

# STEFAN VERHOEVEN

## VERTROUWEN EN HET CORRIGERENDE VERMOGEN VAN DE CONSUMENT



Stefan Verhoeven is voorzitter van Vlehan

Van 6 tot en met 11 september vindt de IFA 2019 plaats in Berlijn. Met meer dan 160.000 vierkante meter tentoonstellingsoppervlakte en ruim 1.800 standhouders, herbergt IFA meer digitale lifestyleproducten onder één dak dan welke andere beurs dan ook wereldwijd.

### Technologie en portfolio

Als beurs staat IFA inmiddels voor het samenvloeien van technologie en - soms heel verschillende - portfolio's.

Steeds meer (met name Aziatische) bedrijven die op deze beurs staan, zijn het toonbeeld geworden van de integratie van ICT, klein huishoudelijk en consumer electronics. En daarmee wordt een beurs als CeBIT, die bekend staat als de barometer voor informatie- en communicatietechnologie, wat mij betreft steeds minder relevant.

### Focus op 'smart'

Interessant is dat veel mensen niet beter weten dan dat huishoudelijke apparaten (SDA en MDA) onderdeel zijn van IFA, hoewel dit pas sinds een jaar of tien het geval is. Waar computertechnologie voorheen voorbehouden leek aan bruingoed, doet het nu ook zijn intrede in witgoed in de vorm van technologisch hoogstaande, geïntegreerde en connected apparaten.

Niet verwonderlijk dus dat de focus van IFA 2019 (wederom) ligt op 'smart', zo werd tijdens de internationale persconferentie verteld. Maar wel met een belangrijke kanttekening: de consument moet het product én de verkopende

partij vertrouwen. Naast innovatie, zo vertelde men, is vertrouwen een van de grootste stimulerende factoren in de branche.

### Consumentenvertrouwen

Dat brengt me op de AVG, de Algemene Verordening Gegevensbescherming of Privacywet, die sinds eind mei 2018 van toepassing is. Waar in het begin iedereen in rep en roer was, kan ik na ruim een jaar alleen maar concluderen dat de wetgeving zijn werk heeft gedaan en bedrijven zich bewust zijn van hun verantwoordelijkheid.

Toch gaat het wel eens mis, zoals toen bekend werd dat een grote bank op basis van het betaalgedrag van klanten persoonlijke aanbiedingen deed. Hoewel veel online retailers precies hetzelfde doen met behulp van algoritmes, ging dit de Consumentenbond én de consument in dit geval te ver. Onder druk van de privacy-waakhond stopte de bank met deze activiteiten. Een goed voorbeeld van het corrigerende vermogen van de consument!

Als leverancier van 'smart en connected' apparaten is dit een ontwikkeling met betrekking consumentenvertrouwen om zeer serieus te nemen. ■