

HOME > BIZ > EXPERTS > MENINGEN
 (/) (HTTP://WWW.STANDAARD.BE/BIZ) (HTTP://WWW.STANDAARD.BE/BIZ/EXPERTS) (HTTP://WWW.STANDAARD.BE/BIZ/EXPERTS/MENINGEN)

Het nieuwe Lourdes

24/09/2013 om 09:34 door Peter Hinssen (<http://www.standaard.be/auteur/peter-hinssen>)



Foto: Eric De Mildt

Waarom trekken ondernemers zo graag naar Silicon Valley? Internetpionier Peter Hinssen leidt er deze week een groep Chief Information Officers (CIO's) van Belgische bedrijven rond, en brengt voor De Standaard verslag uit van hun ervaringen.

Mijn grootvader was een ondernemer. Van opleiding was hij een mecanicien, met een specialisatie in grote diesel motoren, tractoren en landbouwmachines. Als ondernemer in de jaren vijftig zag hij een gat in de markt, kocht zich een grote luxe autobus, en begon met het inleggen van reizen naar Lourdes, het bedevaartsoord in de Pyreneeën. Het bleek een schot in de roos, en zijn busbedrijf groeide uit naar een mooie onderneming die busladingen (gepensioneerde) katholieken naar de heilige grot van Lourdes voerde.

De laatste jaren moet ik er vaak aan denken, als ik weer met een buslading Europeanen door Silicon Valley rijd, het nieuwe beloofde land. Vorige week was het een groep Belgische marketeers, deze week is het een twintigtal Belgische CIO's waar ik mee rondtoer, die op uitnodiging van IT-gigant Oracle op de koffie gaan bij enkele van de meest tot de verbeelding sprekende bedrijven in de vallei der valleien, Silicon Valley.

Het interessante van Silicon Valley is dat het de laatste jaren aan een totale verandering bezig is. Vroeger was Silicon Valley het absolute hoogtepunt van technologische innovatie: het mekka van de high-tech industrie. De technologiebedrijven als Apple, Oracle en Intel zijn allemaal hier ontstaan en groot geworden, de meeste gestart in een garage, en doorgegroeid tot wereldgiganten.

Maar de laatste jaren is Silicon Valley veranderd van de "High Tech Capital of the World" naar de "Industry-Disruption Capital of the World". De innovatie gaat niet alleen meer om de technologie, de innovatie zit vandaag in het businessmodel.

Apple en Google hebben niet alleen de mobiele technologie een stap verder gebracht, ze hebben het hele business model van de telecomindustrie onderuit gehaald. Bedrijven als PayPal zijn geen bedrijven die technologie verkopen, PayPal is een technologisch bedrijf dat de financiële wereld op zijn kop zet, en de banken onder druk zet. Netflix is de televisiemarkt aan het omgooien. SpaceX is de ruimtevaartindustrie aan het veroveren, en Tesla zet een regelrechte aanval in op de traditionele spelers in de auto-industrie.

Silicon Valley is niet alleen de motor van technologische innovatie meer, het is ook en vooral de motor van de business innovatie geworden. Daarom zijn deze reizen voor veel deelnemers totale eye-openers, niet om zich te vergapen aan de technologie van de valley, en fotootjes te nemen voor de uithangborden van Google, Apple of Oracle. Maar vooral zijn het eye-openers die tonen dat hun businessmodel wel eens zou kunnen omgegooid worden door één van 23.000 start-ups die hier actief zijn.

De grens tussen business en technologie is aan het verdwijnen. Als een bedrijf wil verstaan wat de toekomst van hun business zal zijn, dan moeten ze begrijpen wat er hier gebeurt. Jan Ronsse, die de toer vanuit Oracle organiseert, legt uit waarom het zo belangrijk is dat zijn klanten, de CIO's van grote bedrijven, dit mee beleven:

De CIO's die meegaan zijn de mensen die verantwoordelijk zijn voor de volledige informatievoorziening bij bedrijven als De Lijn, VDAB, Crelan of KBC. Een zware verantwoordelijkheid, want de hele 'business' van hun bedrijf hangt ervan af. Daarnaast zijn zij ook de ideale persoon om de rol van katalysator voor verandering op te nemen binnen bedrijven. Daarom nemen we net hen mee: we willen hen nieuwe perspectieven bieden, hen de mogelijkheid bieden om ideeën op te doen en uit te wisselen. Want het zijn zij die ze zullen toepassen in België, om ook in de toekomst hun bedrijven vooruit te kunnen laten gaan.

Eén van de grootste misverstanden over innovatie, is dat die enkel voorbehouden zou zijn aan start-ups waar de gemiddelde leeftijd 30 jaar is en niemand een kostuum draagt. Om dat te bewijzen gaan we niet enkel langs bij de vaste waarden op gebied van innovatie zoals Google, Tesla, Stanford University of de venture capitalists van Norwest, die bekend staan om hun neus voor innovatie in "the Valley". Op het programma staat ook een bezoek aan Wells Fargo, een bank die gesticht is in 1852. Met meer dan 250.000 medewerkers is het één van de grootste financiële instellingen van de Verenigde Staten. Ziet u het stoffige beeld al voor u? Een kijkje op de website Wells Fargo Labs toont toch net iets anders. De kans bestaat dat daar de 'banking experience' van morgen ontstaat. Of om het op z'n San Francisco's te zeggen: "Silicon Valley is not a location, it's a mindset."

Woensdag leest u alles over onze eerste dag in de VS. Dan bezoeken we Oracle OpenWorld, met 60.000 bezoekers en 2 miljoen online 'aanwezigen' de grootste technologieconferentie ter wereld.
