

the four

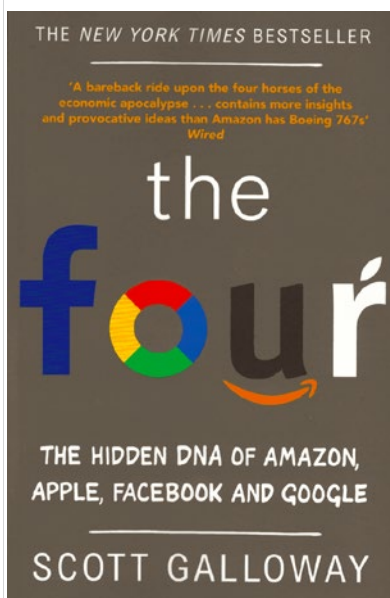
Boekbespreking

De vier ruiters van de techwereld

14 december 2018

Thomas Wijsman

Voor wie dieper inzicht wil krijgen hoe de big four–techbedrijven werken en welke maatschappelijke effecten ze hebben, is het boek ‘The Four; The Hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook and Google’ een aanrader.



Titel The Four; The Hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook and Google

Auteur Scott Galloway

ISBN 978-0-552-17343-8

(Ook in het Nederlands verkrijgbaar: De vier; Het verborgen DNA van Amazon, Facebook, Google en Apple, ISBN 9789400508552 – paperback of e-book).

Setting the scene

Galloway heeft het eerste, inleidende hoofdstuk ingeruimd voor een overkoepelende sfeertekening. De Four hebben samen de ongeëvenaarde rijkdom van 2,3 biljoen dollar gegenereerd voor eigenaars en aandeelhouders. Op zich

niets mis mee, maar er is wel een keerzijde. Stel je een retailer voor die weigert btw te betalen, zijn werknemers slecht behandelt, honderdduizend banen vernietigt en niettemin wordt toegejuicht als een toonbeeld van bedrijfsinnovatie. Of neem een computerbedrijf dat, met instemming van zijn *fan base*, de federale opsporingsinstanties informatie onthoudt over een terroristische daad. En denk aan een social mediabedrijf dat duizend foto's van je kinderen analyseert en deze informatie doorverkoopt aan Fortune500-bedrijven. Een bedrijf dat bovendien gewaarschuwd werd dat het doelwit was van vreemde mogelijkheden, zonder daar verantwoordelijkheid voor te nemen. En, ten slotte, neem een advertentieplatform dat in sommige markten negentig procent van de lucratieve mediasector in handen heeft, maar anti-competitieregulering vermijdt door agressieve juristen en lobbyisten in te zetten. Het is niet zo moeilijk hierin achtereenvolgens Amazon, Apple, Facebook en Google te herkennen. Welkom in de wereld van de bigfour-techbedrijven. Met een knipoog naar 'De Openbaring van Johannes' vergelijkt Galloway deze Four met de Vier Ruiters van de Apocalyps.¹ De volgende vier hoofdstukken, ruim de helft van het boek, is voor de line-up van deze vier 'ruiters'.

De Four

De eerste ruiter is Amazon. Dat bedrijf is vooral groot geworden door platform building.² Voor courante boeken of andere producten regelt Amazon de levering zelf. Voor de *long tail*-markt heeft het niche-leveranciers binnenboord gehaald. Zo'n niche-product bestel je gewoon bij het vertrouwde Amazon, terwijl achter de schermen de bestelling wordt doorgezet naar een niche-leverancier, die onder Amazonvoorwaarden zorgt voor de aflevering bij de klant. De aandelenkoers van Amazon steeg in de periode 2006-2016 met 1.910 procent – geen typefout, de punt is echt een decimale punt. De koersen van brick-and-mortar ketens als Sears en K-Mart dáálden in dezelfde periode met 95 procent respectievelijk 59 procent.

De tweede ruiter is Apple. Dit troetelkind van de hogeropgeleide millennial is cool en daarom begerenswaardig. Apple creëert schaarste – niet door het aanbod te beperken maar door exorbitant hoge prijzen te vragen. De hoge prijs van Apple's producten maakt ze aantrekkelijk voor een beperkte groep consumenten, die zich met die producten tooien om zich te kunnen afzetten tegen hen die zich de luxe niet kunnen veroorloven. En door de hoge prijs is het bijzonder lucratieve business. In 2015 stond de iPhone voor 92 procent van de wereldwijde winst in de bedrijfstak van mobiele telefoons, terwijl het marktaandeel slechts 18,3 procent bedroeg.

Ruiter drie is Facebook. Een belangrijke aanjager van Facebook's succes is het 'netwerkeffect': iedereen zit op Facebook/Instagram/Whatsapp³, 'dus' jij ook. Waar Facebook vooral aan verdient is *micro targeting*, adverteren gericht op specifieke doelgroepen. Het bedrijf kan deze micro-doelgroepen nauwkeurig identificeren, en vervolgens voor goed geld verkopen, doordat het bedrijf ongelooflijk veel weet over online-gedrag, interesses, leeftijd, locatie, et cetera van zijn gebruikers. Het bedrijf moet het hebben van kliks en zit hierdoor vol met *click bait*.⁴

De vierde en laatste ruiter is Google. Dit bedrijf ontpopt zich steeds meer tot dé toegangspoort tot alle informatie in de wereld. Eerst alle informatie op websites, vervolgens alle locatieinformatie (Google Maps), astronomische informatie (Google Sky), geografische informatie (Google Earth, Google Ocean), niet meer verkrijgbare boeken (Library Project) en journalistiek werk (Google News). Google heeft zo'n sterke positie in de informatiemarkt verworven dat de competitie er nauwelijks tussen kan komen – zie de magere resultaten van Bing (Microsoft). Het succes van Google is erop gebaseerd dat de eigenaren van informatie, zoals krantenuitgevers, het hebben laten gebeuren dat Google de informatie bij ze wegzoog. En toen ze het begonnen door te krijgen, was het te laat. Ondertussen bezit Google ook een kapitaal aan informatie over ons allemaal, door de 3,5 miljard zoekvragen die we met zijn allen elke dag invoeren. Hierdoor kan Google enorm veel geld binnenhalen door ons gepersonaliseerde advertenties te tonen – en aan elke klik daarop te verdienen.

Wat Nu?

Na de beschrijving van de Four benoemt Galloway in hoofdstuk 6 ('Lie to me') de gemeenschappelijke 'zonden' van de vier bedrijven. Het komt erop neer dat de bedrijven zich alle vier informatie van anderen toe-eigenen zonder daarvoor te betalen, om vervolgens die informatie te gelde te maken. Deze praktijken krijgen een positieve spin door de aansprekende positieve verhalen die de woordvoerders van de bedrijven er omheen bouwen. Vervolgens gebruikt hij in hoofdstuk 7 ('Business and the Body') de analogie van het menselijk lichaam, om duidelijk te maken op welke niveaus de Four de gebruikers, regelgevers, toezichthouders en het algemene publiek aanspreken: het brein, het hart en de genitaliën. Dan bespreekt hij in hoofdstuk 8 ('The T Algorithm') welke strategie een eventuele vijfde ruiter zou moeten volgen om zich een plaats op het wereldtoneel te kunnen verwerven.⁵ Hierbij gaat hij in op de volgende factoren: productdifferentiatie, visionair kapitaal, wereldwijd bereik, *likability* (verwerven van sympathie), verticale integratie, kunstmatige intelligentie, carrièreversnelling (door potentiële werknemers gezien worden als bedrijf dat hun carrière kan versnellen) en locatie. Daarna toetst hij een aantal bedrijven – zowel oude als nieuwe – aan deze strategie: Alibaba, Tesla, Uber, Walmart, Microsoft, Airbnb, IBM en de Amerikaanse kabel- en telecombedrijven.

In hoofdstuk 10 ('The Four and You') geeft Galloway een aantal adviezen aan het beter opgeleide individu om zich een plaats te verwerven in deze door de Four gedomineerde wereld. Deze lijken mij vooral gericht op de Amerikaanse millennial.

Ten slotte behandelt Galloway in het laatste hoofdstuk de vraag waarom en (zeer beperkt) hoe de Four moeten worden opgebroken. De belangrijkste reden is dat de vier bedrijven samen zo dominant zijn geworden dat ze elke competitie door nieuwe toetreders op de wereldmarkt bij voorbaat onmogelijk maken.

Waarom lezen?

Werkwijze en effecten van de vier techbedrijven zijn onderhand in grote lijnen wel zo ongeveer bekend. Wat Galloway daaraan toevoegt in deze *The New York Times* bestseller is ten eerste dat hij ook de details bespreekt en ten tweede dat hij het opereren van de Four vanuit een businessperspectief bekijkt. Hij maakt overtuigend duidelijk dat de negatieve maatschappelijke effecten verder gaan dan handel in profielen op basis van al dan niet vrijwillig weggegeven persoonsgegevens. Niet alleen vanuit privacy-perspectief maar ook bekeken door een business-bril is er het nodige op de Four aan te merken. Ze blokkeren markten voor nieuwe toetreders, ze breken werkgelegenheid af en ze werken oneigenlijke en ontwrichtende beïnvloeding van de publieke opinie in de hand. En nu, na lezing van dit boek, valt voor mij de uitspraak van Erik Vermeulen 'Storytelling is een essentiële vaardigheid geworden'⁶ op zijn plaats. Nu begrijp ik dat het een cruciale vaardigheid is

geworden om via *spin* 'likability' te creëren en daarmee *venture capital* aan te trekken én zowel gebruikers als toezichthouders te vriend te houden.

Het boek heeft een hoge informatiedichtheid, maar leest toch gemakkelijk weg. Dat komt door de losse, toegankelijke stijl waarin het geschreven is.

Kortom: een aanrader.

Noten

- ¹ Voor de minder bijbelvasten – ook ik moest het even opzoeken: de vier ruiters staan voor de apocalyptische bringers van dood en verderf, te weten: de Antichrist, Oorlog en vernieling, Honger en oneerlijke handel, Ziekte en dood.
- ² Facebook heeft 1,49 dagelijkse en 2,2 miljard maandelijkse gebruikers. Zie: <https://newsroom.fb.com/company-info/> (geraadpleegd op 20 december 2018).
- ³ Facebook, Instagram en Whatsapp zijn (net als virtual-realitybedrijf Oculus VR) onderdeel van Facebook Inc.
- ⁴ Dit zijn berichten die helemaal niet waar hoeven te zijn en alleen als doel hebben de gebruiker erop te laten klikken ten behoeve van de omzet van en profilering door Facebook. Dit zijn voornamelijk sensationele berichten, bijvoorbeeld de samenzweringstheorie 'Pizzagate': het nepnieuws over een pedonetwerk, gerund door Hillary Clinton vanuit de kelder van een pizzeria-restaurant. Van de Trump-stemmers geloofde 45 procent dat dit waar was.
- ⁵ Het T Algorithm is een analysemodel van het bedrijf L2. Dat bedrijf, opgericht door Galloway en nu aangesloten bij Gartner, is een op lidmaatschap gebaseerd business intelligence-bedrijf dat in elf bedrijfssectoren wereldwijde benchmarks levert over de digitale performance van consumentenmerken. Zie: <https://www.youtube.com/watch?v=MtxkP6EA8Zw> (geraadpleegd op 20 december 2018).
- ⁶ Zie het interview met dit citaat als titel: <https://www.deitauditor.nl/business-en-it/storytelling-is-een-essentiele-vaardigheid-geworden/> (geraadpleegd op 20 december 2018).



Drs. Th. (Thomas) Wijsman RE | coach en strategisch adviseur

Gepokt en gemazeld bij de Algemene Rekenkamer is Thomas Wijsman nu actief als coach en strategisch adviseur. Hij is opgeleid in IT, IT-audit, psychologie en coaching, en combineert zo hard en soft skills. Onlangs adviseerde hij de Georgische Rekenkamer over IT-auditaanpak en inrichting van de IT-auditfunctie. Daarnaast is hij actief in verschillende commissies van Norea.