



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Netwerken, databestanden en de noodzaak van transparantie

Boot, A.W.A.

Published in:
Jonge wijn in oude zakken

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Boot, A. W. A. (2001). Netwerken, databestanden en de noodzaak van transparantie. In S. Brakman, & A. Witteloostuijn (Eds.), *Jonge wijn in oude zakken* (pp. 71-78). De Arbeiderspers.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Netwerken en databestanden: noodzaak van transparantie

Arnoud W.A. Boot

1. INLEIDING

De moderne informatietechnologie maakt het mogelijk om steeds grotere netwerken op te bouwen en effectief te gebruiken. Een belangrijke manifestatie van netwerken zijn databestanden. Door informatie-technologische ontwikkelingen zijn hieraan steeds grotere schaal- en scope voordelen verbonden. Aan te nemen valt dat ondernemingen in toenemende mate hun toegevoegde waarde zullen ontleen aan de kwaliteit en de effectiviteiten van het gebruik van deze bestanden.¹

Het woord databestand roept ogenblikkelijk vragen op betreffende privacy. Dit is echter niet de *primaire* invalshoek van deze bijdrage. Ik wil mij met name richten op het economisch handelen. Het bestaan en effectief gebruik van databestanden zouden het voor ondernemingen mogelijk moeten maken om beter te kunnen inspelen op de behoeften van de consumenten. Tegelijkertijd dreigen echter concurrentieproblemen. In het bijzonder zijn hold-up problemen en netwerkeffecten te onderscheiden. De centrale vraag is hoe vanuit beleidsoogpunt moet worden ingespeeld op de aanstaande dominantie van databestanden. Aangegeven zal worden dat het vergroten van transparantie de primaire doelstelling moet zijn. Alleen met transparantie zijn netwerkeffecten en hold-up problemen te behappen.

2. DATABESTANDEN: NETWERKEFFECTEN EN HOLD-UP PROBLEMEN

Netwerkeffecten duiden op concurrentievoordelen die samenhangen met de omvang van het netwerk. Telecommunicatie is een mooi voorbeeld: hoe meer abonnees er zijn, hoe

¹ Een duidelijk voorbeeld hiervan zijn de grote consultancy-bureaus. De twee assets van een consultancy-bureau zijn het klantenbestand en haar kennis. Het eerste is evident een databestand, maar dat geldt ook voor het tweede. De kennis van een consultancy-bureau bestaat uit de expertise van de aan haar verbonden consultants, (een "levend" bestand) en de in bestanden opgeslagen ervaringen die het bureau heeft opgedaan met allerlei type opdrachten voor verschillende klanten. De expertise (het human capital) en de opgeslagen bestanden staan alleen ter beschikking aan de bij het bureau aangesloten consultants. De complementariteit van het human capital en de statische bestanden werkt bindend naar de individuele consultants. Het samenhangend geheel van consultants heeft dan een waarde die uitstijgt boven de som van de waarde van de individuele consultants.

interessanter het wordt om zelf ook een telefoonaansluiting te nemen. Ook in het geval van databestanden zijn er netwerkeffecten. Met name door informatietechnologische ontwikkelingen is het mogelijk geworden om zeer gedetailleerde databestanden op te bouwen en tevens deze veel effectiever te gebruiken. In een wat technische terminologie: databestanden hebben grote intertemporele (over de tijd) en cross-sectional (over klantgroepen en producten) hergebruiksmogelijkheden. Zo biedt het effectief kunnen gebruiken van klantspecifieke informatie scope voordelen bij het aanbieden van een grotere variëteit van diensten. Dit is een vorm van synergie in de distributie, waarbij de verkoop van product A de leverancier een voordeel biedt in het aanbieden van product B aan dezelfde klant. Deze problematiek speelt bijvoorbeeld in de financiële dienstverlening. Zo kan cross selling op basis van klantspecifieke informatie een voordeel bieden aan een relatiegeoriënteerde dienstverlening. Daarnaast kan informatie ook hergebruikt worden in de dienstverlening aan andere klanten.

Dit speelt bijvoorbeeld bij productontwikkeling. Klantspecifieke informatie is hiervoor onontbeerlijk. Innovaties kunnen vervolgens via een breed vertakt distributiekanaal worden aangeboden, wederom dankzij deze databestanden. Informatietechnologie speelt dus een dubbele rol: het stimuleert via het gebruik van databestanden productontwikkeling en het faciliteert de optimale exploitatie ervan via een breed vertakt distributiekanaal.

De combinatie van databestanden en distributiekanaalen leidt tot netwerkeffecten die aanzienlijke marktmacht kunnen verschaffen. Mededingingszorgen zijn dus legitiem.² Een vergelijkbaar probleem en nauw verwant aan netwerkeffecten betreft het hold-up probleem. Deze naamgeving wijst op een situatie waarbij de consument een keuze heeft tussen A en B, maar op het moment dat voor één van beide is gekozen is het moeilijk om in de toekomst een andere keuze te maken. Bijvoorbeeld, een vliegmaatschappij die gekozen heeft voor Airbus vliegtuigen en zijn hele pilotenbestand en onderhoudsdienst hierop heeft afgestemd, kan moeilijk switchen naar Boeing vliegtuigen. In zekere zin heeft ze zich door haar initiële vrije (en *mogelijk* concurrerende) keuze voor Airbus overgeleverd aan deze vliegtuigfabrikant.³ Deze situatie doet zich vaak voor in het economisch handelen. Evenals in het geval van de netwerken kan het hold-up probleem concurrentie belemmeren.⁴

² Zie ook A.W.A. Boot, Netwerk-economie en concurrentie, *ESB*, nr. 4237, 7 januari 2000, p. 3.

³ Dit is een willekeurig voorbeeld. Merk op dat het zeker niet zo hoeft te zijn dat een vliegtuigfabrikant misbruik maakt van de hold-up situatie. Bijvoorbeeld, als Airbus haar marktaandeel wil vergroten dan zal ze nieuwe klanten moeten vinden. Een negatieve reputatie veroorzaakt door uitbuiting van hold-up situaties zal haar geen goed doen.

⁴ In het algemeen geldt dat hold-up problemen inherent zijn aan economische transacties. Hold-up problemen kunnen in extreme gevallen echter wel degelijk economische transacties bemoeilijken. Een bekend historisch

Dit type hold-up probleem doet zich evenzeer voor bij economische handelingen waarin databestanden centraal staan, bijvoorbeeld in het geval van financiële dienstverlening waar vertrouwelijke klant-specifieke informatie van groot belang kan zijn. De huidige aanbieder heeft dan een informatiemonopolie waardoor het moeilijk is om van aanbieder te veranderen.

Netwerkeffecten en hold-up problemen zijn dus verwante begrippen. Ze kunnen beide tot vergelijkbare problemen aanleiding geven, namelijk een mogelijk gebrek aan concurrentie en dus "capture" van de klant.

3. DATABESTANDEN EN PRIVACY-GEVOELIGHEID

Databestanden werpen ook specifieke problemen op. Dit betreft met name privacy-gevoelige informatie. Bij telecom-netwerken (belgedrag) of de klantenkaart van Albert Heijn (koopgedrag) is de privacy-gevoeligheid misschien nog overkomelijk, maar dat geldt zeker niet voor de financiële dienstverlening. Voor een goede financiële dienstverlening, met name persoonlijke financiële planning waarin pensioen- en levensverzekeringsproducten vaak een centrale rol hebben, zijn vertrouwelijke persoonlijke gegevens van essentieel belang. Van privacy-gevoeligheid is hier per definitie sprake. Deze bestanden, met een hieraan gekoppeld distributienetwerk, verschaffen ook aanzienlijke concurrentievoordelen. Dit type extreem privacy-gevoelige bestanden zal een steeds grotere rol gaan spelen in de netwerkeconomie.

Voor wat betreft het privacy aspect *sec* is er een aantal wettelijke waarborgen. Zo stelt de Wet persoonsregistratie (Wpr) dat gegevens uit een persoonsregister slechts aan derden mogen worden verstrekt voorzover deze voortvloeien uit het doel van de registratie. De nieuwe voorgenomen Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) stelt ook dat gegevensverstrekking niet is geoorloofd tenzij de betrokkene uitdrukkelijk schriftelijke toestemming heeft verleend. Echter, deze wet staat toe dat de verwerking van gegevens (alles van raadplegen, verstrekken tot gebruiken) mogelijk is indien dit noodzakelijk is voor de behartiging van het gerechtvaardigde belang van de verantwoordelijke. Hiermee wordt

voorbeeld uit de literatuur is een toeleveringsbedrijf van General Motors, genaamd Fisher Body. Als dit bedrijf optimaal probeert in te spelen op de behoeftes van GM, en bijvoorbeeld de specificaties van haar producten geheel afstemt op de wensen van GM, heeft zij dan nog enige onderhandelingskracht om in de toekomst een fatsoenlijke prijs te bedingen voor haar producten? In de toekomst kan GM immers, nadat alle investeringen hebben plaatsgevonden, het toeleveringsbedrijf zwaar onder druk zetten om in te stemmen met prijsverlagingen. De investeringen van het toeleveringsbedrijf zijn immers "sunk" en door optimale aanpassing aan de wensen

bedoeld dat verwerking mag als dat noodzakelijk is voor het verrichten van de reguliere bedrijfsactiviteiten. Ook geldt de eis dat persoonsgegevens niet worden gebruikt op een wijze die onverenigbaar is met de doeleinden waarvoor ze zijn verkregen. Deze clausule geldt zowel voor gebruik binnen als buiten de organisatie.

Hoewel de wet duidelijk is in haar streven naar bescherming van privacy, lijken toch relatief grote vrijheden te bestaan voor het gebruik van databestanden binnen organisaties. Een vraag die hierbij naar boven komt is of de interpretatie van de wet zo ver kan worden opgerekt dat dit type databestanden gemeenschappelijk toegankelijk is voor de verschillende divisies, business units en dochterondernemingen van een financieel conglomeraat. In de nieuwe Amerikaanse wetgeving over het bankwezen die vorig jaar is aangenomen, The Financial Services Modernization Act, is dit *in principe* toegestaan.⁵ De vraag is wat vanuit het oogpunt van de consument het meest wenselijk is. De afwegingen die gemaakt moeten worden zijn complex. Privacy en economische efficiëntie-overwegingen staan hierbij centraal.⁶

4. HOLD-UP PROBLEMEN EN ECONOMISCHE EFFICIËNTIE

Het bestaan van vertrouwelijke informatie bij één aanbieder bemoeilijkt het switchen naar een andere aanbieder. Er dreigen dus hold-up problemen. Een algemene oplossing hiervoor is niet voorhanden. Een rigoureuze oplossing lijkt om alleen maar transacties aan te gaan. In het persoonlijke financiële planning voorbeeld zou dit betekenen dat het individu zelf zijn behoeftes bepaalt en zich op generlei wijze committeert aan een adviserende financiële dienstverlener. Wij zijn dan terug bij een pure transactie-economie waar de klant in wezen "shopt" voor zijn gewenste pakket financiële diensten. Voor bepaalde groepen geavanceerde klanten zal dit inderdaad realiteit worden. Deze groepen zullen zelf, via internet bijvoorbeeld, een voor hen optimaal pakket aan financiële diensten samenstellen van allerlei verschillende

van GM mogelijk niet alternatief inzetbaar. Als het toeleveringsbedrijf zich al deze problemen van te voren realiseert, dan zal zij echter afzien van deze relatie-specifieke investeringen.

⁵ Dit moet niet worden geïnterpreteerd als een ongeconditioneerde vrijheid. Misbruik van informatie is niet toegestaan. *Class action* rechtzaken bieden mogelijk een voldoende dreiging om fatsoenlijk met informatie om te gaan. In de Europese context is het rechtstelsel minder afschrikwekkend en zijn mogelijk stringenter regels nodig.

⁶ Deze afwegingen komen ook naar voren in Kremers, J.J.M., E.J. van Kempen en J.A. de Groot, Marktwerving en privacy in de sociale zekerheid, *ESB*, nr. 4187, 29 januari 1999, pp. 64-67. Zij gaan echter niet in op de prikkels die partijen moeten hebben om informatie te produceren. Deze spelen een belangrijke rol in mijn analyse.

aanbieders. De moderne informatietechnologie heeft dit mogelijk gemaakt, en daarmee voor deze geavanceerde groep klanten het hold-up probleem opgelost. Echter voor waarschijnlijk een nog veel grotere groep zal het overweldigende aanbod van financiële diensten grote verwarring en onzekerheid scheppen. Deze groep zal grote behoefte hebben aan geïntegreerde financiële dienstverlening. Het hold-up probleem komt dan in grote hevigheid terug, maar voor hen zijn puur transactie-gebonden keuzes geen alternatief.⁷

Een geheel andere invalshoek is dat het verzamelen van informatie en opbouwen van databestanden het mogelijk maakt om beter te kunnen inspelen op de wensen van de consument. In zekere zin is het feit dat informatie kan leiden tot een hold-up probleem juist een indicatie dat het belang van de consument gediend is met het verzamelen van informatie. De betere informatie geeft de incumbent weliswaar een concurrentievoordeel, maar dit concurrentievoordeel wordt veroorzaakt doordat hij beter in de behoefte van de consument kan voorzien. Dit wijst op de voordelen van een relatie-georiënteerde benadering. Het alternatief is een mindere informatieve, transactie-georiënteerde benadering. Als we deze invalshoek volgen dan komt de vraag naar voren hoe de onderneming gestimuleerd kan worden tot het produceren, c.q. vergaren, van zoveel mogelijk relevante informatie. In principe staat dit niet op gespannen voet met het belang van de consument, met de kanttekening uiteraard dat het privacy aspect voldoende is gewaarborgd.

Voor de onderneming zal gelden dat zij het meest geneigd zal zijn informatie te produceren als het exclusieve gebruik ervan gegarandeerd is.⁸ Het wordt voor haar en mogelijk voor de klant nog aantrekkelijker als zij de vrijheid heeft de informatie binnen het gehele bedrijf te gebruiken.⁹ Dit gezegd hebbende, kan er uiteraard wel degelijk een hold-up probleem ontstaan. De vraag is hoe het extra surplus (waardecreeatie) dat vast zit aan de verzamelde informatie ten minste gedeeltelijk bij de consument komt (dus zich vertaalt in extra consumer surplus). De beste waarborgen hiervoor liggen mijns inziens op het punt van transparantie van de dienstverlening. Een markt met transparante producten dwingt een

⁷ De vraag is of de komst van informatie-intermediairs op het internet uitkomst biedt. Deze partijen zouden als "trusted third party" het aanbod van producten kunnen inventariseren. De vraag is of deze partijen kunnen uitgroeien tot interactieve en *neutrale* adviseurs die een spin-in-het-web zijn voor de persoonlijke financiële planning.

⁸ Dit betekent niet dat informatie-uitwisseling ongebruikelijk is. Bijvoorbeeld, banken wisselen via het Bureau Kredietregistratie in Tiel informatie uit over het betalingsgedrag van kredietnemers. Ook in andere landen is hiervan sprake, zie Jappelli, T. and M. Pagano (1999). Information sharing, lending and defaults: cross-country evidence, CEPR Discussion paper, 2184.

⁹ Uiteraard zijn er uitzonderingen hierop te bedenken. Een mogelijke conflicterende situatie betreft de rol van de bank als M&A adviseur voor de fusiepartner van een huidige klant. Als er een vrije uitwisseling is van informatie binnen het bankconglomeraat dan is deze situatie voor zowel de huidige klant als de fusiepartner mogelijk onacceptabel. Banken proberen door middel van Chinese Walls in te spelen op deze gevoeligheden.

dienstverlener zijn toegevoegde waarde te bewijzen. Het stelt de consument namelijk in staat om de dienstverlening (het aangeboden "pakket": de advisering gecombineerd met een invulling van de producten) te toetsen. Dat wil zeggen, de consument kan dankzij de transparantie enige controle uitoefenen op de aantrekkelijkheid van de offerte van zijn primaire dienstverlener.

In zekere zin betekent dit dat de "fall back option" voor de consument de transactie-economie is. Ik bedoel hiermee dat de consument die geen voordeel meer ziet in de aanbiedingen van de relatie-georiënteerde dienstverlener terugvalt op de vrije markt (de transactie-economie). Op deze markt gelden geen hold-up problemen, simpelweg omdat de dienstverlener niet kan terugvallen op vertrouwelijke informatie.

5. HET BELANG VAN TRANSPARANTIE

Maatregelen die gericht zijn op het verminderen van hold-up problemen duwen ons veelal in de richting van een meer transactie-georiënteerde economie. Bijvoorbeeld een maatregel die organisaties dwingt hun informatie openbaar te maken (ik negeer privacy overwegingen voor het moment) zal in het algemeen leiden tot minder informatieproductie binnen organisaties en daarmee de transactie-oriëntatie vergroten. Hetzelfde geldt voor een consument. De consument kan het hold-up probleem verminderen door bijvoorbeeld met meerdere financiële dienstverleners in zee te gaan. Van een geïntegreerde financiële dienstverlening is dan geen sprake meer. Wat de klant hiermee in feite doet is een stap in de richting van de transactie-economie.¹⁰

De genoemde voorbeelden laten zien dat er geen kosteloze oplossingen voorhanden zijn. In extreme gevallen (het voormalige ATT monopolie, Microsoft Windows?) leiden hold-up problemen tot een natuurlijk monopolie. Direct overheidsingrijpen lijkt dan gerechtvaardigd. In het geval van databestanden past echter een grote terughoudendheid van de overheid. Zoals ik heb aangegeven is het opbouwen en gebruiken van databestanden veelal in het belang is van de consument. De rol van de overheid is dan daar in gelegen dat zij zich moeten richten op de transparantie in de dienstverlening. Dit betekent *niet* het afdwingen van openbaarmaking van databestanden maar het transparant maken van de dienstverlening zelf. Wat ik hiermee bedoel is dat de kenmerken van, en condities verbonden aan de aangeboden

¹⁰ Zie A.W.A. Boot, Relationship banking: what do we know?, *Journal of Financial Intermediation*, 2000.

producten op zich helder moeten zijn zodat vergelijkingen mogelijk zijn. Het transactie-economie alternatief heeft daarmee een toetsende en disciplinerende rol.

Privacy overwegingen kunnen tot een andere afweging leiden. Toch zullen deze overwegingen mijns inziens voor een groot deel parallel lopen aan de puur economische afweging. Uit het oogpunt van privacy is het onwenselijk databestanden te openbaren. Dit loopt vaak parallel aan de economische afweging. Voor wat betreft het gebruik van databestanden *binnen* een organisatie is er mogelijk wel een conflict. Het economisch belang dicteert een *laissez faire* houding, terwijl uit het oogpunt van privacy beperkingen gewenst kunnen zijn.