



Hoofdredacteur ESB
s.phlippen@sdu.nl

De nieuwe symmetrie

Steeds meer bedrijven worstelen met de vraag hoe om te gaan met de toegenomen transparantie van hun organisatie, als gevolg van informatiestromen die de grenzen van de organisatie overschrijden. Terwijl ING probeert transparantie tegen te houden met een twitter-code, gebruikt TNT het medium om zijn werknemers te *empoweren* tot het uitdragen van de organisatiecultuur (Volkskrant, 31 december 2010). Vanuit de werknemer, de burger, of de consument bezien kan toegenomen transparantie lijden tot meer keuzevrijheid op basis van vollediger informatie. Volgens de moderne micro-economie is een gebrek aan informatie de bron van veel economische problemen. Informatieproblemen op de arbeidsmarkt zorgen voor lang openstaande vacatures en hoge werkloosheid. Op verzekeringsmarkten leidt gebrekkige informatie over risicoprofielen van klanten tot onderverzekering en soms zelfs tot het in het geheel niet ontstaan van een markt. Informatie-asymmetrie wordt gezien als een meer reële aanname dan de basisveronderstelling dat actoren volledig geïnformeerd zijn. Echter, recente ontwikkelingen wijzen mogelijk op een nieuwe richting waarin niet informatie-asymmetrie, maar informatiesymmetrie een steeds betere benadering van de werkelijkheid is. Er zijn tenminste vier recente empirische verschijnselen die dit duidelijk maken.

Om te beginnen is Wikileaks een belangrijk breekijzer naar volledige informatie. Wikileaks is verantwoordelijk voor het op grote schaal publiekelijk beschikbaar komen van informatiestromen tussen, maar vooral binnen grote organisaties. Burgers kunnen een kijkje nemen in de keuken van hun overheden. Zij krijgen daardoor veel meer informatie in handen op basis waarvan zij hun electorale keuze kunnen maken. Hiermee is natuurlijk niet gezegd dat zij ook betere keuzen maken.

Een tweede verschijnsel is Twitter, de technologie waarmee het individu al zijn ervaringen het web op

slingert. Wanneer je deze individuele geluiden verzamelt die afkomstig zijn uit de organisatie van waaruit wordt getwitterd, dan krijg je een aardig beeld van de werkelijk beleefde organisatiecultuur. Een beeld dat misschien indruist tegen de organisatiecultuur waarmee de organisatie zelf schermt en werft. Zowel Twitter als Wikileaks faciliteert nieuwe informatiestromen die de grenzen van de organisatie poreuzer maken en die de informatie-asymmetrie tussen individu en organisatie reduceren.

Echter, bij de rauwe informatie op het web ontbreekt vaak iedere context. Dit maakt deze informatie soms gevaarlijk, zoals bij Wikileaks, maar vaker nog onbruikbaar. Hoe moet een consument uit alle beschikbare informatie een keuze maken? Wat is welke informatie waard? Deze vragen hebben in de afgelopen jaren geleid tot twee andere verschijnselen die informatie-asymmetrie reduceren en de soevereine consument doen ontstaan: kwaliteitsranglijsten en sociale netwerk-sites.

Kwaliteitsranglijsten schieten als paddenstoelen uit de grond op internet en televisie. Tros Radar, Keuringsdienst van Waren en de Smaakpolitie vallen onder de best bekeken televisieprogramma's en wie surft er nou niet naar kieskeurig.nl en vergelijk.nl voor het aanschaffen van nieuw witgoed of een digitale camera? Het meest pregnant is de nieuwe nationale hobby van het van verzekeraar wisselen tussen Kerst en Oudjaar via verzekeringsite.nl, waarover de Volkskrant berichtte op 29 december 2010.

Voor wie zijn consumptie-keuze niet wil laten beïnvloeden door anonieme kwaliteitsranglijsten en liever afgaat op het gedrag van anderen uit zijn sociale netwerk, is er een vierde belangrijk nieuw verschijnsel, te weten de sociale netwerk-sites. Met Facebook bijvoorbeeld onderhouden maar liefst 500 miljoen mensen actief contact met gemiddeld 130 vrienden. Heeft u 130 vrienden? Ik persoonlijk niet. Maar op Facebook kan dit wel, zelfs met een drukke baan en vier kinderen erbij. Met minimale inspanning kan men op Facebook 130 contacten onderhouden en raadplegen, alvorens een afgewogen consumptie-keuze te maken.

Deze vier verschijnselen zijn volgens mij onderdeel van een bredere ontwikkeling. Burgers en consumenten raken steeds beter geïnformeerd door de combinatie van beschikbare informatie (via Wikileaks) en geordende informatie (via ranglijsten). Vooral de ongeplande stroom van informatie uit organisaties, die vaak anders is dan wat zij zelf adverteren, maakt de consument en de werknemer steeds meer soeverein. Hierdoor dienen zich nieuwe economische vraagstukken aan die juist niet gaan over de problemen als gevolg van gebrekkige informatie, maar over mogelijke externaliteiten en dus ook de grenzen van volledige transparantie.