

Zo gaat IKEA de grote vragen te lijf

12-04-2017 09:07



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 vaak gebeurt als een bedrijf een expert in dienst heeft is dat, ook al ben je aangenomen voor dat ene onderzoek, je altijd weer verzeilt in het beantwoorden van mails en allerlei nutteloze vergaderingen en vergaderingen over vergaderingen. En nog meer organisatorische zaken waar je rekening mee moet houden. O ja, en of je ook nog dat onderzoek wilt doen. Wij skippen al die ruis. Bij Space10 draait alles om de focus op het onderzoek."

De 7 stappen van Space10

1. Space10 ontvangt input vanuit onder meer zijn eigen community, IKEA, VN en denktanks voor potentiële researchthema's.
2. Na het bepalen van een thema wordt dit onderwerp op velerlei manieren verkend. Regel één: feiten draaien nieuwsgierigheid niet de nek om.
3. Doel van de verkenning is het vinden van een goed idee voor het juiste probleem.
4. Is de juiste oplossing gevonden, dan zet Space10 een programma op.
5. Tijdens dit programma zijn externe experts, zogenaamde residencies, voor een bepaalde periode te gast en experimenteren met de oplossing.
6. Het experimenteren resulteert in een prototype.
7. Een geslaagd prototype leidt tot een IKEA-pilot.

Changemakers in Retail op 9 mei in Utrecht

To create better everyday life for the many people, zo klinkt de missie van de Zweedse woonwarengigant IKEA. Dat vraagt om een heldere visie van waar de wereld naartoe gaat. Hoe zet het concern innovatie in om duurzaam bij te dragen aan zijn huidige businessbehoeften? En wat is de rol van het externe innovatielab Space10? Sustainability manager Richard Wilson vertelt het op 9 mei tijdens het event Changemakers in Retail. Ga voor meer informatie over het programma en aanmelding naar www.changemakersinretail.nl.

Het gehele artikel over Space10 is [hier](#) te lezen.