

Wanneer overleven ondernemen wordt

Zet techondernemers samen met ontwikkelingswerkers, en er kunnen verrassende innovaties uitkomen die de wereld echt een beetje verbeteren. Een Belgische delegatie ging inspiratie opdoen in Silicon Savannah, het bloeiende ecosysteem van start-ups in de Keniaanse hoofdstad Nairobi.

WIM DE PRETER

Hoe stuur je een ambulance naar een noodgeval in een land waar geen huisnummers en soms zelfs geen straatnamen bestaan? Dat lijkt een theoretische vraag, maar voor miljoenen Kenianen, en miljarden mensen in de hele wereld, is het een heel concreet probleem. Mobile technologie biedt er een eenvoudige oplossing voor: elk huis kan je linken aan gps-coördinaten en aan een foto van de voordeur. Niet alleen de ambulance, maar ook de Uber-taxichauffeur en de pakjesbezorger weten op die manier perfect waar ze moeten zijn.

Het verzamelen en vermarkten van die geodata is precies wat de Keniaanse start-up OkHi doet. 'We werken onder meer samen met de maatschappij die alle ambulances in Nairobi uitstuurt. Doordat zij sneller ter plaatse geraken, kunnen we levens redden', zegt oprichter Wes Chege.

Zoals OkHi zijn in Nairobi nog tientallen andere start-ups aan de slag, die allemaal twee dingen gemeen hebben: ze bieden een oplossing voor heel concrete problemen die eigen zijn aan landen in een ontwikkelingsfase, en ze maken daarbij gretig gebruik van mobiele digitale technologie.

De bekendste en oudste van allemaal is M-Pesa (letterlijk 'mobiel geld'). Het is een applicatie die draait op een simkaart en die het mogelijk maakt om geld over te maken, kleine mobiele betalingen te doen, te sparen of cash af te halen in sommige winkels. In een land waar betaal- en geldterminals schaars zijn en waar veel mensen geen bankrekening hebben, groeide de toepassing in tien jaar tijd uit tot een de facto mobiele bank met 27 miljoen gebruikers - meer dan de helft van de bevolking.

De mogelijkheid om mobiele microbetalingen te doen, is voor veel Kenianen letterlijk van levensbelang. 'Dit land heeft een heel grote informele economie, die bekendstaat als hustling. Mensen doen allerlei zaakjes door producten of diensten te kopen en te verkopen. En daarbij hangen



Kenia heeft een grote informele economie, maar er zijn nauwelijks betaalterminals. © REUTERS

ze enorm af van hun mobiele connectie voor de betalingen', zegt Hans Pauwels, een Belgische ondernemer die samen met zijn twee zoons in het land aan de slag is.

De meeste Uber-chauffeurs hebben bijvoorbeeld zelf geen wagen, maar huren die op dagbasis. Ze moeten maken dat ze genoeg verdienen om de huur te betalen en nog wat geld over te houden. Ook basisdiensten als energie, water of mobiele connecties worden heel vaak vooraf betaald voor korte periodes.

Pauwels speelt met zijn start-up Overview handig in op die economische realiteit. Vorig jaar lanceerde hij een gratis budgetapp, die veel inzichten opleverde over hoe de modale Keniaan zijn telefoon

Mensen doen allerlei zaakjes door producten of diensten te kopen en te verkopen. Daarbij hangen ze enorm af van hun mobiele connectie voor de betalingen.

Hans Pauwels, de Vlaamse ondernemer achter de Keniaanse start-up Overview.

gebruikt. Dankzij die data kon het bedrijf intussen een tweede app ontwikkelen, Boost, die binnenkort gelanceerd wordt. De app brengt het telefoongebruik in kaart en stelt op basis daarvan de voordeligste telecombundels voor. Geen overbodige luxe, want de Kenianen moeten shoppen in een gigantische tarievenjungle van bijna 170 bundels.

'De meeste mensen kopen een bepaalde bundel uit gewoonte. Met onze app kunnen ze makkelijk geld besparen. En ze kunnen de bundel ook meteen via ons kopen, zonder meerkosten. Wij verdienen geld doordat we de connectie-minuten in het groot aankopen bij de operatoren.' Overview hoopt binnen het jaar

300.000 Kenianen te overtuigen, en wil in een volgende fase ook kredieten aanbieden waarmee gebruikers nog voordeliger bundels kunnen kopen.'

De combinatie van zakelijke opportuniteiten en sociaal ondernemerschap lokte afgelopen week een bonte mix van Belgische start-ups en ontwikkelingswerkers naar Nairobi. Ze werden bijgebracht door de ondernemersorganisatie Start-ups.be en Close The Gap, een ngo die de digitale kloof met de derde wereld probeert te dichten via de verspreiding van hardware en software.

Ngo met blockchain

En van de deelnemers aan de missie, Accounteer, speelt in op de golf Keniaans en Afrikaans ondernemerschap met een boekhoudapplicatie die in de cloud draait. Geckomatics, een Gents bedrijf dat geografische informatie verzamelt met camera's die op voertuigen worden gemonteerd, vond dan weer een zakenpartner in OkHi, het bedrijfje dat Keniaanse adressen in kaart brengt.

Het Leuvense bedrijf Settlemint en de onderwijs-ngo VIA Don Bosco pakten uit met een blockchainapplicatie die de administratie rond ontwikkelingshulp efficiënter en transparanter maakt. De manuele controle van facturen, om na te gaan of het gedoneerde geld correct besteed is, wordt vervangen door (bijna) realtime controle en validatie. 'Momenteel gaat 40 procent van de tijd en zowat 7 procent van de middelen op aan administratie. Dat willen we omlaag krijgen', zegt Filip Lamens, de directeur van VIA Don Bosco.

Het project kreeg de verbale steun van minister van Ontwikkelingssamenwerking en Digitale Agenda Alexander De Croo (Open VLD), die sterk gelooft in sociaal en digitaal ondernemerschap als alternatief voor klassieke ontwikkelingshulp. 'De markt voor onze ondernemers ligt niet altijd in de VS of in China, maar kan ook in Afrika liggen', aldus De Croo. 'En zij kunnen de Afrikaanse landen ook helpen om vooruitgang te boeken zoals we eerder in Azië gezien hebben.'



Column
Legrand
inconnu

De toekomst is hier al. Ze verbergt zich in wat gadgets en hypes lijken. Elke zaterdag probeert Roland Legrand haar contouren in te schatten, door de waan van de dag heen.

Vrees en woede

In tijden van technologische ontreding, zoals nu met de Facebook-crisis, keer ik graag terug naar een oeroud online forum, The Well. Deze Amerikaanse community werd opgericht in 1985 door de techprofeten Stewart Brand en Larry Brilliant, en bestaat nog altijd.

'Cambridge Analytica heeft nooit van ons gehoord', staat op de homepage te lezen. Een verwijzing naar het databedrijf dat voor de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 2016 de handen kon leggen op 50 miljoen Facebook-profielen, die het vervolgens benutte voor verkiezingsmanipulatie. The Well daarentegen doet niet aan dataminning en mikt niet op reclame-inkomsten. Leden betalen lidgeld voor toegang tot well.com.

Het forum blijkt nog altijd zijn tijd vooruit te zijn. In februari, nog voor het schandaal dat vorig weekeinde losbarstte dus, was er een conferentie met Roger McNamee over Facebook. Die McNamee is een kleurrijke figuur: een 61-jarige durfkapitalist en

muzikant, en vooral een vroege investeerder in Facebook en raadgever van Facebook-topman Mark Zuckerberg. In een opiniestuk in The Washington Post legde hij uit dat hij begin 2016 vaststelde hoe Facebook werd misbruikt. Hij contacteerde toen Zuckerberg en zijn rechterhand Sheryl Sandberg. Vier maanden probeerde McNamee Facebook ervan te overtuigen dat zijn algoritmes en advertentiemodel het bedrijf kwetsbaar maakten voor datamisbruik. Vergeefs.

Facebook wordt wel eens omschreven als een land of zelfs een continent met meer dan 2 miljard inwoners. McNamee ziet dat anders. Voor hem is het eerder een cultus of een religie. Het netwerk verbindt mensen via hun emoties. Net zoals religies overstijgt het de grenzen van natiestaten.

Facebook en andere soortgelijke platforms gebruiken verslavende technieken. Ze wekken tien à twaalf emoties op die gebruikers aanzetten actief te worden op het platform: berichten delen, liken en becoming-tariëren. 'Engagement' heet dat in media-

speak. Adverteerders houden van actieve gebruikers en dat is essentieel voor Facebook.

Het aantal techinsiders die wel degelijk verregaande hervormingen willen, groeit.

De emoties die mensen het meest doen reageren, zijn vrees en woede. Campagnes die op verrassing, vrees en woede zijn gebaseerd hebben een impact die tot 20 keer groter kan zijn dan die van informatie die meer neutraal of positief is. Zoals Cambridge Analytica goed weet, is het daarbij niet relevant of de informatie juist is of niet. Facebook, met of zonder Cambridge Analytica, was en is een belangrijke manier om de gemoederen op te hitsen in landen van

Myanmar tot de VS en Kenia.

In de populaire pers is de sterkte van negatief nieuws al lang bekend. If it bleeds, it leads, heet het daar: bloed en ander onheil doen lezen en kijken. Facebook en andere sociale media zijn wel veel efficiënter, omdat ze op de alomtegenwoordige smartphone een gepersonaliseerd kanaal aanbieden dat de emotionele toestand van de gebruiker heel gedetailleerd weerspiegelt. Een goudmijn voor gepersonaliseerde reclame en campagnes.

McNamee gelooft dat Facebook, met enkele drastische maatregelen, tot een positieve kracht kan worden omgevormd. Het zakenmodel moet af van zijn extreme afhankelijkheid van adverteerders. Facebook zou kunnen mikken op commissie-inkomsten op zijn online marktplaats en op het overmaken van geld via Messenger. En, zo stelt McNamee voor, het zou met betalende abonnementen kunnen werken - zoals The Well dus, of zoals kwaliteitskranten.

Dat laatste lijkt wel heel onwaarschijnlijk.

lijk. Toen Mark Zuckerberg eindelijk reageerde op de crisis, was er geen sprake van een drastische hervorming van het zakenmodel. Zuckerberg moet tenslotte rekening houden met het belang van zijn aandeelhouders. Hij mikt daarom op niet meer dan een bijsturing.

Is McNamee met zijn drastische voorstellen dan een roepende in de woestijn? Hij is zeker niet alleen. Samen met Tristan Harris, die opstapte bij Google, is hij een medeoprichter van het Center for Humane Technology. Het aantal techinsiders die wel degelijk verregaande hervormingen willen, groeit. Als die tot een dialoog komen met overheden en toezichthouders, en als de gebruikers bewuster omgaan met sociale media, verandert misschien meer dan we nu voor mogelijk houden.

Roland Legrand
Digitaal nieuwsmanager De Tijd