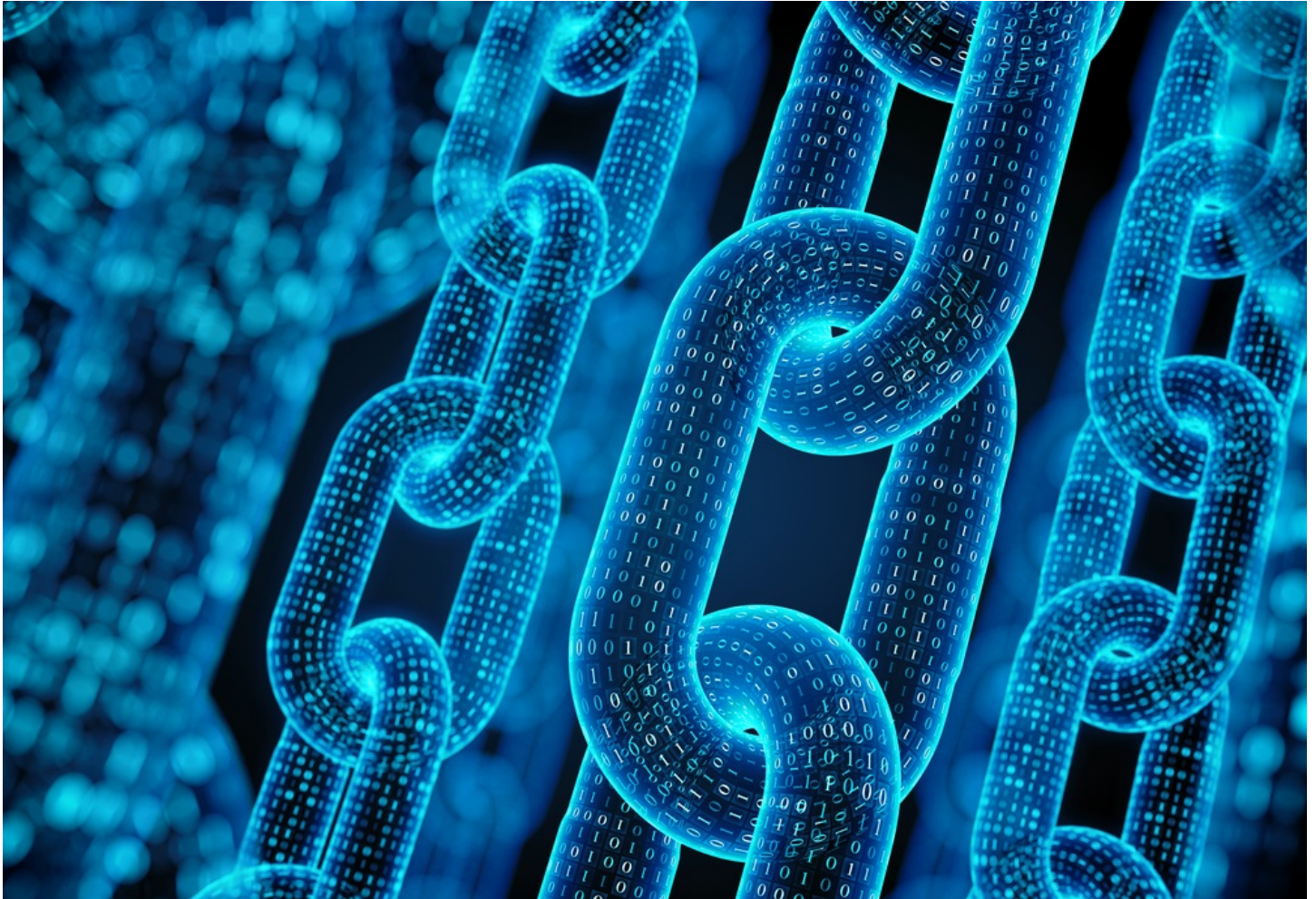


# Wat blockchain voor retailers betekent (en hoe je begint)

05-10-2018 11:20



**Blockchain wordt regelmatig genoemd als dé technologie die voor disruptie in alle denkbare sectoren zal zorgen. Ook retailers kunnen er straks niet omheen, maar wat moeten ze er precies mee? Techexpert Mark van Rijmenam gaat erop in in zijn nieuwe boek [Blockchain: Transforming your business and our world](#). Zowel voor de efficiëntie van retailers zelf als voor de klantervaring ziet hij volop kansen.**

Blockchain doet niets meer of minder dan het traceren van de herkomst van data. Voor retailers betekent dat: exact nagaan hoe een product zich door de supplychain heeft bewogen. Daardoor weet iedereen in de keten precies wat er onderweg zoal mee is gebeurd, wat het vertrouwen tussen de diverse betrokken partijen vergroot. Momenteel vooral nog in theorie, weet Van Rijmenam, want er wordt nog weinig op grote schaal mee gedaan. “Er is veel reuring rond blockchain, maar nog weinig praktische toepassingen. Daarvoor moet de technologie nog veel verder doorontwikkeld worden.”

Een blik op de mogelijkheden met blockchain betekent dus nog vooral een blik in de toekomst, maar hier en daar wordt al geëxperimenteerd. Zo is Walmart in de Verenigde Staten voorzichtig begonnen met *track & trace* van zijn varkensvlees en mango's. De retailer ziet daardoor precies wie bij het logistieke proces betrokken zijn geweest en bijvoorbeeld welke temperatuur de producten op welk moment hebben gehad. “Als er dan iets fout gaat, kun je heel makkelijk zien waar dat is geweest en snel actie ondernemen”, zegt Van Rijmenam. Stel dat bijvoorbeeld een container waarin verse producten zitten, steeds tussen de vier en zeven

graden moet zijn. Mocht blijken dat dat op een bepaald moment acht graden is geweest, dan valt dat via *connected containers* niet alleen snel te achterhalen, maar kunnen ook consequenties geautomatiseerd worden toegepast. "Als vooraf een korting van tien procent is afgesproken bij te grote temperatuurverschillen, wordt de prijs direct automatisch aangepast", noemt Van Rijmenam als voorbeeld. "Iedereen kan zien dat de temperatuur op een bepaald moment te hoog was, geen van de partijen kan dat betwisten. Dat kan ingewikkelde discussies of zelfs een gang naar de rechter schelen."

### **Sinaasappelsap en diamanten**

Dichter bij huis is [Albert Heijn](#) een retailer die blockchaintechnologie gebruikt om de productieketen – in het geval van de supermarktketen van sinaasappelsap - inzichtelijk te maken. Maar het is niet zo dat alleen foodspelers er iets aan hebben, zegt Van Rijmenam. Blockchain is volgens hem in iedere branche toepasbaar. Hij noemt diamanten als voorbeeld, met name de zogenoemde bloeddiamanten waarvan de opbrengst gebruikt wordt om rebellengroepen in conflictgebieden te financieren. "Op basis een aantal karakteristieke eigenschappen kun je bepalen of diamant X daadwerkelijk diamant X is", zegt Van Rijmenam. Ook voor luxeproducten is blockchain relevant. "Als je een dure handtas linkt aan een blockchain, kun je zelf controleren of hij echt is en kunnen namaakartikelen snel ontdekt en onderschept worden."

Retailers kunnen hun processen niet alleen efficiënter en betrouwbaarder maken, ze kunnen er ook extra beleving mee toevoegen voor de consument. Zo zegt Albert Heijn vooral aan zijn klanten te willen laten zien dat sinaasappelsap wordt geproduceerd met respect voor mens, dier en milieu. "Met een scan van een QR-code wordt de hele route van *farm to plate* inzichtelijk", zegt de auteur. "Als je fairtrade koffie koopt, krijg je precies te zien wie er allemaal bij de keten betrokken zijn en hoeveel geld de boer heeft gekregen. Kortom, hoe fair fairtrade daadwerkelijk is. Daar kun je als retailer een experience omheen bouwen, waarmee je consumenten meer transparantie en een betere ervaring biedt."

### **Cryptomunten**

Voor wie bij het woord blockchain nog vooral aan bitcoins denkt, heeft Van Rijmenam slecht nieuws. "Ik geloof niet in bitcoin, want de enige waarde daarvan is nul." Bitcoins zitten volgens hem technisch niet goed in elkaar. "Zie het als de MySpace onder de cryptocurrencies. Het is de eerste applicatie, maar eigenlijk niet relevant voor gebruik. De transactiekosten zijn te hoog, de snelheid te laag en het energieverbruik veel te groot." In cryptomunten op zich heeft hij zijn vertrouwen nog niet verloren, mits er een komt die wel de juiste oplossing biedt. "Het fenomeen cryptocurrency is heel goed, transacties gaan er veel sneller mee en je kunt veel kleinere transacties doen. Maar de technologie is nog niet zover."

Voor menig retailer zal blockchain nog ver van het bed klinken, als een complexe technologie met veel haken en ogen. En dat is niet ten onrechte, zegt Van Rijmenam. "Nieuwe technologie brengt altijd uitdagingen met zich mee. Blockchain is nog volop in ontwikkeling en je kunt niet verwachten dat morgen de hele supplychain binnen de retail op de blockchain staat en meewerkt." Daarnaast is het zo dat, eveneens vanwege de nieuwheid, ontwikkelaars die de technologie moeten bouwen nog moeilijk te vinden zijn. Ook vergt een blockchaindoorbraak een cultuurverandering binnen organisaties, bijvoorbeeld door de samenwerking met supplychainpartners die plotseling veel nauwer wordt.

Retailers die het toch aandurven ermee te beginnen, kunnen dat volgens Van Rijmenam het beste klein doen. Met één of enkele producten, à la Albert Heijn en Walmart. "Dat is een prachtige manier om te leren wat deze disruptieve technologie voor jou als retailer gaat betekenen." Grote toepassingen op het gebied van blockchain zullen volgens hem nog wel drie tot vijf jaar op zich laten wachten. "Waar je uiteindelijk naartoe wilt, is dat de consument geen idee heeft dat achter een bepaalde applicatie blockchain zit. Jij en ik weten ook niet hoe Amazon werkt, maar we gebruiken het wel, zozeer is het gemeengoed. Daar zijn we met blockchain nog lang niet."

*In zijn boek [Blockchain: Transforming your business and our world](#) biedt Mark van Rijmenam zien een nieuw perspectief op blockchain. Het beschrijft hoe de disruptieve technologie de processen in onze samenleving kan optimaliseren, biedt praktische oplossingen voor wereldwijde problemen en een routekaart om blockchain op te nemen in je bedrijf. Het boek is te koop via onze [boekenshop](#).*

Amnon Vogel