt om met anderen te communiceren

Bewust grenzen te stellen aan hun gebruik van technologie

## Technologie helpt ons bij verschillende soorten denkwijzen

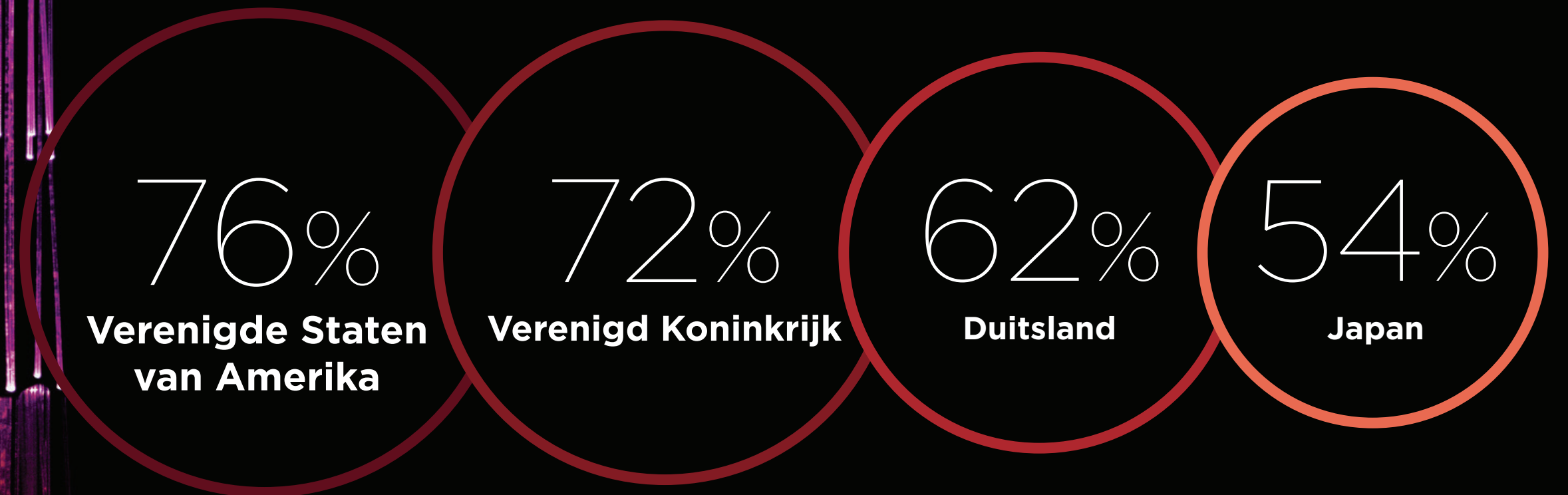
Over het algemeen denk ik dat technologie mensen helpt zich bezig te houden met ...

	VS	Verenigd Koninkrijk	Duitsland	Japan
Kritisch denken	71%	70%	63%	56%
Bespiegeland denken	69%	67%	61%	59%
Coöperatief denken	73%	73%	63%	66%
Expansief/verkennend denken	75%	73%	66%	70%
Nieuwe denkwijzen	76%	75%	68%	75%

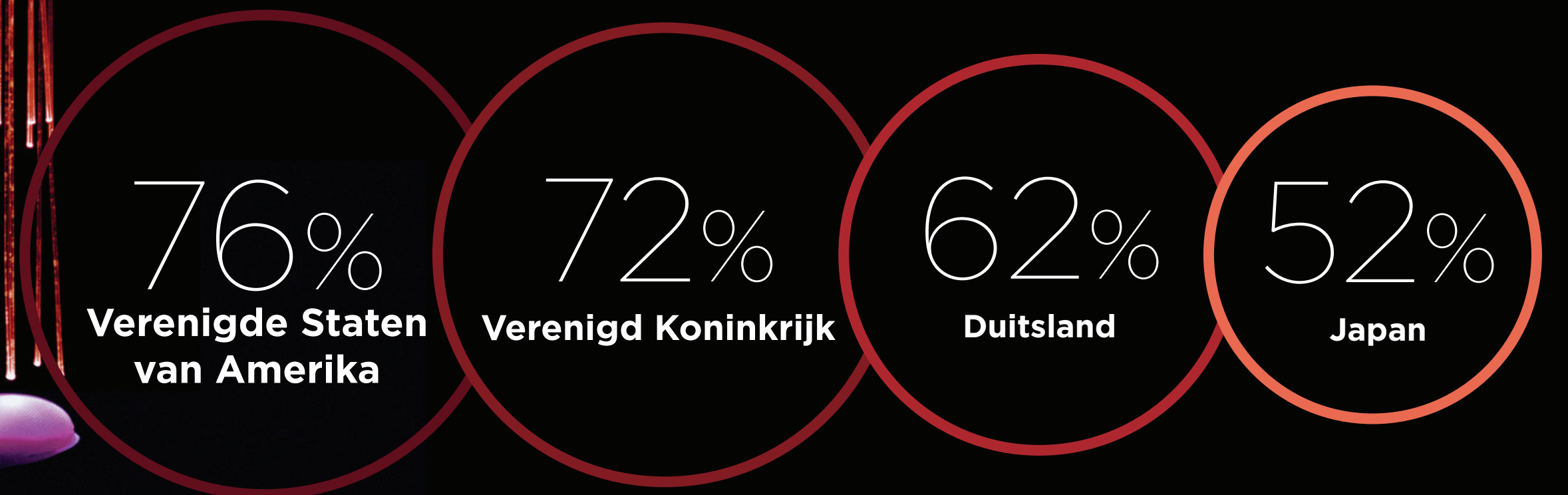


# Zakelijke eindgebruikers zijn nog meer geneigd om de impact van technologie op het denken te heroverwegen

Percentage zakelijke eindgebruikers (BEU's) die op zoek zijn naar informatie over hoe technologie kan helpen met helder, diepgaand en productief denken:



Percentage van BEU's die zouden overwegen hun relatie met technologie opnieuw te evalueren als het hen zou helpen om duidelijk, diepgaand en productief te denken:





## Technologiebedrijven en **het algemeen belang**

Gebruikers vinden dat technologiebedrijven ook verantwoordelijk zijn het bijdragen aan het algemeen belang, door functies, voordelen en andere oplossingen aan te bieden die hen kunnen motiveren om beter en dieper na te denken, dat vervolgens ook kan bijdragen aan het algemeen belang (en aan hun eigen belang).

De technologische bedrijfstak heeft eigenlijk meer geluk dan sommige andere, omdat mensen erin willen geloven en, vooral in de VS en het VK, willen dat zij een deel van de oplossing vormen om mensen te helpen kritisch, bedachtzaam, coöperatief, verkennend en nieuw te laten denken. Het is een kans die technologiebedrijven zouden moeten omarmen.



## Hoe kunnen we technologie beter leren te gebruiken?

Hoewel functies die samenwerking en communicatie vergemakkelijken het meest nuttig worden geacht om te kunnen nadenken, zijn zelfs eenvoudige hulpmiddelen, zoals ruisonderdrukking, gewenst.

Andere kenmerken die toekomstige betere denkers in staat zouden stellen zich te ontwikkelen, zijn die o.a. afleiding beperken, de overdaad aan informatie reduceren en taken vereenvoudigen.





70%

**gelooft dat ze technologie  
kunnen gebruiken om  
beter denkers te worden.**



## Wat het allemaal betekent: de weg naar beter denken

Hoewel sommig mensen misschien zeggen dat technologie het beter denken kan beperken, hadden de ondervraagden een andere mening.

Het beperken van de schermtijd en ander soortgelijk gedrag kan zeker bijdragen aan beter denken. Maar de onderzoeksgegevens laten zien dat technologie, in plaats van het te belemmeren, denken kan helpen verbeteren.

## De technologie-denken formule

Op basis van het onderzoek, is de formule voor een beter technologiegericht denken die we van mensen horen:



Technologie  
doelgericht gebruiken



Grenzen stellen aan het  
gebruik van technologie



Duidelijker, dieper en  
productiever denken



05

# Nadenken over de mensheid



## Denken stimuleert menselijke vooruitgang

**Gedurende de hele menselijke geschiedenis – afhankelijk van wie je het vraagt, hebben we het over de afgelopen 300.000 jaar – is het ons vermogen om na te denken, en lang en hard na te denken, die de vooruitgang heeft gestimuleerd.**

Het heeft ons gemotiveerd om de meest onbeduidende tot de meest diepgaande problemen te overwinnen, het heeft ons in staat gesteld om meer te doen en onszelf en anderen een betere toekomst te geven; heeft ons geholpen om de wereld niet alleen te zien zoals die is, maar ook hoe die zou kunnen zijn; het heeft ons in staat gesteld om verbanden te leggen tussen onze gedachten, gedrag en prestaties; het heeft ons de mogelijkheid gegeven om moedig, vastberaden en met overtuiging te handelen; en het heeft ons geïnspireerd om vriendelijker en aardiger te zijn wanneer we dat kunnen zijn, en tegelijkertijd fel en hartstochtelijk te zijn wanneer we dat moeten zijn.

Al het goede aan de mensheid komt omdat we niet alleen goede gedachten hadden, maar we hebben de tijd genomen om te overwegen wat hun implicaties, beloften en resultaten zouden kunnen zijn.

## Beter denken helpt onze samenleving

Beter denken is niet alleen voordelig voor ons als individuen, maar ook voor de samenleving. Bijna de helft van de ondervraagden in alle markten gelooft in feite dat beter nadenken onze samenleving vriendelijker en vreedzamer zou maken.

**Welke van de volgende zaken zouden volgens u een voordeel zijn van een meer helder, diepgaand en productief denken als samenleving?**

	VS	Verenigd Koninkrijk	Duitsland	Japan
Onze samenleving zou aardiger zijn	62%	54%	52%	31%
Onze samenleving zou vreedzamer zijn	62%	52%	57%	44%
We zouden dichter bij het oplossen van systemische problemen zijn	54%	41%	47%	19%
Onze samenleving zou veel productiever zijn	51%	41%	40%	29%



# Denken is cruciaal voor de mensheid

Bij Lenovo zijn we niet de enigen die dit zeggen: **De mensen die aan het onderzoek meegedaan hebben zijn ervan overtuigd.**

Meer dan  
50%

gelooft dat meer ruimte geven aan nadenken de **vriendelijkheid, vrede en productiviteit op sociaal niveau** zou bevorderen.

80%

denkt dat helder, diep en productief denken **onze collectieve menselijkheid vergroot, ons dichterbij het oplossen van de huidige sociale uitdagingen brengt** en een **positieve invloed kan hebben op de volgende generaties.**



# Wat heeft **technologie** er mee te maken?

**Zoals blijkt, heel veel.**

In feite kan technologie – indien correct, doordacht en verantwoordelijk gebruikt – de sleutel zijn voor het ontsluiten van het potentieel voor een niveau van denken dat de mensheid nog nooit heeft ervaren, het soort denken dat we meer dan ooit nodig hebben om het soort problemen op te lossen waar we tegenwoordig mee geconfronteerd worden.

**Onze ondervraagden zijn het er mee eens**

Door beter na te denken op een collectief niveau **kunnen we de wereld om ons heen verbeteren**, en kunnen we productiever, **empathischer en toleranter** zijn.

Door beter na te denken op een collectief niveau kunnen we **betere beslissingen nemen aardiger voor elkaar zijn samen problemen oplossen en beter reageren op mondiale problemen**.

Om problemen voor de mensheid op te kunnen lossen, **moeten technologiebedrijven en de apparaten, functies, toepassingen en voordelen** die zij bieden ook **mensgericht** zijn.

Om beter denken mogelijk te maken, dat bijdraagt aan sociale veranderingen op de lange termijn, moeten merken **rekening houden met de behoeften, interesses, ervaringen en verwachtingen van klanten**.



## Technologiemerken die onderdeel willen zijn van sociale veranderingen moeten **mensen centraal stellen in hun strategie**

Als technologiebedrijven meer op mensen gericht kunnen zijn en als de technologie in staat is om beter denken te bevorderen – beiden een grote ‘als’ – geloven mensen dat de resultaten transformatief kunnen zijn op manieren die we ons misschien niet eens kunnen voorstellen.

De gegevens en inzichten uit ons onderzoek kunnen mensen helpen en ondersteunen om meer doelbewust, holistisch en coöperatief met technologie om te gaan en op de volgende manieren die:

**Meer gefocust en minder afleidend zijn**

---

**Doelgerichter en minder gecompromitteerd zijn**

---

**Meer bevrijdend en minder tijdrovend zijn**





# Technologie is van fundamenteel belang

**Technologie is op zichzelf misschien niet het enige antwoord op het dichten van de denkkloof – denken vindt immers plaats in onze hersenen (met wat hulp van de goedheid in ons hart).**

Maar in onze gedigitaliseerde, gecomputeriseerde, gemotoriseerde en geautomatiseerde wereld, waarin machinaal leren ons lessen leert en kunstmatige intelligentie elke dag reëler wordt, is technologie van fundamenteel belang om vooruitgang te boeken tegen vrijwel elk probleem waar we mee te maken krijgen.

Als een moderne, 21e-eeuwse samenleving hebben we de kans om de positieve effecten te erkennen die het overbruggen van de denkkloof op het leven van mensen en gemeenschappen over de hele wereld zou hebben – om nog maar te zwijgen over de planeet Aarde. Het ligt in ons vermogen om voor onszelf te denken en te heroverwegen hoe we dit buitengewone menselijke vermogen gebruiken om vandaag en ver in de toekomst een betekenisvol verschil te maken.



# Methodologie

## Hoe en wanneer?

### Online enquête

uitvoeren: 4 tot 24 juli, 2022

## Wie?

### Alg. Bev.

Algemene bevolking  
*Volwassenen 18+*

### BEU's

Business End  
Users (Zakelijke  
eindgebruikers)  
*Gen Z/Millennials  
die technologie in  
hun beroep gebruiken*

### ITDM's

IT Decision Makers  
(Besluitvormers)

## Foutmarge

Voor individuele  
marktmonsters (met een  
betrouwbaarheidsniveau van  
95%):

### Alg. Bev.

+/- 3 procentpunten

### BEU's

+/- 4 procentpunten

### ITDM's

+/- 5 tot 6 procentpunten

## Waar en hoeveel?

### Verenigde Staten

n = **1.051 Alg. Bev.**

n = **650 BEU's**

n = **349 ITDM's**

### Verenigd Koninkrijk

n = **1.014 Alg. Bev.**

n = **660 BEU's**

n = **363 ITDM's**

### Duitsland

n = **1.010 Alg. Bev.**

n = **620 BEU's**

n = **338 ITDM's**

### Japan

n = **1.020 Alg. Bev.**

n = **310 BEU's**

n = **310 ITDM's**

### Let op

De gegevenspunten en  
bevindingen die in het hele  
pakket zijn opgenomen, zijn  
gebaseerd op algemene  
bevolkingsgegevens, tenzij  
anders vermeld



**Bedankt.**

**Lenovo**