

Social Media 3.0 - Wat we kunnen leren van BlueSky

Tijdens SXSW2025 werd BlueSky's CEO Jay Graber geïnterviewd over de toekomst van social media, en één boodschap sprong er uit: we staan aan de vooravond van een nieuwe ontwikkeling in hoe sociale netwerken werken en hoe mensen, bedrijven en klanten met elkaar omgaan. BlueSky is geen traditioneel socialmediabedrijf, maar een open protocol, vergelijkbaar met hoe het internet zelf werkt. Dat klinkt technisch, maar het verandert fundamenteel de spelregels voor bedrijven zoals retailers, e-commerceplatforms en hospitality-formules.



Figuur 1 - Jay Graber, CEO BlueSky (Foto: SXSW)

Waarom dit belangrijk is voor retailers en hospitalityformules

Als retailer of hospitality-ondernemer herken je waarschijnlijk dit scenario: je hebt jarenlang gebouwd aan je volgers en bereik op sociale media. Maar dan besluit een techbedrijf plotseling zijn algoritme te wijzigen, en ineens bereik je nog maar een fractie van je publiek. Je staat machteloos, gevangen in een platform waar je weinig invloed hebt. BlueSky wil dit veranderen met een open, decentraal sociaal netwerk, waardoor jij als ondernemer of merk opnieuw grip krijgt op jouw data, klanten en hoe je hen bereikt.

“A World Without Ceasars”: wat maakt BlueSky anders?

Jay Graber spreekt over een toekomst waarin social media niet langer draait om één platform dat alle controle heeft, maar om een netwerk van losse, onafhankelijke diensten die samenwerken via één gedeeld protocol. Wat betekent dat concreet voor jou? Stel je voor dat je, zonder je netwerk opnieuw op te bouwen, kunt overstappen naar een ander platform als je huidige niet langer voldoet. Je behoudt je data, volgers en bereik. Dat is precies wat BlueSky mogelijk maakt.

Dit is niet alleen een mooi idee; het heeft ook praktische gevolgen voor hoe bedrijven communiceren en zakendoen.

Kansen voor retailers en e-commerce

Stel je voor dat je als retailer of webwinkel rechtstreeks kunt communiceren met je klanten zonder afhankelijk te zijn van algoritmes die je



Figuur 2 - Grabers fraaie textiele reactie op Zuckerbergs statement "Aut Zuck aut nihil" (Of Zuck of niks): "Mundus sine caesaribus" (A World Without Ceasars)

bereik beperken of beïnvloeden. Op BlueSky kun je gepersonaliseerde, unieke feeds creëren en klanten aantrekken die specifiek geïnteresseerd zijn in jouw aanbod. Door de “custom feeds” kan jouw doelgroep zelf kiezen voor jouw content, zonder tussenkomst van een algoritme dat content onzichtbaar maakt of aanpast voor commerciële belangen van het platform.

Het gevolg? Jouw klanten zien wat ze écht willen zien en jij bereikt jouw publiek effectiever en authentieker.

Nieuwe mogelijkheden voor hospitality

Ook hospitality-bedrijven krijgen nieuwe kansen. Stel je voor: gasten delen hun ervaringen direct op het BlueSky-netwerk, waar hotels en restaurants zelf hun kanalen beheren en modereren. Jouw hotel of restaurant kan zelf regels stellen over hoe je communiceert en interacteert met gasten, zonder afhankelijk te zijn van één dominant platform dat de regels bepaalt. Dit creëert nieuwe vormen van gastvrijheid en klantbetrokkenheid, waarbij je écht persoonlijk contact kunt maken en behouden met je gasten.

Privacy, veiligheid en ethiek

Jay Graber benadrukte ook dat een open protocol als BlueSky nieuwe mogelijkheden biedt voor het beheren van privacy en veiligheid. Gebruikers en bedrijven hebben controle over hoe hun data wordt gebruikt, wat vooral voor hospitality van groot belang is. Denk aan het vertrouwen van gasten dat hun gegevens niet worden ingezet voor advertenties buiten hun controle, maar juist voor betere en persoonlijkere dienstverlening.



Figuur 3 - Jay Graber @ SXSW25 (Foto: Business Insider)

Wat kun jij nu doen?

- **Verken het potentieel:** kijk naar hoe je nu met klanten communiceert en bedenk hoe een decentraal, open netwerk jouw klantrelaties kan versterken.
- **Experimenteer:** begin met kleinschalige experimenten op BlueSky om te ervaren hoe het werkt. Test de kracht van custom feeds en bouw jouw community op een nieuwe, directe manier op.
- **Wees proactief:** gebruik deze kans om opnieuw na te denken over ethische richtlijnen, gebruikerservaring en privacy.

Tijd om zelf in actie te komen

De beweging richting decentralisatie is ingezet en zal waarschijnlijk groeien. Dit is een goed moment om kritisch na te gaan hoe groot jullie afhankelijkheid van grote techplatformen is en je strategie te heroverwegen. De komende jaren gaan bepalend zijn voor hoe bedrijven digitale relaties aangaan en onderhouden met klanten.

Wil je echt begrijpen hoe dit jouw bedrijf raakt en hoe je hierin stappen kunt zetten? Bekijk dan zeker het volledige interview met Jay Graber tijdens SXSW2025: [klik hier](#)

We hebben een mooie kans om opnieuw vorm te geven aan hoe sociale netwerken werken. Ik vind deze visie van Jay en Bluesky een goeie aanleiding om er serieus over na te denken en te reflecteren op de impact ervan op jouw bedrijf en jouw klanten.

Welke rol wil jij spelen in deze nieuwe, open digitale toekomst?

Clear Value

Frans Melenhorst

17 maart 2025

Meer nieuws en whitepapers op: www.clearvalue.nl

Bron foto's: SXSW 2025, Business Insider.