

Jaap Bloem, Menno van Doorn en Sander Duivestein

Nieuwe president gaf methode bekendheid. Maar crowdsourcen bestaat al langer en krijgt steeds meer toepassingen

Samenwerken op internet, of 'crowdsourcen', krijgt steeds meer handen en voeten. De meest uiteenlopende mensen en groepen komen met nieuwe oplossingen voor problemen, of ontwerpen nieuwe producten. Dit potentieel van miljarden zinvol bestede uren groeit nog steeds. De komende jaren zal de maatschappij steeds meer gaan leunen op de directe betrokkenheid van actieve webburgers. Nu de nieuwe Amerikaanse president crowdsourcen structureel gaat inzetten bij de wereldproblemen, zijn alle ogen gericht op dit wereldverbeteren 2.0.

'Of the people, by the people', luidt de slogan op change.gov, de site die Obama vlak na de verkiezingen onthulde. Zijn politieke agenda loop je door in een menuutje, je klikt op een thema en daar kun je jouw oplossingen kwijt.

'Ideas for Change in America' op change.org/ideas lijkt in veel opzichten op de oude campagnesite van Barack Obama. Je kunt je eigen profiel aanmaken en scores bijhouden van je acties en mensen mobiliseren. Het is dan ook opgezet door actieve Obama-aanhangers, in samenwerking met het sociale netwerk MySpace en de change.org-beweging. De tien beste ideeën voor Amerika worden morgen, de dag van Obama's inauguratie, aan de nieuwe Amerikaanse regering aangeboden. Tegelijk wordt dan een landelijke campagne gelanceerd.

In de sector 'economie' is de discussie er levendig. Gregory Wright uit Cottonwood, Californië die zichzelf 'visionair' noemt, lanceert een voorstel om het Amerikaanse begrotingstekort op te lossen. Hij rekent voor hoe de Amerikaanse staat jaarlijks \$ 73,7 mrd kan binnenhalen door een nieuwe belastingmethodiek voor benzine.

Oplossingen voor economie, milieu, scholing en andere problemen worden op de site geplaatst, en met een simpele 'widget' stuur je het idee naar je eigen facebook-pagina. Zo kan de rest van de wereld op jouw profiel zien wat jij hebt bijgedragen aan het nationale en het wereldheil.

Wereldverbeteren 2.0 gaat verder dan ideeën spuien en geld geven. Webburgers werken samen met organisaties om samen iets moois te maken. Een consortium van universiteiten en milieuorganisaties partnert met Rabobank, Athlon Car Lease, Philips en Akzo om een duurzame auto te ontwikkelen: de C,mm,n (spreek uit 'common'). Zo werkte Boeing ook met een 'world design team' van 120.000 burgers voor het ontwerp van zijn nieuwe vliegtuig, de Boeing Dreamliner.

Nine Sigma en InnoCentive zijn verzamelplaatsen van initiatieven, waar instituten en burgers elkaar vinden.

Chemicus John Davis ging aan de slag met een probleem van crowdsourcemakelaar InnoCentive. Voor de kust van Alaska was olie uit het gestrande schip Exxon Valdez bevroren en kon daarom niet worden opgeruimd. Davis paste trillingstechnieken uit de cementindustrie toe, en dat leverde hem \$ 20.000 op. Het uitgelopen prijzengeld kan oplopen tot een paar miljoen dollar.

Aan de Harvard Business School is onderzocht hoe succesvol InnoCentive is. Van de 166 wetenschappelijke problemen die aan de 80.000 onafhankelijke deelnemers van InnoCentive werden voorgelegd, werd een derde opgelost. De belangrijkste succesfactor is de frisse blik van de deelnemers, die verschillende disciplines beheersen.

Ook in de medische hoek rukt crowdsourcen op. In het Tropical Disease Initiative werken vrijwilligers en onderzoekslaboratoria samen bij de ontwikkeling van medicijnen. Nu de rol van computers en programmatuur in onderzoek steeds belangrijker wordt, kan crowdsourcen ook hier beter gestalte krijgen. De 'wetlabs' in laboratoria worden aaneengesmeed tot 'virtual pharma's'.

Ook patiënten gaan samen op zoek naar genezing voor hun ziekte. Op patientslikeme.com loopt nu het grootste onderzoek naar het effect van lithium op de dodelijke spierziekte ALS. Deelnemers houden hun gegevens en constitutie bij, geven aan welke medicijnen nog meer worden gebruikt en zetten dagelijks nieuwe informatie op de site.

Op internet samen software maken is in de jaren tachtig de start geweest van crowdsourcen. Inmiddels is dat een enorm succes, want vrijwel alle televisies, auto's en het hele wereldwijde web draaien op deze zogeheten opensourcesoftware. Met meer dan één miljard mensen op het web is dat uitgewaaierd naar andere zaken, zoals schoenen, gadgets en goede doelen.

Er is uitvoerig onderzocht waarom mensen meedoen met crowdsourcen. Sommigen zien het als een spelletje, anderen werken mee omdat ze het resultaat zelf kunnen gebruiken, en er zijn ook legio voorbeelden van mensen die er gewoon geld mee willen verdienen.

Begin november deed Nobelprijswinnaar Al Gore op een webconferentie in San Francisco een oproep om internet zinvol in te zetten. Gore roemde de manier waarop Obama het internet gebruikte voor zijn verkiezing tot president, als voorbeeld hoe je mensen kunt mobiliseren.

Zoekmachine Google weet al veel langer dat belangrijke antwoorden op het net te vinden zijn. Het bedrijf startte onlangs het project 'Tien tot de macht honderd: een oproep voor ideeën om de wereld te veranderen in de hoop zo veel mogelijk mensen te helpen'. Google, dat 'Don't Be Evil' als motto voert, draagt bij met prijzengeld van \$ 10 mln. Op 27 januari mogen we gaan stemmen en zien we welke ideeën komen bovendrijven.

Ook Nederlandse bedrijven doen vergelijkbare projecten. De offshorebouwer Heerema bijvoorbeeld heeft via internet nieuwe oplossingen gevonden voor afgeschreven olieplatforms die het levert. 'Maak er een datacenter op zee van, gevoed door wind- en zonne-energie', of 'gebruik ze om te boren naar drinkwater'.

Energieproducent Eneco ging via het web op zoek naar een ontwerp voor een windmolenpark dat zo mooi is dat iedereen zich eraan zou vergapen.

Beide Nederlandse ondernemingen, Heerema en Eneco, doen dit via 'The Battle of Concepts'. Ook hier is voor sommige mensen geld te verdienen. Misschien krijg je zelfs een goede baan, want deelnemers moeten hun opleidings- en loopbaaninformatie uploaden en mogen niet ouder zijn dan dertig jaar.

Op de vraag waar we de tijd vandaan halen om buiten werktijd al dit goede werk te doen, is het antwoord simpel: minder televisie kijken. Webexpert Clay Shirky en Martin Wattenberg van het IBM Watson Research Center berekenden het surplus voor Amerika. Ze kwamen uit op 200 miljard uur per jaar, tweeduizend keer wat er tot op heden in de internetencyclopedie Wikipedia is gestoken. Nederland, waar minder televisie wordt gekeken, is altijd nog goed voor 19 miljard uur.

Jaap Bloem, Menno van Doorn en Sander Duivestein werken bij Verkenninginstituut Nieuwe Technologie van ICT-dienstverlener Sogeti. In 2006 publiceerden zij 'Open for Business', een boek over crowdsourcen. Onlangs verscheen van hun hand 'Me the Media', een boek over nieuwe media.

Crowdsourcen

Wegwijs op het web

Visa-kaarthouders verbeteren de wereld www.membersproject.com/ Battle of Concepts www.battleofconcepts.nl Boek 'Open for business' downloaden via vint.sogeti.nl/books/open4business.pdf Crowdsourcemakelaars innocentive.com, ninesigma.com Schoenmaker John Fluevog fluevog.com/files_2/os-1.html Met velen een duurzame auto ontwikkelen, de C,mm,n (foto) www.cmmn.org Patiënten samen naar genezing www.patientslikeme.com

Barack Obama, gratis encyclopedie Wikipedia, vliegtuigbouwer Boeing, en Nobelprijswinnaar Al Gore wisten via internet grote aantallen mensen te activeren.

BB/FD-studio

Ontwerpen met hulp van 'wijze menigten'

Stemmen op ideeën wordt veelvuldig gebruikt bij crowdsourcen. Initiatiefnemers verlaten zich daarmee op de 'Wisdom of the Crowds', ze boren dus de wijsheid van menigten aan. Voor het eerst in de geschiedenis kunnen we gebruikmaken van de voorkeuren die leven binnen groepen van betrokken en deskundige internetgebruikers.

De Canadese schoenenfabrikant John Fluevog gebruikt dit fenomeen om zijn schoenenlijn te crowdsourcen. De afgebeelde schoen is gekozen door de mensen die zijn site bezochten, en belandde zo in de Fluevog-collectie en in de winkel. De schoen is ontworpen door een negenjarig meisje, dat als droom had ooit een schoen te zien in de vorm van een Volvo-auto.

John Fluevog's gecrowdsourcete Volvo-schoen.