



Hot chips

Auteur(s):

Theeuw es, J.J.M.

Hoogleraar Economie aan de Rijksuniversiteit Leiden

Verschenen in:

ESB, 82e jaargang, nr. 4089, pagina 43, 15 januari 1997

Rubriek:

Column

Trefwoord(en):

marktw erking, regulering

Het stempelen bezorgde de Elfstedentocht een uitglijder. Wedstrijdschaatsers hebben alles onder controle behalve de snelheid waarmee ze een stempel krijgen. Stempelen past niet in een moderne Elfstedentocht. Stempelen is een techniek die nog dateert van voor de uitvinding van de gloeilamp. Dit is het informatietijdperk. Het hoeft niet meer met inkt en papier. Het kan elektronisch, met een streepjescode voor elke schaatser. Het lijf van de schaatser staat vol reclame. Naast Unox op de hammen past een persoonlijke streepjescode op de billen. Kroese plaatst vervolgens honderd van die leesapparaten die ze in elke supermarkt bij de kassa hebben op het ijs. De rijders drukken in Hindeloopen even de bil tegen het leesapparaat, wachten op het signaal dat ze ingelezen zijn en zoeven weer weg. Zo gepiept.

Mirrlees en Vickrey kregen vorig jaar de Nobelprijs voor hun bijdrage over informatieproblemen. De behandeling van deze problemen heeft de syllabus micro-economie dikker gemaakt en ons begrip van de werkelijkheid groter. Informatie geeft vooral problemen in een markteconomie: er is gebrek aan informatie, asymmetrische informatie en er zijn kosten van informatie inwinnen. Informatie is ellende. Maar als streepjescodes de Elfstedentocht kunnen redden wat betekent het informatietijdperk dan voor de informatiegebreken van de markteconomie?

We kunnen de burger naar keuze voorzien van een streepjescode met alle relevante informatie op de billen, de creditcard of de chipkaart. Bij het binnenkomen van het ministerie of een andere beveiligde plek wordt de streepjescode door het oog in de draaideur gelezen en niemand hoeft nog met een pen in te vullen hoe hij heet en wie zijn werkgever is. Het kwartetten met naamkaartjes kan worden vervangen door het wederzijds lezen van elkaars streepjescode. De persoonlijke streepjescode is ook handig bij het rekeningrijden. Het informatietijdperk biedt oneindig veel toepassingen in het efficiënt doorgeven van informatie over de persoon, maar het lost de economische informatieproblemen niet op. De gezondheidsverzekeraar wil weten of de blauw aangelopen hoestende verzekeringsnemer echt zo weinig rookt, de bank wil weten of het jonge yuppenstel echt de tweede hypotheek kan terugbetalen, je baas wil weten hoe hard je echt kan lopen. Maar dat komen de verzekeraar, de bank en je baas nooit te weten, zekere niet via je streepjescode en zodoende is de informatierevolutie geen oplossing voor moreel risico, adverse selectie, principaal-agent problemen en voor alles wat verder in het hoofdstuk asymmetrische informatie staat.

Wie hoopt dat in dit informatietijdperk de juiste werkloze sneller bij de juiste vacature wordt gekoppeld, komt bedrogen uit. Philips heeft een oplossing voor het koppelen op de huwelijksmarkt. In een kort bericht in de *The Times* van tweede kerstdag vorig jaar worden hot badges aangekondigd ¹. Dat zijn minuscule zendertjes die een vrijgezel op vrijersvoeten in zijn revers steekt en waarmee hij informatie uitzendt over zijn eigenschappen en over wat hij van een partner verwacht. Een elektronische contactadvertentie dus, maar minder gênant. Terwijl men onbevangen en ontspannen van de kir royale nipt, is de revers-chip heftig aan het matchen. Vindt deze elektronische Cupido genoeg concordantie bij een ander dan kan men zonder omwegen een lang en gelukkig huwelijksleven beginnen met de zin: zo jij vindt iets te krappe leren broeken ook lekker?

Het moge duidelijk zijn dat hot badges niet werken op de arbeidsmarkt. De arbeidsmarkt is geen vrijgezellenavond. In feite gebruiken we al handen en voeten om werkzoekenden en vacatures te koppelen: arbeids- en uitzendbureaus, advertenties, vrienden en kennissen, stages. En zelfs dat is niet genoeg. Een werkgever zal een kandidaat waarvan hij alles op papier weet, willen zien in een sollicitatiegesprek en de beste sollicitant wordt nog altijd in proeftijd aangenomen. De sollicitante kan op papier of in haar streepjescode opnemen dat zij sociaal vaardig, stressbestendig en enthousiast is maar de werknemer wil haar aan het werk zien. Wat over de mens op papier niet over te dragen is, kan ook niet via de chip.

Een beroemd artikel van George Akerlof dat ten grondslag ligt aan de economische informatietheorie gaat over de markt voor lemons, voor probleemauto's op de markt voor occasions ². Omdat de koper geen onderscheid kan maken tussen goede en slechte occasions, worden de goede occasions uit de markt gedrukt. Ik denk dat de informatietechnologie hier wel een oplossing biedt. Behang de auto vol meetinstrumenten plus een centrale chip die alles registreert over het gebruik en de reparaties vanaf de geboorte van de auto. Op elk moment kan met een druk op een knop een rapport worden uitgedraaid. Het rapport geeft aan of de auto een vloek is of een koopje en daarmee verdwijnt het lemon-probleem.

Informatieproblemen op de markt voor autos, huizen en tweedehandsschaatsen zullen steeds kleiner worden en dat deel zal uit de syllabus micro-economie verdwijnen. Maar de informatiegebreken die de mens betreffen zullen nooit ophouden te bestaan. Daar heeft de mens teveel eigenbelang bij. Wat aanbreekt is het tijdperk van de chip, niet het rijk der engelen

1 Blinking badges cut through small talk, *The Times*, 26 december 1996.

2 G. Akerlof, The market for lemons: quality uncertainty and the market mechanism, *Quarterly Journal of Economics*, 1970, blz. 488-500.

Copyright © 1997 - 2003 Economisch Statistische Berichten (www.economie.nl)