

Expertpanel - Erik Bouwer: Schaarste

29-06-2011 17:36

Ook deze nieuwe spelers kennen concurrenten en dat brengt me bij een andere eigenaardigheid van internet. In de markt van vraag en aanbod is schaarste een groot goed. Iets wat gewild is - over smaak valt niet te twisten - en slechts mondjesmaat verkrijgbaar is, dat is veel geld waard. Voor informatie lijkt die wet steeds minder op te gaan.

Welke rol speelt schaarste eigenlijk nog in de interneteconomie? Voor webgebruikers is er meer contentaanbod dan we in een heel mensenleven kunnen verwerken. Daarnaast produceren nieuwe en bestaande webgebruikers vele Terabytes aan data: in de vorm van het ongebreideld uitwisselen van tweets, YouTube-filmpjes, netwerkupdates en pingberichten. Informatie-met-een-prijskaartje wordt daarentegen steeds minder interessant - wil je er niet voor betalen, dan pluk je het gewoon van een andere site af waar het wel vrij verkrijgbaar is. Uit onderzoek van Considerati bleek dat het belangrijkste motief voor illegaal downloaden neerkomt op 'voordeel': illegaal staat op het web voor 'gratis'.

Schaarste is... gekanteld. Niet de content of de producten die de online mens tot zich neemt, zijn schaars, maar wijzelf zijn het nieuwe schaarse middel. Iedereen wil ons aan boord hebben: Facebook, LinkedIn, Twitter, Groupon en al die andere online verzinsels die ons online leven 'socialer', 'rijker' en 'leuker' maken. Niet social media zijn een product of dienst, wijzelf zijn het product.

Tot nu toe geven we onszelf hoofdzakelijk gratis weg. Maar wat is 'een mens' als dataleverancier voor internetondernemingen waard? Komt daar ook ooit een prijskaartje aan te hangen? Met andere woorden, wat levert het mij op als ik alles - maar dan ook alles - exclusief met Facebook deel en plechtig beloof alle andere netwerken links te laten liggen?

Erik Bouwer - [email]erikbouwer@essentials-media.nl[/email]

David Huijzer