



GUUS PIJPERS
(ask@guuspijpers.com) geeft
adviezen over
de inzet en het
gebruik van
informatie.

DE WAARDE VAN INFORMATIE (1)

Elke dag wisselen we informatie uit met mensen om ons heen. Lang voordat we kunnen praten, communiceren we met onze omgeving: een schreeuw, een gezichtsuitdrukking of een onwelriekende geur. Soms waarderen we de ontvangen informatie. Maar steeds vaker hebben we net iets te veel informatie. Aan de waardering daarvan komen we dan nauwelijks toe.

Informatie krijgt pas waarde door het gebruik daarvan in de juiste context. Dat gebeurt door mensen. De verschillen tussen personen maken ook dat de een heel veel informatie verzamelt, terwijl de ander slechts minimale gegevens nodig heeft voor zijn besluiten.

Bij de waardering van informatie spelen een aantal factoren een rol.

- Het is niet gemakkelijk om personen uit te sluiten van de voordelen van het gebruik van informatie.
- Het is moeilijk om de bruikbaarheid van informatie te bepalen voor het eigenlijke gebruik of verbruik.
- Bij de waardering van informatie zijn de merknaam, de aanbeveling van anderen en recensies belangrijke aanwijzingen.
- Informatie is niet schaars en wordt dat ook nooit. Dat niet iedereen dezelfde mate van toegang heeft, is een ander probleem.
- Informatieproducten worden vaak geprijsd op basis van de verwachte of gepercipieerde gebruikerswaarde, niet op basis van het kostprijsplusprincipe.
- Informatie is duur om te produceren maar goedkoop te reproduceren.

- De productie van informatiegoederen kent hoge vaste kosten en zeer lage variabele kosten.
- Bij die productie zijn de vaste kosten veelal 'sunk costs', en niet te verhalen als de productie wordt stopgezet.
- Er is geen natuurlijke limiet aan het kopiëren van informatieproducten.
- Informatie heeft echte waarde als iemand de eigendomsrechten bezit. Paradoxaal genoeg maakt dat het juist mogelijk dat anderen genieten van die informatie (bijvoorbeeld een boek of muziek), terwijl de eigenaar daaraan geld verdient.
- Als informatie maar beperkt toegankelijk en bruikbaar is, kan de reële waarde nooit worden gehaald. Wanneer de informatie daarentegen vrijelijk wordt verhandeld, neemt de toegevoegde waarde voor alle betrokkenen toe.

Er zijn drie manieren om de waarde van informatie te onderscheiden.

- De *ruilwaarde*: hoeveel is iemand in de markt bereid te betalen voor de informatie.
- De *klaarblijkelijke waarde*: dit betreft niet alleen de ruilwaarde maar ook de investering van de gebruiker van informatie in termen van energie en tijd alsmede zijn opportuniteitskosten. Dat laatste zijn de alternatieve kosten: wat loop je mis als je deze informatie niet hebt.
- De *gebruikswaarde*: de echte waarde van de informatie in de situatie waarin iemand de informatie gebruikt. Deze waarde is volledig contextafhankelijk en kan slechts achteraf na gebruik worden bepaald als alle voordelen zijn gemeten. ✕