

Zo gaat IKEA de grote vragen te lijf

07-04-2017 09:13

Door Donovan van Heuven

Bron: RetailTrends 12

Over dertig jaar leeft zeventig procent van de wereldbevolking in de stad. Tegelijkertijd zijn we met steeds meer. Space10 vraagt zich hardop af wat dat betekent voor ons leven. Op bezoek bij IKEA's externe innovatielab, waar het allemaal draait om het stellen van de juiste vraag.

Het is een waanzinnig idee. Over dertig jaar woont zeventig procent van de mensen op aarde in de stad, stelt onder meer Unicef. En om hen straks allemaal te kunnen huisvesten – schattingen gaan uit van zeven miljard stadbewoners – moeten we vanaf vandaag elke twee maanden een stad ter grootte van New York uit de grond stampen. Elke twee maanden. En dat dertig jaar lang. De mens als stadsdier plaatst stadsmakers voor een enorme uitdaging en heeft onmiskenbaar effect op hoe wij ons leven leiden. Hoe zorg je ervoor dat leiden geen lijden wordt? In wat voor toekomst willen wij wonen? Welke toekomst willen wij creëren? En hoe komen we aan ons eten? En wat eten we? Bij Space10 lopen ze niet om grote vragen heen, maar gaan ze deze te lijf. Aan de hand van macrotrends – toenemende urbanisatie, demografische veranderingen, politieke en economische veranderingen, gebrek aan natuurlijke hulpbronnen en technologische doorbraken – bekijkt het externe innovatielab van IKEA wat de gevolgen zijn van de verschillende ontwikkelingen op samenlevingen en individuen en hoe het woonwarenhuis daarop in kan spelen.

Transparantie

Space10 zoekt geen oplossingen voor IKEA's huidige businessbehoeften en producten, vertelt communicatiedirecteur Simon Caspersen, ook filmmaker, sociaal ondernemer en afgestudeerd antropoloog. "De oplossingen die we vinden moeten dicht genoeg bij IKEA liggen qua relevantie, maar er ver genoeg van af staan zodat ze geen onderdeel zijn van het huidige businessmodel." Space10 gaat niet op eigen houtje op zoek naar oplossingen. Dat gebeurt vanuit een mondiaal samenwerkingsverband van experts en vooruitstrevende denkers. "Wij zijn niet de experts", benadrukt Caspersen. "Wij faciliteren het platform waar ideeën elkaar kunnen vinden en werken vervolgens met de experts samen." Alle bevindingen worden gedeeld. Space10 is geen uitvindingslab, zegt hij, 'en daarom hebben we geen geheimen'.

Conceptinnovatiemanager Goran Nilsson van Inter IKEA, eigenaar van het concept en de wereldwijde franchisegever van IKEA, zei eerder hierover in RetailTrends: "IKEA wil een beter dagelijks bestaan voor iedereen creëren, als anderen daaraan bijdragen door ideeën te lenen van Space10 dan is dat prima." Die transparantie is ook een noodzaak, want dat is een manier om in contact te komen met mensen waar Space10 graag mee samenwerkt. "Het zijn meestal mensen die we nog niet kennen, maar die contact zoeken omdat we op dat ene specifieke thema inzoomen waar hun kennis ligt", legt Caspersen uit. En dat betekent veel publiceren en aandacht genereren van internationale media. "Wij zijn compleet afhankelijk van de slimste koppen en willen dan ook niets liever dan met hen de toekomst verkennen." Door deze samenwerkingsvorm behoudt Space10 ook zijn flexibiliteit en snelheid. "Het is niet de bedoeling dat we een soort van Amazon-innovatielab worden met tienduizend medewerkers in dienst", bezweert Caspersen. Want dan word je zelf een langzame, logge organisatie, stelt hij. Dus in plaats van met eigen medewerkers de toekomst van bijvoorbeeld onze voeding te verkennen, wordt gekeken naar experts in de buitenwereld.

Focus

Die experts trekken soms voor een bepaalde periode in bij Space10. In de kelder van het pand bevinden zich The Farm en The Makery waar de zogenaamde residencies volledig in hun onderzoek kunnen duiken. "Wat va