

Chicago (including Western suburbs) newsletter

Erst kommt das Internet, dann kommt die Moral

Na een dag verdienen van het aardse slijk in het zweet mijns aanschijn bleek weerblikkend in een beeldscherm, zit ik nu op de bank als een echte *Couchpotato* van station naar station te zappen (we hebben er 73 inclusief vier betaal-voor-die-film kanalen en twee *pay-per-view*). Eindelijk geen computers, sophisticated screen designs, grafische ontwerp hulpmiddelen, installatie procedures, eindelijk rust. Oh nee, weer een reclame voor een website, nog kleuriger en interactiever dan die anderen in het reclameblok daarvoor. Help! Ik kan er niet aan ontsnappen, het omsingelt me waar ik ook ben, op elk tijdstip van de dag: Het Web heeft me in zijn greep.

Als je niks met Internet te maken wil hebben moet je niet naar Amerika komen. Het Web spint hier ragfijn maar onomkeerbaar een echt web over het dagelijks leven van in ieder geval alle bewoners van Chicagoland uit. En geen betere tijd van het jaar om er in *the land of the brave and the free shoppers* mee kennis te maken (of in mijn geval participierend te observeren) als de komende kerstdagen, of zoals ze het hier zeggen *the seasonal spirit*.

Meet Joe Smith Couchpotato

Joe Smith is de gewone Amerikaan die zeker met *Thanksgiving* (dank u, onze Dutch unit van 2 groten en drie kleinen kon de zware taak van het opeten van de *turkey* met 4 volwassen en 5 half-volwassen Canadese familieleden delen waardoor we de (niet meer) klokkende kipachtige er toch in een dag doorheen kregen) de hele dag op de *Couch* hangt te hangen. In het geval van dankdag voor het gewas gaat dat met *mashed potatoes* gepaard, liefst half aardappel, half yam (zoete aardappel). Overigens erg lekker, die yam. En natuurlijk een *stuffed turkey*, maar daarover in een volgende column meer.

Laten we Joe en zijn vrouw (Martha) met hun kroost (statistisch een komma zeven kind) in een gemiddeld suburb ten westen van Chicago situeren. Wat is dat voor volk? Op de allereerste plaats natuurlijk heel gelovig, maar daar hebben we het nu even niet over. Het tweede wat in vergelijking met Holland opvalt is de *computer literacy*. De suburbanite in Chicagoland ligt wat computer beseftheid betreft op een schaal van Silicon Valley inhabitant op 10 tot Redneck in the Apalachians op 1 (zie een recent artikel in de BusinessWeek), op 'n 7. Dus meer dan het Amerikaanse gemiddelde, maar niet spectaculair erboven. Maar toch kom je hier veel meer mensen tegen die in de computers en zeker met Internet hun broodje Aap bij mekaar verdienen als in *Holland*. Driekwart van wat in de trein zit werkt in de software. De rest is advocaat (die lezen in de trein hun *law journals* om zich te manifesteren) of werkt bij *Ameritech* (de lokale telefoonmaatschappij, herkenbaar aan de petjes en jasjes). Als je in de supermarkt voor de kassa staat hoor je achter je in de rij twee dames die in Utrecht de laatste roddels over Willeke Alberti door zouden nemen, de kans dat het ooit nog wat wordt met Linux bespreken. Oudere mannen in de trein die een kaartje leggen bediscussiëren de voor en tegen van Sybase versus Oracle, en natuurlijk elke dag opnieuw weer Java versus C++. De school waar onze kinderen naar toe gaan heeft een groot percentage kinderen van buiten de V.S. omdat ze er *second-language english* geven. Deze nieuwe entrees zijn gemakkelijk buiten gehooraafstand herkenbaar want ze zijn veel onzekerder achter de computer dan de *natives*.

Joe Couchpotato is geen passieve consument, hij werkt zelf mee aan de Internet revolutie! Er zijn bij ons in de straat mensen die niet in de computers werken. Maar ze zijn een minderende minderheid. En van de computer peuteraards verdient zeker de helft de (goed belegde) boterham met Het Web. Misschien geen representatieve steekproef, maar wel een representatieve suburban straat.

Als Joe en Martha (want zij werkt ook, vaak ook in de software) 's avonds uitgezakt op de bank neerploffen kunnen ze niet ontsnappen aan Het Web. Zeker in de late uurtjes die hier om 10pm beginnen, hangen de TV programma aan elkaar van internet advertenties. Sites met gezondheidsinformatie, sites met nieuws, sport sites, ondeugende sites, maar vooral SHOPPEN. Het is *holiday season* en gij zult shoppen en dat doen we niet alleen in de Mall maar vooral op Het Web. Het aanbod is angstaanjagend, en daarom bieden niet alleen de computerbladen maar ook de lokale kranten hulp in de vorm van bijlagen die een catalogus bieden aan websites en uitleg over hoe te betalen, privacy regelingen, waar je goede deals kunt vinden, welke site waarin gespecialiseerd is, waar je kunt klagen enz. Het Web is er niet meer alleen voor de 15% technofielen, het is er voor iedereen! En daar kunnen jullie aan de verkeerde kant van de grote plas niet aan ontsnappen! Ik voorspel dat binnen vijf jaar Jan Modaal niet beter weet dan dat Truus nieuwe panties op Het Web bestelt.

De grote lijnen

Wat Joe op moet vallen is dat de hoeveelheid informatie die op de start sites (de portals) beschikbaar wordt gemaakt vergeleken met een paar jaar geleden flink is toegenomen. Twee heren van McKinsy voorspelden niet zo lang geleden dat de opkomst van Electronic Commerce zou leiden tot het ontstaan van een klasse aan tussenpersonen die zich in hun virtuele voorkomen interessant genoeg proberen te maken voor de bezoeker om regelmatig te bezoeken. Dat zie je hier nu voor je ogen gebeuren. Elke internet *provider* probeert portal te worden door een overvloed aan informatie over allerlei gebieden zoals *shopping*, nieuws, *lifestyles* enzovoort te bieden. Ook gewone sites bieden allerlei hulpjes aan die het verblijf aangenaamer en informatiever maken. En ze adverteren zich helemaal mesjoche in dagbladen en op radio en TV.

Vergelijk de informatiedichtheid van <http://www.nvm.nl> maar 'ns met <http://www.realtor.com>. Zelfde soort organisatie, ordegroottes verschil in wat de consument ermee kan. De auto sites waar je een soort van ANWB prijs rapport specifiek voor de tweedehands auto die je net online hebt gevonden kunt laten maken (inclusief rekening houdend met accessoires, kilometerstand e.d.) waar je ook de verzekeringen die in jouw *area* worden aangeboden kunt vergelijken en waar je voor 5 dollar een rapport aan kunt vragen om te controleren of de auto die jij wil kopen ooit bij een botsing betrokken is geweest of ooit gestolen is of zo, sla ik dan nog over (of toch eigenlijk niet?).

En het is niet alleen voor de kleine jongens. *Ook big business* neemt Het Web serieus zoals uit onderstaand persbericht blijkt.

Jacques Nasser, Ford Motor Company CEO, said on Monday that he saw the Internet playing an increasingly larger role in the company's operations. "Our joint venture with Microsoft CarPoint, the biggest business-to-business e-commerce supply chain management deal worth about 300 billion dollars and the tie-up with Priceline should all give a stronger push to business," he said. Nasser told reporters that he expected the Internet to help significantly in the firm's marketing efforts. "Right now about 40 percent of our customers in the U.S. touch the Internet to get to know the product specifications and get information about the cars before they buy or lease a car. We think that in the next five years it will go up to 80 percent." Nasser said he believed Internet-based manufacturing was a key way in future as it gave customers unmatched choice and manufacturers the flexibility required to offer personalized products. "We see a savings of about five to eight billion dollars on business of \$300 billion dollars in the supply chain and that could go up even further over time," he said. <i>Reuters, November 22, 1999</i>
--

Het gaat er niet eens om dat de sites hier mooier of gevulder zijn, het punt is dat een toenemend aantal sectoren in de economie Het Web als het belangrijkste kanaal voor de afzet van producten en voor contact met de klanten ziet. Niet over vijf jaar of drie jaar, maar NU! Reizen is al langer een goed voorbeeld van het gemak dat de consument via Internet wordt geboden en de toegevoegde waarde ervan (ja ja, ik heb Marx vroeger goed bestudeerd). Op het gebied van tweedehands auto's is dat nu ook onderhand het geval. En bij de verkoop en verhuur van huizen en appartementen speelt Het Web eveneens een steeds grotere rol. Geen geneesmiddel wordt nog aangeprezen zonder een verwijzing naar een website waar als in een echte *advertorial* op serieuze dokters toon het geadverteerde middel alom geprezen wordt. Ook daar zijn weer brokers voor ontstaan (CBS en Discovery channel exploiteren de grootste sites). Ook de dagbladen gaan eraan. Daar waar de Volkskrant maar een doorsnede van de kranten artikelen en wat links op het web zet, zet de Chicago Tribune niet alleen alle artikelen inclusief achtergronden op het web, maar ook zijn alle classifieds (advertenties) online te benaderen. En daar heb je ook weer calculators, prijs check op de auto (dat heet Kelly's blue book), aanvragen hypotheek offerte en al dat fraais gratis erbij. De banken blijven niet achter. Bij LaSalle (ABN AMRO) kun je dus ook de tweedehands auto die je op het oog hebt online evalueren. En natuurlijk de lening regelen. En dan heb ik het nog niet over online raadplegen van de beoordelingen van restaurants, *watering holes*, theater voorstellingen, en vervolgens reserveren enz.

Internet wordt zo belangrijk dat het al duurder is als een PC. In de gemiddelde PC winkel (*Circuit City* of *Radio Shack*) kost een leuke PC voor thuis met multimedia 399 dollar (en de printer krijg je er gratis bij), en de mindere modellen (je weet wel die 2 jaar geleden net betaalbaar waren) zijn zelfs gratis. Voorwaarde? Je moet een 3 jarig abonnement van 21 dollar 95 per maand op CompuServe erbij nemen. De reden? CompuServe is nog niet klaar voor DSL en men verwacht dat dit hier volgend jaar een grote vlucht gaat nemen, juist om het interactieve winkelen te veraangemen. Dus ze proberen de klant nu voor een aantal jaren te verbinden zodat ie niet wegloopt totdat ze een antwoord op breedband hebben geformuleerd. En 21.95 per maand voor drie jaar kost je 790 dollar en 20 cents.

Gaat dat hier net zo?

Een van de redenen waarom Internet in de V.S. zo'n vlucht neemt is omdat het naadloos aansluit bij de cultuur, de "wijze waarop individuen en groepen hun onderlinge relaties vorm geven". En dat is precies waar het bij Internet om gaat, de manier van met elkaar relaties aangaan.

Het leven in de V.S. is strak ingedeeld naar geografische locatie. De voordeur uitlopen, naar de bushalte gaan en effen in de binnenstad door de winkelstraten slenteren is hier fysiek niet mogelijk. Je bent of thuis, of op het werk, of aan het shoppen, of aan het recreëren, maar wat je daartussen doet is een non-activiteit nl. auto rijden. Stedelijke gebieden zijn oersaai dus voor je lol erdoorheen rijden doe je alleen tussen *Thanksgiving* en *New year* als alle huizen versiert zijn. Gezellige restaurants liggen midden in 's avonds desolaat verlaten parkeerterreinen van grote winkelcentra. Daar ga je niet wandelen en de menukaart bestuderen alvorens te beslissen of je naar binnen gaat. Daar rijd je naartoe!

Werken gebeurt net zo doelgericht, al gaat het hier niet om fysieke doelen. Samenwerken doe je bij voorkeur met die meest Amerikaanse van alle uitvindingen, Den Telefoon. Je kunt wel samenwerken door bij mekaar in een gebouw te kruipen, maar liever nog zoekt eenieder een plek op die hem of haar goed bevalt en communiceert per koperkabel. Collegae (*co-workers*) die in dezelfde kantoortuin zitten bellen mekaar in plaats van effen langs te lopen. *My cubicle is my fortress!* En als iemand telefonisch niet bereikbaar is wordt er

ge*VoiceMailed*, een etiquette die iedereen hier zo van jongs af aan gewend is dat je er niet eens een handleiding voor krijgt als je nieuw bent op het werk. Ook privé werkt dat zo. Onze burens bellen ons als ze iets met ons af willen spreken en dat is heel normaal hier.

Een land als de V.S. waar de mensen gewend zijn over afstand samen te werken is dus nu in het voordeel. Het nadeel van de grote onderlinge afstand is weggenomen door de nieuwe virtuele realiteit, maar de kunde om online samen te werken was er altijd al en de directheid van de telefoon is nu ook beschikbaar voor zaken waarvoor je eerst nog je huis voor uit moest. Dus als je dankzij de zegeningen van Het Web je huis niet eens meer uit hoeft te komen om boodschappen te doen, bankzaken te regelen, of een eersteklas maaltijd te eten (die bestel je online bij de Vietnamees in het dorp, laat thuis bezorgen inclusief tafelgerei, en na twee uur komen ze de vuile vaat weer halen), is dat hier het logische vervolg op hoe men al relatie aanging. Het is net zoiets als dat de cultuur van Componenten de logische voortzetting is op de cultuur van modulair programmeren.

In Amerika gaat het om het doel van de reis, en niet om wat je onderweg meemaakt. En internet is in zo'n doelgericht land een ideale oplossing voor het probleem dat reizen altijd te lang duurt als je onderweg niet uit het raam wilt kijken.

En wie is de verliezer

Elke *brave new world* heeft z'n schaduwkanten. En dat de Internet revolutie ook slachtoffers zal maken staat buiten kijf. Het meest duidelijke gevolg is dat zich een nieuwe tweedeling in Amerika voltrekt die velen zorgen maakt en recent beschreven werd in een hoofdartikel in de *BusinessWeek*: de *divide* tussen *being on the internet* en *do not have access to the internet*. PC bezit en internet gebruik zijn extreem ongelijk verdeelt. De Chicagoland suburbanites zitten voor 80 tot 90% op het Internet, in South en West Chicago ligt dat percentage onder de 10%. Het gevolg daarvan is dan ook zijn dat mensen die elkaar nu al niet veel tegenkomen omdat ze tot verschillende klassen behoren (alhoewel het klasse begrip op zich Amerikanen vreemd is) elkaar dan helemaal niet meer tegenkomen. En de nu al bestaande verschillen die in ieder geval worden bestendigd door de grote verschillen in kansen in het onderwijs die kinderen krijgen, worden door de verschillen in toegang tot de nieuwe economie alleen maar erger gemaakt.

Doet men er iets aan? Niet veel. Privé initiatief is het enige wat *politically correct* wordt bevonden, en dat lijkt me onvoldoende. Waarschijnlijk gaat men wegen zoeken om Het Web zo goedkoop te maken dat iedereen er toegang toe kan hebben, net zoals iedereen hier telefoon heeft of auto rijdt. Maar dat zal nog enige tijd duren.

Vanuit een langzaam kouder wordend maar zo nu en dan nog steeds voorjaar warm Chicago uw onvermoeibare correspondent,

Wil Ernest Spronck¹.

Addendum

Over de vorige column hebben mij enige vragen bereikt. Die wil ik hierbij beantwoorden.

1. Hoe krijg je negen soorten koffie uit een koffieautomaat?

Door ze er per keer in te stoppen. Het systeem is vergelijkbaar met het Rombouts systeem dat bij onze zuiderburen (nee, niet Mexico of Kentucky) al jaren en nog steeds in gebruik

¹ Zo wordt mijn naam op mijn drivers license geschreven, en dat is hier zo ongeveer het meest officiële document dat er is.

is. Je pakt een *container*, een klein plastic bekertje waar de koffie en het filter inzitten, plaatst dit in een la, schuift deze dicht, plaatst de beker eronder (niet vergeten anders wordt het een zooi), en drukt op de groene knop. En voila, de koffie loopt kletterend je kopje in.

2. Wat is de gewenningstermijn (aan de smaak)?

Minimaal drie weken, maar echte Amerikaanse koffie wen je nooit aan.

3. Hoe is het met de koffiekwaliteit gesteld op de afdelingen die maar een soort hebben?

Bedroevend. De mensen die daar werken zijn vervloekt, want zij moeten in hitte en koude de geborgenheid van hun geclimatiseerd kantoor verlaten en den straat over om daar enen kop of beker te bemachtigen in enen Starbuck (of een Wall Street Deli, Au Bon Pain, Bravia, McDonalds, Wendy's, Starr enzovoort).

4. Zijn de hamburgers en pizza's ook zo groot?

De hamburgers zijn precies even groot. Sterker nog, de kwaliteit (sic!) van hamburgers is zo uniform dat de Economist valuta vergelijkt op basis van de prijs van een standaard McDonalds hamburger en al jaren blijkt deze maat voor de kracht van een valuta betrouwbaarder dan alle econometrische indices van de hele wereld bij mekaar. Dat is pas standaardiseren!

Pizza's zijn verkrijgbaar per slice of per pizza. Aan twee slices heb je meer dan genoeg voor je avondeten. Een gewone pizza (12 inch) is goed voor 8 slices. Maar je hebt ook grotere pizza's. De grootste die ik ben tegengekomen is 18 inch in het vierkant. Daar heeft een gezin avondeten en nog 'n keer lunch van! De dikte varieert van net zoals in Nederland tot twee keer zo dik. En je hebt ook dubbele pizza's (dus nog 'n korst met vulling erop) maar daar heb ik me maar niet aan gewaagd.