

LEHMAN SISTERS

Hoe de wereld verandert volgens Chris Dixon

<https://cdixon.org/blog> 2009-2021

Samengesteld door Vincent van der Borg van Lehman Sisters

<https://lehmansisters.substack.com/>

Chris Dixon is general partner bij de invloedrijke venture capital firm Andreessen Horowitz (a16z). Hij ontpopte zich binnen a16z tot de grote cryptoman en was betrokken bij tal van investeringen in cryptobedrijven en DAOs. De beursgang van Coinbase bezorgde hem een plekje (#7) op de Forbes lijst van beste venture capital investors van 2021. Vóór venture capital was hij zelf ondernemer, hij was co-founder van SiteAdvisor (verkocht aan McAfee in 2006) en Hunch (eBay, 2011).

Maar bovenal: hij is een blogger. Sinds 2009 schreef hij 318 blogposts en hoewel de laatste tijd erg infrequent, wat hij schrijft is altijd de moeite waard.

LEHMAN SISTERS

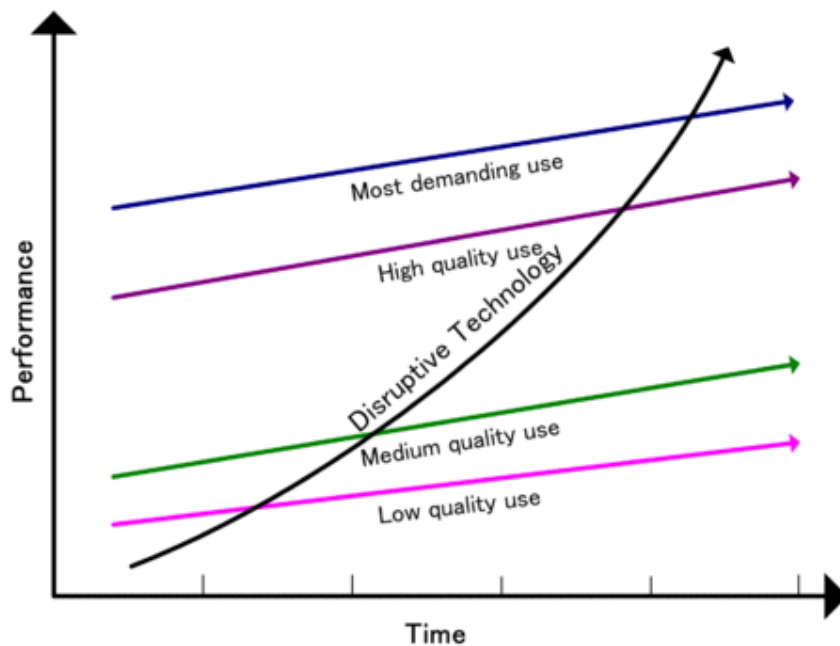
Het ziet eruit als een speeltje, het begint als een hobby

"What the smartest people do on the weekend is what everyone else will do during the week in ten years."

Hobby's worden niet bepaald door korte termijn (financiële) doelen, maar simpelweg door pure interesse.

The next big thing ziet er in eerste instantie uit als een speeltje. Wanneer disruptieve technologie wordt geïntroduceerd kan deze de behoeftes van consumenten niet aan, maar vervolgens wordt de technologie sneller beter en haalt deze de behoefte in. Onderstaande grafiek vangt dat fenomeen.

Clay Christensen's Disruptive technology theory



Om optimaal te profiteren van Christensens theorie is het aan te raden producten te zien als processen. De meest kansrijke producten zijn de producten die zullen profiteren van algemene technologische ontwikkeling zoals sneller internet en snellere chips. Ook producten die 'automatisch' beter worden naarmate de tijd vordert zijn interessant. Wikipedia wordt bijvoorbeeld iedere dag beter in feitelijke informatie online zetten en spammers en trollen tegenhouden.

Clay Christensen's disruptive technology theory brengt ook met zich mee dat als je boven de *most demanding use* uitkomt de focus naar kostenreductie moet verschuiven. Kies daarbij voor een *non-integrated approach* waarbij productie wordt uitgesplitst over verschillende specialistische bedrijven, bijvoorbeeld software en hardware.

LEHMAN SISTERS

Akio Morita

De mede-oprichter van Sony en legendarische innovator Akio Morita zei ooit: "We don't ask consumers what they want. They don't know. Instead we apply our brain power to what they need, and will want, and make sure we're there, ready"

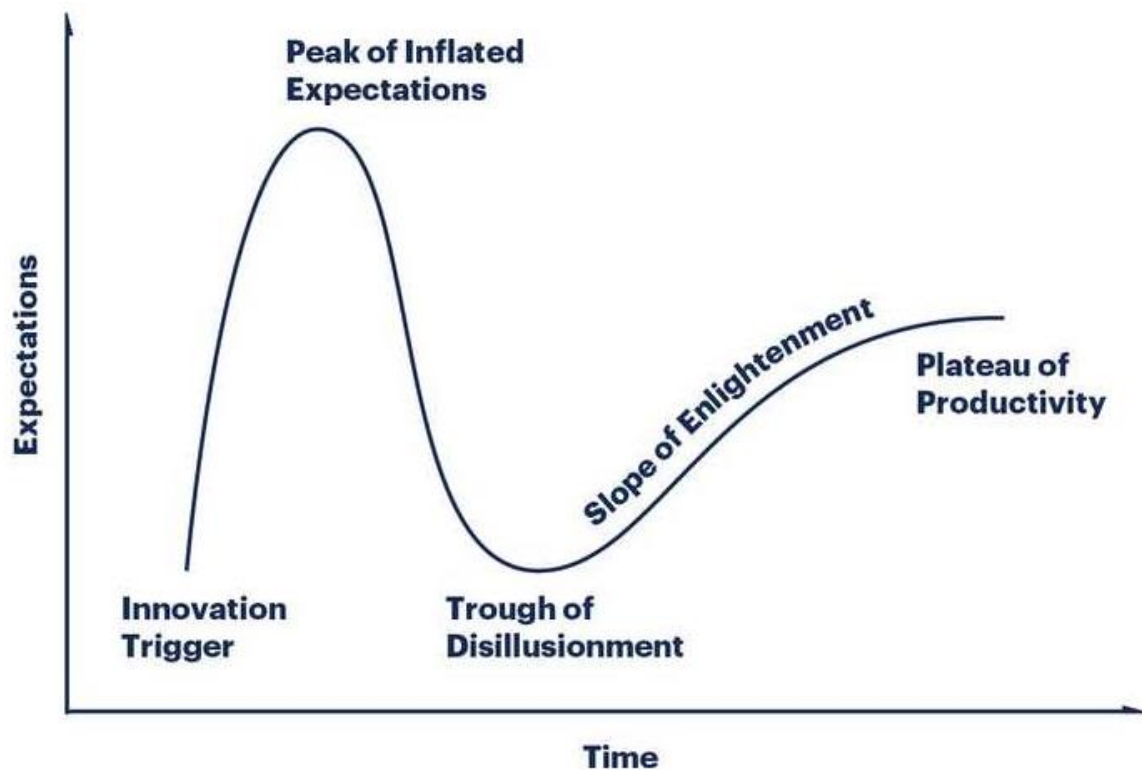
Strong versus weak

Zwakke technologieën passen zich aan aan de wereld. Sterke technologieën zorgen dat de wereld zich aanpast aan de technologie. Vooruitgang hangt af van sterke technologieën.

Strong	Weak
Public internet	Private intranets
Consumer web	Interactive TV
Crowdsourced encyclopedia (Wikipedia)	Expert-curated encyclopedia (e.g. Nupedia, Encarta)
Crowdsourced video (YouTube)	Video tech for media companies (e.g. RealPlayer)
Internet video chat (Skype)	Voice-over-IP (e.g. Vonage)
Streaming music (Spotify)	MP3 downloads (e.g. iTunes)
Touchscreen smartphones with full operating system and app store (iPhone)	Limited-app smartphones with physical keyboards (e.g. Blackberry)
Fully electric cars (Tesla)	Hybrid cars
Permissionless blockchains powered by cryptocurrencies	Permissioned/private blockchains
Public cloud	Private / hybrid cloud
App-based media companies (e.g. Netflix)	Video on demand delivered by cable companies
Virtual reality	Augmented reality
E-sports	Traditional sports delivered over the internet

LEHMAN SISTERS

Hoewel sterke technologieën de wereld duidelijk veranderen kunnen verwachtingen op een bepaald moment nog hoger liggen.



Inside-out versus outside-in

De introductie van nieuwe technologieën kunnen we in twee categorieën verdelen. *Inside-out* houdt in dat bestaande bedrijven of instituten een nieuwe technologie uitrollen. Kenmerkend hiervoor is dat de technologie duur is om te ontwikkelen en de gebruikswaarde direct duidelijk is. In het geval van *outside-in* is de ontwikkeling goedkoop en is de waarde op het eerste gezicht beperkt. Het zijn echter het grote aantal gebruikers dat aantoonde dat een nieuwe technologie waardevol is. Pas na de wijdverspreide adoptie ontstaan nieuwe grote bedrijven of melden bestaande grote bedrijven zich. Smartphones (*inside-out*) gaven miljarden mensen toegang tot een supercomputer, sociale media (*outside-in*) dreven gebruik en verdienmodellen, en clouddiensten (*inside-out*) zorgden dat *back-end services* konden schalen.

Patenten zijn onzin

Software/internet/hardware patents bieden geen voordelen voor de maatschappij. Zonder patenten gaan mensen niet minder bouwen.