

# Boeren, informatica + vertrouwen

Gert Jan Hofstede + Tim Verwaart



Het woord “landbouw” roept bij veel Nederlanders het beeld op van een boer die op klompen moeizaam een kruitwagen mest door de modder duwt. Weggeman betwijfelt bijvoorbeeld in zijn boek *Kennismanagement*<sup>1</sup> of de Nederlandse economie wel als kenniseconomie gezien mag worden. Ter ondersteuning gebruikt hij een tabel van de top-10 van Nederlandse exportproducten: stuk voor stuk agrarische producten. Hij negeert echter het feit dat de hoge positie van Nederland op de agrarische exportladder gebaseerd is op een gedegen model voor kennismanagement en snelle doorstroming van innovaties van onderzoek en ontwikkeling naar de praktijk.

Onbegrip over de betekenis van informatie en informatietechnologie (IT) in de agrarische sector komt ook aan het licht in een recent artikel van Klusener en Verhoef in het tijdschrift *Informatie*<sup>2</sup>. In de keuze van Flowers & Food als speerpunt van premier Balkenende's Innovatieplatform zien zij een aanwijzing dat er in het Nederlandse innovatiebeleid wel aandacht is voor traditionele sectoren, maar onvoldoende aandacht voor IT. Expliciet is die er misschien ook niet, maar impliciet wel. De Nederlandse agrarische sector is innovatief en IT heeft in die innovatie een belangrijke plaats. Boeren is een informatie-intensieve onderneming, die zonder IT niet meer mogelijk is. Denk bijvoorbeeld aan

teeltmanagementsystemen, precisielandbouw, melkrobots, plukrobots, klimaat- en energieregelingssystemen. Ook in de afzet en de communicatie tussen ketenpartners van primaire producent tot consument loopt de agrarische sector mee in de innovatiekopgroep, met bijvoorbeeld *tracking-and-tracing* systemen, systemen voor ketenoptimalisatie en terugkoppeling van marktinformatie in de keten (ketenomkering). Landbouw is *high-tech* met veel IT.

Rendementsverbetering en flexibiliteit zijn natuurlijk belangrijke redenen om informatietechnologie toe te passen.

## Gert Jan Hofstede

*Universitair hoofddocent Informatiemanagement binnen de leerstoelgroep Toegepaste Informatiekunde van Wageningen Universiteit. Geniet van lezen, schrijven, luisteren en praten met studenten, collega's en bureauraten. Blijft niet zitten tussen vier muren. Houdt van modellen, mensen, culturen.*

Daarnaast zijn de aandrag tot maatschappelijk verantwoord ondernemen en de vraag van consumenten naar betrouwbare productinformatie twee belangrijke drijfveren voor de toenemende informatie-intensiteit van de agrarische sector en de afzetketens. IT kan bijvoorbeeld een belangrijke bijdrage leveren aan het verminderen van de enorme hoeveelheden brood, groente en andere verse producten die dagelijks onverkocht weggegooid worden in de detailhandel. De vraag naar productinformatie kan vertaald worden naar de vraag hoe maatschappelijk verantwoord een bepaald product wel niet is. Is het wel biologisch geproduceerd? Is het wel veilig? Is het gezond? Is er zorg besteed aan dierenwelzijn? Hoeveel energie is er verbruikt? Wat is het milieueffect? Er worden grote bedragen geïnvesteerd in systemen om te voorzien in de behoefte aan productinformatie en terugkoppeling van marktgegevens in de keten. Niets is te dol. De consument koopt een stuk vlees en kan vervolgens met een code op het label toegang krijgen tot de webcam in de stal waar het

dier gehouden is, om te zien of het er werkelijk diervriendelijk aan toegaat. De overvloed aan informatie die op deze wijze ontstaat, is moeilijk op waarde te schatten. Wat voegt het toe aan de productkwaliteit? En bovendien: hoe betrouwbaar is de informatie? Hangt de webcam werkelijk op het bedrijf waar het dier vandaan komt? Is het voer werkelijk biologisch geteeld?

Meer informatie heeft een keerzijde. Er zijn systemen nodig voor certificering en controle. Hier worden ook de mogelijkheden voor fraude geschapen. Eerst is het certificaat een middel om aan te tonen dat het product betrouwbaar is; later wordt het certificaat een doel om een hogere prijs te bedingen. Incidenten zullen aangegepen worden om uitgebreider te controleren, meer accountants in te zetten, kortom: hogere onvoorziene kosten te maken. Meer informatie betekent in principe meer administratieve lastendruk. Volledige informatie maakt de dingen ook minder leuk. Dat blijkt bijvoorbeeld ook in de sport. Voetbal is leuk omdat het verloop van een wedstrijd onvoorspelbaar is. Een

## Tim Verwaart

*Hoofd Datalab van het LEI. Hij ontwikkelt informatiesystemen voor het onderzoek van het LEI. Er duiken in dat werk altijd weer mensen op die generieke oplossingen hebben voor klassen van problemen. Hij gelooft daar niet in. Zijn professionele uitgangspunt: je moet elk geval op zichzelf bekijken.*

scheidsrechter die alle overtredingen waarneemt en direct streng bestraft, maakt het spel voor spelers en toeschouwers minder aantrekkelijk.

Deze bijdrage is natuurlijk geen pleidooi voor een spelletje Russische roulette met dioxine in het voedsel. Er zal in de toekomst verder toenemende behoefte zijn aan productinformatie en certificering. Daar wordt door LEI en Wageningen Universiteit dan ook ruimschoots aandacht aan besteed. De kosten van informatievoorziening, toezicht en certificering kunnen echter beperkt worden als er voldoende vertrouwen tussen ketenpartners bestaat. In de transactiekosten economie is vertrouwen een belangrijk onderwerp. Globalisering en toenemende handel via internet, met de daarbij behorende anonimiteit, zijn aanleiding tot nader onderzoek. Voorbeelden van recente bijdragen zijn te vinden in *Hide or Confide*<sup>3</sup> en *Artificial Economics*<sup>4</sup>. Het belang van onderzoek naar vertrouwen blijkt ook uit het iTrust-initiatief (een IST-onderdeel van het vijfde kaderprogramma) en het seminar over

vertrouwen dat de EAAE in 2006 organiseert. Vertrouwen in voedselkwaliteit en de bijhorende informatievoorziening zal de komende jaren een belangrijk onderwerp van onderzoek blijven. Onderzoekers van LEI en Wageningen Universiteit kunnen hier prominente bijdragen aan leveren.

1 M. Weggeman, *Kennismanagement, 4e gewijzigde druk, Scriptum, 2001, p. 19.*

2 *Informatie*, jaargang 47/7, september 2005, p. 16.

3 G.J.Hofstede et al., *Hide or Confide?*, Reed Business Information, 2005.

4 P. Mathieu et al., *Artificial Economics*, Springer Verlag, LNME 564, 2005, pp. 91-102.