

De tweede internetrevolutie

Dat de komst van de webbrowser in de jaren '90 een ware revolutie teweegbracht is een open deur. De laatste tijd lees je steeds vaker over "Web 2.0" waarbij wordt gesuggereerd dat ons een tweede internetrevolutie staat te wachten. Wat die revolutie precies gaat teweegbrengen weet niemand, revoluties hebben namelijk de neiging onvoorspelbaar te zijn. Wel zijn er duidelijke voortekenen dat er grote veranderingen op til zijn. Veel softwarebedrijven, groot en klein, vragen zich af welke kansen en bedreigingen deze tweede internetrevolutie zal brengen.

Laten we eerst even terugkijken naar de "eerste" internetrevolutie. Ten grondslag hieraan lag de ontwikkeling van twee protocollen - namelijk HTTP en HTML - en de ontwikkeling van de oorspronkelijke webbrowser die op deze protocollen was gebaseerd. Vanuit een technisch perspectief zijn deze protocollen niet erg innovatief: ze zijn slechts afgeleiden van veel oudere standaarden. Wat ook de redenen zijn geweest, deze innovaties hebben uiteindelijk geleid tot het ontstaan van nieuwe bedrijfstakken en tot grote maatschappelijke veranderingen. Neem als voorbeeld hiervan veilingssites als eBay en Marktplaats waarmee miljoenen mensen zoiets kopen en verkopen.

Ook de tweede internetrevolutie, ofwel Web 2.0, is gebaseerd op een aantal technische standaarden en innovaties. Denk hierbij aan webservices (WS-* -standaarden), RSS en AJAX (en dan bedoel ik niet het voetbalelftal). Hoewel deze standaarden al jaren geleden zijn ontstaan, lijkt nu de tijd te komen dat ze echt gaan doorbreken. Een van de redenen daarvoor is dat nu, in tegenstelling tot een paar jaar geleden, breedband internet-access vrijwel overal goedkoop voorhanden is.

Naar verwachting zullen deze nieuwe standaarden niet alleen leiden tot nieuwe toepassingen, maar ook tot nieuwe manieren voor bedrijven om geld te verdienen. Denk bijvoorbeeld aan de trend die door Google is ingezet waarbij producten (zoals search en e-mail) gratis worden aangeboden en waarbij de producent wordt betaald uit advertentie-inkomsten. Dit bedrijfsmodel, en de innovatieve manier waarop Google dit heeft geïmplementeerd, heeft dat bedrijf geen windeieren gelegd.

Softwarebedrijven doen er goed aan de ontwikkelingen bij Microsoft op de voet te volgen. Net als voor andere softwarehuizen geldt, is de tweede internetrevolutie ook voor Microsoft zowel een kans als een bedreiging. De topmensen van Microsoft zijn zich hiervan zeer bewust. Microsoft zet dan ook zijn beste onderzoekers, ontwerpers en ontwikkelaars in om dit in goede banen te leiden. Een uitgelekt memo van Ray Ozzie, na Bill Gates de tweede technische man bij Microsoft, biedt een interessante blik in de keuken: blogs.zdnet.com/web2explorer/?p=52

Een belangrijke verandering bij Microsoft is dat er een verschuiving plaatsvindt van pure softwareproducten naar combinaties van producten en diensten die via het internet worden aangeboden.

Windows Update, het systeem waarmee de software op je pc automatisch vernieuwd kan worden, is een voorproefje hiervan. Windows Live (www.live.com) zal Windows in de toekomst met een groot aantal online-diensten uitbreiden. Zo komt er ook een Office Live-site die de nieuwe versie van Microsoft Office zal complementeren en zijn Xbox-gebruikers al bekend met Xbox Live.

Een technologische trend is dat Microsoft op allerlei manieren RSS gaat ondersteunen in zijn producten. RSS biedt een oplossing voor de informatie die we als gewone mensen van het internet willen hebben, maar die op vele verschillende sites staat verspreid. Met RSS kun je je abonneren op informatie-'feeds' die elke website eenvoudig kan aanbieden, zodat de relevante informatie vanzelf naar je toe komt. Veel nieuwe producten van Microsoft, de volgende versie van Microsoft Office voorop, zullen RSS ondersteunen. Ook de nieuwe versie van Internet Explorer (IE7) ondersteunt het abonneren op - en bekijken van - RSS feeds. Om succesvol te zijn moeten softwarebedrijven op verschillende niveaus innovatief kunnen zijn. Ik onderscheid hierbij drie niveaus, namelijk het technische, het functionele en het bedrijfsmatige niveau.

Op het technische vlak moeten ontwikkelaars goed begrijpen welke nieuwe standaarden aan de basis liggen van het Web 2.0, hoe deze werken en welke nieuwe mogelijkheden ze bieden. Naar mijn mening zullen de volgende standaarden aan de basis staan van het Web 2.0: webservices (WS-*), AJAX, RSS en SIP.

Op functioneel niveau moeten ontwerpers bedenken welke nieuwe functionaliteiten hun producten kunnen bieden in de wereld van Web 2.0 waar gebruikers continu online zijn (ook mobiel), breedbandverbindingen goedkoop zijn, en waarbij het mogelijk is om real-time toegang te krijgen tot alle informatie die op het intranet en het internet voorhanden is.

Op bedrijfsmatig niveau moeten managers zich gaan realiseren wat de core business value van hun product is voor hun klanten. Beantwoord dan de volgende vragen: hoe kan het Web 2.0 helpen deze waarde te vergroten? Hoe kan het Web 2.0 helpen om (veel) meer klanten te bereiken? Op welke alternatieve wijzen kan in de wereld van het Web 2.0 de waarde naar de klant worden gebracht, denk bijvoorbeeld aan hosting als alternatief voor de verkoop van productenpakketten en aan servicecontracten als alternatief voor de verkoop van softwarelicenties.

Om echt succesvol te zijn moeten al deze niveaus in het bedrijf samenwerken en elkaar versterken. Mijn laatste tip is daarom: stel een team samen van mensen uit al deze niveaus (dus ontwikkelaars, ontwerpers en managers) en ontwikkel gezamenlijk een toekomstvisie.

Andreas de Ruiter

Developer & Platform Group, Microsoft Nederland
aruiter@microsoft.com