

Om tot adoptie te komen, gaat een innovatie gewoonlijk eerst door een diep dal

Voor huisartsen en verpleegkundig specialisten is innoveren op technologisch vlak een noodzaak. Diagnostische mogelijkheden op basis van bijvoorbeeld sensortechnologie zullen een grotere plaats innemen in de huisartsenpraktijk in de nabije toekomst. Het hangt van verschillende factoren af, althans volgens de alom bekende theorie van Rogers, of dat u geneigd bent een bepaalde zorgtechnologische, diagnostische- behandel-, of medicatie-innovatie snel of wat langzamer te adopteren. Rogers' theorie is algemeen als herkenbaar aanvaard, maar eigenlijk maar slechts beperkt wetenschappelijk onderbouwd, zeker als het gaat om de transpositie naar de medische discipline.

DIFFUSION OF INNOVATIONS

Een korte inleiding in Rogers' innovatie-theorie uit 1962: Diffusion of innovations. Rogers onderscheidde vier elementen die van belang zijn om een nieuw idee te verspreiden:

- 1) De kracht en de importantie van de innovatie zelf.
- 2) Zorgvuldig gekozen communicatiekanalen.
- 3) De factor tijd.
- 4) Het sociale systeem waarvan gebruik gemaakt kan worden.

Als het gaat om dat laatste punt onderscheidde hij typering van mensen die meer of minder behulp-



zaam kunnen zijn bij het verspreiden van een innovatie:

- 1) Innovators: dit is een relatief kleine groep snelle beslissers; diegenen die er op gebrand zijn voorop te lopen als het gaat om nieuwe ontwikkelingen.
- 2) Pioniers (early adopters): dit is een iets grotere groep van mensen die op basis van meer rationele keuze tot het adopteren van nieuwe ideeën komen.
- 3) De groep van 'voorlopers' (early majority): ook zij zijn, weliswaar wat later, beïnvloedbaar te overwegen tot aanschaf en gebruik over te gaan.

De laatste twee groepen, 'the late majority' en 'the laggards', ofwel 'achterblijvers' komen pas in actie als de innovatie eigenlijk alweer op zijn retour is. Van de 'achterblijvers' zal een deel zich blijven verzetten en

nooit, of slechts als allerlaatsten iets met de innovatie gaan doen. Het is in ieder geval niet de groep om zwaar op in te zetten als je een innovatief idee aan de man wilt brengen.

Volgens Rogers volgt de adoptie van een innovatie de helling en de daling zoals iedereen die zal herkennen in een normaalverdeling; een klassieke cumulatieve frequentiepolygoon. (Zie figuur 1).

Er is sinds 1962 vaak gerefereerd aan Rogers diffusietheorie. Echter, nu is er een nieuwe hype in het beoordelen van de adoptie van innovaties: de 'hype cycle van Gartner'.

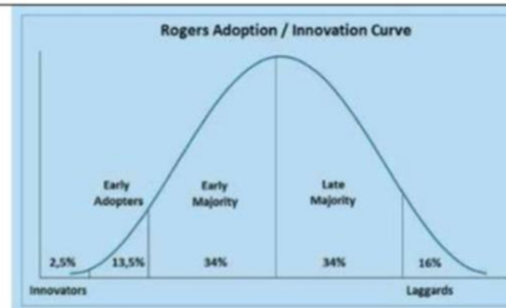
GARTNER HYPE CYCLE

De Gartner hype cycle is ontwikkeld door onderzoeksbureau Gartner Research en biedt inzicht in hoe een nieuwe technologische innovatie de cyclus doorloopt van veelbelovend vernieuwend object tot acceptatie van de eindgebruiker (figuur 2).

Er blijkt een wetmatigheid te zitten in het verloop van het innovatie-traject, tenminste als het gaat om serieuze vernieuwingen, waarbij grote bedrijven langdurig geïnvesteerd hebben. Het verloop in het kort: Er wordt eerst een grote verwachting van de innovatie geschepd bij de introductie. Dan blijken de hoge verwachtingen bijgesteld te moeten worden; een duidelijke terugval en

Figuur 1 Innovatie curve volgens Rogers (1962)

Bron: <http://www.davidsonwp.com/wp-content/uploads/2015/08/Rogers-adoption-innovation-curve.png>



desillusie van de mogelijkheden maakt zich meester van het gebruikerspubliek en de daarbij horende kritische journalistieke reflecties. Er volgt een fase van beschouwing en realisme, om vervolgens toch stap voor stap geïmplementeerd te worden, vaak ondersteund door doorontwikkelprogramma's. De Gartner hype cycle wordt geregeld gepresenteerd en verschilt inhoudelijk van jaar tot jaar. Het biedt een interessant overzicht van de in ontwikkeling zijnde mondiale innovatieprojecten en het ingeschatte stadium van adoptie door de eindgebruikers.

Wij berichten in HuisartsenService editie 2 2014 (pagina 14-15) de komst van self tracking (zelfmetingsmogelijkheden door patiënten). Zo kan men zien dat 'wearables', oftewel de armbandjes voor sensorische zelfmeting, ook wel Quantified Self

(QS) technieken genoemd, zich volgens de Gartner's hype cycle in 2015 'over de top' bevinden en dat dus verwacht kan worden dat er nu een fase aanbreekt waarin er kritische beschouwingen volgen. Over de bruikbaarheid van deze technieken zullen kritische vragen gesteld gaan worden en de aandacht neemt af. Hoe diep het dal zal zijn alvorens er een verlichtend inzicht postvat en het gebruik substantieel geadopteerd zal zijn, is moeilijk voorspelbaar. Dat doet Gartner ook eigenlijk niet. Op basis van marktonderzoek worden innovaties gevolgd. De pieken en dalen van een bepaalde innovatie worden voornamelijk retrospectief in beeld worden gebracht in een curve. Wat de waarde en de mate van bewijsvoering van dit marktonderzoek is, laat ik graag aan de kritische lezer over, die de wens heeft zich hier verder in te verdiepen.

Waarom kan het toch interessant zijn als huisarts dit hype verloop van technologische innovaties op de keper te beschouwen? Enkele opties:

- Om te weten welke belangrijke (technologische) innovaties er zijn en in welke fase van adoptie ze zich (volgens Gartner) bevinden.
- Om kennis te nemen van de technische terminologie die gebruikt wordt om innovatieve ontwikkelingen te duiden, zodat daarop verder naar informatie gezocht kan worden.
- Om met onbekende technologische gebieden in aanraking te komen en via een eigen weg en met persoonlijke interesse verder te zoeken naar informatie over een bepaald innovatief onderwerp, ten gunste van de innovatieve ontwikkelingen in de eigen praktijk.

Auteur: Dr. Wolter Paans, Lector Verpleegkundige Diagnostiek, Hanzehogeschool Groningen.

Figuur 2. De pieken en dalen die een technologische innovatie doormaakt volgens de theorie van Gartner.

Bron: <http://na2.www.gartner.com/imagesrv/newsroom/images/emerging-tech-hc.png?wa0131df2b233dcd17>



Voor een overzicht van de positie van technologische innovaties op Gartner's Hype Cycle 2015 ga naar: <http://www.gartner.com/technology/research/methodologies/hype-cycle.jsp>
<http://na2.www.gartner.com/imagesrv/newsroom/images/emerging-tech-hc.png?wa0131df2b233dcd17>