

“Dankzij de snelheid van het licht”

de grote gevolgen van de snelle opkomst van de virtuele wereld

Drs. Maurice de Hond mdehond@icom.nl
Icom, Internet Competence Network www.icom.nl

De verspreiding van Internet is de snelste verspreiding ooit van een nieuwe technologie. Inmiddels is het aantal Internetgebruikers wereldwijd meer dan 180 miljoen. (In 1995 was dat nog maar 15 miljoen). In Nederland is het aantal gebruikers de 3 miljoen genaderd. Op basis hiervan kan geschat worden dat de verspreiding over het bedrijfsleven binnen 3 jaar de 75% overschreden zal hebben. In de consumentenmarkt mag verwacht worden dat dit percentage in 2005 zeker gehaald zal zijn.

Tegelijkertijd gaan de technologische ontwikkelingen snel door. Terwijl het World Wide Web nu 4 jaar bestaat mag verwacht worden dat in de komende 4 jaar de ontwikkelingen sneller gaan dan in de afgelopen 4 jaar. Dat zal met name te merken zijn in de verbindingssnelheid en het gebruiksgemak van de computer of de andere apparaten waarmee men online kan gaan.

Om te beseffen wat het betekent dat het overgrote deel der bedrijven en consumenten in de nabije toekomst over een sterk verbeterde versie van Internet beschikt is het goed zich te realiseren wat het betekent dat we tegenwoordig allemaal over telefoon beschikken: elke keer als we iemand willen spreken hebben we de keus hetzij een afstand fysiek te overbruggen (kost tijd en geld) of de telefoon te gebruiken. Via de telefoon reizen mond en oren als het ware met de snelheid van het licht over de aarde.

Internet is evenzeer een communicatiemedium: Naast oren en mond reizen ook de ogen met de snelheid van het licht over de aarde. In de toekomst zal het zo zijn dat iedere keer als men iets wil doen, waarbij het niet nodig is iets vast te pakken, te ruiken of te proeven dan heeft men de keus of de afstand fysiek te overbruggen (kost dus tijd en geld) of internet te gebruiken. En dat houdt in dat we in de toekomst voor een groot aantal menselijke activiteiten (economisch of sociaal) internet kunnen gebruiken.

Op deze wijze creëren we als het ware naast de fysieke wereld die we zo goed kennen een virtuele wereld waar steeds meer economische en sociale activiteiten kunnen en zullen plaatsvinden. Een virtuele wereld waar andere wetten gelden dan in een fysieke wereld. Met eigen voor- en nadelen ten opzichte van de fysieke wereld. Zo zullen afstand en tijd in de virtuele wereld in feite niet bestaan. En ook andere beperkingen vanuit de fysieke wereld kunnen doorbroken worden. Zo zien we in de fysieke wereld dat door de schaalvergroting van de laatste veertig jaar de relatie tussen een bedrijf en de individuele klant steeds anoniemer geschiedt. Was het vroeger zo dat de een bepaalde verkoper de klant (en in feite de totale markt) goed kende. Tegenwoordig is dat niet het geval of slechts heel incidenteel. Bedrijven zijn georganiseerd in afdelingen en als de klant meerdere vragen heeft voor het bedrijf dan gebeurt het vaak dat hij daarvoor ook contact moet opnemen met meerdere afdelingen. Met behulp van een account manager wordt dat probleem enigszins opgevangen, maar als deze ontslag neemt dan verdwijnt een behoorlijk deel van de informatie.

In de virtuele wereld is het wel weer mogelijk alle facetten van de informatie rond een klant vast te leggen en optimaal te benutten. Door slim gebruik te maken van het bestelgedrag van de klant en die van alle andere klanten kan de klant goed geadviseerd worden. Tevens worden alle facetten van de relatie met de klant, zoals leveringsvoortgang, betaling, vorige orders, backorders, voor de klant volledig zichtbaar gemaakt.

De gevolgen van dit alles zijn tot nu toe amper duidelijk. Zoals gebruikelijk is wordt bij het uitrollen van een nieuwe technologie er eerst de oude activiteiten in gedaan. Veel bedrijven doen op internet niet meer dan hun brochure toegankelijk maken, aangevuld met een email adres. Veel kranten verschijnen op internet met een editie van eens in de 24 uur. Dat is alsof in het begin van de televisie een hoorspel via de televisie wordt vertoond. Langzamerhand beginnen we door te krijgen wat de echte mogelijkheden zijn van die nieuwe wereld en zie je verschillende eerste pogingen om daar goed op in te spelen. De contouren van de toekomst beginnen duidelijk te worden.

In de nieuwe virtuele wereld zullen mensen en bedrijven zich met de snelheid van het licht over de aarde kunnen verplaatsen. Dat heeft o.a. als gevolg dat de economische structuur die we in de fysieke wereld hebben opgebouwd doorbroken zal gaan worden. Bepaalde toegevoegde waardes gaan hun belang verliezen. Andere toegevoegde waardes worden veel belangrijker. De eindgebruiker kan rechtstreeks contact opnemen met de producent; wat is dan nog de rol van de tussenschakel? En als een nieuw bedrijf gestart wordt dat zich volledig richt op de nieuwe virtuele wereld en dus geen last heeft van de beperkingen van de fysieke wereld hoe veel gunstiger is dan de uitgangspositie ten opzichte van een bedrijf dat wel grote belangen heeft in de fysieke wereld?

De macht en rol van het individu zal groter worden. De drempel om informatie van een persoon aan velen te verstrekken, wat vroeger hetzij heel duur was of beheerst werd door bepaalde functionarissen (redacties of eigenaren van de media) wordt nu geslecht. 'Everyone is a publisher' kan nu al uitgebreid via Internet gezien worden. Naast recensies uit de traditionele media kan men gemakkelijk beschikken over informatie van anderen kijkers/lezers. En ook op dit vlak hebben we nog maar amper gezien wat er mogelijk is.

Naast internet zal ook intranet de wereld ingrijpend veranderen. Het communiceren met anderen binnen het bedrijf zal anders verlopen. Kennis wordt veel gemakkelijker gedeeld. De organisatorische en ruimtelijke opzet van een bedrijf zal daardoor anders worden dan vandaag. Net zo goed als het kantoor van vandaag absoluut niet meer lijkt op dat van veertig jaar geleden zal het kantoor van over twintig jaar niet meer lijken op dat van vandaag.

De ontwikkelingen zullen niet alleen belangrijk zijn op het economisch vlak. Net zoals internet belangrijk is voor de contacten tussen bedrijven en hun klanten en leveranciers, zal het ook een belangrijke rol spelen bij contacten tussen mensen onderling. Vanuit relatieve anonimiteit kunnen mensen gemakkelijk contact leggen met anderen, waar ook op de wereld, met dezelfde interesses, belangen etc. En ook dat gaat consequenties hebben voor de bestaande sociale structuren (en ook politieke structuren).

Interessant is het om vast te stellen hoe moeilijk velen het hebben deze opkomst van de virtuele wereld te zien en de gevolgen ervan te doorgronden. Velen kennen alleen de fysieke wereld en de

ontwikkelingen die daar plaatsvinden. Zij denken dat de komende tien jaar de wereld zich zal ontwikkelen, zoals het zich de afgelopen tien jaar heeft gedaan (de normale extrapolatie methode). En zij beseffen niet dat deze sterke opkomst van de virtuele wereld niet alleen activiteiten zal weghalen uit de fysieke wereld, maar ook bepaalde zekerheden van de fysieke wereld zal ondergraven. Het zijn de generaals die nog met de vorige oorlog bezig zijn. Recentelijk is in de USA de voorspelling gedaan dat in het jaar 2002 al 2000 miljard gulden in eCommerce via Internet zal plaatsvinden (met een zwaartepunt op het terrein van business-to-business).

Niet voor niets dat de veranderingen die nu aan het plaatsvinden zijn worden beschreven als de derde grote veranderingsgolf in de menselijke geschiedenis. Na de agrarische revolutie (8000 jaar geleden) en de industriële revolutie (200 jaar geleden) vindt nu de digitale of virtuele revolutie plaats. Met net zo grote gevolgen voor de samenleving en economie als de twee eerdere revoluties. Alleen het tempo waarin die veranderingen zich zullen voltrekken is vele malen groter dan die van de voorgaande. In maximaal 20 jaar zal die voltrokken zijn.

In een wereld waar veel verandert ontstaan er veel kansen. Als men die kansen niet ziet resten er alleen bedreigingen.