

## Internet in de laaglanden

Internet-economie is de jongste loot aan de stam van de economische wetenschappen. Deze tak van economie bestudeert de rol van internet in marketing, distributie en productie. Het internet is reeds een belangrijk distributiekanaal. Het marktaandeel stijgt dramatisch. Vooral Amerikaanse ondernemers pakken de kansen. Een mooie kluit voor de jonge wetenschap is de vraag hoe de internationale verschillen in het gebruik van internet zijn te verklaren. Hoe groot die verschillen zijn heb ik onlangs aan den lijve ondervonden.

Toen ik op de valreep gevraagd werd informatie-economie te doceren, koos ik Hirschleifer en Riley's *The analytics of uncertainty and information* als leerboek. Omdat de tijd drong, bestelde ik een tiental exemplaren via een Amerikaanse aanbieder op internet. Ik klikte wat, gaf mijn kredietkaartnummer, en ontving een computer-gegenereerde bevestiging van mijn bestelling met de mededeling dat een exemplaar per ommekeer en de overige wat later gestuurd zouden worden; de meerkosten van de gescheiden zending werden niet in rekening gebracht. Wat wordt het leven toch makkelijk. Een paar weken later werd ik wederom overvallen door een spoedeisende zaak, dit keer de organisatie van een feestje. Snel vond ik een grote Nederlandse kruidenier met een internet-bestelfaciliteit. Een voorbeeldige site! Niet alleen vond ik meteen de benodigde artikelen, er werd mij bovendien een lokkertje voorgehouden: tien procent korting bij de eerste bestelling. Ik tikte mijn gegevens in: naam, adres, faxnummer, airmilesnummer en bonusnummer. Toen verscheen de volgende instructie: print uw formulier. Mijn printer functioneerde en ik legde het formulier voor mij, in de veronderstelling dat ik het moest nakijken. Ik moest het formulier ondertekenen en per fax verzenden. Ik herinnerde me dat ik ooit fax-informatie uit Hong Kong had gevraagd en onmiddellijk ontving, computer gegenereerd. Op alles voorbereid hield ik daarom twee van mijn telefoonlijnen, de fax- en de computerlijn, open. Mijn persoonlijk communicatiecentrum zou zich niet verslikken als de informatie op onverwachte wijze gepresenteerd mocht worden... Er gebeurde evenwel niets. Gelukkig heb ik nog een derde telefoonlijn, voor spraak, en kon ik de helpdesk van de kruidenier bereiken. Ik vernam dat een aanmelding eerst de volgende dag verwerkt kon worden als het weer kantoortijd was. Aldus wachtte ik een nachtje om me de volgende dag uitgeslapen achter de computer te zetten om mijn bestelling in te tikken... Er gebeurde wederom niets! Gelukkig was het inmiddels kantoortijd en kon ik de klantenservice bellen.

"Waarom kan ik niet bestellen via internet?"

"Omdat u ons informatiepakket nog niet heeft ontvangen."

"Waarom heb ik uw informatiepakket nog niet ontvangen?" "Omdat de prijslijst in herdruk is." "Waar heb ik een gedrukte prijslijst voor nodig?"

"Nergens voor, maar hij behoort tot het informatiepakket." "Maar wanneer kan ik dan via internet bestellen?"

"Over een week, als de nieuwe prijslijst van de drukker komt." "Kunt u me niet nu al een gebruikerscode toekennen?"

"Nee, want die zit in het informatiepakket."

Na een week wachten voerde ik de bestelling uit. Omdat de tien procent korting niet verscheen op het scherm, belde ik klantenservice die mij verzekerde dat de bezorger het zou verrekenen. Maar toen de bezorger kwam en ik de rekening moest ondertekenen, zag ik geen introductiekorting, geen bonuskorting, geen airmiles, niets. Even klantenservice bellen. Een behulpzame dame informeerde vriendelijk of ik me soms via internet had aangemeld. "Oh, maar die gegevens kunnen nog niet automatisch verwerkt worden, wilt u ze nog even doorgeven?" Ze beweerde de introductiekorting en airmiles nog te kunnen verzorgen, maar voor de bonuspunten was ik te laat.

Waarom kunnen wij geen internet-economie opzetten!? Welnu, wij zijn geobsedeerd door veiligheid en de eis dat alles klopt.

Auteur (s):

Raa, M.H. ten (auteur)

Verbonden aan de Katholieke Universiteit Brabant.

Ver schenen in:

ESB, 84e jaargang, nr. 4202, pagina 323, 30 april 1999 (datum)

Rubriek:

Prikkel

Tr efw o o r d ( en):

informatie-, communicatietechnologie