

MARC-UWE KLING

QUALITYLAND

Vertaald door Elbert Besaris

Uitgeverij De Harmonie

WELKOM IN QUALITYLAND

In de toekomst loopt alles op rolletjes: werk, vrije tijd en relaties zijn geoptimaliseerd door algoritmes. *QualityPartner* weet wie het beste bij je past. De zelfrijdende auto weet waar je naartoe wilt. En wie zich heeft geregistreerd bij *TheShop* krijgt elk gewenst product opgestuurd zonder het te hoeven bestellen. Superhandig! Moeilijke beslissingen behoren definitief tot het verleden, want in *QualityLand* luidt het antwoord op elke vraag: OK.

Toch bekruipt machinesloper Peter steeds vaker het gevoel dat er iets niet klopt in zijn leven. Als het systeem werkelijk zo perfect is, waarom zijn er dan drones die vlieg angst hebben, of vechtrobots met een posttraumatische stressstoornis? Waarom worden machines steeds menselijker en mensen steeds machinaal?

Een verbluffende toekomstsatire over de veelbelovende maar verraderlijke digitalisering.

QUALITYLAND

VOOR JOU

Copyright
Uitgeverij De Harmonie

OVER DEZE VERSIE

Welwillende lezers, edele en met grote waarschijnlijkheid existente buitenaardse levensvormen, waarde kunstmatige intelligenties en doorluchtige zoekalgoritmes, moge u van deze roman rijkelijk genieten. In uw handen heeft u versie 1.6 van dit werk. De update zorgt voor een wezenlijk betere leeservaring.

VOLGENDE FOUTEN ZIJN VERHOLPEN:

- Gebrekkige logica in hoofdstuk 2 rechtgezet
- Defecte pointe in hoofdstuk 7 vervangen
- Ontbrekende bedrijfsslogans toegevoegd
- Compatibiliteit voor verzienden verbeterd
- Newsfeed gepersonaliseerd
- Nieuwe optie 'terugbladeren' voor herhaling van complexe passages
- Verbeterde synchronisatie met bovenste deel temporale kwab van de lezer

Veel plezier in **QUALITYLAND!**

Kalliope 7.3

QUALITYLAND

VERSIE 1.6

Copyright
Uitgeverij De Harmonie



Inleiding

“Come to where the quality is! Come to QualityLand!”

*Je gaat dus voor het eerst van je leven op reis naar **QualityLand**. Voel je de spanning stijgen? Nou? Volkomen terecht! Want nog even en je zet voet in het land dat zo belangrijk is dat de stichting ervan een nieuwe jaartelling inluidde: **QualityTime**.*

*Omdat je de weg in QualityLand nog niet kent, hebben we hier wat achtergrondinformatie voor je. Twee jaar voor de stichting van QualityLand – twee jaar voor QualityTime dus – woedde er een economische crisis van dusdanige omvang dat de mensen het de crisis van de eeuw noemden. Het was al de derde crisis van de eeuw binnen een decennium. Meegesleurd in de blinde paniek van de markten vroeg de regering de bedrijfsadviseurs van **Big Business Consulting** (BBC) om hulp, en zij besloten dat het land vooral een nieuwe naam nodig had. De oude voldeed niet meer en inspireerde volgens opiniepeilingen alleen nog maar verstokte nationalistes met een lage koopkracht. Bovendien wist men door de naamsverandering enkele vervelende historische smetten weg te poetsen. Zo was bijvoorbeeld het leger in het verleden, nou ja, laten we zeggen, een beetje aan zijn doel voorbijgeschoten...*

*De bedrijfsadviseurs gaven de creatieve geesten van **WereldWijdeWarenhuis** (WWW) niet alleen de opdracht om met*

een nieuwe naam voor het land te komen maar meteen ook een nieuw imago, nieuwe helden, een nieuwe cultuur, kortom: een nieuwe Country Identity. Na enige tijd en veel geld, na voorstellen en tegenvoorstellen werden alle betrokkenen het uiteindelijk eens over de tegenwoordig alom bekende naam die zo geschikt is om achter 'Made in' op producten te zetten: **QualityLand**. Het parlement stemde met grote meerderheid voor de naamsverandering. Beter gezegd, met de 'grootste' meerderheid, want in de nieuwe Country Identity is het ten strengste verboden de stellende of vergrotende trap te gebruiken wanneer het **QualityLand** betreft. Alleen de overtreffende trap is toegestaan. Wees dus voorzichtig: als je wordt gevraagd hoe je het in **QualityLand** vindt, zeg dan niet dat je **QualityLand** een bijzonder land vindt. Het is geen bijzonder land, nee. Het is het bijzonderste!

Ook de steden die je op je rondreis gaat bezoeken, hadden vroeger andere, nietszeggende namen. Nu hebben ze nieuwere, betere of, zoals we in **QualityLand** zeggen, de nieuwste en beste namen. In het zuiden groeit en bloeit het industriegebied Growth, in het noorden bruist de universiteitsstad Progress, in het hart van het land floreert de oude handelsmetropool Profit, en aan de absolute top zetelt de onbetwiste hoofdstad van de vrije wereld: **QualityCity**.

Zelfs de inwoners van **QualityLand** kregen andere namen, want het waren geen standaardmensen meer, maar Kwali-teitsmensen. Vooral hun achternamen klonken nog zeer middeleeuws en pasten op geen enkele manier meer bij de nieuwe, op vooruitgang gerichte staatsidentiteit. Een land vol Molenaars, Schoenmakers en Kuipers was niet bepaald de natte droom van hightechinvesteerdere. Daarom besloot het reclamebureau dat iedere jongen per direct het beroep van

zijn vader als achternaam moest gaan voeren en ieder meisje dat van haar moeder. Bepalend is in dezen de uitgeoefende functie op moment van de geslachtsdaad.

*We wensen je een onvergetelijke ervaring in het land van Sabine Werktuigbouwkundige en Walter Schoonmaker, het populairste middelmatige rapduo van ons decennium. In het land van Scarlett Gevangene en haar tweelingbroer Robert Cipier, de ongeslagenste Battle Botjockeys van de eeuw. In het land van Claudia Superstar, de Sexiest Woman of All Time. In het land van Hendryk Ingenieur, de rijkste persoon op aarde. Welkom in het land der superlatieven. Welkom in **QualityLand**.*



EEN KUS

Peter Werkloze heeft genoeg gehad.

‘Niemand,’ zegt hij.

‘Ja, Peter?’ vraagt Niemand.

‘Ik hoef niet meer.’

‘Oké,’ zegt Niemand.

Niemand is Peters persoonlijke digitale assistent. Peter heeft die naam zelf gekozen, want hij heeft vaak het gevoel dat Niemand er voor hem is. Niemand helpt hem. Niemand luistert naar hem. Niemand praat met hem. Niemand let op hem. Niemand hakt zijn knopen door. Peter beeldt zich zelfs in dat Niemand hem mag. Peter is een WINNER, want Niemand is een WIN-assistent. WIN, kort voor ‘What I Need’, begon ooit als een zoekmachine waarbij je door middel van een omslachtige spraakopdracht, en daarvóór zelfs nog met een toetsenbord, je zoekopdracht moest invoeren. In de kern is WIN nog steeds een zoekmachine. Maar vragen stellen hoeft niet meer. WIN weet wat je wilt weten. Peter hoeft geen enkele moeite te doen om relevante informatie te vinden. De relevante informatie doet moeite om Peter te vinden.

Niemand heeft het restaurant waar Peter met zijn vrienden zit te eten op basis van Peters berekende voorkeuren uitgekozen. Niemand heeft ook meteen de geschikte burger voor Peter besteld. ‘De beste recyclevleesburger van QualityCity’ staat op de servetten, maar Peter vond er niet zo veel aan. Misschien ligt het aan het feit dat het restaurant zich niet alleen aan Peters smaak had moeten aanpassen, maar ook aan zijn banksaldo.

‘Het is al laat,’ zegt hij tegen zijn vrienden. ‘Jongens, ik ga ervandoor.’

Een onbestemd gebrom is het antwoord.

Peter mag zijn vrienden. Niemand heeft ze voor hem gevonden. Maar soms, waarom weet hij niet, wordt hij chagrijnig als hij met hen rondhangt. Peter schuift het bord, waar nog de helft van zijn recycleburger op ligt, opzij en trekt zijn jas aan. Niemand vraagt om de rekening. Die komt meteen. De ober is, zoals in de meeste restaurants, een mens en geen androïde. Machines kunnen tegenwoordig heel veel, maar ze krijgen het nog steeds niet voor elkaar om zonder knoeien een vol kopje van A naar B te brengen. Bovendien zijn mensen goedkoper. Er zijn geen aanschaf- en onderhoudskosten. En in de horeca ook geen loonkosten. Ze werken voor fooien. Androïden krijg je niet voor fooien.

‘Hoe had u willen betalen?’ vraagt de ober.

‘TouchKiss,’ zegt Peter.

‘Maar natuurlijk,’ zegt de ober en hij veegt wat op zijn QualityPad. Peters QualityPad trilt.

Sinds de invoering is TouchKiss als betaalmiddel bezig aan een razendsnelle opmars. Onderzoekers van QualityCorp, het bedrijf dat je leven beter maakt, hebben ontdekt dat vingerafdrukken veel fraudegevoeliger zijn dan lippen, maar critici zeggen dat het QualityCorp alleen maar te doen is om een nog grotere emotionele binding van de klant met hun product. Als dat het werkelijke doel was, heeft het in elk geval bij Peter niet gewerkt. Koel en onverschillig drukt hij een kus op zijn QualityPad. Met een tweede kus geeft hij de gebruikelijke tweeëndertig procent fooi. Na acht seconden inactiviteit gaat zijn QualityPad op standby, en het scherm wordt zwart. Peters donkere spiegelbeeld staart hem onnozel aan. Een onopvallend wit gezicht. Niet lelijk maar onopvallend. Zo onopval-

lend dat Peter zichzelf voor zijn gevoel soms met iemand anders verwart. Dan denkt hij, zoals nu, dat een vreemde hem aan de andere kant van het scherm aanstaart.

Voor de deur staat een zelfrijdende auto te wachten. Niemand heeft hem laten komen.

‘Hallo Peter,’ zegt de auto. ‘U wilde naar huis?’

‘Ja,’ zegt Peter en hij stapt in.

Zonder naar de weg of het adres te vragen vertrekt de auto. Ons kent ons. Althans, de auto kent Peter. De naam van de auto krijgt Peter op een schermje te zien. Hij heet Carl.

‘Lekker weertje, nietwaar?’ vraagt Carl.

‘Small Talk uit,’ zegt Peter.

‘Kan ik u dan een plezier doen met de grootste knuffel-rockhits aller tijden?’ zegt de auto en zet muziek op.

Al drieëntwintig jaar luistert Peter naar knuffelrock. Zijn hele leven.

‘Uitzetten, alsjeblieft,’ zegt hij.

‘Maar natuurlijk,’ zegt de auto. ‘Is ook niet helemaal mijn ding.’

‘O nee?’ vraagt Peter. ‘Waar hou jij dan van?’

‘Nou ja, als ik alleen rondrij, luister ik meestal industrial,’ zegt de auto.

‘Laat eens horen.’

Het ‘liedje’ dat prompt uit de boxen dreunt, sluit naadloos aan bij Peters slechte humeur.

‘De muziek is wel oké,’ zegt hij na een tijdje tegen Carl.

‘Maar zou je alsjeblieft willen ophouden met meezingen?’

‘O ja, natuurlijk,’ zegt de auto. ‘Excuus. Ik liet me even meeslepen door het ritme.’

Peter rekt zich uit. De auto is ruim en aangenaam. Peter heeft zichzelf namelijk getraceerd op een mobiliteitsabonnement voor een autoklasse die hij zich eigenlijk niet kan ver-

oorloven. Een van zijn vrienden zat Peter vandaag te stangen met zijn quarterlifecrisis. Die vriend deed alsof Peter een auto had gekócht! Alleen de allerrijksten, proleten en pooiers bezitten er een. Verder gebruikte iedereen de enorme zelfrijdende wagenparken van mobiliteitsdienstverleners. ‘Het beste aan zelfrijdende auto’s,’ had Peters vader altijd gezegd, ‘is dat je geen parkeerplaats meer hoeft te zoeken.’ Zodra je op de plaats van bestemming bent, stap je gewoon uit. De auto rijdt verder en doet wat auto’s zoal doen als ze zich onbespied wanen. Waarschijnlijk laat hij zich ergens vollopen.

Plotseling remt Carl hard af. Ze komen tot stilstand langs de stoeprand bij een groot kruispunt.

‘Het spijt me vreselijk,’ zegt de auto, ‘maar nieuwe verzekeringsvoorwaarden hebben uw wijk geclassificeerd als te gevaarlijk voor zelfrijdende auto’s van mijn kwaliteit. U begrijpt vast wel dat ik u moet vragen om hier uit te stappen.’

‘Hè?’ vraagt Peter eloquent.

‘Dat zou u althans moeten weten,’ zegt Carl. ‘51,2 minuten geleden heeft u de nieuwe algemene voorwaarden van uw mobiliteitscontract ontvangen. Heeft u de overeenkomst niet doorgelezen?’

Peter zegt niets.

‘In ieder geval bent u akkoord gegaan,’ zegt de auto. ‘Ik kan u gelukkig medelen dat ik voor uw gemak een grenspunt heb gekozen dat u met uw gemiddelde loopsnelheid in staat stelt uw woonadres in slechts 25,6 minuten te voet te bereiken.’

‘Geweldig,’ zegt Peter. ‘Helemaal geweldig.’

‘Bedoelde u dat ironisch?’ vraagt de auto. ‘Ik moet zeggen dat mijn ironiedetector af en toe kuren vertoont.’

‘Zou je niet zeggen.’

‘Dat was wel ironisch, nietwaar?’ vraagt de auto. ‘Dan was uw blijdschap zonet ook niet oprecht, toch? Heeft u geen zin

om te lopen? Als u wilt, kan ik een auto van mindere kwaliteit voor u oproepen die overeenkomt met de nieuwe classificatie van uw wijk. Een dergelijke auto zou hier over 6,4 minuten kunnen zijn.'

'Waarom is de classificatie aangepast?'

'Heeft u dat niet meegekregen?' vraagt Carl. 'Het aantal overvallen op zelfrijdende auto's is in uw buurt flink toegenomen. Gangs van werkloze hangjongeren hacken voor de lol het besturingssysteem van mijn collega's. Ze vernielen de GPS-chip en wissen het oriëntatievermogen. Het is verschrikkelijk. Die arme stakkers rijden dag en nacht zin- en richtingloos rond als zombieauto's. En als ze per toeval weer worden gevangen, wacht hun op grond van de wet op de consumptiebescherming de sloop. Een gruwelijk lot. U weet vast wel dat sinds invoering van de consumptiebescherming elke vorm van reparatie ten strengste verboden is.'

'Dat weet ik. Ik heb een kleine schrootpers.'

'O,' zegt de auto.

'O,' zegt Peter.

'U heeft dus vast alle begrip voor mijn situatie.'

Zwijgend doet Peter zijn portier open.

'Als u mij nog zou willen beoordelen,' zegt de auto.

Peter stapt uit en gooit het portier dicht. De auto staat nog even te mokken omdat hij geen beoordeling krijgt, maar geeft uiteindelijk op en rijdt naar zijn volgende klant.

Niemand wijst Peter de snelste weg naar huis. Peters huis is een kleine, groezelige kringloopwinkel met een schrootpers, waar hij niet alleen werkt maar ook woont. Hij heeft de winkel twee jaar geleden van zijn opa overgenomen en sindsdien heeft hij amper meer dan de huur verdiend. Als hij nog 819,2 meter van zijn huis verwijderd is, zegt Niemand opeens: 'Pas op, Peter. Bij het volgende kruispunt staan vier jongeren met

gewelddelicten op hun strafblad. Ik raad u een kleine omweg aan.'

'Misschien hebben die vier een kraampje neergezet en verkopen ze zelfgemaakte limonade,' zegt Peter.

'Dat is onwaarschijnlijk,' zegt Niemand. 'De waarschijnlijkheid daarvoor bedraagt...'

'Oké, oké,' zegt Peter. 'Stuur me maar via die omweg.'

Precies op het moment dat Peter bij zijn huis aankomt, arriveert er een bezorgdrone van TheShop. Over dit soort toevaligheden verbaast Peter zich allang niet meer. Het is geen toeval. Toeval bestaat helemaal niet meer.

'Peter Werkloze,' zegt de drone vrolijk. 'Ik kom van TheShop, 's werelds meest geliefde webwinkel, en ik heb een schitterende verrassing voor u.'

Mompelend neemt Peter het pakket van de drone aan. Hij heeft niets besteld. Sinds OneKiss hoeft dat ook niet meer. OneKiss is een premiumservice van TheShop en het lievelingsproject van de legendarische oprichter Hendryk Ingenieur. Wie zich met niet meer dan een kus op zijn QualityPad aanmeldt voor OneKiss, krijgt voortaan elk product dat hij bewust of onbewust wil hebben, zonder het te hoeven bestellen. Het systeem berekent autonoom voor iedere klant wat hij wil en wanneer hij het wil. De eerste slogan van TheShop luidde al: 'Wij weten wat jij wilt'. Intussen twijfelt niemand daar meer aan.

'Maakt u het pakket maar direct open,' stelt de drone voor. 'Ik schep er altijd een groot genoeg in om te mogen delen in de blijdschap van mijn klanten. Desgewenst kan ik ook meteen een unboxingvideo op uw profiel op Everybody plaatsen.'

'Doe geen moeite,' zegt Peter.

‘Het is ook geen enkele moeite,’ zegt de drone. ‘Ik neem toch altijd alles op.’

Peter opent het pakket. Het is een gloednieuwe QualityPad. Het actuele kwartaalmodel. Peter wist niet dat hij een nieuwe QualityPad wilde. Hij heeft namelijk al het model uit het vorige kwartaal. Zal wel een onbewuste wens zijn geweest. Emotieloos haalt hij de QualityPad uit de doos. Deze nieuwe generatie is aanzienlijk zwaarder dan de vorige. Oudere modellen waaiden te vaak weg. Peter denkt aan de unboxing-video, forceert een glimlach en houdt zijn duim voor de camera omhoog. Als Peters vrienden de video goed zouden bekijken, dan zouden ze vast schrikken van die gezichtsuitdrukking. Maar Peters vrienden hebben geen interesse in unboxing-video’s. Geen enkel weldenkend mens heeft interesse in unboxingvideo’s. Peter drukt een kus op zijn nieuwe QualityPad. Niemand begroet hem vriendelijk, en Peter heeft onmiddellijk toegang tot al zijn gegevens. Hij verfrommelt zijn oude QualityPad en gooit hem in een vuilnisbak die niet toevallig klaarstaat. De vuilnisbak bedankt Peter en steekt de straat over, richting een klein, dikkig meisje dat een chocoladereep uit de wikkel haalt. Drie zelfrijdende auto’s remmen lichtjes om de vuilnisbak te laten passeren. Gedachteloos kijkt Peter hem na.

Het touchscreen van de bezorgdrone licht op.

‘Als u mij nog zou willen beoordelen,’ zegt hij.

Peter zucht. Hij geeft de drone tien sterren, omdat hij weet dat alles minder dan tien sterren onvermijdelijk resulteert in een klanttevredenheidsonderzoek, waarbij hij dan moet uitleggen waarom hij niet helemaal tevreden is. De drone zoemt gelukkig. Hij lijkt met zijn beoordeling in zijn nopjes.

‘Elke dag een goede daad,’ mompelt Peter.

‘Zeg, zou u misschien ook nog twee pakketjes voor uw bu-
ren kunnen aannemen?’ vraagt de drone.

‘Sommige dingen veranderen nooit...’

Copyright
Uitgeverij De Harmonie