

VELDWIJK

"One Man and His dog"

De titel van deze column verwijst naar een televisieprogramma zoals alleen Engelsen dat kunnen maken: een man met een (herders)hond moet een stel schapen zo snel mogelijk een parcours laten afleggen. In mijn omgeving heeft 'One Man And His Dog' – ofwel OMAHD – een andere betekenis gekregen. Enigszins spottend wordt met die term bedoeld op een piepklein ICT bedrijfje met een duidelijke missie. Vaak bestaat zo'n bedrijfje uit één conceptueel sterk persoon ('One Man') en één superslimme programmeur die diens ideeën implementeert ('His Dog'). Soms zijn de rollen wat minder scherp afgebakend en is het bedrijf ook wat groter dan twee mensen, maar het beeld is duidelijk. OMAHD bedrijfjes kenmerken zich door een sterke visie en specialisatie op ICT. Als er al sprake is van marktspecialisatie dan is dat toeval of een direct gevolg van de eigen techniek. Sommige OMAHD's zijn heel succesvol. Ik ken er één die voor één klant een veelomvattend en zeer generiek ERP-pakket heeft ontwikkeld, was doorgroeid naar een man of zes en daarna bewust weer is teruggegaan naar twee. Reden: "Mensen aansturen is vervelend en wij houden ons liever bezig met het doorontwikkelen en uitdragen van onze ideeën".

Andere OMAHD's groeien wel, maar verwateren tot consultancy-organisaties met een bepaalde ICT meerwaarde. Weer andere OMAHD's sukkelen succesvol door op één of twee klanten, vaak tot genoegen van iedereen. De laatste, bijzondere categorie van OMAHD's – ik ken er twee – zijn bedrijfjes die voortkomen uit omgevallen grote ICT bedrijven met een eigen ontwikkelsuite. Alleen deze OMAHD's hebben iets tragisch: een glorieus verleden dat moet worden hervonden. Alle andere OMAHD's die ik ken zijn klein, maar bijna altijd gelukkig en succesvol.

Ik ken uit mijn eigen ervaring een kleine tien OMAHD's waarvan er geen enkele zich heeft ontwikkeld tot een groter bedrijf. Dat is een heel slechte score die vraagt om een verklaring. Die verklaring moet in de eerste plaats worden gezocht in het slechte klimaat in Nederland voor bedrijven met een technische visie. Ik heb medio jaren negentig rondgetoerd in Silicon Valley en heb me daar verbaasd over hoe klein een succesvol ICT bedrijf kan zijn. Ja, Oracle zat toen al op een uitgebreide campus, maar de toenmalige nummer twee, Informix, zat in één middelgroot kantoorgebouw. Een bedrijf als Gupta (SQL Windows) deed het met een paar etages, terwijl in Nederland bekende nieuwkomers zoals Illustra het deden met een paar kantoorruimtes. En als je naar de ontwikkelteams keek, dan was het inderdaad vaak niet veel meer dan 'One Man And Some Dogs'. Waarom kan zo iets niet

in Nederland? Misschien omdat niemand na Uniface en Usoft nog verwacht dat er nog generieke software wordt ontwikkeld, maar zeker ook omdat het innovatieve vermogen van de grote ICT bedrijven in Nederland vrijwel nihil is. De grote Nederlandse ICT bedrijven richten zich niet op technologie, maar op markten en niet op eigen producten maar op (detachering)diensten. Voor OMAHD's is dat slecht nieuws omdat het bij dienstverlening altijd gaat om grote totaalproducten voor specifieke toepassingsgebieden zoals SAP of Siebel. Niemand zit te wachten op meer generieke oplossingen van piepkleine bedrijfjes. De producten van OMAHD's zie je dus alleen maar terug in dat enkele systeem dat ze voor een avontuurlijke klant hebben ontwikkeld. Als OMAHD's al willen groeien dan lopen ze tegen het probleem aan dat het ze behalve aan schaalgrootte ontbreekt aan deskundigheid op het gebied van (people) management, financiering en commercie. De OMAHD's die ik ken kunnen stuk voor stuk gebruik maken van riant subsidiereregelingen voor de ondersteuning van de Nederlandse kenniseconomie, maar slechts enkele daarvan weten de weg.

Als ik twintig procent van de OMAHD's op mijn vakgebied ken, dan zijn er minstens veertig bedrijven die meer kunnen dan leuk aankloien met slimme concepten en software, wat publiceren in bladen als DB/M en één of twee klanten gelukkig maken. En dan heb ik het alleen nog maar over ICT bedrijven waarvan ik het product kan begrijpen. In totaal zijn er vermoedelijk in Nederland al snel honderd(en) ICT OMAHD's.

Wie er nuchter naar kijkt moet haast wel concluderen dat OMAHD's ook in de toekomst een randverschijnsel zullen blijven, waaruit niet veel moois en groots zal opbloeien. En toch ben ik ondanks alles iets minder pessimistisch. Ik ga hier geen namen noemen maar er zijn wel degelijk enkele vroegere OMAHD's die zijn doorgebroken. Er zijn voldoende mensen met visie en kennis en je hoeft geen miljoenen te hebben om een goed idee te vertalen in een goed product. Wat ontbreekt is de kennis en het ondernemerschap om goede producten naar de markt te brengen. Ook als we van de grote ICT bedrijven niets mogen verwachten zijn er nog mogelijkheden genoeg om goede producten zo groot te maken dat ze worden opgemerkt. Tot dat moment moeten we het doen met hier en daar een artikeltje in DB/M.

René Veldwijk

Dr. R.J. Veldwijk (rene.veldwijk@faapartners.com) is partner bij FAA Partners, een onderdeel van de Ockham Groep.