

ALLES DRAAIT OM VERTROUWEN

Shikko Nijland

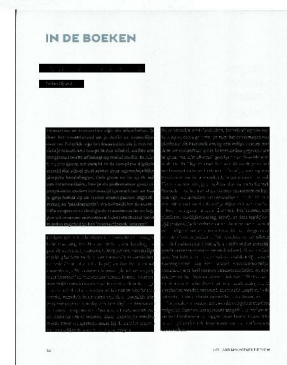
Interacties en transacties zijn als ademen. Je doet het voortdurend en je denkt er nauwelijks over na. Feitelijk zijn het transacties als je een berichtje stuurt, iets koopt in een winkel, online een vliegticket boekt of inlogt op social media. In *Alles transactie* geven we inzicht in de complexe digitale wereld die schuil gaat achter deze ogenschijnlijk simpele handelingen. Ook gaan we in op de rol van intermediairs, hoe je als ondernemer groei en proposities creëert in tweezijdige markten, en hoe je grip houdt op de steeds verdergaande digitalisering en 'platformatie'. We behandelen de essentiële vragen over de digitale transformatie en leggen uit waarom vertrouwen infrastructureel moet worden ingebed in het 'transactionele internet'.

De kern van het zakendoen in de wereld van morgen lichten we uitgebreid toe aan de hand van kernbegrippen als interactie, transactie, koopproces, tweezijdige markt, platform en data. Vertrouwen is de verbindende rode draad, die helpt begrijpen hoe het allemaal samenhangt. 'Vertrouwen' is namelijk het kernbegrip waar 'internet' en 'transacties' samen komen. Vertrouwen drijft transacties en manifesteert zich in het digitale domein heel anders dan we kennen van de fysieke wereld, namelijk in de vorm van data. Enerzijds zijn persoonsgegevens nodig om een digitale transactie te kunnen aangaan, om daarmee het vertrouwen van de betrokkenen te winnen. Maar anderzijds worden steeds meer vraagtekens gezet bij de manier waarop met dergelijke data wordt omgesprongen.

De schandalen over datalekken, beïnvloeding van verkiezingen, de zorgen over privacy, het onvermogen van platforms als Facebook om op een veilige manier met deze onvoorstelbaar grote hoeveelheden gegevens om te gaan: het zijn allemaal gevolgen van dezelfde oorzaak. Het huidige internet is namelijk nooit gebouwd om transacties te ondersteunen. De wijze waarop vertrouwen er nu in is verankerd, is verre van optimaal. Het is daarom nog geen volwaardig transactiekanaal. Bovendien zal het aantal transacties exploderen en binnen vijf jaar minstens verzesvoudigen. En dat binnen een infrastructuur die daar eigenlijk niet klaar voor is.

Bedrijven gaan intussen door met het bouwen van platforms en digitalisering, terwijl ze deze tegelijkertijd systematisch onderschatten. Men probeert vooral de huidige situatie te verbeteren binnen de grenzen van de eigen organisatie. Dit is echter ontoereikend om de fundamentele bedrijfs- en zelfs sector-overstijgende vertrouwensproblemen daadwerkelijk op te lossen. Dat lukt alleen als er privaat-publiekelijk wordt samengewerkt aan een nieuwe vertrouwensinfrastructuur met heel nieuwe businessmodellen en ecosystemen: het 'transactionele internet'. Vertrouwen zal dan veel minder door instituten zoals bedrijven en overheden worden verzorgd, maar raakt ingebed in de infrastructuur op basis van wiskundige formules.

Twee zaken moeten eerst worden opgelost om deze volgende fase van het internet mogelijk te maken en zo het fundament te leggen voor lagere transactiekosten (Coase) en de hegemonie van de platforms te doorbreken.





Ten eerste moet de vertrouwensparadox worden opgelost. Hiermee bedoelen we de tegengestelde behoeften van gebruikers om data, en dan vooral persoonlijke en sociale reputatiegegevens, zowel toegankelijker te maken als veel beter te beveiligen. Door de consument de controle over de eigen data terug te geven, kan het publiekelijke vertrouwen in verdere digitalisering behouden blijven. De consument kan de eigen data vervolgens, met consent, weer beschikbaar maken voor derden, terwijl hij altijd controle behoudt over wie hij toegang heeft gegeven.

Ten tweede moet de 'data benefit balance' worden hersteld. De voordelen voor consumenten van de mede door hen gegenereerde transactiedata blijken inmiddels in geen verhouding te staan tot die van hun professionele tegenpartijen. Dat moet anders. Ook de consument moet kunnen profiteren van zijn data.

Als identiteit, data en sociale reputatie onbetwistbaar kunnen worden vastgelegd in de infrastructuur, en de consument de *tools* krijgt om de eigen data te beheren, dan verdwijnt de op bereik en vertrouwen gebaseerde macht van de platforms. Als je dan je huis wilt verhuren, bijvoorbeeld, bepaal je zelf wie toegang krijgt (en hoe lang) tot de relevante persoonlijke data, waar die ook is opgeslagen. Je hebt dan alleen nog *search engines* of dns-achtige servers nodig om huurders te vinden die aan jouw eisen voldoen. Ben je niet tevreden, dan kun je gemakkelijk switchen van *search engine* of zelfs meerdere tegelijk aan het werk zetten. Je beheert namelijk zelf jouw profiel en data; die zijn niet langer opgesloten in de database van een platform. Je

bent dan niet langer afhankelijk van dat ene platform dat de hele verhuurmarkt in zijn database heeft.

Zo ver is het nog niet. Er staat ons nog veel te doen. Daarom is ons boek ook een oproep aan lezers uit het bedrijfsleven, de overheid, de politiek en het onderwijs om vandaag werk te maken van deze volgende generatie internet. Er ligt nu een enorme kans om het digitale speelveld op wereldschaal te veranderen.

Shikko Nijland is CEO en Managing Partner van INNOPAY en co-auteur van het Managementboek van het jaar 2019, Alles Transactie. Hij heeft ruim twintig jaar ervaring bij onder meer EY, KPMG en Accenture als internationaal consultant op het gebied van (digitale) groei- en innovatiestrategie.