

“Transparantie is een kernbegrip. Daar win je mee, moreel, maar ook zakelijk!”

Interview met Huibrecht Bos, directeur van Move Next BV



Welke producten levert MoveNext?

“Wij zijn een internetbedrijf voor de zakelijke markt. Wij bieden hosting, internet-applicaties en websites. Wij richten ons op de business-to-business markt. Dat betekent dat de websites en applicaties die wij ontwikkelen primair bedoeld zijn voor snelle en efficiënte uitwisseling van zakelijke informatie en zakelijke transacties.”

Er zijn toch wel meer aanbieders van dergelijke producten. Waarin onderscheidt MoveNext zich van deze andere aanbieders?

“Nou, er zijn eigenlijk niet zoveel bedrijven die *en* hosting *en* bouw van sites aanbieden en dat allebei op het hoogste niveau kunnen. Dat kunnen wij wel en alleen al daardoor onderscheiden we ons van concurrenten. Bij alles wat wij maken stellen we drie criteria centraal: het moet beheersbaar zijn, het moet absoluut veilig zijn en het moet voldoende vrijheid en flexibiliteit bieden. Om dat laatste uitgangspunt, vrijheid en flexibiliteit, optimaal te realiseren gaan we niet zomaar af op wat de opdrachtgever zegt dat hij wil hebben. Het gaat immers niet om zijn eigen ‘klantbehoefte’, maar om de behoefte van de klanten die hij met zijn site wil bedienen. Al in de allereerste fase van een project gaan we met de opdrachtgever om de tafel zitten om precies te bepalen welke klanten of doelgroepen hij met zijn website bedienen. Op basis daarvan gaan we aan de slag. Kortom, wij willen niet weten wat de klant wil, maar wat de klanten van de klant willen. Als we dat helder hebben kunnen we een product maken dat ook echt werkt.”

Wat zijn in uw visie belangrijke ethische problemen die specifiek in uw branche spelen?

“Het produceren van ICT-producten op zich lijkt vrij ‘schoon’, vrij van ethische problemen. Maar die producten hebben een enorme invloed op werknemers en burgers in het algemeen. Systemen zijn vaak nogal ‘ongrijpbaar’, als een zwarte doos. Je stopt er gegevens in en er komt informatie uit, maar hoe die informatieproductie heeft plaatsgevonden is duister, en of die informatie dus volledig waar is is ook oncontroleerbaar. Dat is één van de redenen waardoor er een situatie kan ontstaan waarin het systeem de mens bestuurt in plaats van andersom. Dan krijg je dat soort reacties die iedereen wel eens gehoord heeft: ‘tjsja, het is een fout van de computer’, of ‘de computer zegt dat het zo is, dus kunnen wij er niets aan veranderen.’

Een ander gevolg van het ‘black-box’-proces van systemen is dat mensen weerstand hebben in het gebruiken ervan. Zo zijn er mensen die weigeren de stemcomputer te

gebruiken, omdat ze bang zijn dat hun stem verkeerd terecht komt. Als je je stem op een papier moet aankruisen, weet je immers veel zekerder dat die stem wel goed terecht komt. Diezelfde weerstand tegen een systeem kan ook in organisaties ontstaan. Een ander ethisch probleem is dat van de ontplooiing. Een werknemer wil variatie, groeien, zichzelf ontplooiën. Ik ken een voorbeeld van een verzekeringsmaatschappij waar eerst de schademeldingen per post binnenkwamen. Iedere werknemer op de afdeling schadeafhandeling kreeg een stapel van die post te verwerken. Nu is alles geautomatiseerd en krijgt elke werknemer op die afdeling alleen schades van één bepaald type te verwerken. Dat maakt het werk natuurlijk een stuk eentoniger, saaier. Het is wel efficiënter, maar waar blijft de menselijke maat? Voorbeeld van een ethische kwestie die in heel veel bedrijven aan de orde is.”

Als u het heeft over ‘black-box’-systemen, ongrijpbaarheid en weerstand, dan heeft u het indirect ook over vertrouwen. Elk bedrijf moet het hebben van vertrouwen van klanten, leveranciers enzovoort. Op welke manieren kan internet bijdragen aan vertrouwensrelaties tussen een organisatie en haar stakeholders?

“Dat is nu precies de essentie van wat wij verkopen! Wij verkopen middelen om het vertrouwen in een organisatie te vergroten. Internet biedt daar feitelijk heel nieuwe mogelijkheden voor. De stakeholders van een organisatie willen niet zien wat voor mooie plannen of doelstellingen die organisatie heeft, ze willen de concrete activiteiten, realisaties en andere relevante gebeurtenissen zien. Via internet kun je dat heel mooi en overzichtelijk communiceren, beter dan ooit tevoren. Ook hier gaat het om continu werken aan je transparantie. Daarmee krijgt je bedrijf een eigen gezicht, daarmee kweek je vertrouwen. Wat je in dat kader als bedrijf aan informatie kunt geven, kan heel divers zijn: van opgeleverde projecten en behaalde resultaten tot profielen van werknemers, nieuwsberichten, hoe je producten met zorg en aandacht gemaakt worden, een mededeling over een werknemer die afscheid neemt, enzovoort enzovoort. Een website kan antwoord geven op vragen die een klant niet zou durven stellen, een inkijk geven in ‘het leven’ van jouw organisatie en hem er deelgenoot van maken. Dat biedt ongekende kansen, juist op het gebied van het kweken van commitment en vertrouwen.”

Tenslotte, welke ethische competenties verwacht u van uw werknemers?

Wij zoeken werknemers die betrokken zijn bij hun werk. En dan bedoel ik niet alleen bij hun eigen taken. Ze moeten zich ervan bewust zijn dat hun verantwoordelijkheid verder reikt dan alleen het goed uitvoeren van specifieke taken. Het gaat om *integrale* verantwoordelijkheid. Een werknemer moet zich bij ons bewust zijn van het hele interne productieproces tot en met de impact die zijn werk op de klant heeft of op andere stakeholders, en zich daar mede verantwoordelijk voor voelen. Dat vraagt vanzelf al om een sterk moreel besef. Je moet als IT-organisatie constant keuzes maken. In talloze verschillende situaties bijvoorbeeld speelt het aspect van privacy en vertrouwelijkheid een rol. In dat soort ethische dilemma’s wil ik niet dat ik alleen de keuzes maak. Dat werkt niet. Ik wil dat we als organisatie gezamenlijk keuzes maken. Dat betekent dat iedere medewerker zich bewust moet zijn van de ethische aspecten van zijn werk *en* dat hij of zij er goed mee om kan gaan.”

Pierre Winkler

Dit interview is opgenomen in:

Winkler, Pierre en Margo van Kemenade, *Ethiek voor Techniek en ICT*, Uitgeverij Coutinho, 2007