

## We verspelen koppositie internet der dingen

Tot voor kort liep Nederland voorop met het internet der dingen, de nieuwe innovatiegolf die vuilnisbakken, wegen, koeien en andere dingen via nieuwe draadloze netwerken met het internet verbindt. Maar er lijkt nu een vorm van verlamming toe te zijn geslagen, waardoor we door andere landen ingehaald worden. Hoe komt dat? En wat zijn de gevolgen als ons bedrijfsleven blijft afwachten?

Besef wel hoe belangrijk dit thema is. Het internet der dingen zal een grotere economische impact hebben dan het internet tot nu toe. Vele marktanalisten zijn het hierover eens.

Een nuancering: het gebrek aan Nederlandse daadkracht ligt niet aan de IT- en telecombedrijven. Die hebben hun werk uiterst goed gedaan en Nederland al voor de zomer van 2016 als eerste land ter wereld voorzien van een dekkend LoRaWAN-netwerk. Via dit draadloze netwerk kunnen uiteenlopende dingen op een zeer energiezuinige manier met het internet communiceren. Nee, de voorwaarden voor het inzetten van het internet der dingen zijn geregeld. Het probleem is dat de bedrijven en overheidsorganisaties die er gebruik van zouden moeten maken stilstaan, of maar mondjesmaat aan het internet der dingen snuffelen.

Neem onze voedselproductie. Wanneer dieren — en vervolgens vlees-, eier- en zuivelproducten — via het internet der dingen verbonden zijn, zou het mogelijk zijn in de supermarkt of in het restaurant precies te weten waar producten vandaan komen. En wat er allemaal gebeurd is tussen boerderij en bord. Een fantastische basis voor innovatie in voedselkwaliteit én het verbinden van de consument met de producent. Dit is al langer mogelijk, maar we doen het nog niet.

Of neem onze oer-Hollandse dijken. Het is zéér kostbaar om dijken uit voorzorg te versterken. Maar Nederlandse techneuten hebben de IJkdijk ontwikkeld: die beschikt over sensoren die onder andere de vochtigheid en beweging binnen de dijk monitoren. Hierdoor wordt het op afstand duidelijk welke dijkdelen aandacht nodig hebben en welke nog in een prima staat verkeren. Een prachtige wereldprimeur, maar het wordt in nog maar weinig dijken toegepast.

Ik heb al eerder in deze krant geschreven over de voordelen van een online cv-ketel. Hiermee zal de afnemer minder betalen, omdat de behaalde efficiëntie nauwkeurig in de gaten wordt gehouden en geoptimaliseerd. De producent kan tegelijk meer verdienen via een aanbod van 'warm water als dienst', omdat er dan een minder complexe bedrijfsketen ontstaat. Dit soort apparaten bestaan wel, maar worden niet actief gepromoot in de markt.

Waarom lijken onze topbestuurders het liever bij het oude te willen houden?

Wellicht omdat onze huidige marktleiders, die over voldoende middelen beschikken, een veilige strategie handhaven. Ze willen hun bekende heden niet inruilen voor een onzekere toekomst. Laat anderen de verschillende technologische opties verkennen en – heel slim – haal ze dan net op tijd in. Zonder al te veel te investeren.

Maar is deze strategie wel slim? Niet dus, aldus een veel geciteerd wetenschappelijk werk van Boston University. Dit beschrijft het technologische innovatieproces als volgt. Eerst maken verschillende bedrijven meerdere varianten van het nieuwe type product, gebaseerd op de nieuwe technologie. Tegelijkertijd praat iedereen erover — de betrokken bedrijven, de overheid, journalisten, consumenten, onderzoekers — waardoor er meer begrip ontstaat over wat de technologie is en wat die allemaal kan. Deze twee processen, technologieontwikkeling en begripsvorming, beïnvloeden elkaar.

En wat blijkt? De beste tijd om tot de markt toe te treden is zodra dat begrip concreet wordt, maar het beste technisch ontwerp nog niet helder is.

Maar op dat cruciale moment moet al een marktgereed product klaar liggen! En moeten eventuele veranderingen in het bedrijfsecosysteem uitgewerkt zijn. Als uw bedrijf dan pas serieuze stappen gaat ondernemen, hebt u de boot al gemist. De partijen die dan voorop lopen hebben veel invloed op het uiteindelijke dominantontwerp, en nemen een sterke positie in in de nieuwe markt, ten koste van de 'slimme' volgers.

Wanneer Nederlandse bedrijven en overheden een koppositie durven ambiëren, maken we kans dat onze ontwerpen prachtig winstgevende (export)producten worden. Ons innovatieklimaat en onze economische positie voor de komende decennia hangt hier in sterke mate van af.

*David Langley onderzoekt Internet, Innovatie en Strategie aan TNO en de RuG. Hij organiseert op 2 feb a.s. in Groningen mede de workshop 'Designing Profitable Digital Business Models with the Internet of Things'. Interesse? U kunt zich aanmelden via [rug.nl/vinci](http://rug.nl/vinci)*