

THEMA 02

Crisispraktijken

CONSUMENTEN-
PRAKTIJKENTECHNOLOGISCHE
INNOVATIECORONA-
CRISIS

Als gevolg van de coronacrisis ontwikkelen we allerlei nieuwe praktijken als vervanger voor onze oude manieren, die tijdelijk niet meer mogelijk zijn. Vaak zijn dit zaken die in kleine kring al populair waren, maar nu pas doordringen tot de massa. Het is de vraag of deze nieuwe praktijken, die zich vaak de digitale sfeer afspelen, zullen beklijven of dat we er, na afloop de crisis, weer zo snel mogelijk vanaf stappen. Veel zal er vanaf hangen of we ze zullen ervaren als minderwaardige vervangers of dat we er juist de meerwaarde van gaan inzien.

Onze observaties

- Een aantal online diensten heeft het aantal gebruikers sterk zien stijgen als gevolg de coronacrisis. De kans is groot dat diensten als Zoom, voor teleconferencing, en Houseparty, om even bij te kletsen of een klein feestje te geven, voor altijd de geschiedenisboeken ingaan als de apps van de coronacrisis.
- Social media platform [TikTok](#) was al zeer populair onder jongeren en heeft dankzij de coronacrisis nog veel meer gebruikers gevonden en is ook hét platform geworden voor het maken en delen van quarantaine filmpjes. Het gebruik van de educatieve app [Scula](#) groeide zo snel dat haar servers het extra verkeer niet aankonden.
- Ook het gebruik van e-commerce is, logischerwijs, sterk toegenomen als vervanger van gesloten fysieke winkels. Ook de bezorging van [maaltijden](#) en [maaltijdpakketten](#) neemt een grote vlucht als vervanger van een avondje uit en wordt ook gepresenteerd als manier om lokale restaurants en voedselproducenten te steunen.
- Muzikanten en andere artiesten die geen live concerten meer kunnen geven gaan massaal online. Een intrigerend voorbeeld hiervan is YouTube-ster, en live-muzikant, [Marc Rebillet](#) die zijn vier afgelaste concerten in Australië verving door live-optredens op YouTube en daarmee een veel groter bereik had (meer dan honderdduizend kijkers) dan met zijn live concerten. Op eenzelfde manier worden ook allerlei yogacursussen, bootcamps en kerkdiensten online verzorgd en zelfs de verslavingszorg van de AA vind nu online plaats.
- We hebben eerder geschreven over de online praktijken van jongeren en de manieren waarop zij [betekenisvolle ervaringen](#) vinden binnen omgevingen als Fortnite en Roblox. Gen Z wordt vaak gezien als de eerste "digital native" generatie van mensen die het pre-digitale tijdperk niet meer hebben meegemaakt. Dat neemt echter niet weg dat [oudere generaties](#) ook al vrijwel hun hele leven werken met digitale technologie, ook al gebruiken ze deze misschien minder, en vooral anders.
- Het zijn niet alleen digitale praktijken die nu populair worden. Als gevolg van de sluiting van sportscholen gaan mensen massaal binnens- en buitenshuis [sporten](#) (vaak wel ondersteund door een app), om de tijd de doden gaan mensen weer [bakken](#) en het zou zomaar kunnen dat we komende zomer in grote getalen gaan kamperen als we, tegen die tijd, nog niet op vakantie naar het buitenland kunnen.



Analyse

Als gevolg van de coronacrisis en de beperkte lockdown waarin we onze bevinden, gaan we naarstig op zoek naar nieuwe middelen en manieren om ons dagelijkse leven zo goed mogelijk voort te zetten. Hieruit ontstaan nieuwe praktijken. Dit begon met de elleboogboks in plaats van elkaar de hand te schudden en inmiddels zijn we massaal aan het videovergaderen, thuisonderwijs aan het geven en houden we feestjes via Houseparty. Veel van de applicaties die nu door grote groepen gebruikers ontdekt en gebruikt worden, bestonden al en waren al van waarde in specifieke niche-markten. Apps als Zoom, Houseparty en Sula zijn niet ontwikkeld in antwoord op de crisis, maar kenden al een groeiende schare gebruikers en maken nu een enorme stroomversnelling mee. Het is de vraag in hoeverre deze nieuwe praktijken, veelal ondersteund door digitale technologie, daadwerkelijk beklijven of dat we weer terugvallen in oude gewoonten zodra de noodzaak van deze oplossingen wegvalt.

Voor een deel van deze crisispraktijken zal inderdaad gelden dat we ze ervaren als noodzakelijke, maar minderwaardige, vervangers en daar zo snel mogelijk weer van af stappen. Zo bezien zou Houseparty zo maar eens de tulpenbol of surrogaatkoffie van de coronacrisis kunnen worden. Echter, er zullen ook zaken zijn waarvan we wel echt de meerwaarde herkennen en deze zullen bij ons blijven. Die meerwaarde kan bijvoorbeeld schuilen in de tijdsbesparing van videoconferencing of vergaande personalisering die mogelijk wordt gemaakt door [tele-onderwijs](#). Ook doen nu veel mensen veel efficiënter [boodschappen](#) omdat ze de supermarkt ervaren als een vijandige omgeving waar je zo min mogelijk, en zo kort mogelijk, wil verblijven. En, dit zou zo maar eens de opmaat kunnen zijn voor veel consumenten om ook vaker online boodschappen te gaan doen. Hun nieuwe winkelritme, inclusief een planning voor één of meerdere weken, lijkt tenslotte al veel meer op het ritme dat hoort bij het online bestellen van boodschappen. Nog interessanter wordt het wanneer we nadenken over echt nieuwe praktijken die voortkomen uit de mogelijkheden, bijvoorbeeld de tijd en technologie, die de crisis biedt en niet enkel ontstaan als een krampachtig surrogaat. We kunnen hierbij een

voorbeeld nemen aan jongeren die al veel langer (betekenisvolle) ervaringen vinden in de virtuele wereld. Omgevingen als Fortnite, Roblox en TikTok bieden voor velen van hen een volwaardig alternatief voor de speeltuin, het schoolplein en misschien zelfs wel de club. Opvallend aan deze omgevingen is dat ze geen halfslachtige poging zijn om het echte leven te weerspiegelen (zoals Zoom of Houseparty dat doen), maar dat ze een geheel eigen ervaring bieden. Het is nu de vraag of oudere generaties ook dit soort praktijken zullen ontwikkelen en omarmen. Ironisch genoeg zijn deze oudere generaties, en dan met name de oudere Millennials en Gen-X'ers, zelf ook al met gaming en andere (primitieve) vormen van digitale technologie opgegroeid, maar maken zij nog veel meer het onderscheid tussen echte (fysieke) en waardevolle ervaringen enerzijds, en virtuele en dus minder waardevolle (of zelfs kinderachtige) ervaringen anderzijds. De coronacrisis zou ertoe kunnen leiden dat ook deze generatie meer waarde gaat ontdekken in virtuele omgevingen, zoals een [metaverse](#), waarin je een deel van je leven gaat leiden, zoals [Second Life](#) al beoogde te zijn en waar de recente film [ReadyPlayerOne](#) een intrigerend van beeld schetste.

Nieuwe consumentenpraktijken ontstaan uit een combinatie van technologische mogelijkheden, veranderende maatschappelijke normen en individuele wensen en mogelijkheden. Een crisis, zoals in tijden van oorlog, vormt als het ware een hogedrukpan waarin technologische ontwikkeling sneller verloopt, maar ook maatschappelijke normen en persoonlijke behoeften veel sneller veranderen. Of er daadwerkelijk nieuwe technologie voortkomt uit deze crisis is waarschijnlijk afhankelijk van de duur ervan, maar de eerder genoemde voorbeelden laten wel zien dat allerlei normen, in elk geval tijdelijk, aan het verschuiven zijn. Het is daarom interessant om te bezien in hoeverre reeds bestaande technologie nu dus nieuwe gebruiken gaat vinden als gevolg van die veranderende normen. De technologie voor videobellen en virtual reality ligt tenslotte al "lang op de plank", maar adoptie werd grotendeels tegengehouden door culturele barrières en deze worden nu in hoog tempo geslecht.

Implicaties

- Een aantal nieuwe applicaties en platformen zal een grote vlucht nemen en dit zijn niet alleen de overduidelijke en schijnbaar meest geschikte vervangers van oude praktijken. Dit kan bijvoorbeeld ook gaan om games die een rijke, sociale, ervaring bieden aan oudere gebruikers of om e-commerce platforms die zich specifiek richten op, bijvoorbeeld, senioren gebruikers.
- In deze crisis is het huis de locatie waar we de meeste nieuwe praktijken ontwikkelen en, zoals we eerder [bespraken](#), zal het huis een veelheid aan nieuwe functies krijgen. Deze zullen in grotere mate ondersteund (moeten) worden door netwerktechnologie, slimme apparaten (e.g. slimme sportapparatuur) en data-gedreven platformen. In toenemende mate zal ook het huis zelf van vorm veranderen, bijvoorbeeld in de vorm van aparte, of flexibele, ruimtes voor deze functies (e.g. een kantoor annex VR-kamer).
- Business modellen waarvan tot voor kort werd gedacht dat digitale technologie daar geen rol kon spelen, zoals yogalessen en conferentiecentra, komen mogelijk onder druk te staan nu mensen ervaren dat het digitale alternatief (bijna) net zo effectief en waardevol kan zijn. De kans is groot dat ook daar een winner-takes-all dynamiek ontstaat; één goede online yogadocent maakt alle anderen overbodig.