

Wie bezit jouw
klantreis?
De route naar
digitale
soevereiniteit

Xander Roozen

happy
horizon

De onzichtbare fundamenten van jouw digitale vrijheid

Je hoeft geen geopoliticoloog te zijn om te merken dat de wereld onder je voeten verandert. Amerikaanse techbedrijven die eenzijdig hun voorwaarden aanpassen of een presidentiële tweet die de strategische koers van een heel continent opschudt; het zijn allang geen abstracte krantenkoppen meer. In 2026 raken deze bewegingen direct de kern van jouw commerciële slagkracht.

Digitale soevereiniteit gaat daarom niet over politiek, maar over regie. Het is de mate waarin jij als ondernemer zelf de controle houdt over de software en data die je business drijven. In een onzekere wereld is een soevereine stack geen luxe, maar je belangrijkste verzekering voor een klantervaring die echt van jou blijft. Want wat gebeurt er met je data en je cruciale klantrelaties als de partijen waarvan je afhankelijk bent plotseling een andere koers varen? Voor veel organisaties is de afhankelijkheid van Big Tech verschoven van een handige versnelling naar een kritiek bedrijfsrisico.



Xander Roozen
Contentstrategist

‘Happy Horizon helpt organisaties die de regie willen nemen over hun eigen klantreis en tech stack. Met digitale soevereiniteit als vertrekpunt, niet als sluitstuk.’

– Xander Roozen



Het businessmodel van de kunstmatige lock-in

De roep om digitale soevereiniteit klinkt inmiddels overal. Van de gemeente Amsterdam die in 2035 volledig onafhankelijk wil zijn van Amerikaanse software, tot banken en zorgverzekeraars die hun data-integriteit beschermen¹. Zij zien afhankelijkheid van Big Tech niet langer als een gegeven, maar als een risico dat ze actief moeten beheersen. Deze beweging heeft directe gevolgen voor jouw organisatie.

Het Noorse Consumer Council beschreef in het rapport *Breaking Free* hoe organisaties gevangen zitten in ecosystemen die uitstappen onmogelijk maken². Via gesloten formaten en ondoorzichtige algoritmen wordt een kunstmatige lock-in gecreëerd die inmiddels een fundamenteel businessmodel is geworden. Deze trend van 'enshittification' zorgt ervoor dat platformen steeds meer waarde naar zichzelf toetrekken ten koste van de ondernemer. De trend in 2026 is echter duidelijk: de beweging naar openheid, interoperabiliteit en portabiliteit van data is ingezet. Organisaties die nu investeren in een soevereine infrastructuur beschermen hun marge en hun toekomst.



¹NOS (2026). Amsterdam wil in 2035 onafhankelijk zijn van Amerikaanse techbedrijven.

²Norwegian Consumer Council (2026). *Breaking Free: Pathways to a Fair Technological Future*. Rapport over de impact van digitale lock-ins en de weg naar interoperabiliteit.



De onzichtbare muren rondom jouw klantdata

Ondertussen worstelen de meeste organisaties met een herkenbaar setje problemen. Data staat overal, behalve waar je het nodig hebt. Klantinformatie zit versnipperd over een CRM, e-mailplatform en spreadsheets die niemand meer durft aan te raken. Een volledig klantbeeld is in theorie misschien mogelijk, maar in de praktijk is het vooral veel handwerk.

Personalisatie blijft hierdoor steken in intentie. Je wil relevante content sturen op het juiste moment, maar zonder dat geïntegreerde beeld blijft het bij aannames en gemiddelden. De klantreis voelt daardoor niet als één geheel. Iemand die switcht tussen je website, e-mail en klantenservice ervaart voor zijn gevoel drie verschillende bedrijven. Dat kost vertrouwen en uiteindelijk klanten.

Ook AI doet het werk nog niet. De belofte van slimme automatisering is er, maar zolang de onderliggende data een chaos is, komt deze belofte niet uit. Vaak zijn je systemen simpelweg ouder dan je strategie. Platforms van jaren geleden zijn niet gebouwd voor hoe je nu wilt werken. Aanpassen is inmiddels duurder dan vervangen, maar vervangen voelt eng.



Tot slot is er de uitdaging die nu structureel op de boardroom-agenda staat:

je hebt geen idee waar je data exact staat of wie er feitelijk bij kan. Wat gebeurt er als die partij morgen andere prioriteiten heeft? Deze onzekerheid maakt digitale soevereiniteit tot een bittere commerciële noodzaak voor elke gezonde groeistrategie.



De route naar een soevereine stack

De markt voor marketing- en contenttechnologie is de afgelopen jaren ontploft. Er zijn inmiddels duizenden tools beschikbaar, van CMS'en en CDP's tot marketingautomatisering en DAM-systemen. Elke leverancier belooft integratie, schaalbaarheid en toekomstbestendigheid. Maar welke tool echt bij j ouw organisatie past, hangt af van factoren die van buitenaf niet zichtbaar zijn. Hoe volwassen is je redactie? Hoe werken je developers? Wat zijn je ambities voor de komende drie jaar?



Neem bijvoorbeeld een volledig headless CMS. Het geeft developers maximale vrijheid, maar vraagt van je contentteam een compleet andere manier van werken. Dat is geen argument tégen headless, maar wel een reden om die keuze bewust te maken in plaats van de markt te volgen die het op dit moment het hardst aanprijst. Het gaat om het bouwen van een architectuur die jouw team ondersteunt, in plaats van beperkt.

Daarbij is digitale soevereiniteit een randvoorwaarde die je niet kunt negeren. Waar wordt de data gehost en onder welk recht valt die hosting? Wat zijn de exitrechten als je wilt overstappen? Is de broncode inzichtelijk of ben je afhankelijk van een black box? Dit zijn geen technische detailvragen. Het zijn strategische keuzes met directe gevolgen voor je continuïteit, compliance en commerciële controle. In een wereld van snelle beloftes is de regie over je eigen fundament je grootste goed.



Jouw partner in digitale regie

Happy Horizon helpt organisaties die de regie willen nemen over hun eigen klantreis en tech stack. Met digitale soevereiniteit als vertrekpunt, niet als sluitstuk.

Dat doen we volgens een aanpak die we omschrijven als voordoen, meedoen, zelf doen: we laten zien hoe het werkt, we doen het samen met je, en we zorgen dat je het uiteindelijk zelf kunt én wil.

1

De juiste tech stack kiezen. We helpen je navigeren door het overweldigende aanbod van tools, met een helder oog voor wat bij jouw organisatie past: qua volwassenheid, ambitie en — expliciet — qua soevereiniteitseisen. Welke platforms zijn echt open? Welke leveranciers respecteren je data? Waar zit de échte lock-in verstoep?

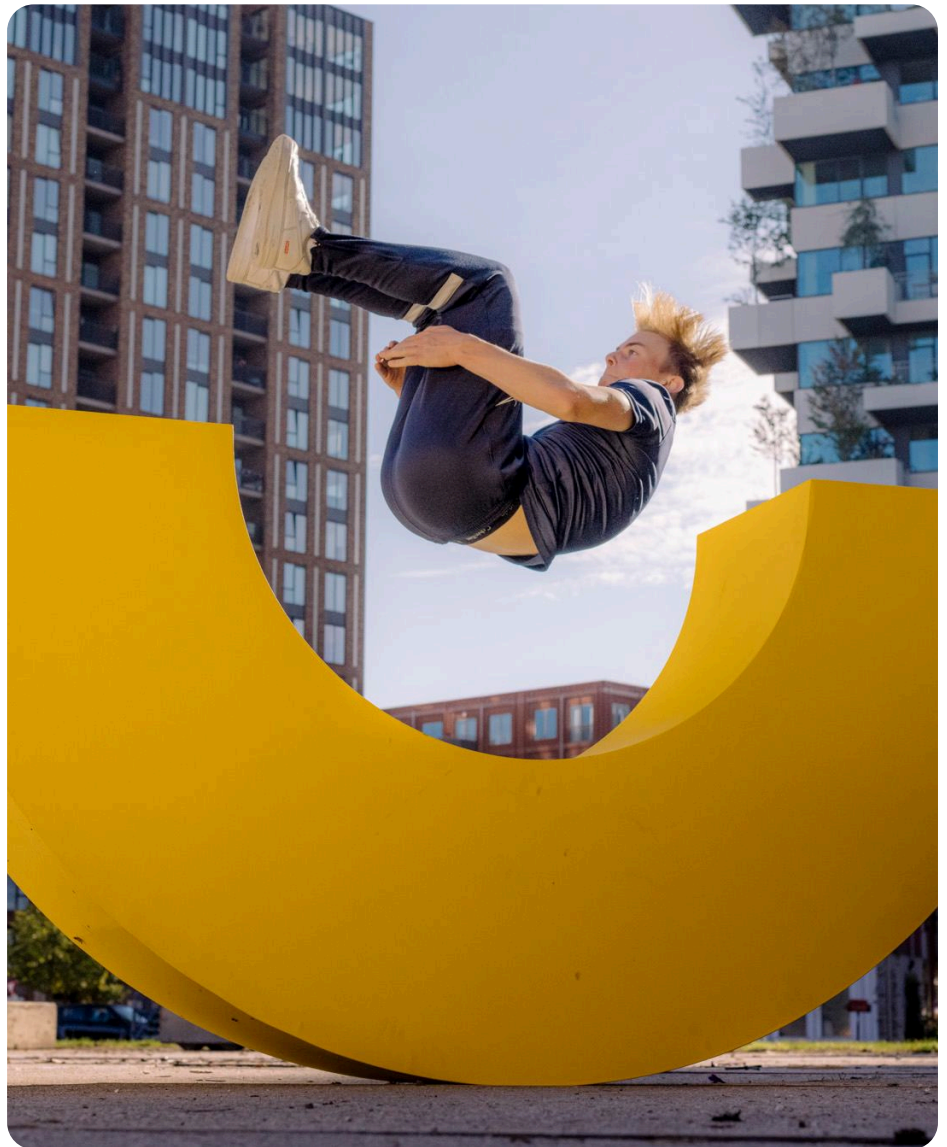
2

Implementeren met oog voor je organisatie. Technologie is pas waardevol als mensen er mee werken. We implementeren systemen met aandacht voor privacy- en compliance-vereisten, en zorgen voor een werkende content management organisatie, van inrichting tot borging van richtlijnen.

3

Jouw organisatie eigenaar maken van haar klantreis. Niet als eenmalig project, maar als doorlopende ontwikkeling. Zodat de klantervaring die jij wil bieden, ook écht van jou is. En niet afhankelijk van de goodwill van een platform dat morgen zijn prijzen verdubbelt, zijn voorwaarden aanpast, of zijn Europese activiteiten afbouwt.

De wereld is onzekerder geworden.
Je digitale infrastructuur hoeft dat
niet te zijn.



Wist je dat...

...we specifieke middelen hebben om deze soevereine visie te realiseren? Ons eigen enterprise CMS-platform, [XperienCentral](#), is volledig in Nederland ontwikkeld. Het richt zich op complexe digitale landschappen bij grootbedrijven en heeft een bewezen track record, recent nog erkend als 'Beste CMS van Nederland 2025' en 'Website van het Jaar 2024' voor PSV. Voor maximale controle en flexibiliteit draait het platform naar keuze in de cloud of on-premise. Voor het soevereine hostingfundament werken we nauw samen met partner Info Support. Omdat zij actief meebouwen aan de Europese cloud, bieden zij klanten de mogelijkheid voor Europese hosting binnen een Nederlandse maatschappij.



Maak je klantervaring weer van jou

Wil je af van de lock-in van Big Tech? Spar met onze experts over een veilige, soevereine tech stack die jouw groei beschermt.



Xander Roozen

✉ xanderroozen@happyhorizon.com

📅 Of plan hier een afspraak in

**happy
horizon**