

High Tech vs High Touch

Maurice de Hond, general partner Icom, Internet Competence Network

De snelle opkomst van de Personal Computer sinds het begin van de jaren tachtig heeft vanzelfsprekend vele gevolgen. Dat dit apparaat inmiddels bij een groot deel van de “white collar workers” op het bureau staat houdt in dat ook de manier van werken aan het veranderen is. Een eenvoudig gevolg hiervan is o.a. dat de klassieke typekamer vrijwel overal verdwenen is.

Rondom het gebruik van de PC ontstond een sfeer van tegenstellingen. Zo weet ik nog goed dat in 1985 een uitgebreide discussie op de televisie was tussen diverse schrijvers. Een klein deel van de Nederlandse schrijvers werkte al met de PC maar de meesten niet. Beide groepen waren vertegenwoordigd in de uitzending. De eerste groep gaf aan veel voordeel te behalen door een tekstverwerker te gebruiken. Die laatste groep gaf aan zich niet te kunnen voorstellen met een PC te kunnen schrijven en waren er ook van overtuigd dat het eindproduct heel anders is als je zelf de pen over het papier voert of de hamertjes van de schrijfmachine de afdruk hoort maken op papier. (Inmiddels gebruikt meer dan 90% van de schrijvers een PC).

In die periode kwam ook het begrip High Tech vs High Touch op. Daarbij werd de tegenstelling geschetst tussen het “efficiënte” aan de ene kant en het “persoonlijke” aan de andere kant. Door het gebruik van de computer zouden we de routinematige handelingen wel sneller en aangeneramer kunnen uitvoeren, maar het gebruik maken van technologie zou ten koste gaan van het menselijke, interpersoonlijke.

Zelf heb ik die discussie altijd onzinnig gevonden. Ik heb de indruk dat het meer een discussie is, a la die van de schrijvers in 1985, tussen mensen die wel een computer gebruiken en mensen die dat niet doen, of tussen de spanning die er altijd is geweest tussen een oude generatie en de jonge generatie, waarbij de oude generatie zich niet kan inleven in datgene wat de jonge generatie doet of mooi vindt. (Met de ontwikkeling van de muzieksmaak of kledingmode is dat de afgelopen vijftig jaar perfect te illustreren). De nostalgie van het verleden, waarbij technologie amper een rol speelde, is daarin goed herkenbaar. In die periode was vrijwel al het menselijk contact een vorm waarbij men bij elkaar in een fysieke aanwezigheid was. Tegenwoordig zijn er allerlei vormen van contact waarbij de techniek een intermediäre rol speelt (telefoon, televisie, internet). En ook het feit dat we ons gemakkelijke met relatief grote snelheid over afstanden kunnen verplaatsen (auto, vliegtuig) heeft grote gevolgen voor de opbouw en onderhoud van sociale contacten.

Er zijn twee belangrijke ontwikkelingen die ervoor zullen zorgen dat al vrij snel de discussie High Tech vs High Touch zal worden gezien als een ontwikkelingsfase in de verspreiding van de nieuwe digitale technologie en niet als een vooraankondiging van een massale afkeer op termijn van het gebruik maken van de mogelijkheden van de nieuwe technologie:

- A. Jongeren groeien op met een ongemerkte training van jongsaftaan in de integratie van de nieuwe technologie in hun leven. Televisie, met 30 kanalen, kennen ze vanaf hun geboorte. De videorecorder moeten ze al snel kunnen bedienen, zodat de ouders in het weekend konden en kunnen uitslapen. Door vaak te kijken naar TMF of MTV leert men in 1 seconde 4 verschillende scènes te bekijken en nog te begrijpen waarover het gaat. Commodore64 destijds, Gameboy, Nintendo of Playstation trainen de

interactieve kwaliteiten. En voila; daar hebben we een nieuwe generatie die multimediaal interactief is getraind (ook wel genoemd de screenagers of Generatie Y). Gekscherend kan er wel aan toegevoegd worden "...en dan gaan ze naar school en zien ze hoe het vroeger was....." (Een zin die me inmiddels drie keer van groepen onderwijzers waar ik een lezing voor gaf een donderend applaus opleverde; zij worden er blijkbaar dagelijks mee geconfronteerd).

Voor die groep is het ervaringsgevoel rondom de high tech helemaal niet dat het onpersoonlijk is of dat contacten die via de internet worden gelegd minderwaardig zijn ten opzichte van contacten die in de fysieke wereld worden gelegd. Het is wel verschillend van karakter, maar niet beter of slechter. (Net zoals een live reportage van een voetbalwedstrijd een andere beleving is van die wedstrijd dan in het stadion werkelijk aanwezig te zijn. Maar je kan niet zeggen dat de ene beter is dan de andere. In ieder geval kan wel vastgesteld worden dat bij live uitzendingen veel meer mensen de wedstrijd via televisie volgt dan er live aanwezig is).

- B. De ontwikkelingen op internet laten zien dat het feit dat beide partijen (bij voorbeeld klant en leverancier) de computer gebruiken er een graad van service en persoonlijke zorg kan geleverd worden die inmiddels amper wordt gerealiseerd in de fysieke wereld. Bij Amazon.com wordt ik ontvangen met "Welcome back Maurice de Hond, here are some recommendations". Daarbij is via een analyse van mijn koopgedrag en dat van anderen die dezelfde boeken als ik hebben gekocht een selectie gemaakt van boeken waarin ik wellicht geïnteresseerd zou zijn. Via diverse aanbevelingsmethodieken kom ik bij boeken terecht, waar naast de recensies uit de officiële literatuur ook andere lezers hun oordeel hebben kunnen plaatsen. Als ik eenmaal heb gekocht hoef ik niet nogmaals mijn adres en creditcard nummer op te geven en ik word perfect op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen rondom de thuisbezorging. Toen ik een keer na een dag nog een boek bestelde werd me direct gevraagd of ik de beide boeken in de bezorging wilde bundelen of niet. Als ik dit vergelijk met mijn ervaringen als klant in de fysieke wereld dan stel ik vast dat bij veel bedrijven de schaalgrootte inmiddels zo groot is dat een dergelijke persoonlijke aandacht niet gegeven kan worden. Bij banken komt het voor dat als er een nieuw persoon achter de balie zit gevraagd wordt om je te identificeren, ondanks het feit dat je er al jaren komt. Standaardgedrag, zoals steeds alleen maar honderdjes te willen bij het opnemen, wordt niet herkend en bij de volgende bezoeken gebruikt. Als je een organisatie opbelt met drie verschillende vragen dan moet je daarvoor doorverbonden worden naar drie verschillende afdelingen. En als je bij een bedrijf een goede account manager hebt die je goed kent en inspeelt op jouw behoeften dan is de kans groot dat hij na een tijdje weg is; hetzij naar een andere positie binnen dat bedrijf of van werkgever gewisseld. Vervolgens blijkt een groot deel van die kennis opnieuw opgebouwd te moeten worden. De grote kracht van de massale verspreiding van internet en de inzet van de nieuwste programmatuur is juist dat het zeer op de individuele klant toegesneden kan worden en historische informatie slim kan worden toegepast.

Natuurlijk zijn er bepaalde vormen van contact met individuen of groepen mensen die altijd plaats zullen blijven vinden op de klassieke wijze. Hetzij omdat het niet anders kan, hetzij omdat de deelnemers dat als aangener beschouwen dan virtueel. Maar de tegenstelling tussen High Tech vs High Touch ten aanzien van activiteiten die zowel virtueel als fysiek

kunnen plaatsvinden is een zeer tijdsgebonden en normatieve stellingname. Ik verwacht dus absoluut niet dat in de toekomst een grootschalige afkeer gaat ontstaan van het gebruik maken van technologie. We zullen de technologie op een steeds onzichtbaardere wijze gaan gebruiken. (In 1925 moest men bij het leren autorijden ook lessen nemen in het repareren van de auto, omdat deze vaak kapot ging).

De tegenstelling High Tech vs High Touch zal echter in de toekomst een andere invulling krijgen dan vandaag het geval is. Doordat steeds meer mensen via internet toegang zullen krijgen tot de virtuele wereld zal het voor een aantal functies een vervanging betekenen van de fysieke wereld en voor andere functies een concurrentie met de fysieke wereld. Het gevolg is dat beide werelden zich steeds sterker zullen toeleggen op datgene wat de eigen kracht is ten opzichte van de concurrent. In de USA is dat al herkenbaar in nieuwe winkelcentra (Mall of the Americas in Minneapolis) en sommige winkelformules. Daar gaat het vooral om het sociale contact, de amusementswaarde, de "experience". En dan in een vorm die in de virtuele wereld niet gerealiseerd kan worden.

Maar deze nieuwe vorm van specialisatie zal niet met de termen High Tech vs High Touch worden aangeduid, maar veeleer Virtual vs Fysical en met een andere betekenis, zonder waardeoordelen doorspekt. Het al dan niet goed begrijpen van deze tegenstelling en het inspelen erop zal voor vele bedrijven uiteindelijk betekenen of men nog zal bestaan in 2010 of niet.