

# Wij, die om innovatie ‘vragen’

Marc Reynebeau

Het station van Jette: mooie façade, maar geen loket meer. [belga](#)  
Een treinstation waar de enige menselijke aanwezigheid de vluchtige passant is die de trein wil halen, is een kille, doodse plek. Niemand om wat aan te vragen, niemand om een handje toe te steken. Treinen komen en gaan (of blijven er weg) volgens een anoniem, geautomatiseerd en onaanspreekbaar systeem dat wordt gestuurd door een brein ver weg, dat zich hooguit eens via een metalig klinkende stem laat horen, doorgaans met slecht nieuws. Eind dit jaar behoren nog eens 44 stations tot die categorie, want de NMBS wil er de loketten sluiten ([DS 2 februari](#)).

Daar is bijvoorbeeld het onlangs vernieuwde station van Jette bij. Nu al is het loket er na 14 uur dicht en in het weekend gaat het zelfs helemaal niet open. Toch is Jette niet zomaar een onnozele halte, maar een station met vier sporen, waar vijf lijnen passeren, met een tram en twee bussen (en een frietkot) voor de deur, waar elke dag 3.484 reizigers gebruik van maken (cijfer voor 2019), een aantal dat de jongste twintig jaar gestaag aan het stijgen is.

De reden voor de sluiting: steeds minder mensen kopen hun ticket aan het loket. En, aldus minister van Mobiliteit Georges Gilkinet (Ecolo) eergisteren – al denkt hij daar nu genuanceerder over – de NMBS doet niet anders dan zich aanpassen ‘aan de veranderde vragen van reizigers’. De mensen een plezier doen, zo horen we het graag. Die redenering klinkt ondertussen erg vertrouwd in de oren. Het is ook wat bijvoorbeeld banken altijd vertellen als ze kantoren sluiten en de klant tot doe-het-zelver maken en hem doorsturen naar telebankieren en de app.

**De NMBS verkoopt een op de vijf tickets via het loket – de sluiting in Jette laat elke dag zo’n 700 mensen in de kou staan**

Maar is het wel waar dat de klant of de treinreiziger dat ‘vragen’? De bewering suggereert klantvriendelijkheid, maar wat ze verbergt, is dat ze de verantwoordelijkheid voor beslissingen van de bank of de NMBS bij de gebruiker legt. Want die zou erom ‘vragen’. Alsof het diens eigen, autonome, in volle vrijheid gemaakte keuze is waaraan de immer alerte en attente bedrijven slechts gehoor moeten geven. De klant is koning. Hoewel, bij de bank zijn de kosten voor de klant er niet geringer op geworden, al is die via

de app zelf aan het loket van het bankfiliaal gaan zitten, zodat de bank flink het mes kan zetten in de kosten voor eigen personeel en kantoren.

Toch is die vrijheid van keuze van de klant minder groot dan de heersende retoriek doet uitschijnen. Geen vrijheid of ze kan worden gemanipuleerd. Meer nog, soms is vrijheid ‘vragen’ slechts de orwelliaanse term voor onvrijheid ‘opgelegd krijgen’. Want tegenover de vermeende autonomie van de om dit en dat vragende consument, staat de vaststelling dat klassieke alternatieven worden afgeschaft, wat de vrijheid van keuze onbestaande maakt. Met een onbemand loket valt niets anders meer te kiezen dan het digitale ticket of de gang naar de ticketautomaat.

En vrijheid kan ook worden gestuurd – waarmee ze ophoudt vrijheid te zijn. Dat kan door ze duur te maken en uit de markt te prijzen. Banken maakten de klassieke verrichtingen aan hun schaarse overgebleven loketten ondertussen ‘peperduur’ ([DS 9 januari](#)). Ook wie dan maar zelf zijn aankopen regelt, ziet een verschil in prijs. Een tienrittenkaart van de NMBS kost ook via een automaat 3 euro meer dan in een app, al komt er in beide gevallen geen personeel meer aan te pas. De Lijn doet het net zo. Eerst promoveerde ze het sms-ticket, maar dat maakte ze vorig jaar plots 18 procent duurder. Zo kreeg het zogeheten m-ticket vrij baan. Dat lang goedkoop gebleven digitale vervoerbewijs mocht eergisteren op zijn beurt liefst 11 procent duurder worden.

Geen ‘vraag’ van de klant wordt beantwoord zonder dat er een prijskaartje aan hangt. Niet dat alles gratis hoeft te zijn. Niet dat nostalgie naar een oude maar nooit goede tijd iemand vooruithelpt. Niet dat digitalisering niet leidt tot tijdwinst of tot minder efficiëntie of controle, integendeel. Wat wringt, is dat daarmee een leugenachtig discours gaat hangen rond technologische innovatie, dat zijn feitelijke, doorgaans onverbiddelijke impuls – kosten verminderen – verbergt onder een vaag idealisme van vrijheid en vermeende individuele autonomie.

Misschien beleeft het loketpersoneel in stations weinig arbeidsvreugde aan het wachten op passage. Maar dat, zoals de NMBS stelt, de tijd waarin die mensen geen kaartjes verkopen slechts ‘dode tijd’ en ‘onrendabel’ is, is een denkfout. Alleen beschikbaar zijn voor wie langskomt of om reizigers naar het juiste spoor te helpen, is enkel dood of onrendabel omdat het niet meteen geld opbrengt. Maar het past toch bij de openbare dienst en is maatschappelijk wel degelijk rendabel. Rendabiliteit alleen zien in termen van financiële opbrengsten is een louter bedrijfseconomische redenering.

Er ligt nog altijd een bodem in het digitale imperatief, bij openbare diensten net zo goed als bij de banken. De NMBS verkoopt nog altijd een op de vijf tickets via het loket, zodat de sluiting in Jette gemiddeld elke dag 700 mensen in de kou laat staan. Die 20 procent illustreert de digitale kloof. Die is, hoe kan het ook anders, vooral een sociale kloof: hoe armer, hoe lager

opgeleid (en hoe ouder) iemand is, hoe lager de digitale inclusie. Volgens de [Koning Boudewijnstichting](#) heeft 29 procent van de mensen met een laag inkomen niet eens internet thuis, loopt 40 procent het risico op digitale uitsluiting en heeft 32 procent beperkte digitale vaardigheden.

‘Vragen’ al die mensen ook om exclusief digitale diensten? Of leggen banken en overheden hun oor alleen te luisteren bij wie het zo al beter heeft? Dat is wel vaker zo. En wat geprivilegieerden daar ook aan ‘vrijheid’ voor kopen, ‘kopen’ is er alleszins het juiste woord voor.

Marc Reynebeau is redacteur van deze krant. Zijn column verschijnt wekelijks op woensdag.