

Nirvana-toaletter og teknologiske nyvinninger.

Om strategier, oppfinnsomhet og folks behov

Knut Samset

For folk som er opptatt av å finne alternative konseptuelle løsninger på problemer og folks behov i samfunnet, er det viktig å følge med i den teknologiske utviklingen. Både behov og tekniske løsninger forandres fortere enn noensinne i historien, og vil åpenbart fortsette med det mye lenger enn hver enkelt av oss greier å henge med.

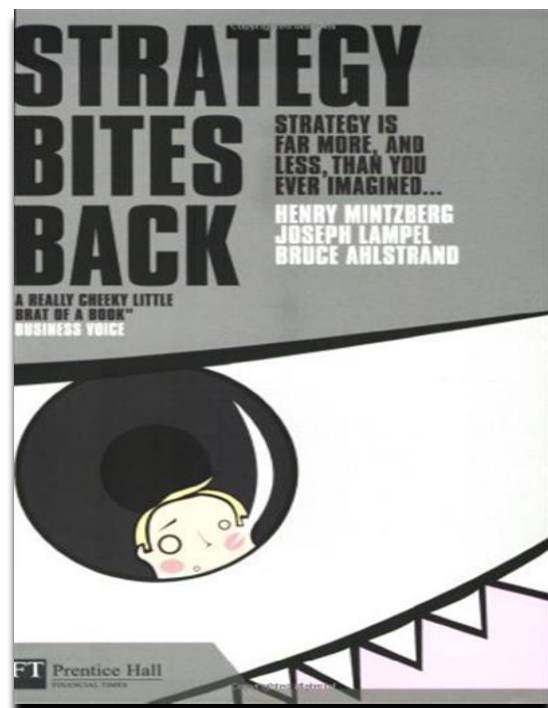
Nirvanatoaletter

I boken «Strategy bites back» av den kanadiske professoren og gurun innenfor strategifeltet, Henry Mintzberg, finner vi flere tankevekkende og underholdende eksempler på fenomenet strategi og hvordan strategier brukes og misbrukes. (Mintzberg m.fl., 2005).

I boken slår han fast at det var lederne som ledet før i tiden. Men så kom planleggerne, som langt på vei erstattet lederne, eller i det minste forsøkte å gjøre det. De kunne det med å lage strategier, og nå var det de som trakk opp retningen for det som skulle skje mens lederne bare var med som nisser på lasset. Men deretter kom analytikerne for fullt inn i manesjen og erstattet begge, ofte forkledd som ledere. De la premissene for det som skulle skje. Mintzberg konkluderer noe oppgitt med at vi i dag har fått en hær av hardtslående rådgivere som kan analysere og slå i bordet med harde data, og at dette har ført til at industrien i større grad lever av å kopiere andre, enn å utvikle noe nytt. Spørsmålet er om ikke det samme også er tilfellet i offentlig sektor.

Det spørsmålet lar vi stå åpent. Men boken har tatt med utdrag av en underholdende artikkel fra New York Times om utviklingen på toalettfronten i Japan som illustrasjon, med stikkordet *Nirvana-toaletter*. Det er ikke helt lett å oppdage det strategiske perspektivet i historien med en gang, men det kommer etter hvert. Det handler om teknologisk innovasjon:

Det vanlige i Japan var lenge det såkalte asiatiske toalettet (squat toilet) der brukeren sitter på huk over et hull i gulvet. Etter den annen verdenskrig kom amerikanerne inn med ny teknologi, og vannklosettet slo veldig godt an hos de svært pertentlige og hygieniske japanerne. Overgangen tok mange år, den gikk fredelig for seg og forvandlingen er for lengst nesten total. Ikke overraskende utviklet japanerne konseptet videre. En vanlig teknologi nå er toaletter med innebygd understellspyling, også kalt integrert bidet. Tre fjerdedeler av japanske hjem har nå slike toaletter.



De er altså kommet et stykke leger enn oss, fordi dette er foreløpig ikke like vanlig i Europa og USA. Møtet med den nye teknologien kan for oss komme som en overraskelse av og til. For meg skjedde for noen år siden på et hotellrom i Kuala Lumpur. Jeg reiste meg etter endt ærend åpenbart raskere enn toalettet hadde regnet med, og ble dermed truffet i nakken av en alt for kraftig vannstråle. Jeg snudde meg og så at det var kommet et mobilt spylør inn i toalettskålen, som etter en stund trakk seg diskret tilbake og forsvant. Meget elegant. En slik spyledass er utvilsomt nyttig også for andre enn renslige japanere, og markedspotensialet er gigantisk. Japanske produsenter selger allerede slike toaletter i USA for flere hundre millioner dollar årlig.

En skulle tro at situasjonen nå var godt etablert på de japanske hjemmemarkedet og alt var under kontroll. Men i de senere år er det allikevel brutt ut det som betegnes som en toalettkrig blant produsentene.

Konseptuelle løsninger

Det begynte med at selskapet *Matsushita* lanserte et toalett med innebygde elektroder i setet, som sendte av svak spenning gjennom bakstussen hos brukeren slik at han samtidig fikk målt og lest av kroppens fettprosent.

Dette skapte mye oppmerksomhet og konkurrenten *Inax* var nå raskt på banen og lanserte et konsept med innebygget lys i toalettskålen, og som ved hjelp av infrarød sensor registrerer menneskelig tilstedeværelse og åpner lokket automatisk. Elektronisk musikk følger med på kjøpet og brukerne kan velge mellom flere lydspor: fuglekviser, rennende vann, lyden fra et vindspill, eller sakte klimpring med tradisjonell japansk harpe. I markedsføringen het det at i japanske hjem er toalettet ofte det eneste stedet hvor man kan sitte i ro og være helt i fred for andre. Et sted for kontemplasjon og meditasjon. Da kreves det noe ekstra.

For folk som er opptatt av å finne alternative konseptuelle løsninger på problemer og behov i samfunnet, er det viktig å følge med i den teknologiske utviklingen.

Dette resulterte i at *Matsushita* kort tid etter introduserte et luksustoalett til om lag tyve tusen kroner som ikke bare åpnet lokket automatisk men også hadde et kraftig ventilasjonsanlegg innebygget. Det kunne varme opp rommet om vinteren og avkjøle det om sommeren. Kapasiteten var enestående: syv graders nedkjøling tok bare 30 sekunder.

I den amerikanske animasjonsserien *Simpsons* ble utviklingen kommentert ved at Homer på toalettbesøk i Tokyo ble konfrontert med et toalett som registrerte utlendinger, lettet på lokket, og på feilfritt amerikansk erklærte at det var en ære for doen å få ta imot gjestens etterlatenskaper.

Utviklingen fikk mye medieoppmerksomhet også i Japan. Sjefsingeniøren ved selskapet *Lixil* gikk offentlig og ble omtalt som toalettsektorens Steve Jobs. Det ble varslet at neste generasjon ville være utstyrt med både spyling og lufttørring, noe som unektelig virker både logisk, praktisk og behagelig, men antakelig vil være svært dårlig nytt for papirindustrien. Talestyring var det neste, og ble innannonsert å komme på markedet allerede om to år.



Men så, bare en måned senere, kom Japans største produsent *Toto* på banen med et konsept med det slående navnet *Wellyou*. Det videreførte ideen om å gjøre medisinske målinger mens man var på do. Det nye nå var at toalettet automatisk måler sukkernivået i urinen. Dermed var det satt en helt ny standard som selvsagt åpner for nye konseptuelle løsninger:

Nå handler det ikke lenger om å spyle eller ikke spyle. Det dreier seg mer om toalettet som husets helsesenter og meditasjonsrom. Nirvana-toalettet. Dette er strategi. Tidligere var det endelige målet ganske enkelt å bli kvitt etterlatenskapene på en enkel og hygienisk måte. Nå sikter man skyhøyt og snakker om bedre helse og et lengre liv – ganske enkelt ved hjelp av toalettet.

Foreløpig er dette bare begynnelsen. Japansk industri er i ledelsen og produsentene holder kortene tett inntil kroppen. *Matsushita* snakker om å installere måleinstrumenter i toalettet som måler vekt, fettprosent, blodtrykk og puls, samt sukker, albumin og blod i urinen. Internett-tilkobling vil bli det helt store gjennombruddet. Resultatet kan dermed sendes direkte til fastlegen. Argumentene er rasjonelle nok: Folk går til legen bare etter at de er blitt syke, mens dette kan gjøre at legen i større grad får en forebyggende rolle. Mange gamle bor hjemme fordi institusjonene er overbelastet og eldrebølgen skyller tungt over landet. Med de nye toalettene kan man overvåke de gamle som bor hjemme. Og så videre.

Men om dette vil bedre helsetilstanden eller bare bli et mareritt for fastlegen gjenstår å finne ut av. Det blir behov for supercomputere som overvåker samfunnet via toalettskålen. Det ligger et Big Brother aspekt i et slikt sammenkople system der storsamfunnet fortløpende overvåker etterlatenskapene til innbyggerne døgnet rundt og registrer hvem som har forstoppelse når, hvem som drikker for mye alkohol, eller hvem som ikke spiser erter. Det vil bli nødvendig med endringer i personvernlovgivningen. Ikke minst politiets etterforskere kan ha stor interesse av slik informasjon for å finne ut hvem som bruker ulovlige stoffer. Et ultrasmart toalett som er koblet trådløst til verdensveven og styres via android-apper kan utvilsomt bli gjenstand for hacking, og det skrives allerede en del om det på nettet. Det kan bli et mareritt for brukeren dersom de såkalte smarttoalettene ikke gjør det de skal, eller går amok, eller om strengt personlig informasjon kommer på avveie.

Det nye er at toalettet automatisk måler sukkernivået i urinen. Dermed er det satt en helt ny standard som selvsagt åpner for nye konseptuelle løsninger. Nå snakker man om bedre helse og et lengre liv

Det slår en at forløperen for japanske digitale smarttoaletter som medisinsk senter var den mer analoge utgaven av tyske platåtoaletter som finnes i alle hjem der. Etterlatenskapene lander da på et lite platå slik at man kan studere dem før man skyller det hele ned i undergrunnen. Fiffig, men med tvilsom effekt, lite tyder på at tyskerne har fått bedre helse av det.

Det som har skjedd i Japan er altså som Mintzberg skriver at industrilederne for lenge har hatt et alt for kortsiktig perspektiv på hva som er formålet med produktene deres. De blir så overkjørt av planleggerne som tenker strategi og tar et langt skritt fremover. Planleggerne dikter opp et formål som er langt mer eksotisk. Om strategien er fornuftig vil vise seg. Men her kommer analytikerne dem til hjelp og konstruerer mer eller mindre troverdige begrunnelser for det strategiske målet. Og dermed er toalettkrigen i gang.

Usikkerhet og behov

Det som gjenstår for å kvalitetssikre konseptvalget nå blir vel for så vidt da å analysere usikkerheten og ikke minst risikoen knyttet til konseptet. Og det kan gi overraskende resultater. En tidligere innovasjon innenfor samme sektor kan brukes som eksempel for å illustrere dette, nemlig vakuumpoalettet. Jeg husker en notis i Aftenposten da dette var nytt. Den handlet om en tysk kvinne som ankom Oslo med bilfergen fra Kiel. Vakuumpoalettet fantes da bare på de nyeste flytypene, men denne fergen var helt ny og utstyrt med det siste og beste. Det som skjedde var at kvinnens svært omfangsrige kropp hadde sluttet litt for godt rundt toalettskålen og at hun dessverre ikke hadde reist seg før hun spylte ned. Resultatet var at noe av tarmen ble sugd ut og hang ned i skålen: Det ble stort oppstyr, ambulanse var på stedet ved ankomst, hun havnet rett på Legevakten hvor de ganske greit hadde dyttet tarmen inn igjen slik at historien endte godt.

Dette for å poengtere at det er usikkerhet og risiko forbundet med alle teknologiske nyvinninger, og at det er viktig å være i forkant og forutse hva som kan komme. Det japanske toalettet har utviklet seg fra et hull i gulvet til noe supersmart og høyteknologisk som likner mer på en trone enn noe vi er kjent med til nå. Til glede og antakelig også til nytte for brukeren. Dyrere blir det iallfall.

Hva har så dette å gjøre med planlegging og kvalitetssikring av store offentlige investeringsprosjekter? Ikke annet enn at i de tilfellene der det handler om teknologi gjelder det å se fremover selv om dette ofte kan fortone seg som en umulig oppgave. Det holder ikke bare å se i bakspeilet for å lære av erfaring.

Kilder

Henry Mintzberg, Bruce Ahlstrand and Joseph Lampel, 2005, *Strategy Bites Back. It is a lot more, and less, than you ever imagined...*, Prentice Hall/Financial Times, USA

James Brooke, 2002, *Japanese Masters Get Closer to the Toilet Nirvana*, New York Times