

# Bilateraal Begin

Alle begin is moeilijk; de start van een nieuwe column; de lancering van een nieuwe onderneming. Regelmatig verschijnen in Database Magazine artikelen over startups. Bedrijven die pas een aantal jaar onderweg zijn, precies 1 product voeren en een personeelsbestand hebben dat op de vingers van een hand is te tellen.

Misschien heeft u zich weleens afgevraagd wat het belang van zo'n artikel is. Is het immers niet zo dat de IT-markt in grote mate verdeeld is onder een beperkt aantal grote bedrijven zoals HP, IBM, Microsoft, Oracle en SAP? En ook als je inzoomt op specifieke marktsegmenten is het mogelijk om door het noemen van maximaal drie partijen de markt te definiëren. Denk aan Business Objects en Cognos als het gaat om generieke en integrale Business Intelligence, Microsoft en Hyperion in OLAP (volgens *The OLAP Report*) en IBM, Microsoft en Oracle als het gaat om databases. Wat is het belang van een veel belovende startup voor een grote, internationale organisatie? Hoe groot is de kans dat het management daarvan besluit om te kiezen voor de onbekende startup in plaats van de bekende IT-leverancier die door bijna alle sectorgenoten al wordt gebruikt? Allemaal goede vragen.

Wie de ontwikkelingen in de IT-sector wil volgen en begrijpen zal breder dan IT moeten kijken. Eén ding wordt dan duidelijk: innovatie, passie en design (ontwerp) zijn inmiddels de bepalende factoren geworden. Niet iets waar je spontaan opkomt als je je aandacht alleen beperkt tot de IT. Juist de afwezigheid van deze drie aspecten kun je eerder als kenmerk noemen. In andere sectoren is inmiddels doorgedrongen dat innovatie, passie en design de zaken zijn waarmee men zich kan onderscheiden van de concurrentie. Want efficiënt zijn we inmiddels allemaal al – toch? Innovatie staat hier voor het daadwerkelijk anders doen dan de rest. Passie is de gedrevenheid waarmee gestelde doelen worden nagestreefd. Design (ontwerp) is de vertaling van innovatie naar de feitelijk gebruiker. Een goed voorbeeld is de iPod. De innovatie bestaat hier uit het tegen een standaardprijs downloaden van mp3-bestanden naar een draagbare muzikspeler (combinatie van iPod-apparaat met iTunes-software en een on-line muziekwinkel). Een stukje productontwikkeling (en marketing) die door Steve Jobs en de zijnen met passie is nagestreefd en geleid heeft tot een nieuwe markt en een totale kwartaalomzet voor Apple van inmiddels 5,75 miljard dollar (eerste kwartaal boekjaar 2006). De iPod-speler getuigt van een onroerende eenvoud (design) die, gezien de 42 miljoen iPods die tot nu

toe over de toonbank zijn gegaan, de juiste snaar heeft weten te treffen.

Even los van het voorbeeld van Apple kun je je afvragen in hoeverre de IT-sector al bezig is met innovatie, passie en design. Op de agenda van de meeste bedrijven staat voornamelijk het inrichten van software-ontwikkelstraten en het outsourcen en offshoren van IT-activiteiten. Inderdaad, het gaat hier om het verbeteren van de efficiency. Daar is uiteraard niets mis mee, maar we kunnen in ieder geval vaststellen dat we als IT-sector een stap achterlopen op de rest van de wereld aangevoerd door bedrijven als General Electric en Procter & Gamble.

Wat heeft dit te maken met de startups waarmee ik begon?

In dit nummer van DBM staat een artikel over het Nederlandse InformStrategy, en in de afgelopen twee jaar heeft DB/M aandacht besteed aan DBExplorer, BIReady, Collexis, Tarchon (nu Infolution), Dynamic AI, CWD4ALL en Endeca. De grote gemene deler hierbij is dat ze allemaal beschikken over een meer dan gemiddelde dosis innovatie, passie en design. Innovatie kan betekenen dat informatie op een grafische, interactieve en intuïtieve wijze wordt aangeboden en niet via de rijen en kolommen waarmee we normaal worden opgezadeld. Of dat het datawarehouse-proces geheel anders wordt ingevuld door toepassing van internet-technieken. De vertaling naar design is een browser interface op een BI-toepassing of de presentatie van informatie via een netwerk van associaties, automatisch gegenereerd vanuit de inhoud. Dat voor dit soort ontwikkelingen passie en vasthoudendheid nodig zijn is duidelijk.

Ook de huidige IT-softwarereuzen zijn ooit als startup begonnen. In de loop van de tijd zijn ze veel van hun passie en innovatie kwijtgeraakt, leidend tot hetzelfde design als van elke willekeurige concurrent. De IT-sector is nog volop bezig om efficiënter te worden. Maar de rest van de wereld is al bezig met de nieuwe kernwaarden. Iemand moet ons eraan herinneren dat IT veel leuker kan zijn dan elkaars incrementele wijzigingen te kopiëren tot een volgende versie in grijs design en weer geen innovatie. Er is een keuze. Startups laten zien dat het ook anders kan.

**Paul van der Linden** (Paul.PFH.vanderLinden@AtosOrigin.com) is senior consultant Data Warehousing/BI bij Atos Origin en geeft leiding aan Data Warehousing Cost & Lifecycle Management (CLM).