

Gaan Oosterse paarden snel?

Martin Heijnsbroek
zaterdag 7 mei 2016

De kansen lijken verkeken dat westerse technologie het Oosten nog zal veroveren.

Henry Ford zou ooit hebben gezegd: 'Als ik naar mijn klanten had geluisterd, dan hadden ze een sneller paard gewild.'

Het is natuurlijk niet raar als iemand vanuit zijn eigen leefwereld denkt over de toekomst. Deze week zag ik een heel mooi filmpje over de zelfrijdende BMW van straks. Zeer futuristisch, maar eigenlijk een iets modernere versie van een Tesla. Of, zoals Ford zei: een nog sneller paard.

En aangezien we in Nederland een sterke paardenstal hebben, lopen we het risico om de toekomst incrementeel te zien. In vergelijking met China is bijvoorbeeld ons netwerk van treinen, huisartsen, banken en breedband ijzersterk. Met als logisch gevolg dat we denken dat de digitale revolutie deze netwerken nog klantgerichter en efficiënter gaat maken, in plaats van transformeren.

Je kunt het ook omdraaien. Als je niet veel goede paarden hebt, dan moet je met veel meer creativiteit en ondernemerschap gebruikmaken van alles wat de digitale revolutie je gaat brengen. En dat is het voordeel van China's nadeel. Door hun zwakkere uitgangssituatie is het logisch dat de digitalisering alle bestaande businessmodellen gaat transformeren.

Neem de huisarts. De enorme groei van de middenklasse in China leidt ertoe dat er meer dan een miljoen extra artsen nodig zijn in 2020. De druk om de huidige gezondheidszorg fundamenteel te veranderen is dus enorm. Waar we in Nederland experimenteren met een intake

via videoconference, mag je verwachten dat de echte disruptie uit China gaat komen. Gaan er daadwerkelijk meer huisartsen bij komen per stad, of verandert het systeem omdat de diagnose straks volledig geautomatiseerd over de smartphone via algoritmes gaat?

Op veel gebieden heeft China trouwens al een innovatieve voorsprong genomen. De Chinese WhatsApp genaamd 'WeChat' biedt al sinds 2015 de optie om je auto via de mobiel te kopen. En 'kijken niet kopen' is al de standaard voor retailers in Sjanghai, die winkels benutten om klanten naar online te sturen. Deze week nog lanceerde Alipay in China gezichtsherkenning via een mobiele app ter identificatie van de consument: een functionaliteit waar bij de Europese fintechs veel over gesproken wordt. Op dezelfde dag haalde het moederbedrijf van Alipay \$ 4,5 mrd op, om met een \$ 60 mrd-waardering sneller te kunnen groeien, onder meer op de Indiase markt.

En daarmee is het spel om met westerse technologie het Oosten te veroveren voorgoed voorbij. Op het fintech-congres in Kopenhagen werd aan de ceo van de

Zweedse start-up voor online-betalen Klarna gevraagd of er interesse was om de Chinese markt op te gaan. Het antwoord was 'nee, deze markt is al veel verder met online-betalen'.

