



Foto's: Marcel Israëli

Han Gerrits over ontwikkelingen in contentmanagement

“Organisatie rond contentmanagement groter probleem dan technologie”

Contentmanagement is een begrip dat door de opkomst van internet een geweldige opgang heeft gemaakt. Inmiddels is er een scala aan software op de markt die de achterkant van de websites organiseert. De onderliggende technologie zal zich de komende jaren nog wel verder ontwikkelen. Dat is volgens prof. dr. ir. Han Gerrits het probleem niet. Veeleer ziet hij tal van organisatorische beren op de weg naar een adequate vorm van contentmanagement.

Technologie & Innovatie heet de leerstoel die Han Gerrits in deeltijd aan de Vrije Universiteit bekleedt. Er zijn nog steeds veel innovaties te verwachten uit de hoek van de informatica. Daar is Gerrits zich eens te meer van bewust nu hij een nieuw vak aan het ontwikkelen is, emerging technologies geheten. "Daarbij zijn er steeds meer innovaties in combinaties van disciplines. Bijvoorbeeld informatica met biotechnologie", meent Gerrits, wiens belangstelling voor de informatica mede door zijn opleiding is bepaald. Na informatica en bedrijfskunde te hebben gestudeerd aan de Twentse Universiteit, is hij bij Moret Advies gaan werken. Sinds 1990 werkt hij deeltijds aan de VU en deeltijds als adviseur. Hij werkte als freelance adviseur bij Cap Gemini.

Logistieke principes

Halverwege de jaren negentig promoveerde Gerrits op een onderzoek naar de wijze waarop bij een aantal banken een hypotheekofferte tot stand kwam. Gerrits kwam tot de schokkende ontdekking dat het hele proces tussen de twintig en dertig dagen duurde, maar dat er in al die dagen daadwerkelijk slechts twintig minuten aan de offerte werd gewerkt. De rest van de tijd lagen de papieren gewoon maar op een grote stapel te wachten. "Daarvoor heb ik verschillende verklaringen gevonden. Eén daarvan is dat de achterliggende bedrijfsprocessen nooit zijn aangepast. Het hele beoordelingstraject van een offerte duurt twintig minuten. Maar die twintig minuten zijn opgedeeld in twintig tot dertig afzonderlijke stappen, die soms alleen maar bestaan uit het zetten van een paraaf. Die procedures zijn ontwikkeld in een tijd dat er nog geen computers waren. Ze zijn echter niet veranderd op het moment dat de automatisering zijn intrede deed. In mijn oratie heb ik het vergeleken met de mechanisatie van het houthakken.

Stel dat een houthakker zijn bijl vangt door een motorzaag. Wanneer hij met die motorzaag dezelfde hakbewegingen als met zijn bijl blijft maken, dan is dat niet efficiënt", aldus Gerrits.

De logistieke principes achter de bedrijfsprocessen in informatieverwerkende omgevingen kregen Gerrits steeds meer in hun greep. Het was in de tijd van de internethype: elk bedrijf wilde zijn eigen website. Zijn bureau, dat hij met twee companen bestierde, richtte zich op het bouwen van websites, onder meer voor bedrijven als Rabobank, Heineken en Delta Loyd. Ruim dertig mensen zaten mooie front-ends te maken. Slechts een enkeling, onder wie Gerrits, dacht na over

"Belangrijker dan techniek zijn de procedures die men moet opstellen en naleven"

de achterliggende processen. Gerrits heeft dit bedrijf aan Lost Boys verkocht.

Vanuit deze internetperiode dateert Gerrits' belangstelling voor het fenomeen contentmanagement. "Contentmanagement is natuurlijk een begrip dat al ver voor de internethype bestond. Want wat deed en doet een database-administrator meer of minder dan het organiseren van de inhoud van een database? Toen internet en websites populair werden, werd het begrip geclaimd door specifieke softwareleveranciers, die voor hun product tot enkele jaren geleden enorme licentiebedragen konden vragen. En ook kregen. Dat is nu wel over. Die producten worden nu veel minder verkocht. Dat komt mede omdat er veel te veel aanbieders zijn. En verder, laten we eerlijk wezen, wat is er aan

de achterkant van een website eigenlijk meer nodig dan een slimme, al dan niet multimedia-, database? Die techniek is maar een klein deel van de oplossing. Veel belangrijker zijn de procedures erom heen die moeten worden opgesteld en nageleefd", aldus Gerrits.

Ontwikkeling contentmanagement

De eerste websites waren vrij eenvoudig ingericht. Omdat internet een nieuw fenomeen was, werd het bouwen, onderhouden en vullen van een website dikwijls buiten de bestaande organisatie geplaatst. "De eerste websites waren ook nog niet zo ingewikkeld. Ze werden gebruikt voor promotionele doeleinden of om informatie te verstrekken. Maar naarmate internet populairder werd en het bedrijfsleven de waarde van het fenomeen ging inzien, wilden niet alleen de PR- en marketingmensen, maar ook andere afdelingen internet gaan gebruiken. Er kwam dus een afstemmingsprobleem: wie is verantwoordelijk voor de inhoud van de verschillende onderdelen van de website en hoe worden de kwaliteit en actualiteit van die inhoud bewaakt? Zo kwam er software voor contentmanagement op de markt waarmee het mogelijk was de opmaak en de inhoud van de website te scheiden. Tegelijkertijd zag je dat de website voor meer zaken dan louter het bieden van informatie ging worden gebruikt. Voor adviesdiensten, offertes en transacties bijvoorbeeld. Dat vereist een automatische koppeling met andere systemen in de organisatie. Daarmee is dan een tweede variant van software voor contentmanagement benoemd. Er is ook software op de markt die beide aspecten in zich herbergt", aldus Gerrits, die aangeeft dat contentmanagement softwarematig niet zo problematisch is. Het is in wezen niets meer dan een database waarin tekst, video en geluid kan worden opgeslagen, een aantal regels en procedures,



"Ik denk dat de belangrijkste trend in de komende jaren zal worden: de verdere uitbouw van contentmanagementsystemen die voor meerdere distributiekkanalen geschikt zijn. Een integratie van contentmanagementsystemen met digital rights systemen ligt voor de hand."

een workflowmanagementsysteem en een zekere mate van intelligentie om informatie in verschillende formaten te presenteren.

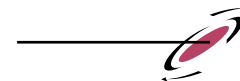
De informatie in een database die achter een website hangt, wordt niet uitsluitend meer voor het web gebruikt. Steeds meer kun je die informatie ook op de schermpjes van pda's en mobiele telefoons getoond krijgen.

Het systeem zal dus moeten weten via welk apparaat informatie wordt aangevraagd om vervolgens de gegevens in het juiste formaat terug te sturen. Een voorbeeld van een contentmanagementsysteem dat hiervoor kan worden gebruikt is MMBase, een multimedia contentmanagementsysteem. De Nederlandse omroepwereld - met name de VPRO - heeft dit systeem mede-ontwikkeld en het neemt

snel in populariteit toe. "Ik denk dat dat de belangrijkste trend in de komende jaren zal worden: de verdere uitbouw van contentmanagementsystemen die voor meerdere distributiekkanalen geschikt zijn. Een integratie van contentmanagementsystemen met digital rights systemen in de toekomst ligt voor de hand. Een digital rights management systeem moet ervoor zorgen dat bedrijven een vergoeding kunnen gaan vragen voor informatie die zij via internet aanbieden. Tegelijkertijd moet zo'n systeem het illegaal gebruik van informatie - tekst, muziek en film - tegengaan", aldus Gerrits.

Struikelblok

Toch ziet de hoogleraar Technologie en Innovatie de technologie niet als grootste struikelblok bij de implementatie van systemen voor contentmanagement. De leveranciers zijn slim genoeg om heel mooie en geavanceerde toepassingen te bedenken. Belangrijkste problemen waar bedrijven nu tegenaan lopen is de organisatie rond contentmanagement. "Hoe zorg je ervoor dat de inhoud van een website actueel en betrouwbaar blijft? Hoe zorg je ervoor dat de verschillende distributiekkanalen dezelfde informatie bieden? En met distributiekkanalen bedoel ik dan niet de website, pda en mobiele telefoon. Die worden immers uit dezelfde database gevoed. Nee, ik doel dan op de relatie tussen fysieke verkooppunten, brochures, groothandel en wat dies meer zij. Via al die kanalen zal immers consistente informatie moeten worden verspreid. Dat is organisatorisch een geweldige opgave. Praktisch alle adviesopdrachten die ik nu doe, zijn gerelateerd aan dat organisatievraagstuk. En dat zal de komende jaren ook wel zo blijven", aldus Gerrits.



Cok de Zwart

Cok de Zwart is freelance journalist.