

Måns Hultman, CEO van BI-vendor QlikTech:

"Niets staat verdere groei in de weg"

Hans Lamboo

Er werd rekening mee gehouden dat Microsoft de BI-markt behoorlijk aan het schuiven zou brengen, iets dat overigens nog steeds niet uitgesloten mag worden. Maar de eerste die voor opschudding zorgt is een onbekend bedrijf van Zweedse origine, QlikTech.

QlikTech biedt een BI-platform aan, gebaseerd op innovatieve hoogwaardige technologie, onder meer 64-bits en in-memory. Geen datawarehouse, geen OLAP-server, maar analytische software op de laptop van de business gebruiker. Simpel, schaalbaar en met ongekende performance. Dat dat aanslaat blijkt uit het feit dat QlikTech de afgelopen jaren niet alleen de snelst groeiende BI-vendor was, maar zelfst het snelst groeiende IT-bedrijf ter wereld: volgens deskundigen met 500 procent over de afgelopen 5 jaar. Waar komt QlikTech zo opeens vandaan? Een gesprek met QlikTech's bescheiden CEO Måns Hultman.

Onder de korenmaat

"Mensen hebben de neiging te denken dat nieuwe technologie uit de lucht komt vallen. Dat de mobiele telefoon is uitgevonden in 1994 en dat we 10 jaar later allemaal zo'n ding hebben.

In werkelijkheid bestond de eerste goedwerkende mobiele telefoon al in 1947. Je had er een vrachtwagen voor nodig om hem te verplaatsen, maar hij werkte. Het duurt lang eer nieuwe technologie klaar is voor massaconsumptie en bovendien moet het dan ook nog geadopteerd worden door de markt. Maar als ze zien wat een enorm voordeel er met die nieuwe technologie te behalen valt is het niet meer te houden." Met deze analogie wil CEO Hultman duidelijk maken dat QlikTech helemaal niet uit de lucht komt vallen. QlikTech werd al in 1993 in Stockholm opgericht. Hultman is weliswaar CEO en Zweed, maar niet de oprichter van QlikTech. Het bedrijf begon zoals zoveel softwarebedrijven als consultancy-bedrijf. Hun eerste grote opdracht was om de resultaten van klinisch onderzoek te visualiseren voor een groot farmaceutisch bedrijf. De data kenden weliswaar veel dimensies en kwamen uit veel verschillende bronnen, maar gingen niet diep en hadden dus weinig records. Omdat er voor dit probleem geen enkel tool op de markt was, besloten de heren de oplossing te bouwen. "De sleutel lag om codering te gebruiken voor de visuali-

satie. Ze huurden een ontwikkelaar om hun ideeën vorm te geven. De oplossing was een groot succes. Ziehier het ontstaan van QlikView, dat momenteel in de kern eigenlijk nog hetzelfde is. En de destijds ingehuurde ontwikkelaar werkt nog steeds voor QlikTech", vertelt Hultman. "Men begreep dat men met QlikView een product in handen had dat de analyse-problemen voor vele bedrijven over de hele wereld kon gaan oplossen. Maar het ontbrak aan kennis en visie hoe dat aan te pakken.

Het duurt lang eer nieuwe technologie klaar is voor massaconsumptie

Er was geen sprake van een bedrijfsstructuur, strategie, sales force, financiële onderbouwing. Het licht van QlikView bleef dus lang onder de korenmaat schijnen." Hultman bewondert het dat men toch kans zag het bedrijf in leven te houden. Er werd lang gewerkt aan nieuwe releases: pas in 1999 verscheen QlikView 4. De tijd die genomen werd is volgens Hultman de basis van het latere succes. Het was in 2000 dat hij en zijn collega Jonas Nachmanson gevraagd werden om in de Board te komen; zij gaven QlikTech vorm wat betreft de business processen, kwaliteitsbewaking, marketing en financiële huishouding. QlikView werd een echt product, QlikTech een echt bedrijf.

150 procent groei

Dat speelde zich allemaal nog steeds af in Zweden. Hultman realiseerde zich dat de enige manier om een wereldwijd bedrijf op te zetten lag bij de internationalisatie van sleutelfuncties en

financiering met internationale top-geldschieters, die QlikTech zouden waarderen naar de toekomstige waarde en niet naar de papieren waarde van dat moment. "Daar was het bedrijf toen nog niet rijp voor en ik verliet QlikTech. Twee jaar later werd ik teruggevraagd om Bestuursvoorzitter te worden. Toen ging ik direct aan de slag met mijn plannen." Samen met oude en nieuwe bestuurders werden de ambities gedefinieerd, strategie, doelen, doelgroepen; we bouwden een sales force op en brachten de administratieve en financiële huishouding op orde, er werden echte business processen geïmplementeerd. "We besteedden een ongelooflijke hoeveelheid tijd aan opruimen".

In die voor IT moeilijke jaren hield het oude vertrouwde QlikView het bedrijf op de been. Er moest geknokt worden om de boel draaiend te houden en soms waren er meevallers, zoals invitaties voor presentaties in Singapore, Zuid-Afrika, de VS en zelfs een OEM met een Amerikaans bedrijf.

"De kracht van ons product werd juist in die moeilijke tijd duidelijk. We haalden mensen als de Amerikaan Paul Wahl, de voormalig CEO van Siebel, binnen. En de Amerikaanse Venture Capitalists wilden graag met ons praten. Toen kon de internationalisatieslag beginnen."

De maandelijkse rapporten lieten alleen maar groei zien, op alle fronten. De investeerders kenden dat van andere bedrijven en verwachtten elk moment dat de problemen zouden opdoemen. Maar dat gebeurde niet. Men realiseerde zich dat QlikTech anders was dan de andere bedrijven, dat QlikView een klasse apart was.

In een jaar tijd verwierf QlikTech meer dan 1000 nieuwe klanten – dat zijn er bijna drie per dag – en had men kantoren in 13 landen. De organisatie groeide met 150 procent. QlikTech werd een van de snelst groeiende bedrijven ter wereld.

"Nee, het maakt me niet bang, want we hebben goed grip op de processen. Maar het verbaast me soms wel, ja," geeft Hultman toe. "We hebben in 2006 een consolidatie uitgevoerd. Dat klinkt gek met een omzetgroei van 80 procent, maar het was absoluut nodig. We managen een ecosysteem van ruim 100 miljoen dollar met slechts 265 mensen. Dat is relatief weinig. Een van de redenen daarvoor is dat QlikView veel minder support en services nodig heeft dan de producten van de traditionele leveranciers. Bij hen werkt zo rond de 60 procent van de medewerkers in de support en services, bij QlikTech is dat zo'n 12 procent."

Excel

Je zou de indruk krijgen dat QlikTech nauwelijks concurrentie heeft. Het bedrijf groeit vrij en blij en er is geen andere aanbieder van een soortgelijke oplossing op de markt. Dat wil Hultman graag nuanceren. "Natuurlijk hebben we concurrentie op de BI-markt. Van de pure play vendors, maar ook van Microsoft, Oracle, SAP en IBM. Maar onze grootste concurrent is Excel, daarmee lossen nog steeds heel wat mensen hun analyseprobleem mee op, hoewel men weet dat het daar eigenlijk niet voor gemaakt is. Ik zie het als een soort vlucht, de gebruikers



Måns Hultman: "We managen een ecosysteem van ruim 100 miljoen dollar met slechts 265 mensen".

vinden dat de andere tools ze niet brengen wat ze nodig hebben. En hoewel Excel niet voor analyse ontworpen is, biedt het bijvoorbeeld wel de flexibiliteit die de gebruiker zoekt. Daar zetten wij met QlikView een product tegenover dat uiterst schaalbaar is, zowel wat betreft hoeveelheid data als bronnen en gebruikers. Performance is geen issue."

Tot slot

Eenvoud is een van de succesfactoren, het gebruik wijst vrijwel zichzelf. Daarnaast speelt QlikView in op de behoefte van de business zélf data te visualiseren, te analyseren en erover te rapporteren zonder daarvoor afhankelijk te zijn van een IT-afdeling. De system integrators richten zich meer en meer op business processen. De contacten met hen worden dan ook steeds beter. "Niets staat een verdere groei van QlikTech in de BI-markt in de weg", stelt Hultman. Blijft de vraag hoelang QlikTech nog als zelfstandig bedrijf zal blijven opereren.

Hans Lamboo is hoofdredacteur van Database Magazine.