

Technologie is de innovatieturbo in de crisis

In tijden van recessie slagen alleen grote innovaties. De geschiedenis bewijst deze stelling. Dat beweren Jacques Bughin, Angela Hung Byers en Michael Chui van McKinsey in een opiniestuk op de company website van het [adviesbureau](#). De winnaars van iedere crisis blijken keer op keer innovatieve bedrijven te zijn die een technologische vooruitgang konden boeken die zo groot was dat de bestaande concurrentieverhoudingen op hun kop werden gezet. De crux, volgens de auteurs, zit in de combinatie van vernieuwende technologie en de acceptatie daarvan door organisaties.

Bedrijven kijken in tijden van crisis de grootste innovatiekansen vaak volledig over het hoofd, aldus Bughin, Hung Byers en Chui. Iedereen is geneigd om zijn eigen overleving te managen en kosten te besparen, maar zodra de crisis voorbij is blijkt achteraf dat bestaande businessmodellen overhoop zijn gehaald door 'disruptive innovations' die de regels van het spel hebben veranderd. De digitale computer werd geboren tijdens de Grote Depressie van de jaren dertig van de vorige eeuw. Het ethernet zag het licht tijdens de oliecrisis van de jaren zeventig. De personal computer van IBM kwam voort uit de recessie begin jaren tachtig, zoals het world wide web geboren werd tijdens de inzinking begin jaren negentig. En de winnaars van nu zoals Apple, Amazon en Google legden de basis voor hun nieuwe verdienmodellen tijdens de dot-com bubble begin 2000.

Het Nieuwe Normaal

Recessies blijken steevast periodes te zijn die de pikorde van de concurrentie ingrijpend veranderen. Stel u voor dat u bedenkt hoe u de koets moet trekken als er een tekort aan paarden is. En als het tekort dan eenmaal voorbij is, blijken er geen koetsen meer maar auto's op de weg te rijden. McKinsey's onderzoek toont aan dat bijna 40% van de leidende industriebedrijven uit de VS alsmede een derde van de leidende Amerikaanse banken na de dot-com bubble van 2000-2001 uit de bovenste 25% van hun sector zijn gevallen. In veel gevallen is de oorzaak van die terugval te wijten aan een grote innovatie en daaruit voortkomende andere businessmodellen.

Terug naar het hier en nu. Volgens de auteurs zit de nieuwe golf disruptive innovations eraan te komen. Was de opkomst van het internet de oorzaak van de dot-com bubble eerder dit decennium, nu is het de motor achter vergaande veranderingen. McKinsey noemt de volgende innovaties als leidend: de groei van breedband data netwerken; de groei van sociale netwerken (Web 2.0); de ontwikkeling van kleine, embedded sensoren ingebouwd in allerlei producten; en tenslotte, het enorme scala aan krachtige analytische software die het mogelijk maakt om strategische informatie uit alle informatiestromen te halen.

Na de crisis is het niet back to normal, maar op naar het New Normal – het nieuwe normaal dat zal bestaan uit internettoepassingen die iedereen en alles met elkaar verbinden, mensen laten samenwerken en informatie uit alles wat verbonden is analyseren ten behoeve van nieuwe verdienmodellen. Embedded sensoren maken het mogelijk om elk voorwerp te volgen en analyseren, met als gevolg realtime strategische informatie over welk product dan ook.

Digitale werkplek

Naast het Internet van Dingen is Het Internet van Iedereen de andere grote ontwikkelingsstroom die in dit geval alle mensen met elkaar verbindt via sociale netwerken als Hyves, Facebook, LinkedIn en Twitter. Voor sociale innovatie en de manier waarop wij samenwerken en organiseren zal dit enorme gevolgen hebben. De auteurs signaleren, zoals anderen dat al voor hen deden, dat het Web 2.0 lang niet meer alleen gebruikt wordt voor entertainment en koffiepraat. In toenemende mate wordt de technologie gebruikt door professionals om online samen te werken. Het gaat dan om het delen van kennis en co-creatie van content, producten en diensten. De behoefte aan deze online samenwerking leidt

op zijn beurt tot het ontstaan van nieuwe virtuele plekken van samenwerking. De auteurs spreken van digitale werkplekken of zelfs fabrieken.

Het voordeel van deze digitale werkplaatsen is dat ze zeer efficiënt opereren en virtuele marktplaatsen op maat worden. Je vindt er precies wie en wat je nodig hebt. Dit alles leidt ertoe dat enerzijds de kosten voor innovatie drastisch teruggebracht worden en anderzijds dat veel meer talent zijn bijdrage kan leveren. Dit heeft grote concurrentiegevolgen voor ondernemingen die er dure innovatie-afdelingen op na houden en veel geld uitgeven in de slag om talent aan zich te binden. Toepassingen op het gebied van digitale werkplaatsen zijn momenteel veel te vinden in de markt van de mobiele telefonie. De virtuele platforms in deze sector heten application stores. Het zijn virtuele arbeidsmarkten van software ontwikkelaars die toepassingen (apps) voor mobiele telefoons ontwikkelen. De snelle toename van apps voor bijvoorbeeld de iPhone van Apple laat zien hoe enorm groot de vraag is naar nieuwe toepassingen nu de mobiel zich van telefoon en entertainmentgadget ontwikkelt tot draagbare Web 2.0 tool, annex multimedia center, annex navigatiesysteem.

Kortom, baanbrekende technologieën zijn de winnaars van de crisis. Ze veranderen het spel, de regels en de concurrentieverhoudingen. In het geval van de huidige crisis lijkt het erop dat internetontwikkelingen niet alleen de verhoudingen in sectoren en tussen organisaties op zijn kop zetten, maar nieuwe sectoren zullen creëren. Sterker nog, aan het einde van deze crisis zou zelfs ons begrip van wat een organisatie is wel eens volledig op de helling kunnen staan.