

>>> Quicksan

- INFORMATIE ALS ASSET
- BUSINESSMODEL
- INFORMATIEMANAGEMENT



Geld verdienen met informatie

"Ik heb nooit begrepen waarom ik van informaticus IT'er werd. Ik heb niets met die T." Aan het woord is Emiel van Bockel, Manager Information Services bij het Centraal Boekhuis. Hij is overtuigd van de waarde van informatie en bevlogen door de talrijke toepassingen ervan. Er is geen twijfel mogelijk: Van Bockel is ronduit enthousiast over zijn vak en de ongekende kracht van informatie: "Dit is het mooiste tijdperk om te leven als informaticus!" Zijn enthousiasme werkt aanstekelijk en hij heeft een belangrijke boodschap te vertellen.

Tekst Arjen Droog Foto's Marcel Willems



“Wat doet jou besluiten om aandelen te kopen?” Van Bockel kijkt er vragend bij. “Eh... een radiobeleiding dat het goed gaat met een bedrijf of een sector?” Van Bockel knikt: “Juist. Informatie leidt tot actie.” Informatie is voor Van Bockel hét actieve element in het bedrijfsleven. “Het zijn gegevens waar je wat mee gaat doen. En we zouden er veel meer mee kunnen doen. Informatie is misschien wel veel waardevoller dan geld ooit is geweest. De waarde van informatie zit niet in een database of staat niet in een kastje.”

BUSINESSMODEL

Minstens zo bijzonder aan informatie is dat het geen grondstof nodig heeft. Van Bockel: “Er is geen product ter wereld zo goedkoop te produceren als informatie. De creatie van informatie uit data is misschien wel moeilijk, maar als je dat hebt gedaan, is het zomaar honderd keer te kopiëren.” Dan haalt Van Bockel het beroemde voorbeeld aan van de Indiaase koning Shirham die de uitvinder van het schaakbord, Sissa ben Dahir, wil bedanken. De uitvinder vraagt om een rijstkorrel in het eerste vakje, het dubbele in het volgende vakje en zo verder tot alle vierenzestig vakjes zijn gevuld. In totaal is zoveel rijst nodig, dat Nederland en België met een dikke laag bedekt zou kunnen worden. “Zo is het ook met informatie. Je kunt het onbeperkt gebruiken, hergebruiken en vooral combineren. Steeds meer bedrijven zullen geld verdienen aan informatie. En dan niet in de zin van dat ze twee deals scoren waarbij ze een database met informatie verkopen voor een miljoen euro. Maar dat je twee miljoen keer een euro verdient. Kijk bijvoorbeeld naar de iPhone-apps; voor een klein bedrag kun je toegang krijgen tot de meest uiteenlopende informatie. Dat is het businessmodel om te verdienen aan informatie.” Volgens Van Bockel heeft in principe elk bedrijf informatie die het kan verkopen als handelswaar.

TOEPASSING

Van Bockel past dit als Manager Information Services bij het Centraal Boekhuis ook steeds toe. Hij is een van de mensen achter het online management- en marktinformatiesysteem waarop klanten zich kunnen abonneren. Ook de iPhone-app Boekshopper die door het Centraal Boekhuis is ontwikkeld, is een goed voorbeeld. Deze organisatie beschikt over enorme hoeveelheden informatie over boeken en heeft daar een app voor gemaakt. De app is gratis, omdat het Centraal Boekhuis zijn klanten (boekwinkels) ermee wil helpen meer boeken te verkopen. Oftewel: informatie delen

als productiefactor zodat je klanten er beter van worden – en dus uiteindelijk jijzelf ook.

GEEN GEVOEL VOOR WAARDE

Met de iPhone-app als voorbeeld, interpreteert Van Bockel zijn rol veel breder dan de meeste informatiemangers en IT-managers. Natuurlijk is het op elkaar afstemmen van de business en de informatiebehoefte een heel belangrijk onderdeel, maar daar houdt het voor Van Bockel niet mee op. “Ik zie te veel IT'ers die helemaal geen gevoel hebben voor de waarde van informatie in hun organisatie; die zich heel eenzijdig op techniek en applicaties richten. Maar wil je echt een waardevolle partner voor de business zijn, dan zul je actief moeten zoeken naar hoe je met behulp van jouw visie op informatieaandachtsgebieden de strategische doelstellingen beter, sneller of langs nieuwe wegen kunt realiseren. Dat is waar informatie-management uiteindelijk om draait.”

WAARDE VAN INFORMATIE

Van Bockel is ook niet het soort manager dat bij de business gaat vragen wat ze willen weten, welke informatie ze nodig hebben. “Dat is de informatiemanager van het verleden. De informatiemanager van vandaag vraagt: “Wat doet onze klant?” en zorgt ervoor dat de juiste informatiestromen dat ondersteunen.” Maar dat is voor Van Bockel geen eindstation: “De informatiemanager van de toekomst kijkt wat de business aan het doen is en zorgt ervoor dat informatie wordt omgezet in keiharde pegels. Want daar draait het uiteindelijk om.”

Wat hem stoort, is dat binnen organisaties zo onzorgvuldig met informatie wordt omgegaan. “Informatie is als een schitterend geslepen diamant. Maar om hem passend te maken voor in een ring, worden er stukken vanaf gehakt. Zo gaat het ook met informatie. We maken extra tabellen aan, omdat het anders niet goed in de database past. Dubbele registraties, niet-gekoppelde bestanden: zo wordt er al op het laagste niveau ruis gecreëerd. Het wordt op die manier steeds complexer om uit data betrouwbare informatie te halen.” Van Bockel vertaalt dat rechtstreeks naar de waarde van informatie: als je zo met informatie omgaat, dan daalt de waarde. Net als de waarde van de diamant daalt als je hem verkleint, bij-schaaft of beschadigt. “Organisaties lijken niet na te denken over de waarde van hun informatie. Ze gaan er dus onzorgvuldig mee om. Dat betekent dat je altijd grote moeite hebt om betrouwbare informatie te presenteren. Daar moet je je uiterste best voor doen. Je moet lijmen, herstellen, aan elkaar koppelen. Maar net als bij een spiegel die je stuk laat vallen: al doe je je uiterste best om het zo mooi mogelijk te herstellen, het haalt het niet bij het origineel.”

||||||||||||||||

“DE KREDIET-
CRISIS IS VEROOR-
ZAAKT DOOR IT”

||||||||||||||||

Hij ziet dit gebrek aan bewustzijn van organisaties als een van de grote redenen om aan business intelligence en datawarehousing te doen. Omdat de informatie zo gefragmenteerd is geraakt, moeten we de grootst mogelijke moeite doen om er samenhang in te creëren en er waardevolle managementinformatie uit te halen.

INFORMATIEREVOLUTIE

Het informatietijdperk is aangebroken en Van Bockel voelt zich bevoorrecht in deze tijd te leven en dit mee te mogen maken. Het is een revolutie die hij ziet, daar waar lang niet iedereen het ziet. De beschikbaarheid van informatie verandert alles: "Je hoeft niet meer naar de golfbaan. Voor je het weet heb je binnen een dag een nieuwe business waar geld aan verdiend wordt. Oftewel, met informatieproducten is het: gisteren bedacht, vandaag geïmplementeerd, morgen gecashcowd en overmorgen afgeschreven. Dat is de toekomst van nieuwe business die door informatie mogelijk wordt gemaakt. Degene die dat spel weet te spelen, is spekkoper."

VAN PROCES NAAR INFORMATIE

Van Bockel doet een voorspelling: "Het jaar 2011 wordt het jaar van de ommekeer. Voor dat jaar werkte alles in organisaties rondom processen. Beslissingen werden genomen als ze binnen de processen van een organisatie passen. Maar steeds vaker zal bij new business de informatie bij de besluitvorming leidend zijn." Dat komt volgens Van Bockel omdat de snelheid van besluitvorming in organisaties toeneemt, maar ook omdat we na de crisis geconfronteerd zijn met slechte beslissingen. Hij ziet ook een nieuwe trend: "Decision excellence zal bij organisaties steeds meer centraal komen te staan." Het gebrek aan decision excellence heeft ons volgens Van Bockel ook de crisis opgeleverd. "De crisis komt door de IT; wij zijn informatie gaan kopiëren, herschikken en dupliceren zonder te controleren. Met onze informatiesystemen is het mogelijk geweest om data te verhandelen zonder bij te houden of de informatie zuiver was. Als je een miljoen aan hypotheek had gebundeld, ging het om het geld, niet om de metadata rondom dat geld. Oftewel: wat is de context van dat miljoen? En wat betekent dat miljoen precies? Dat heeft niemand zich meer afgevraagd. Maar als je de context had gekend, had je dat pakket aan hypotheek niet gekocht. Dat is de kern van informatiemanagement wat mij betreft."

DAT IS BUSINESS INTELLIGENCE

Informatiemanagement en business intelligence doordrenken het handelen en denken van Van Bockel. "Ik bracht laatst een van mijn kinderen naar bed. Mij werd gevraagd wat busi-



Emiel van Bockel, Manager Information Services bij het Centraal Boekhuis: "De informatiemanager van de toekomst kijkt wat de business aan het doen is en zorgt ervoor dat informatie wordt omgezet in keiharde pegels."

ness intelligence nou eigenlijk is. Nu worden er vaak games op de computer gespeeld, dus ik vroeg: 'Zou je niet graag willen weten als je aan het racen bent, dat je altijd een lichte afwijking naar links hebt?' 'Ja, dat zou gaaf zijn!', werd er gereageerd. En ik vroeg: 'En als je informatie krijgt dat je meestal van rechtsachter wordt ingehaald, dus dat je vaker over je rechterschouder moet kijken?' 'Dat zou echt handig zijn!' 'Nou, dat is business intelligence.'" ✕

Op zijn persoonlijke website www.bifacts.nl houdt Emiel van Bockel zijn bevindingen in het vakgebied bij.



"INFORMATIE-
PRODUCTEN:
GISTEREN
BEDACHT,
VANDAAG
GEIMPLEMEN-
TEERD..."

