

# TRENDS OUTSIDE



# Information as an asset

In de toekomst gaan zowel productontwikkeling als de informatielogistiek volledig op de schop. Dat is althans de verwachting van Emiel van Bockel, visionair en expert op het gebied van informatiemanagement. Producten worden in toenemende mate informatie en hoeven steeds minder van a naar b te worden vervoerd. "Wanneer alles ergens centraal wordt opgeslagen en vindbaar is, ben je qua logistiek in principe klaar."

Tekst van onze redactie Foto's Marcel Willems

Glasvezelverbindingen, webservices en software as a service gaan volgens de 40-jarige informaticus het totale informatiespeelveld ingrijpend veranderen. "In het geval van de PlayStation wordt de benodigde informatie omwille van de snelheid nog wel naar de harde schijf gestreamd, maar er komt geen enkele logistiek meer aan te pas", illustreert hij het principe. "Wanneer glasvezelverbindingen op grote schaal voorhanden zijn, heb je die harddisk helemaal niet meer nodig." Als het aan hem ligt, komt alle informatie slechts één keer voor. "We moeten af van het dupliceren. Ik praat liever in termen van delen dan van het van a naar b krijgen van een document of stukje data. Voor alle vormen van digitale content geldt dat het allemaal het beste werkt wanneer alle informatie op één plek staat en alles van daaruit wordt gelezen, onverschillig of je het hebt over content, muziek, games, boeken of andere bestandsvormen. Heb je iets gevonden en wil je verder kijken, lezen of luisteren, dan wordt dit gestreamd. En je hebt altijd de laatste versie tot je beschikking." Je zult volgens Van Bockel altijd wel aggregatievormen zoals webportalen of iTunes-achtige omgevingen nodig hebben, gewoonweg omdat

er te veel digitale content is die toch het publiek moet bereiken. Al deze informatie moet bovendien worden verzameld, geordend en beschikbaar gemaakt. "Maar ik denk dat data- of contentdistributie anno 2012 niet zo'n zware logistiek hoeft te zijn. We hebben inmiddels alle middelen in huis. In die zin is de term informatielogistiek niet meer van deze tijd."

## ONLINE KETEN

"Een aantal jaren geleden vond ik dat ik als manager in de IT iets meer van die nieuwe wereld te weten moest komen. Ik begon een blog en had daarbij een weerwidget in mijn website geplakt. De widget vroeg mij te kiezen tussen Utrecht of Volkel als de bron voor de weercijfers. Nu woon ik in Brabant, dus ik koos voor de laatste optie. En alles werkte! Ik had geen idee hoe alles met elkaar communiceerde, geen idee ook waar de gegevens precies vandaan kwamen, maar ik weet bijna wel zeker dat er niets gekopieerd of dubbel opgeslagen wordt. Iemand heeft gewoon een functionaliteit geschreven, en weer een ander heeft de data. En ik hoef die zaken niet eens zelf met elkaar te combineren om het te laten werken." Emiel van Bockel denkt dat het allemaal nog sneller was gegaan als men vanaf de jaren negentig niet massaal ERP-systemen had ge-

## SOCIAAL MET INFORMATIE

Langzaam is de transformatie waarneembaar. IT krijgt steeds meer oog voor informatie. Echter, de oorzaak komt niet uit de wereld van IT. De verandering is ingezet door de consument. Er is een enorme informatiebehoefte en iedereen wil steeds meer informatie consumeren. Wij zijn als het ware de veelvraat van informatie geworden. Tegelijkertijd zijn wij ook zelf de bron van informatie. We twitteren erop los en laten overal onze digitale sporen achter. De consument als perpetuum mobile van de informatie.

Sociale media zijn het medium waarmee iedereen zich vrij kan uiten en informatie kan delen. Neem bijvoorbeeld productinformatie. Steeds vaker wordt online informatie geraadpleegd alvorens iets te kopen – en met plezier creëert en deelt de consument op haar beurt weer informatie over de gekochte producten. Online productinformatie is van onschatbare waarde geworden. Dit fenomeen gaat een enorme impact hebben op de informatiehuishouding van iedere onderneming. Toch blijft het opvallend hoe vaak ik nog word geconfronteerd met de dooddoener: 'Ik twitter niet, want ik heb geen zin de wereld te laten weten dat ik op het toilet zit.' Als je zo over sociale media denkt, heb je het vooral niet begrepen en krijg je het erg zwaar. Sociale media zijn de volgende stap in de evolutie van informatie. Daar ligt het geld van de toekomst.

Maar hoe zit dat nu, die volgende stap in de informatie-evolutie? Hiervoor moeten we terug in de tijd. Rond de jaren zestig is begonnen met de automatisering. Data werd dusdanig vastgelegd dat met name administratieve handelingen veel sneller konden worden uitgevoerd. Woorden als database en data-entry waren in die tijd erg belangrijk. Rond de jaren negentig is betekenis gegeven aan de data en ontstond informatie; het tijdperk van de informatisering. Er werden informatieplannen geschreven en een gedegen informatievoorziening was van essentieel belang. Vandaag de dag zitten we midden in de socialisering. Informatie wordt in een context geplaatst. Het is de mening van anderen, de plaats en wijze van gebruik die informatie waardevol maken. Door betekenis te geven aan data krijg je informatie, door informatie in een context te plaatsen ontstaat waarde.

Het is van essentieel belang te begrijpen dat informatisering de opmaat is tot socialisering. Want in de wereld van sociale media groeien gebruik en potentiële waarde van informatie exponentieel. Voor iedere onderneming wordt het van levensbelang de informatiehuishouding op orde te hebben. Pas vanuit een stabiele informatiehuishouding kunnen de consument en zijn behoefte worden gevoed. Geef waar nodig waardevolle informatie gratis weg. Wees 'sociaal' met informatie. In ruil daarvoor krijg je specifieke kenmerken c.q. de context van de gebruiker terug. Analyseer vervolgens de digitale sporen die worden achtergelaten. Want door goede betekenis te geven aan die achtergelaten sporen ontstaat weer waardevolle informatie. Waardevol voor jezelf, maar ook is het mogelijk dat de consument bereid is ervoor te betalen. Dat is dan de basis voor een nieuw informatieproduct.

Door de socialisering is informatiemanagement en het analyseren van digitale sporen al lang geen ondersteunend proces meer. Het is onderdeel van het primaire proces geworden en voegt waarde aan de onderneming toe. Het zien van IT als kostenpost, servicecenter of ondersteunende dienst is dan ook niet meer van deze tijd. IT is niet meer vóór de business; IT is de business. IT is dé rendabele businessunit van de onderneming en staat op de primaire pijlers informatiemanagement, informatieanalyse en informatieproductontwikkeling. Deel je productinformatie en vermenigvuldig je informatieproducten. Dat is de informatiebusiness. Daar ligt de toekomst!

kocht. "Daarbij dachten we processen te kopen, terwijl we ongemerkt ook data- en informatie-definities hebben gekocht. Maar wat als ik de klantdefinitie van een andere ERP-aanbieder beter vind, en van een andere aanbieder de functionaliteit om klanten te beheren? Hoe die twee het met elkaar doen, zal me verder een zorg zijn. Ik wil alleen de data niet hier hebben en ook de functionaliteit niet – dat kan allemaal in de cloud blijven. Ik wil alles echter wel kunnen koppelen. Daarmee heb ik mijn eigen widgetervaring dus naar het extreme doorgetrokken; maar volgens mij moeten we hier naartoe. Dan maken we echt meters."

De informatiegoeroe beaamt dat het steeds minder om het systeem gaat, maar om de juiste ordening en definiëring van gegevens. Hoe die vervolgens van a naar b stromen, maakt dan niet zoveel meer uit. Daarmee is het koppelen van systemen ook niet meer zo moeilijk, omdat alles dezelfde taal spreekt. "Op de een of andere manier is in de jaren tachtig het procesdenken geïntroduceerd. Dat was de heilige graal waaraan de informatie ondergeschikt was. Informatie moest in die zin het proces faciliteren. Ik durf te stellen dat dit gaat omdraaien: het proces moet de informatie faciliteren. Dat is een megashift."

### GEEN PROCESDENKEN

Van Bockel bestrijdt niet dat de opkomst van service oriented architecture (SOA) hierop al een voorschot nam. "Ja, maar het makke van IT is dat als je SOA zegt, je het voor je het weet hebt over een webservice hier en een XML-berichtje daar. Het gaat erom het generieker te maken." Na een korte denkpaauze: "Procesdenken is uit, processen bestaan niet meer." Hetzelfde geldt voor de aloude supplychain. "Traditioneel bood je als bedrijf een keten van elementaire services aan. Neem Centraal Boekhuis. Traditioneel was de keten het ontvangen van boeken, de opslag ervan in een depot, orderverwerking, distributie, facturatie, enzovoorts. Die hele keten was daarbij altijd in het beheer van één partij. Tegenwoordig word je beconcurrerd op onderdelen van dat proces, waardoor er pijlers onder je uit worden geslagen. Je kunt gewoonweg niet meer concurreren op alle facetten en de gehele keten beheersen." "Er komen in alle branches en industrieën meerdere partijen bij met wie je je diensten in de keten kunt gaan aanbieden. Daarvoor moet je qua informatieverkeer echter wel op elkaar

aansluiten. Wie nu heel erg vastzit aan het denken in processen, is daarbij gebonden aan de vaste output van de gebruikte systemen. Maar in de nieuwe praktijk heb je de ene keer die output en de andere keer een andere. Het nieuwe proces is namelijk niet meer outputgericht, maar functioneel gericht. Je moet dus gaan ontkoppelen, waarbij informatie de enige stabiele factor is die je overhoudt."

De slag van procesdenken naar een functionele kijk op informatievoorziening gaat volgens de informaticus niet zonder verandering van perspectief binnen de IT-functie. Het is prima



Emiel van Bockel, manager information services Centraal Boekhuis: "Het procesdenken was de heilige graal. Ik durf te stellen dat het proces de informatie gaat faciliteren in plaats van andersom. Dat is een megashift."



DATA- OF  
CONTENT-  
DISTRIBUTIE  
HOEFT ANNO  
2012 NIET  
ZO'N ZWARE  
LOGISTIEK  
TE ZIJN



wanneer de oplossing uiteindelijk gevonden wordt op basis van webservices en XML, maar de requirements vanuit de business dienen leidend te zijn, niet de technologische mogelijkheden binnen de IT. "Hoe oud is de IT als functie? Misschien vijftig jaar? Hoe oud is dat in vergelijking met de rest van de processen? Laat ik het anders zeggen: is er een andere discipline die vanuit een secundaire functie een primair onderdeel van de bedrijfsvoering wordt? Daar knelt het dus. Informatie is een primair proces geworden, maar we benaderen het vanuit een servicegerichte gedachte."

#### TOEGEVOEGDE WAARDE

"De oplossing? Het procesdenken verlaten en je als IT afvragen wie en wat je bent en waar je toegevoegde waarde ligt. Vroeger konden mensen bij het schaatsen alle afstanden winnen. Tegenwoordig zul je – als je niet Sven Kramer heet – terug moeten naar je kerncompetenties, je focussen op enkele disciplines waarbij partners jouw sterkten kunnen benutten. En voor de dingen waar je zwak in bent een sterke partner vinden. In die zin heb je niet een intern proces, maar talloze deelprocesjes die zich intern en in de buitenwereld afspelen." Het gaat uiteindelijk om het leidend maken van informatie en samenwerken. Daarbij is de IT-functie overigens net zo goed 'business' als de business zelf. "De keizer is straks degene die

het snelst delen van het oude proces – al spreek ik liever van activiteiten – kan ontkoppelen en desgewenst opnieuw kan vormgeven. Gisteren bedacht, vandaag geïmplementeerd, morgen *gecashcowd*. Nogmaals: informatie wordt echt-echt-echt het allerbelangrijkste binnen de onderneming. Het op orde hebben van je informatiehuishouding is dus fundamenteel."

Als informatiemanager met een gedegen informatica-achtergrond denkt Van Bockel graag over de toekomst van zijn organisatie. Die zou volgens hem best kunnen liggen in meer dan alleen logistieke dienstverlening. "Als Centraal Boekhuis zijn we al 141 jaar goed in het versterken van een keten als het gaat om het boek. Als ik nu zou zeggen dat we de keten willen versterken als het gaat om de content van al die boeken, dan begeef ik me direct in de digitale wereld."

"We zijn bovendien altijd erg goed geweest in fjndistributie, waarbij de partijen in de keten zo weinig mogelijk voorraad konden hebben. In feite is dat best een goede basis voor de stap naar de nieuwe tijd, waarin we toegaan naar distributie van digitale content. De problemen zijn namelijk identiek: het aanbod van 40 miljoen boeken is te groot om alles zelf te verwerken en te distribueren, maar je richt één centrale omgeving in waar je alles kunt vinden. In die zin waren wij in 1871 misschien al wel de Google van het boekenvak." ✕