

STANDAARDWERKEN

HET BELANG VAN VERBINDEN

ECP | FORUM STANDAARDISATIE

MET BIJDRAGEN VAN: BERNARD WIENTJES, NEELIE KROES, HENK DE VRIES, BELASTINGDIENST, MAARTEN HILLENAAR, PORTBASE, KONINKLIJKE HORECA NEDERLAND, HAPAG-LLOYD BENELUX, GS1, AHOLD, FLORECOM, GREENPORT HOLLAND, THUISWINKEL.ORG, BKWI, UWW, NEDERLANDSE VERENIGING VAN BANKEN, ABN-AMRO, SETU, RANDSTAD NEDERLAND EN BOUWEND NEDERLAND.

LAAT U INSPIREREN

Dit magazine wordt u aangeboden door Forum Standaardisatie en ECP | Platform voor de InformatieSamenleving. Beide organisaties staan voor de noodzaak en het belang van digitale standaardisatie, ofwel het digitaal verbinden van diensten en processen met behulp van codes en standaarden. We willen onze kennis en ervaring op dit gebied graag met u delen.

De business case voor standaardisatie is onweerlegbaar: standaardisatie levert geld, tempo en kwaliteit op. Maar hoe vanzelfsprekend standaardisatie in het dagelijks leven ook is – denk aan elektronisch betalingsverkeer of de streepjescode op supermarktartikelen – het gaat niet vanzelf.

Standaardisatie vraagt om inzet, krachtenbundeling en doorzettingsvermogen van verschillende partijen in een keten. Daarom is het bij uitstek een thema dat op de agenda van bestuurders van organisaties uit alle sectoren zou moeten staan.

In deze gezamenlijke publicatie laten we u graag zien hoe digitale standaardisatie in de praktijk werkt. We doen dit aan de hand van negen ‘standaardwerken’: succesverhalen waarin sectoren en organisaties zelf uiteenzetten hoe zij tot standaardisatie zijn gekomen en vooral ook wat het hen heeft opgeleverd. Daarnaast vindt u de nodige achtergrondinformatie en succesfactoren voor standaardisatie.

Hiermee hopen we u, bestuurlijk Nederland, te inspireren en te bewegen om het onderwerp ‘digitale standaardisatie’ vaker op de bestuurlijke agenda te zetten.

BERNARD WIENTJES

VOORZITTER VNO-NCW

VOORWOORD

De business case van standaardisatie

Wie in de supermarkt een product afrekent, staat er al niet meer bij stil: de streepjescode. In de jaren zeventig haalde Albert Heijn deze code persoonlijk naar ons land. Oorspronkelijk was deze alleen bedoeld om sneller af te kunnen rekenen, maar intussen is de streepjescode niet meer weg te denken uit detailhandel, levensmiddelenindustrie en ver daarbuiten. Denk maar aan voorraadbeheer, aan logistieke stromen, aan houdbaarheidsdata en steeds vaker ook aan productinformatie. Aan deze succesvolle standaard worden nog steeds nieuwe mogelijkheden ontdekt en toegevoegd.

De streepjescode is slechts een uit talloze voorbeelden van de wijze waarop standaardisering haast vanzelfsprekend deel uitmaakt van ons dagelijks leven. Zonder afspraken over standaarden zou onze wereld ongemakkelijker en vooral minder welvarend zijn. Denk aan afspraken over maten en gewichten (de meter en de kilo), over afmetingen, vormen en waarden (van kranen, stekkers, spoorbreedtes en voltages) of over beroepscompetenties (bijvoorbeeld ICT-skills) om transparantie en mobiliteit in de arbeidsmarkt te verhogen.

Breed gedragen standaarden kunnen doorgaans rekenen op een uitstekende business case. Op bedrijfsniveau, op keten- of sectorniveau en binnen de gehele samenleving. Daarbij draait het om kostenbesparingen, maar ook om minder regeldruk, om tijd- en milieuwinst, om gebruiksgemak en om de snelle uitwisseling en adoptie van nieuwe kennis en technieken. Standaarden vormen meer en meer een basis voor innovatie. In een tijd van toenemende internationale concurrentie kunnen bedrijven en sectoren hiermee bij uitstek hun positie verder versterken.

Steeds vaker zijn het tegenwoordig digitale standaarden die een correcte uitwisseling van informatie en samenwerking binnen ketens verbeteren. Mét de technologische mogelijkheden neemt ook de behoefte aan standaardisering verder toe. Dat is allang niet meer voorbehouden aan bedrijven en overheden: de consument zelf vraagt om de informatie en het gebruiksgemak.

In dit magazine doen negen partijen uit evenveel verschillende sectoren hun verhaal over hun ‘standaardwerken’, ofwel de standaarden waar zij mee werken. Of

dat nu de streepjescode, e-factureren, een ondernemingsdossier of een standaard voor uitzendwerk of internationaal betalingsverkeer betreft. Eén ding hebben de initiatiefnemers en gebruikers in ieder geval met elkaar gemeen. Na invoering en gebruik van een nieuwe standaard lijkt de oude manier van werken al snel sterk achterhaald.

Het ontwerpen en implementeren van een nieuwe standaard gaat echter niet vanzelf. Partijen die zich hard maken voor een standaard in hun sector moeten vaak over een lange adem beschikken. De kosten gaan voor de baat uit. Een standaardisatietraject komt alleen van de grond wanneer partijen beschikken over de benodigde moed, vertrouwen, leiderschap, ondernemingszin en de bereidheid om de daad bij het woord te voegen.

Daarmee hoort standaardisatie thuis op de agenda van beslissers en beleidsmakers van alle sectoren in Nederland. Om die reden bieden Forum Standaardisatie en ECP | Platform voor de InformatieSamenleving u dit magazine aan. Ik nodig u graag uit ter inspiratie de negen cases en de andere verhalen met aandacht te lezen.

BERNHARD WIENTJES
VOORWOORD
DE BUSINESS CASE VAN
STANDAARDISATIE

2.

NEELIE KROES
COLUMN
STANDAARDISATIE ALS
STRATEGISCHE COMPONENT

32.

HET BELANG VAN VERBINDEN
THE GREAT BALTIMORE FIRE

48.

HENK DE VRIES
ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM
DE BEHOEFTE AAN
AANSLUITING GROEIT

18.

PETER VELD
DG BELASTINGDIENST
WINST VOOR BEDRIJVEN
EN BURGERS

46.

MAARTEN HILLENAAR
CIO RIJKSOVERHEID
ICT SLIM INZETTEN VOOR
GROEI EN WELVAART

62.

ARIE VAN BEILEN EN
NICO WESTPALM VAN HOORN
ECP | FORUM STANDAARDISATIE
VIJF SUCCESFACTOREN

70.



ELEKTRONISCH BANKIEREN IS
EEN SUCCES ZONDER WEERGA
GIJS BOUDEWIJN, NVB

6.



ÉÉN DIGITAAL WERKBRIEFJE
VOOR AL HET UITZENDWERK
HANS WANDERS, SETU

26.



BURGER EN OVERHEID GEBAAAT
BIJ DIGITAAL KLANTDOSSIER
BERT UFFENS, BKWI

50.



DE STREEPJESCODE
IS EEN ALLESKUNNER
HEIN GORTER DE VRIES, GS1

12.



DIGITALE WERELDHANDEL
IN BLOEMEN EN PLANTEN
HENK ZWINKELS, FLORECOM

34.



ONDERNEMINGSDOSSIER IS EEN
UITKOMST VOOR DE HORECA
ARJEN VAN DEN DOOL, KHN

56.



IN DE HAVENS KAN NIEMAND
OM DE BUSINESS CASE HEEN
IWAN VAN DER WOLF, PORTBASE

20.



ELEKTRONISCH FACTUREREN KAN
DE BOUW 300 MILJOEN OPLEVEREN
JOPPE DUINDAM, BOUWEND NEDERLAND

40.



WEBWINKELS WILLEN
ELEKTRONISCHE IDENTIFICATIE
PAUL ALFING, THUISWINKEL.ORG

64.

‘ELEKTRONISCH BANKIEREN IS EEN
SUCCES ZONDER WEERGA’





9.

GIJS BOUDEWIJN
TEAMLEIDER BETALINGSVERKEER NVB

‘Het lijkt nu de normaalste zaak van de wereld’

Het elektronisch betalingsverkeer in Nederland heeft de afgelopen twintig jaar een enorme vlucht genomen. Dat is mede te danken aan de totstandkoming van een aantal succesvolle standaarden. Het populaire pinnen heeft begin dit jaar plaatsgemaakt voor het ‘nieuwe pinnen’. En momenteel wordt er hard gewerkt aan één gezamenlijke betaalmarkt voor Europa. Gijs Boudewijn is namens de Nederlandse Vereniging van Banken nauw betrokken bij de totstandkoming hiervan.





—— Nederland is actief op het gebied van elektronisch betalingsverkeer. Zo is er iDEAL voor het doen van betalingen via internet, de chipknip voor het elektronisch afhandelen van kleinere betalingen, en dan is er uiteraard het pinnen. Met name deze laatste standaard is het afgelopen decennium gemeengoed geworden in Nederland. Sterker nog, in het economisch magere jaar 2011 werden opnieuw records gebroken. Het aantal pintransacties bereikte met ruim twee miljard een hoogtepunt, zo blijkt uit de jaarcijfers van Currence, eigenaar van collectieve betaalproducten waaronder PIN, Chipknip en iDEAL. Tijdens de kerstdagen van datzelfde jaar was er zelfs een piek van 442 transacties per seconde.

VOLLEDIG INGEBURGERD

“PIN is ontstaan vanuit de behoefte van De Nederlandsche Bank om de verschillende banken in Nederland te laten komen tot een uniform betalingssysteem. Na een voorbereidingstijd van ruim anderhalf jaar was het nieuwe systeem in 1990 gereed en werden vele betaalautomaten geïnstalleerd,” vertelt Gijs Boudewijn, teamleider Betalingsverkeer bij de Nederlandse Vereniging van Banken (NVB). Het gehele systeem van elektronisch betalen omvatte bankpassen met pincode, betaalautomaten, schakelcomputers en de centrale computers van de banken. Het was feitelijk één groot standaardisatieproces. Aanvankelijk kwam het pinnen in de praktijk echter maar moeilijk op gang. Boudewijn: “Het duurde tot 2002 voordat het aantal van 1 miljard PIN-transacties per jaar was bereikt. Vijf jaar later waren dit er 1,5 miljard, en binnen drie jaar daarna was de grens van 2 mil-

jard transacties per jaar bereikt.” Inmiddels vindt iedereen het de normaalste zaak van de wereld dat je, ongeacht bij welke bank je klant bent, een pas krijgt waarmee je overal kunt betalen, geld uit de muur kunt halen en kunt internetbankieren.

‘HET NIEUWE PINNEN’

‘Pinnen’ is zo’n succes dat het een algemene term is geworden. Het Nederlandse merk PIN is januari 2012 echter opgehouden te bestaan. Deze standaard heeft nu plaatsgemaakt voor EMV (Europay, Mastercard, Visa), in de volksmond ‘het nieuwe pinnen’ genoemd. De betaalpas moet niet langer worden ‘doorgehaald’ maar ‘ingestoken’. “De magneetstrip was gevoelig voor ‘skimming’. De EMV-chip is aanzienlijk veiliger,” legt Boudewijn uit. “De introductie van het nieuwe pinnen is overigens bijzonder vlot verlopen. Binnen tien maanden nadat minister Jan Kees de Jager op 2 maart 2011 hiervoor het startschot gaf, is Nederland overgeschakeld op de EMV.”

OVER DE GRENZEN: IBAN

Het elektronisch betalingsverkeer in Nederland is met de hierboven genoemde standaarden dan ook uitstekend geregeld. Dat geldt echter niet op het moment dat Nederlandse bedrijven en consumenten betalingen willen doen over de grenzen heen. “Ook hier wordt momenteel hard aan gewerkt,” zegt Boudewijn. “Om te zorgen dat betalingen in Europa met de euro straks overal op dezelfde manier plaatsvinden, komen er nieuwe standaarden voor het rekeningnummer, de girale betalingen, en de incasso’s. Dit alles onder de paraplu van SEPA (Single European

Payments Area). De invoering van het IBAN-nummer vormt hier een onderdeel van.”

KNOOP DOORHAKKEN

SEPA omvat alle landen binnen de EU, aangevuld met Noorwegen, IJsland, Liechtenstein, Zwitserland en Monaco. “We bevinden ons nu middenin het overgangsproces. Het ‘nieuwe pinnen’ is een van de eerste aanpassingen. En dat worden er steeds meer. Naar verwachting zal de nieuwe standaard 1 februari 2014 volledig zijn doorgevoerd. Die datum is – op verzoek van alle landen – bepaald door de Europese Commissie. Die stok achter de deur was nodig.” Het feit dat de Europese Commissie de schouders eronder heeft gezet en met de verordening de druk heeft opgevoerd was volgens Boudewijn van cruciaal belang voor het welslagen van dit project. “Iemand moet op een gegeven moment een knoop doorhakken en partijen een bepaalde kant op dwingen.”

IEDER LAND Z’N EIGEN METHODE

De weg naar één standaard verliep niet zonder slag of stoot. Boudewijn: “Als eerste moesten we onszelf als Europese betaalindustrie organiseren. De Europese Centrale Bank was hier nauw bij betrokken, maar dat was niet eenvoudig. Vervolgens moesten een kleine dertig landen het eens zien te worden over iets belangrijks als een nieuw betalingssysteem. Ook dat is bepaald geen sinecure. Voorwaarde was dat er een uniform juridisch kader kwam. Zonder dat konden we niet verder. Dat moest de Europese wetgever regelen. Eind 2009 was dat zover. De

keuze voor een standaard was vrij simpel. (Voor de liefhebbers: we namen de ISO 20 002 XML standaard als basis.) Maar daarmee waren we er niet. Want hoe moet bijvoorbeeld een nieuwe Europese incasso eruit zien? Ieder land heeft zo zijn eigen procedures voor incasso en ieder land vindt zijn eigen methode uiteraard de beste. Niemand wilde veranderen en dus moesten we de pijn verdelen. Uiteindelijk kozen we voor een systeem dat vergelijkbaar is met wat we in Nederland kennen, omdat dit het simpelste en goedkoopste is.”

INLEVEN EN DOORVRAGEN

Verschillende keren per jaar zat Boudewijn, die namens de NVB deel uitmaakt van de European Payment Council die in 2002 speciaal voor SEPA is opgericht, met vertegenwoordigers van financiële instellingen uit 27 andere landen rond de tafel. “Daar werd gepoldderd op z’n Europees, ofwel niet altijd van harte. De cultuurverschillen spelen op dat soort momenten een belangrijke rol. En lang niet altijd is meteen duidelijk waarom bepaalde partijen iets wel of niet willen. De kunst is dan om je daadwerkelijk in te leven in die andere partij en door te vragen zodat hun beweegredenen duidelijk worden. Zodra je die van elkaar kent, kun je weer verder.”

COMPLEX STAKEHOLDERVELD

Natuurlijk heeft het veel tijd en moeite gekost om het met elkaar eens te worden. “Het stakeholderveld waar wij mee te maken hadden en hebben, is enorm complex. We hebben te maken met verschillende

landen, belangen en systemen, met de Europese Commissie, met toezichthouders die inmiddels een ongezond wantrouwen jegens banken aan de dag leggen waardoor er flink gelobbyd wordt voor extra consumentenbescherming, enzovoorts. Binnen dat mijnenveld moet je eindeloos heen en weer laveren om bij je doel uit te komen. En tegelijkertijd is het ook een enorm fascinerend en uitdagend traject. En bijzonder relevant. We hebben met deze standaard voor Europese bedrijven écht iets belangrijks voor elkaar gekregen. En laten we wel zijn; tien jaar is zo lang nog niet voor het realiseren van een standaard van deze omvang. Ter vergelijking: het duurde in Nederland maar liefst vijftientig jaar voordat er een nationaal betalingscircuit op gang was gekomen tussen de bankgiro en de postgiro.”

GOVERNANCE

Elektronisch bankieren, in al z’n verschijningsvormen, is niet meer weg te denken. Toch is het nog maar twee decennia geleden dat je naar de bank ging om betalingen te laten regelen of om geld op te nemen voor de inkopen. Boudewijn twijfelt er niet aan dat over-de-grens-bankieren voor bedrijven en consumenten straks net zo normaal kan worden. De uitdaging die er nog ligt, is om de governance rondom SEPA goed te regelen. Boudewijn: ‘Als banken kunnen wij niet verantwoordelijk zijn voor processen die plaatsvinden in een interne markt als Europa. Dat gaat buiten ons boekje en dat hebben we de Europese Commissie laten weten. Er komt nu een SEPA-raad die de koers moet gaan bepalen voor het betalingsverkeer in Europa. Eind 2012 is ook duidelijk wie daarin komen.’ —

NVB: DE ORGANISATIE

De Nederlandse Vereniging van Banken behartigt de gemeenschappelijke belangen van de Nederlandse banken. Vrijwel alle in Nederland actieve banken, inclusief vestigingen van buitenlandse banken, zijn lid. De NVB voert namens haar leden overleg met toezichthouders, de Nederlandse overheid en vele maatschappelijke- en belangenorganisaties. Ook arbeidsvoorwaardenoverleg voor de banksector behoort tot de taken. Voor de belangenbehartiging op Europees niveau is de NVB lid van de European Banking Federation.



COO ABNAMRO BANK

JOHAN VAN HALL:

“Betalen is voor de particuliere en zakelijke klanten van de banken als gevolg van de introductie van pinnen en internetbankieren steeds makkelijker geworden. De inspanningen om zover te komen waren groot maar staan niet in verhouding tot de enorme voordelen die onze klanten en wij er nu bij ervaren.”

‘DE STREEPJESCODE
IS EEN ALLESKUNNER’





15.

HEIN GORTER DE VRIES
DIRECTEUR INNOVATIE GS1 (ONE GLOBAL STANDARD)

‘De barcode: moeder van alle standaarden’

Van alle standaarden spreekt de streepjescode toch wel het meest tot de verbeelding. Wereldwijd worden dagelijks vijf tot acht miljard barcodes gescand. De internationale GS1 (One Global Standard) organisatie is ‘eigenaar’ van deze code. Directeur Innovatie Hein Gorter de Vries legt uit waarom juist deze code zo’n succesvolle standaard is geworden.



—— Het was Albert Heijn in eigen persoon die in de jaren zeventig de in Amerika ontwikkelde streepjescode naar Nederland haalde. “Deze streepjescode, ook wel barcode genoemd, was ontwikkeld als een universele productcode voor de Amerikaanse levensmiddelenhandel: the Universal Product Code,” vertelt Hein Gorter de Vries. Hij is directeur Innovatie bij GS1 Nederland, deel van de internationale GS1 (One Global Standard) organisatie, die zich richt op de ontwikkeling en invoering van standaarden. “Heijn was destijds bezig met uitbreiding van zijn concern en zag direct de mogelijkheden van deze standaard. Tot die tijd schreeuwden de caissières de prijzen van artikelen naar elkaar. De streepjescode maakte het mogelijk om een prijs aan een product te koppelen zodat communiceren erover niet langer nodig was. Deze standaard was aanvankelijk dan ook alleen bedoeld om bij de kassa sneller af te kunnen rekenen.”

BEDRIJVEN DOEN MEE

“Op 26 juni 1974 wordt in het Amerikaanse Ohio het allereerste product gescand: een pakje Wrigley’s Juicy Fruit kauwgom, vandaag de dag te bezichtigen in het Smithsonian museum in Washington,” vertelt Gorter de Vries. “Twee jaar later, in 1976, introduceerde Heijn de streepjescode in Nederland. Heijn zag kans om andere kruideniersbedrijven en fabrikanten in Nederland warm te krijgen voor de nieuwe code en richtte de stichting ter bevordering van Uniforme Artikel Codering (UAC) op. Douwe Egberts was de eerste die zich aanmeldde en al snel volgden er meer. Daarnaast wist Heijn ook elf andere Europese landen te interesseren voor

de nieuwe standaard en werd in 1977 EAN (European Article Numbering) opgericht. Sinds 2005 is dat GS1 geworden, in inmiddels ruim honderd landen op alle continenten. De twaalf cijfers van de Amerikaanse code bleken overigens niet genoeg voor Europa en dus kregen wij een dertiencijferige code. Deze geldt nu wereldwijd, ook in Noord-Amerika.”

VOORDELEN IN HELE KETEN

Nu, ruim 35 jaar later, is de streepjescode niet meer weg te denken uit de levensmiddelenindustrie en vormt deze het paradepaardje van GS1. Gorter de Vries: “Deze standaard heeft de tand des tijds meer dan doorstaan. Dagelijks worden er wereldwijd maar liefst vijf tot acht miljard barcodes gescand. Bovendien heeft de code zich in de loop der jaren sterk ontwikkeld. Het is nu nauwelijks nog voor te stellen dat de streepjescode er aanvankelijk alleen was om de caissières te voorzien van de juiste prijs en op het kassabonnetje de productomschrijving. Begrijp me niet verkeerd, dat was al een enorme vooruitgang. Want hadden winkeliers van voor de oorlog zo’n duizend artikelen in de schappen liggen, inmiddels heeft een grote supermarkt meer dan twintigduizend artikelen in huis. Die kunnen onmogelijk handmatig worden verwerkt. Maar naast de prijs is er nu ook informatie aan gekoppeld op het gebied van voorraadbeheer, houdbaarheidsdata enzovoorts. In feite kan het hele traject, van het bestellen van het product tot en met het afleveren en het betalen van de factuur, elektronisch plaatsvinden middels deze streepjescode. Zo houden levensmiddelenorganisaties hun schappen gevuld via het scannen van de artikelen

kunnen bestellingen direct aan toeleveranciers worden doorgegeven zodat alles weer op tijd in de winkels ligt.”

INFORMATIE VOOR CONSUMENT

En inmiddels wordt er nóg een belangrijke functionaliteit aan de streepjescode toegevoegd. Gorter de Vries: “Op dit moment zijn we bezig de code ook geschikt te maken voor de consument. Die kan dan met zijn telefoon de code scannen en zodoende informatie ophalen. Dat kan nu al in beperkte mate, maar deze functionaliteit zal verder worden uitgebreid. Consumenten hebben immers steeds meer behoefte aan informatie over de producten. Ook daarvoor vormt deze standaard een mooie basis.” De nieuwe Verordening Voedselinformatie van de Europese Commissie die eind 2014 van kracht wordt, zal helpen dit proces vorm te geven. Gorter de Vries: “Deze verordening stelt kortweg dat alle etiketten van verpakte voedingsmiddelen die via internet te koop worden aangeboden voortaan elektronisch voor de consument beschikbaar moeten worden gemaakt. Hierdoor kan een consument die online een voedingsmiddel koopt, ook zien wat er precies in zit. En wanneer de informatie op etiketten elektronisch beschikbaar is, kunnen wij die weer koppelen aan de streepjescode. Dergelijke wetgeving helpt dus enorm.”

CRUCIALE ROL CEO’S

Het succes van de streepjescode is deels te verklaren door haar eenvoud en deels ook door gelukkige toevalligheden, zo vertelt Gorter de Vries: “Bij een standaard is het altijd de kunst

om draagvlak te creëren. En dat draagvlak komt soms met meevallers tot stand. Bij de streepjescode speelde het feit dat begin jaren tachtig de etiketteringswetgeving werd aangepast ons enorm in de kaart. De etiketten moesten toch overhoop worden gehaald. Dan kon die barcode er ook nog wel bij.” Verder is het volgens Gorter de Vries cruciaal dat een code simpel is, technisch voor honderd procent betrouwbaar, en begrijpelijk is voor die partijen die er mee moeten werken en er over moeten beslissen. “De streepjescode voldeed aan deze voorwaarden. Hierdoor zag Albert Heijn direct de mogelijkheden ervan. Het is ook uniek dat het in dit geval een bestuurder van een organisatie was die het voortouw nam. Hij was wat dat betreft een echte visionair die geïnteresseerd was in dit soort nieuwe oplossingen.” Ook vandaag de dag speelt de CEO een belangrijke rol bij de ontwikkeling en invoering van standaarden. Gorter de Vries: “Belangrijk is dat het topmanagement betrokken is bij de totstandkoming van standaarden. Zo werkt GS1 altijd met CEO’s die gezamenlijk de prioriteiten bepalen. Ook internationaal is er een organisatie, het Consumer Goods Forum, waar we als GS1 goed de vinger aan de pols houden. In die club zitten captains of industry uit de hele wereld. Die moeten er immers bij aanwezig zijn om afspraken te kunnen maken en draagvlak te creëren.”

DRAAGVLAK EN BUSINESS CASE

In gesprek gaan met concurrenten over het optimaliseren van logistieke processen kan gevoelige situaties opleveren. Gorter de Vries: “Dat is soms erg lastig. Maar partijen realiseren

zich tegelijkertijd dat het maken van afspraken over standaarden voor iedereen kostenbesparingen oplevert. Die motivatie maakt dat barrières geslecht kunnen worden en er draagvlak kan worden gecreëerd. Dat is immers cruciaal voor het welslagen van een standaard. Dat is ook het eerste dat we in kaart brengen bij de ontwikkeling van een nieuwe standaard. Zodra partijen de business case voor ogen hebben en zien wat een standaard hen kan opleveren, kan het snel gaan. Zo hadden bouwmarkten en hun leveranciers een probleem met retourzendingen. De standaarden om dat proces efficiënt in te richten waren er al en een groep retailers en leveranciers sloeg de handen ineen om deze toe te passen op deze problematiek. Binnen drie jaar was deze standaard effectief.” De volgende uitdaging ligt nu in de gezondheidszorg. Gorter de Vries: “Ook daar zijn partijen bezig het uniforme streepjescodesysteem in te voeren voor medische hulpmiddelen en geneesmiddelen. Hiermee, zo stellen wij, kan de helft van alle medicatiefouten worden voorkomen. Dit is kortom een enorme business case waar zorgpartijen zeer in geïnteresseerd zijn. Wat daarbij enorm zal helpen, is een stimulans vanuit de overheid.”

CONSUMENT NU VOOROP

De ontwikkeling van standaarden zal de komende jaren alleen maar sneller gaan, zo voorspelt Gorter de Vries. “Standaarden vormen meer en meer een basis voor innovatie. Naarmate de technologische mogelijkheden voortschrijden, neemt ook de behoefte aan standaardisering verder toe. In de Japanse metro staan plaatjes van producten op de muren. Die kun je met

GS1: DE ORGANISATIE

GS1 is een wereldwijde organisatie waar dertig sectoren en ruim 1,3 miljoen bedrijven in ruim honderd landen bij zijn aangesloten. De organisatie richt zich op het ontwerp en de invoering van standaarden op het gebied van identificatie en elektronische communicatie tussen bedrijven. GS1 is ontstaan door het samengaan in 2005 van de Amerikaanse Uniform Code Council (UCC), de Electronic Commerce Council of Canada (ECCC) en EAN International. GS1 Nederland, met zo’n negenduizend aangesloten bedrijven, werkt primair voor de sectoren Levensmiddelen (waaronder Groenten en Fruit) en drogisterij, Doe-het-zelf en tuin en Gezondheidszorg. Momenteel worden ook stappen gezet in de Mode en Bouw & Installatie.

WAT DOET DE ORGANISATIE?

je mobiele telefoon bestellen om ze vervolgens thuis te laten bezorgen. Het is een combinatie van informatie en gemak die we steeds vaker zullen zien en die alleen een vlucht kan nemen wanneer partijen uniforme codes afspreken met elkaar. Consumenten willen wel, zo merken we keer op keer. Sterker nog: was het een Albert Heijn in de jaren zeventig, het zijn nu de consumenten die op de troepen vooruit lopen.” —



ALGEMEEN DIRECTEUR
ALBERT HEIJN EN COO
AHOLD EUROPE

SANDER VAN DER LAAN:

“Onze grondlegger en visionair Albert Heijn haalde de barcode ruim 35 jaar geleden naar Nederland. Albert Heijn is er altijd voorstander van geweest om met de industrie samen te werken. Een goede samenwerking creëren en niet teveel kosten laten hangen in de keten. De implementatie van uniforme standaarden is daarin essentieel. Op die filosofie en gedachtegoed zijn wij verder gegaan.”

‘De behoefte aan aansluiting groeit’

———— **Standaardisatie heeft de Nederlandse economie veel gebracht. ‘Toch raakt het onderwerp onbegrijpelijk genoeg vaak in de vergetelheid,’ aldus Henk de Vries, universitair hoofddocent Normalisatie aan de Rotterdam School of Management (Erasmus Universiteit). En dat terwijl de toenemende verwevenheid van productieprocessen de behoefte aan aansluiting doet groeien. Een interview over trends, voordelen en gemiste kansen, en de rol die Nederland speelt op het wereldtoneel van standaardisatie.**

Welke trends signaleert u op het gebied van standaardisatie?

“Het onderwerp wordt steeds belangrijker. De voornaamste reden daarvoor is dat organisaties en sectoren zichzelf steeds minder als eilanden kunnen beschouwen. Iedere partij heeft vandaag de dag ook met een buitenwereld te maken. En dat betekent dat er meer en meer behoefte komt aan aansluiting. Zowel op technisch als op communicatief gebied. Normalisatie vormt daarvoor een belangrijke oplossing. Daarnaast zien we heel duidelijk de opkomst van Azië. De standaarden die daar tot voor kort werden gehanteerd, waren voornamelijk Europees en Amerikaans. Maar dat verandert. Azië gaat steeds meer zelf standaarden ontwerpen.”

U spreekt over normalisatie en niet over standaardisatie?

“Ja. De officiële term is normalisatie. Het woord standaardisatie – in de context van normalisatie – is een anglicisme. De echte Nederlandse betekenis van standaardisatie is ‘voor eigen gebruik keuzes maken uit een assortiment dat er al is’. Maar het begrip is zo ingeburgerd dat ik er geen moeite mee heb.”

Wanneer begon standaardisatie in Nederland vorm te krijgen?

“In de tijd van de hunebedden al, zo’n drieduizend jaar voor Christus, zien we de eerste vormen van normalisatie komen in de vorm van trechterbekers. Maar ook de VOC bedacht in de achttiende eeuw

normen voor haar schepen. Later, in de negentiende en twintigste eeuw kwamen er normen voor bruggenbouwers, textielabrikanten, enzovoorts. Men besloot in 1916 de krachten te bundelen en het Nederlands Normalisatie-instituut op te richten, inmiddels bekend onder de naam NEN. Nederland was daarmee het eerste land ter wereld met een zelfstandig normalisatie-instituut.”

Heeft Nederland die voortrekkersrol behouden?

“In zekere mate wel. We lopen voorop in de wereld als het gaat om normalisatie. Zo zijn we – zeker voor een klein landje als het onze – bijzonder actief binnen internationale organisaties voor normalisatie. Veel voorzitter- en secretarisfuncties in internationale normalisatiecommissies worden bijvoorbeeld vervuld door Nederlanders. Op die manier hebben we een stevige vinger in de pap.”

‘BEDRIJVEN LATEN VEEL KANSEN LIGGEN’

HENK DE VRIES
ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM

Wat heeft dat voor voordelen voor ons?

“We kunnen hierdoor bijvoorbeeld een sturende rol spelen bij het afspreken van internationale standaarden. En dat kan gunstig uitpakken voor de Nederlandse economie. Een voorbeeld. Nederland is groot op het gebied van kasbouw. We hebben immers het grootste kassengebied van de wereld. Eerst zijn Nederlandse normen voor tuinbouw-kassen gemaakt. Die zijn vervolgens op Europees niveau voorgesteld en daar met weinig wijzigingen aanvaard. Daardoor hoefden de Nederlandse kasbouwers weinig aanpassingen te doen. Zo namen

ze een voorsprong op bouwers uit andere delen van de wereld. Hetzelfde gold voor normen op het gebied van het bepalen van bodemvervuiling. Ook hiervoor zijn de Nederlandse normen overgenomen op Europees niveau. De Nederlandse bodemsaneerders hadden hier profijt van.”

Nederlanders zijn kortom goed in standaardisatie?

“Ja, we spelen een leidende rol op wereldniveau. Ook op het gebied van wetenschappelijk onderzoek naar normalisatie excelleert Nederland. Het onderwijs dat hier in Rotterdam wordt gegeven, wordt beschouwd als het beste ter wereld. Ook heeft Nederland veel goede organisaties op het gebied van kennis, certificatie en accreditatie. Ook daarin lopen we voorop.”

Vind u dat de Nederlandse bedrijven voldoende aandacht hebben voor standaardisatie?

“Nee. We doen als land veel goed op het gebied van normalisatie, maar er worden ook écht kansen gemist. Er bestaat bij Nederlandse organisaties veel terughoudendheid ten aanzien van het onderwerp. Niet alleen aan de kant van bestuurders, ook adviesbureaus lijken het onderwerp maar niet op de agenda te zetten. Hetzelfde geldt voor vakbonden. Zij zouden bijvoorbeeld kunnen pleiten voor normalisatie op het gebied van pensioenuitkeringen. Maar het onderwerp raakt vaak in de vergetelheid. En dat terwijl de business cases vaak zeer overtuigend zijn. Er is echter wel een langetermijnvisie nodig, plus een flinke dosis strategisch inzicht. Dat lijkt nogal eens te ontbreken. En dat is erg jammer. Er valt veel te winnen met normalisatie, en het zou jammer zijn als Nederland haar traditionele voortrekkersrol op dit gebied zou verliezen.”

Wat is voor u hét schoolvoorbeeld van standaardisatie?

“Dat is toch wel de A-serie van papierformaten. Die standaard dateert uit het Duitsland van de twintiger jaren. Het doel was om efficiënter om te gaan met

papier, en om afmetingen te hebben die passen in opbergmeubelen. A-nul begint met een vierkante meter. Het volgende formaat, A1, is de helft zo klein, A2 is weer de helft hiervan, enzovoorts. Deze standaard is wereldwijd overgenomen, met uitzondering van de Verenigde Staten.”

Wat zijn belangrijke voorwaarden om een standaard te doen slagen? Met andere woorden: hoe luidt de samenvatting van het handboek voor standaardisatie?

“We hebben een aantal eisen aan een goed werkende norm gesteld. In de eerste plaats moet er sprake zijn van een ‘afstemprobleem’. Het één past niet op het ander. Of dat nu techniek of communicatie betreft. Een tweede eis is dat de standaard herhaald kan worden toegepast. Hij moet kortom de nodige jaren mee kunnen gaan. Drie: partijen die met de nieuwe standaard te maken hebben, moeten er allemaal baat bij hebben. De vierde eis betreft het onderwerp ‘draagvlak’. Het is belangrijk dat de besluitvorming op basis van consensus plaatsvindt en dat de gebruikers de standaard zien zitten. De laatste eis – een heel belangrijke – gaat over het feit dat de nieuwe standaard aansluiting moet vinden in de omgeving. Soms dienen bestaande systemen te worden aangepast om de nieuwe standaard goed te laten werken.”

Tot slot: kunt u een standaard noemen die volgens u mislukt is?

“De euro. Dat komt vooral omdat aan twee van de hierboven genoemde voorwaarden niet werd voldaan. Er was weinig draagvlak voor, en de euro sloot niet aan op nationale technische en bestuurlijke systemen die al bestonden. Nu pas is men bijvoorbeeld bezig het Europees betalingsverkeer aan te passen aan deze munt. Dat had veel eerder moeten gebeuren.” —

Gebaat bij de barcode

Indirecte netto baten
0,15%

1971
(business case)

0,92%
van de omzet

0,77%
Directe netto baten

De Franse organisatie van GS1 (One Global Standard) wees in 2007 op onderzoeken van McKinsey en PriceWaterhouseCoopers naar de baten van invoering van de streepjescode. Vóóraf (in 1971) schatte McKinsey de baten voor de retailsector op een niet te versmaden 0,92% van de omzet. Onderzoek door PriceWaterhouseCoopers in 1997 naar de werkelijk gerealiseerde baten kwam op het zesvoudige uit. Volgens GS1 Frankrijk bespaarden de top-100 retailbedrijven hiermee wereldwijd 150 miljard euro. (Bron: ‘11.150 billion reasons to say thank you’, GS1 Frankrijk 2007)

Indirecte netto baten
2,89%

1997
(behaald)

5,69%
van de omzet

150
miljard euro

2,8%
Directe netto baten

‘IN DE HAVENS KAN NIEMAND OM
DE BUSINESS CASE HEEN’

case
3





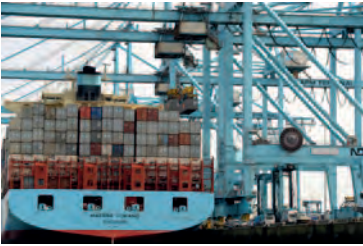
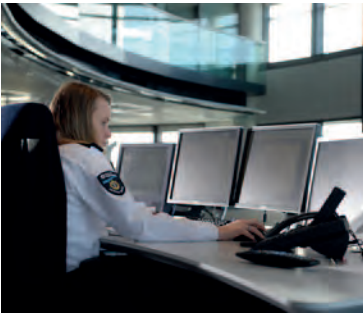
23.

IWAN VAN DER WOLF
DIRECTEUR PORTBASE

‘We besparen wekelijks een 40-voet container aan papier’

Het Rotterdamse bedrijf Portbase stroomlijnt informatie ten behoeve van alle logistieke partijen in de Nederlandse havens. Directeur Iwan van der Wolf legt zijn klanten een klinkende business case voor. Standaardisatie van communicatiestromen levert jaarlijks besparingen op van honderden miljoenen euro's. Doen dus, zou je zeggen.





—— Rederijen, binnenvaart-operators, cargadoors, douane, importeurs, exporteurs, terminals en wegvervoerders vormen slechts een greep uit de partijen die dagelijks betrokken zijn bij het transport door de Nederlandse havens. Al deze partijen moeten met elkaar communiceren en elkaar op de hoogte stellen van relevante data als aankomsttijd van het schip, de inhoud, de lading, enzovoorts. Met zo'n 33 duizend zeeschepen en ruim 110 duizend binnenvaartschepen die jaarlijks alleen al de Rotterdamse haven aandoen, zijn de data- en informatiestromen die dagelijks tussen de partijen rondzoemen dan ook talloos.

VERBINDINGS—OFFICIER

Portbase kanaliseert al deze informatiestromen en vervult als het ware de rol van verbindings-officier voor al deze partijen. Stroomlijnen, sorteren en toegankelijk maken van deze data is de kerntaak van deze organisatie. Het gebruik van standaarden is hierbij sinds jaar en dag een onmisbaar gegeven. Portbase directeur Iwan van der Wolf legt uit: “In de haven wordt van oudsher al met talloze standaarden gewerkt. Zowel nationale als internationale. En er komen er steeds nieuwe bij. Niet alleen omdat de havens in de loop van de tijd zijn gegroeid en er meer behoefte is gekomen aan structuur en overzicht, maar ook omdat de voortschrijdende technologie steeds meer mogelijk maakt. Zo hebben we sinds kort een exportmanifest opgesteld voor rederijen en cargadoors. Deze kunnen nu via de service ‘melding lading export EDI’ eenvoudig hun uitgaande douanemanifesten indienen bij de douane. Hierdoor hoeft de reder

of cargadoor geen dure aanpassingen aan zijn IT-systemen te doen. Dat hebben wij met dit manifest voor hem opgelost.”

BESPARINGEN

Invoeren van dergelijke standaarden levert aanzienlijke besparingen op. “We hebben uitgerekend dat als gevolg van één van onze services er wekelijks een 40-voet container aan papier wordt bespaard,” vertelt Van der Wolf. “En dan hebben we het alleen nog maar over een besparing van één van de ruim veertig diensten die we aanbieden aan in totaal 2.300 bedrijven.” De besparingen reiken bovendien veel verder dan papier alleen. Van der Wolf: “Standaarden zorgen er daarnaast voor dat er minder fouten worden gemaakt omdat er eenvoudigweg minder handmatige acties hoeven worden gedaan. Een proces wordt hierdoor veel beter gestroomlijnd en de kans op fouten is minimaal.”

BUSINESS CASE

Om zicht te krijgen op de omvang van besparingen die kunnen worden gerealiseerd als gevolg van standaardisatie en interoperabiliteit (het vermogen van systemen om met elkaar te communiceren), heeft Portbase de business cases van haar dienstverlening nauwgezet in beeld gebracht. Van der Wolf: “We doen bijna zestig miljoen transacties per jaar. Als we die middels standaardisering efficiënter kunnen maken, winnen onze klanten daar veel mee. Daar waren we zeker van. Hoeveel precies, dat wilden we graag uitzoeken. We hebben voor al onze ruim veertig diensten dan ook business cases gemaakt. En de toegevoegde waarde van deze

services en het gebruik van standaarden blijkt enorm. Een zeer conservatieve berekening laat zien dat deze 140 miljoen euro aan besparingen op jaarbasis opleveren voor onze klanten. Hierbij worden bijvoorbeeld voordelen voor overheden en kwaliteitsverbeteringen in de logistieke ketens nog niet meegenomen. Wanneer je deze wel meeneemt, zou dit bedrag wel eens drie keer zo groot kunnen zijn.” Voorwaarde voor het creëren van een standaard is wel dat partijen samenwerken en in ieder geval een deel van hun data openstellen voor anderen. “Sommige partijen vinden dat lastig,” ervaart Van der Wolf. “Temeer omdat ze hun informatie dan delen met concurrerende bedrijven. Die vragen zich af: ‘Is het wel veilig en verstandig om dit te doen?’ Portbase legt de verantwoordelijkheid van het delen van data daarom volledig bij de klant zelf neer. De klant bepaalt zelf welke data hij openstelt voor anderen. Als het goed is, levert het uiteindelijk voor alle deelnemende partijen veel op. Niemand kan om de business case heen.”

STANDAARDISATIE: WAT LEVERT HET OP?

Standaardisatie van communicatie- en informatieprocessen in de Nederlandse havens levert volgens Portbase op dit moment jaarlijks minstens 140 miljoen euro aan besparingen voor haar 2.300 klanten op. Dat is gemiddeld ruim zestigduizend euro per klant per jaar. Daarbij zijn de besparingen bij de overheid en de kwalitatieve verbeteringen in de logistiek niet meegerekend. Doen we dit wel dan gaan de besparingen mogelijk met een factor drie omhoog.

NIEUWE KANSEN

Het ontsluiten van data afkomstig van verschillende partijen biedt – afgezien van het feit dat de informatieoverdracht veel efficiënter en duurzamer is – soms ook nieuwe kansen. Van der Wolf: “Zo worden partijen in de spoorwegsector – denk aan Prorail en Keyrail – nu door de overheid verplicht gesteld om middels een standaard gevaarlijke ladingen in wagons weer te geven. Straks zijn al deze data dus ondergebracht in één systeem. En er zijn tal van partijen die hun voordeel kunnen doen met data over gevaarlijke ladingen. Hiermee kunnen ze bijvoorbeeld betere laadlijsten samenstellen, de treinsamenstellingen optimaliseren, de indeling op rangeerterreinen verbeteren, enzovoorts. Ineens vorm zo'n nieuwe informatie-uitwisseling en standaard dan de basis voor nieuwe business.”

DRAAGVLAK

Cruciaal voor het welslagen van een standaard is de omvang van het draagvlak. Van der Wolf: “In je eentje kun je niet faxen, zo zeg ik altijd. Een standaard wordt pas interessant als die door een grote groep wordt gedragen en nageleefd. Alles staat of valt kortom met de dekingsgraad ervan. Je moet minimaal zo'n zestig procent van de markt meekrijgen. Dan zit je goed en volgen er vanzelf meer partijen. We vonden het daarbij belangrijk om alle rederijen - 250 in totaal – aan boord te krijgen. Dat is gelukt door veel te duwen en te trekken en erop te blijven hameren dat standaardisatie enorme kostenbesparingen oplevert. Het feit dat de business case zo overtuigend is, helpt dan enorm.”

RENDERENDE INVESTERING

Een klinkende business case op papier is één, het doorvoeren van standaardisatie in de praktijk is toch nog weer een heel ander verhaal. “Invoering van een nieuwe standaard vraagt ook om veranderingen in de organisatie,” vertelt Van der Wolf. “Mensen en afdelingen moeten opeens op een andere manier gaan werken en dat vraagt niet zelden om een cultuuromslag. Het kost kortom tijd, geld en inspanningen om een standaard operationeel te krijgen. Maar nogmaals: het rendement is hoog.” De investeringen die bedrijven moeten doen om te kunnen werken, vormen dan ook een belangrijke belemmering voor het slagen ervan. Van der Wolf: “Om een standaard van de grond te krijgen, heb je een lange adem nodig. Zo zijn we in 2004 al van start gegaan met warm maken van partijen voor een nieuwe standaard voor het voormelden van ladingen van binnenvaartschepen. Pas nu wordt deze standaard door het merendeel van de markt ingevoerd. Daar heeft dus acht jaar tussen gezeten die voornamelijk nodig zijn geweest om partijen te overtuigen van het nut ervan. Ondanks het feit dat ook hier de business case zeer overtuigend is. Men ziet zo'n standaard aanvankelijk toch schoorvoetend tegemoet omdat de belangen groot en vaak tegenstrijdig zijn, er aanpassingen nodig zijn in de organisatie, enzovoorts. Bovendien levert zo'n standaard niet volgende week al rendementen op. Maar wie de blik iets verder werpt, kan niet anders dan concluderen dat standaarden lonen. De kosten gaan weliswaar voor de baten uit. Maar de baten zijn groot.” —

PORTBASE: DE ORGANISATIE

Portbase is een organisatie met 73 medewerkers (fte) die informatie stroomlijnt ten behoeve van alle logistieke partijen in de Nederlandse havens. De organisatie is voortgekomen uit het Rotterdamse Port Infolink en het Amsterdamse PortNET. Portbase is in 2009 opgericht door Havenbedrijf Rotterdam en Haven Amsterdam en heeft de brede steun van het havenbedrijfsleven. Het bedrijf heeft als ambitie om via één loket de logistieke ketens van de Nederlandse havens zo efficiënt mogelijk te maken. Portbase biedt meer dan veertig verschillende services voor efficiënte informatie-uitwisseling tussen bedrijven en overheden en tussen bedrijven onderling. Er zijn 2.300 bedrijven en meer dan tienduizend gebruikers aangesloten bij Portbase.



MANAGING DIRECTOR
HAPAG-LLOYD BENELUX

ALBERT THISSEN:

“In de logistiek heb je te maken met een groot aantal spelers die elk verschillende rollen vervullen. Voor een goede communicatie in die keten zijn standaarden onontbeerlijk. Via Portbase kunnen de rederijen hun eigen standaarden gebruiken om met de overheid en alle partijen in de logistieke keten efficiënt informatie uit te wisselen.”

‘ÉÉN DIGITAAL WERKBRIEFJE VOOR AL HET UITZENDWERK’





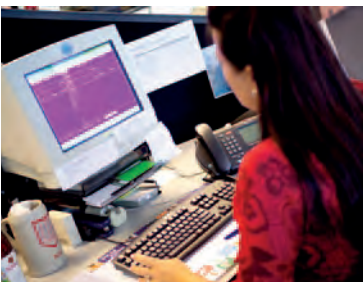
29.

HANS WANDERS

VOORZITTER STICHTING ELEKTRONISCHE TRANSACTIES UITZENDBRANCHE (SETU)

‘Concurrenten delen kennis, maar de taart wordt groter’

Uitzendorganisaties en inleners van flexibele arbeid kunnen dankzij standaarden in deze branche sinds een paar jaar sneller en beter met elkaar communiceren. Dat is handiger en goedkoper. Het vraagt wel van deelnemers dat ze gaan concurreren op de kwaliteit van hun dienstverlening en niet langer op de efficiency van hun backoffice. De Stichting Elektronische Transacties Uitzendbranche (SETU) zorgt voor standaardisatie van het elektronisch berichtenverkeer in de branche van flexibele arbeid. SETU-voorzitter Hans Wanders vertelt hoe concurrerende partijen zo ver kwamen.



—— ‘Een prachtig voorbeeld van slimme digitale samenwerking,’ zo sprak staatssecretaris Heemskerk in 2009 toen de SETU (Stichting Elektronische Transacties Uitzendbranche) de nieuwe open standaard voor de uitzendbranche symbolisch aan hem overhandigde. Daarmee was het de uitzendbranche gelukt om als een van de eerste brancheorganisaties een open ‘business ready’ standaard af te spreken met de overheid. Ook toonde de branche moed door de backoffice-processen deels te standaardiseren waarmee een eventueel concurrentievoordeel kwam te vervallen.

DEZELFDE TAAL SPREKEN

De SETU heeft inmiddels verschillende standaarden geïntroduceerd voor de uitzendbranche om de communicatie en werkstromen tussen inlener en flexaانبieder te vereenvoudigen. “Van aanvraag en opdrachtbevestiging tot en met urenbriefje en facturering: veel informatie tussen afnemers en aanbidders van flexibele arbeid kan tegenwoordig langs digitale weg worden uitgewisseld. De verwerking verloopt sneller, de kans op fouten is kleiner en er is aanzienlijk minder administratieve rompslomp. Maar dan helpt het wel dat de systemen van de verschillende partijen dezelfde taal spreken en met elkaar kunnen ‘samenwerken’. De SETU-standaarden maken dit mogelijk,” vertelt Hans Wanders, Chief Information Officer van Randstad en tevens voorzitter van de SETU.

TIJD VOOR ÉÉN STANDAARD

In 2007 was het de ABU (uitzendbrancheorganisatie) die besloot tot de oprichting van de SETU.

Wanders: “Het was tijd voor een gemeenschappelijke standaard. Inleners beschikten vaak over een ander administratief systeem dan flexaانبidders waardoor het voor inleners nodig was de urenbriefjes, facturen, enzovoorts, handmatig op te sturen naar de betreffende uitzendorganisatie. Grote inleners werken echter met meerdere flexleveranciers en hebben geen zin om op vrijdagmiddag de gewerkte uren goed te keuren in verschillende systemen van de verschillende uitzendorganisaties. Liever voeren ze de urenadministratie in hun eigen systeem in, en sturen de gewerkte uren van daaruit naar de verschillende uitzendbureaus. Met de komst van de SETU-standaarden kan dat veel sneller omdat iedere aangesloten uitzendorganisatie nu dezelfde berichtenstandaard kent.”

DIGITALE URENBRIEFJE

Het digitale urenbriefje, ofwel de ‘Standard for Reporting Time & Expenses’, is de meest gebruikte SETU-standaard. Wanders: “Afnemers en aanbidders van flexibele arbeid die software gebruiken die op deze standaard is gebaseerd, kunnen moeiteloos informatie met elkaar uitwisselen. Op basis van deze versie zijn er in Nederland nu al verschillende softwareprogramma’s op de markt gekomen die gebruikers in staat stellen hun urenbriefjes elektronisch aan elkaar toe te sturen.”

EÉN FORMAAT VOLDOET

Daarnaast heeft de SETU ook een standaard voor facturering, en een voor de aanvraag en selectie van uitzendkrachten: de SETU Standard for Ordering and Selection. “Deze bevat berichten voor de aanvraag en de selec-

tie van uitzendkrachten,” licht Wanders toe. “Het aanvraagbericht beschrijft welke positie de inlener ingevuld wil zien door de intermediair, inclusief omschrijving van de functie, begin- en einddata, vereiste competenties en contactgegevens.” Kort geleden heeft SETU een nieuwe open standaard voor het uitwisselen van vacatures aan haar repertoire toegevoegd. Wanders: “Die is het gevolg van een publiek-private samenwerking tussen UWV WERKbedrijf, de ABU en SETU. Deze standaard maakt het makkelijker voor werkzoekenden om vacatures te vinden omdat deze sneller en breder worden verspreid op de markt. Het voordeel van deze standaard is dat uitzendbureaus voortaan niet langer verschillende formaten van de vacatures aan verschillende jobboards hoeven te leveren. Eén formaat voldoet. Dat scheelt tijd en geld.”

KOSTELOOS EN VOOR IEDEREEN

De standaarden van de SETU zijn open standaarden. Wanders: “We doen dat bewust. Een open standaard is kosteloos en van en voor iedereen. Dat vinden we belangrijk. Wie wil kan een bijdrage leveren aan de standaard; de SETU houdt de ontwikkeling ervan in de gaten. Aangezien de overheid – als groot afnemer van flexarbeid én als voorstander van het gebruik van open standaarden – een belangrijke speler is voor uitzendbureaus, lag het voor de hand dat ook wij met open standaarden zouden werken.”

GROTERE TAART

De totstandkoming van de SETU-standaarden nam, net als bij de meeste standaarden, de nodige

tijd in beslag. Wanders: “Er was al het nodige voorwerk gedaan in de vorm van Plein-U, een standaard voor de uitzendbranche die in 2004 was opgesteld. De SETU gaat echter een stap verder. En uitzendorganisaties waren niet gewend samen te werken. Er was dan ook aardig wat lobbywerk voor nodig om Raden van Bestuur te overtuigen van het nut ervan. ‘We moeten kennis met elkaar delen, maar hierdoor maken we de totale taart groter’, zo luidde ons argument. Uiteindelijk was men redelijk snel overtuigd van het nut ervan. Het probleem was altijd dat inleners van flexibele arbeid terughoudend waren om hun systeem aan te passen aan dat van een flexleverancier. Een inlenende partij wil zich immers niet binden aan slechts één uitzendorganisatie. ‘We kunnen ons systeem wel aanpassen aan dat van Randstad, Adecco, of welke partij dan ook, maar als we straks met een andere uitzendorganisatie in zee willen gaan, hebben we een probleem’, zo werd gedacht. Het was vooral dit dilemma dat de besturen van de grote uitzendorganisaties deed besluiten om te komen tot één gemeenschappelijke elektronische standaard voor de uitzendbranche. Zodra die er zou zijn, zouden inleners hun systeem wel willen aanpassen, zo luidde de gedachte. En de praktijk heeft dit inmiddels ook uitgewezen. Steeds meer uitzendorganisaties en inleners nemen de standaard over waardoor er makkelijker en vaker kan worden samengewerkt.”

BESPARINGSTOOL

Harde cijfers over wat de standaarden de sector opleveren, heeft de SETU niet. Wanders: “Dat heeft alles te maken met het feit dat het een open standaard betreft. Een open standaard

is publiek beschikbaar en kan door iedereen gebruikt worden. We hebben hierdoor geen overzicht van de hoeveelheid gebruikers en de kosten die het hen bespaart. Maar dat het tijd en geld scheelt, is overduidelijk. Op de site van de SETU staat een besparingstool waarmee bedrijven een indicatie kunnen krijgen van de besparingen.”

PRAKTISCH ZIJN EN KLEINE STAPPEN ZETTEN

Cruciaal in het traject om te komen tot een standaard, zo benadrukt Wanders, is om vooral concreet aan de slag te gaan. “Zorg ervoor dat je begint met een standaard die snel kan worden gebruikt door partijen in de markt en die snel resultaat oplevert. Maak het kortom concreet door alvast te werken met partijen die staan te trappelen om ermee aan de slag te gaan. Bij ons was dat de Belastingdienst. We hebben onze planning hier ook op aangepast. Begin dus klein en breid pas in een later stadium de standaard verder uit. Een van de grootste valkuilen is mijns inziens om een allesomvattende standaard te willen maken voor iedereen. Dat kan niet. Het invoeren van een standaard is vooral een kwestie van praktisch zijn en kleine stapjes zetten.” —

SETU: DE STICHTING

De Stichting Elektronische Transacties Uitzendbranche (SETU) is in 2007 opgericht door de ABU (Algemene Bond Uitzendondernemingen) met als doel de systemen en bestanden in de branche voor flexibele arbeid met elkaar te kunnen laten communiceren. Hierdoor kunnen partijen in deze sector goedkoper en efficiënter werken. De SETU draagt in Nederland zorg voor standaardisatie van elektronisch berichtenverkeer daar waar het gaat om informatie-uitwisseling over flexibele arbeidskrachten. De stichting is verantwoordelijk voor de ontwikkeling en het beheer van open standaarden en zorgt ervoor dat deze standaarden aansluiten bij de behoeftes van haar gebruikers.



ALGEMEEN DIRECTEUR
RANDSTAD NEDERLAND

CHRIS HEUTINK:

“In de SETU-standaard zijn alle technische aspecten van het berichtenverkeer branchebreed vastgelegd. Hierdoor kon Randstad haar focus verleggen naar het inrichten van de klantprocessen. Door deze maximaal digitaal te maken, bieden we hen transparantie en gemak en investeren we in duurzame klantrelaties.”

Standaardisatie als strategische component

De voorbeelden in deze publicatie tonen aan hoe het gebruik van standaarden in elke sector leidt tot meer efficiëntie: vanaf landbouw en transport tot en met de detailhandel.

Standaardisatie is niet voor niets een van de hoofdpijlers van onze Digitale Agenda voor Europa. Ik wil dat alle industriële sectoren de standaarden ontwikkelen die zij nodig hebben om beter te kunnen concurreren. Dat is waarom de EU haar standaardisatiebeleid heeft gewijzigd zodat voor openbare aanbestedingen gebruik kan worden gemaakt van de door industriële fora en consortia ontwikkelde ICT-standaarden. Bovendien zal een Europees multi-stakeholderplatform voor ICT-standaardisatie, bestaande uit Europese industriebonden en het maatschappelijk middenveld, lidstaten en standaardisatieorganisaties advies uitbrengen over alle beleidszaken die rond ICT-standaardisatie spelen. Hierdoor

heeft Europa toegang tot alle standaarden en specificaties die vereist zijn voor adequate interoperabiliteit en kan het de concurrentiekracht van iedere tak van industrie een verdere impuls geven.

Verder wil ik dat overheidsinstanties beter gebruik maken van standaarden, zodat zij de burger betere service tegen lagere kosten kunnen bieden.

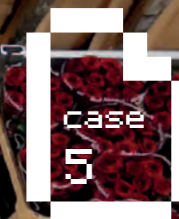
Om te beginnen zullen wij richtlijnen vaststellen voor overheidsinstanties zodat zij beter gebruik maken van standaarden om 'lock-in' te verminderen en efficiëntie te verbeteren.

Ten tweede willen wij pan-Europese interoperabele eGov-diensten ontwikkelen, zoals e-Herkenning en e-Aanbesteding, zodat Europese burgers en ondernemingen, waar ze zich ook in Europa bevinden, makkelijker kunnen reizen, handeldrijven en transacties verrichten.

Een en ander kan gemeenschapsgeld besparen, overheidsinstanties flexibeler en toekomstbestendiger maken en nieuwe en nuttige diensten voor de burger opleveren.

Nadenken over standaardisatie kan niet worden uitgesteld tot het einde van het proces: het is een strategische component die van belang is voor het gehele proces en op elk niveau. Er is langetermijnplanning nodig voor de eventuele nieuwe diensten die overheden willen aanbieden; er moet goed geëvalueerd worden hoe de bestaande ICT-voorzieningen dienen te worden aangepast om deze diensten te kunnen bieden; en er dient te worden bepaald welke standaarden eraan bijdragen om deze diensten efficiënt te kunnen aanbieden: zo kunnen we in samenwerking met ICT-leveranciers tot nuttige innovaties komen. En dan kunnen we voor de overheidssector – en voor elke andere sector – dezelfde standaardisatievoordelen realiseren waarvan zoveel anderen al de vruchten plukken.

'DIGITALE WERELDHANDEL IN BLOEMEN EN PLANTEN'



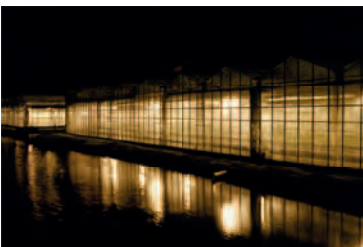
37.

HENK ZWINKELS
PROJECTLEIDER FLORECOM

‘We willen regisseur worden van de digitale wereldhandel’

Florecom stelt zich op als internationale wegbereider van standaarden voor de wereldwijde bloemen- en plantensector. ‘Geen land weet zoveel van bloemen en planten als Nederland. En die leidende rol willen we ook hebben als het gaat om digitale informatie-uitwisseling,’ aldus projectleider Henk Zwinkels.





———“De Nederlandse tuinbouwsector wil regisseur worden van de digitale wereldhandel in tuinbouwproducten. Niet alleen kan dit bijdragen aan verbeterde producten en diensten van individuele ondernemers, maar het versterkt ook onze internationale concurrentiepositie,” zegt Henk Zwinkels, projectleider bij Florecom, de organisatie die zich samen met haar leden richt op het ontwikkelen, beheren en toepassen van standaardberichten en codes in de sierteelt. In 2015 moet die rol zijn gerealiseerd op Europees niveau, zo luidt de ambitie van Tuinbouw Digitaal, een platform waarin verschillende keteninformatieorganisaties, waaronder Florecom, plus het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I) en het Productschap Tuinbouw de krachten hebben gebundeld. En in 2020 op mondiaal niveau. Zwinkels: “Dat betekent dat ook wij als Florecom, dat zich richt op de bloemen- en plantensector, leidend moeten worden op dit gebied.”

LAGERE KETENKOSTEN

“Met een nog efficiënter logistiek proces is in de sector een besparing van 50 tot 150 miljoen euro haalbaar mits goede digitale informatie beschikbaar is en mits deze informatie wordt toegepast,” vertelt Zwinkels. “Het gebruik van standaardberichten maakt deze digitale informatie-uitwisseling mogelijk tegen de laagst mogelijke ketenkosten.” Florecom is verre van debutant als het gaat om het doorvoeren van standaarden. Zwinkels: “We houden ons daar al twee decennia mee bezig. En nu willen we dat een stapje verder brengen door ook op internationaal niveau het voortouw te nemen. Dat betekent dus dat er inter-

ationale standaarden moeten komen. En daar zijn we druk mee bezig.”

INTERNATIONAAL GEACCEPTEERD

Als basis voor het bouwen van nieuwe standaarden hanteert Florecom de bestaande standaarden van UNCEFACT (Verenigde Naties). Zwinkels: “Dit zijn generieke wereldwijde standaarden voor het verbeteren van informatieprocessen voor handels-, overheids- en administratieve organisaties zodat deze hun producten en diensten makkelijker kunnen uitwisselen. Florecom neemt deze standaarden als uitgangspunt en past ze zo nodig aan voor bedrijven in de sierteelt wereldwijd. We bouwen bewust niet zelf een nieuwe standaard omdat deze bestaande al geaccepteerd wordt als internationale standaard.”

‘GEMENGDE BOEKETTEN’

Een van de UNCEFACT-standaarden die Florecom heeft aangepast, is de standaard voor elektronisch factureren. Zwinkels: “De generieke standaard heeft bijvoorbeeld niet de opties om ‘gemengde boeketten’ op te nemen. Maar een handelaar die boeketten exporteert naar het buitenland moet precies aangeven welke bloemen er in dat boeket zitten. De douane en de autoriteiten die controleren of zich schadelijke organismen bevinden in planten die over de grenzen gaan, willen dat weten. De samenstelling van boeketten staat al jarenlang vermeld op paklijsten en dat moet nu dus ook elektronisch kunnen. Dat passen we dus aan in deze standaard. Binnen UNCEFACT werken we samen met de belangrijkste landen voor de land- en tuinbouw wereldwijd. Frankrijk, Nieuw-

Zeeland en Australië hebben al aangegeven dat ze deze standaard graag willen gaan gebruiken. En dat geldt overigens niet alleen voor de bloemen- en plantensector. Ook andere tuinbouwsectoren kunnen deze standaard straks overnemen.”

VRAAG EN SAMENSPEL

Het maken van een standaard is één, het toegepast krijgen ervan is weer een ander verhaal, zo benadrukt Zwinkels. “Het introduceren van een standaard is vooral een kwestie van vraag en samenspel. Wij bedenken niet zelf dat er een standaard moet komen. Die vraag ontstaat vanzelf vanuit de markt. Er is altijd sprake van een latente behoefte. En hoe groter en breder die behoefte, hoe sneller en makkelijker een standaard wordt overgenomen. Zo hebben wij in het begin van de jaren negentig een standaard ontwikkeld voor elektronische klooktransacties. Het merendeel van de snijbloemen wordt immers via het proces van de veilingklok verhandeld. Met deze standaard ontvangen de handelaars binnen een minuut na het kopen van een partij de gegevens ervan in hun mailbox. Dit bericht kan vervolgens automatisch worden ingelezen in hun softwarepakketten. Het hele proces – van het bedenken en ontwerpen van de standaard tot en met de volledige implementatie ervan – duurde tien jaar, maar toen werd deze door nagenoeg honderd procent van de bedrijven in de sierteelt toegepast. Tegelijkertijd hebben we ook een standaard geïntroduceerd voor een elektronische aanvorderbrief waarmee de informatie van de kweker op een digitale manier terechtkomt bij de veiling. In één oogopslag is hiermee duidelijk over welke bloemen het gaat, hoeveel het er zijn, wat de kenmerken ervan zijn – inclusief

een digitale foto – enzovoorts. En al deze informatie kan ook direct beschikbaar worden gemaakt voor webshops van exporteurs. Ook dit proces nam tien jaar in beslag en ook deze standaard wordt nu door iedereen toegepast.”

SNELLE EN BREDE ACCEPTATIE

Eén ding hadden deze standaarden gemeen. “De vraag naar een dergelijke oplossing zong al rond in de markt,” legt Zwinkels uit. “De meerwaarde ervan was voor alle betrokkenen dan ook meteen duidelijk. Men had er direct profijt van. De veilingen hadden er bovendien zelf belang bij en maakten er werk van om de standaarden te promoten. Aanvankelijk via een bonusregeling, in een later stadium via een malusregeling. De veilingen hadden bovendien voorzieningen getroffen voor telers die niet met een computer konden of wilden werken. Zij konden hun orders eenvoudigweg doorbellen aan een callcenter dat de informatie vervolgens in het digitale systeem zette. Dat alles heeft meegewerkt om de standaard snel en breed geaccepteerd te krijgen.”

DIGITAAL HANDJEKLAP

Anders was dat bij de standaard die het bemiddelingsproces – het ‘handjeklap’ – tussen kwekers en handelaars vereenvoudigt. Zwinkels: “Zowel van de kant van Florecom als van de kant van de veilingen zijn er in het verleden projecten opgestart om dit proces te digitaliseren. Er wordt namelijk erg veel heen en weer gebeld, gefaxt en gemaïld om tot afspraken te komen over de exacte specificaties van de partij, denk aan de samenstelling van

een boeket, de hoogte van de plant, de kleur van de pot, of om een ‘centje’ van de prijs af te krijgen. Technisch gezien is het niet ingewikkeld om hier een standaard voor te bouwen. Maar om deze ook daadwerkelijk toegepast te krijgen, is aanzienlijk lastiger. Deze standaard bestaat nu sinds tien jaar, maar wordt slechts door de helft van de markt gebruikt. De andere helft is nog terughoudend. Dat heeft alles te maken met het feit dat deze standaard – in tegenstelling tot die voor de kloktransacties en elektronische aanvorderbrief – wél ingrijpt in de dagelijkse werkprocessen. De teler bevindt zich vaak in de kas en vindt het eenvoudiger om een telefoontje te plegen naar de handelaar dan dat hij achter zijn computer kruipt.” Inmiddels heeft een grote groep handelaars in planten en een grote groep kwekers toegezegd vanaf 2013 honderd procent digitaal te willen gaan werken. Zwinkels: “Daarmee komt de acceptatie van deze standaard nu eindelijk in een stroomversnelling terecht. En hoe meer er gebruik van maken, hoe nuttiger de standaard wordt voor iedereen.”

PAPERLESS TRADE

In 2015 moeten de internationale standaarden voor de bloemen- en plantensector, gebaseerd op UNCEFACT, een feit zijn. Zwinkels: “Dat gaat lukken. Temeer omdat het ministerie van EL&I zitting heeft in een commissie van UNCEFACT die hierover gaat. Nederland zit er kortom bovenop. In 2015 hebben we alle documenten gedigitaliseerd die nodig zijn voor bedrijven in deze wereldwijde sector die internationaal zakendoen. Daarmee is een belangrijke stap gezet naar de zogenaamde ‘paperless trade’. Hiermee kunnen internationale

FLORECOM: DE ORGANISATIE

Florecom is een non-profit organisatie die berichtstandaarden ontwikkelt op het gebied van commercie, logistiek en financiën voor partijen in de sierteeltketen. Dit doet ze om handelaars, kwekers en veilingen te ondersteunen. Samen met de ketenpartners ondersteunt Florecom de digitale keten, en zorgt het er middels het ‘Test Centre en de Software Development Kit (SDK)’ voor dat de toepassing van standaarden eenvoudig en versneld kan plaatsvinden.

bedrijven en overheden in onze sector straks niet alleen sneller en efficiënter zakendoen met elkaar, ook zijn ze hiermee voorbereid op klanten die van hun leveranciers eisen dat ze alle uitwisseling van data en informatie voortaan papierloos afhandelen. Want die vraag ligt op de loer.” —

VOORZITTER
GREENPORT HOLLAND

LOEK HERMANS:

“Onze leidende positie op de wereldmarkt bouwen we uit door onze internationale digitale standaardisatie. Dat legt het fundament voor succesvolle innovatie door de bedrijven in onze sector.”

ELEKTRONISCH FACTUREREN KAN DE BOUW
300 MILJOEN OPLEVEREN'



43.

JOPPE DUINDAM
SENIOR BELEIDSMEDEWERKER BOUWEND NEDERLAND

‘Standaardisatie dwingt volwassenheid van de organisatie af’

De bouwsector heeft ten opzichte van veel andere sectoren een achterstand als het gaat om standaardiseren van artikelen en processen. Maar als het aan brancheorganisatie Bouwend Nederland ligt, gaat dit veranderen. Standaardisatie van het inkoop- en facturatieproces is inmiddels een feit.





———“De deurklink die u op deze deur ziet zitten, kan ik bij wel tien verschillende leveranciers bestellen. Maar ik krijg dan wél tien keer te maken met een ander artikelnummer. En dat is uiterst onhandig.” Aan het woord is Joppe Duindam, die binnen Bouwend Nederland verantwoordelijk is voor ICT in de bouw. “Onze taak is in de loop der jaren veranderd van het stimuleren van ICT-gebruik in deze sector naar het zoeken van ICT-oplossingen voor vragen en problemen van leden die ze niet alleen kunnen oplossen. Standaardisatie maakt daarvan een belangrijk onderdeel uit. In de bouw zijn veel procedures en bijvoorbeeld coderingen van artikelen versnipperd van aard. Om die reden heeft de Installatiesector allang een centrale database opgesteld waarin zes miljoen artikelen zijn gecodeerd. Binnen de bouw is zo’n database er nog niet. Deze sector loopt nu eenmaal niet voorop als het gaat om het gebruik van IT ten behoeve van standaardi-

SECTORBREDE REALISATIE

De kost gaat voor de baat uit. Bouwend Nederland was bereid te investeren in uitvoering van het project elektronisch factureren. Uit onderzoek bleken niet alleen de grote potentiële baten van elektronisch factureren, maar ook dat 58 procent van de leden op voorhand al voor een dergelijk systeem was. Omdat sectorbrede realisatie voorwaarde is voor een succesvolle introductie, is steun gezocht (en gevonden) bij de koplopers onder de leden en bij belangrijke partners, waaronder softwareleveranciers, toeleveranciers en opdrachtgevers.

sering. De afgelopen twintig jaar hebben partijen gedacht dat we standaardisering in deze sector wel aan de markt konden overlaten, maar dat is niet gelukt. En die versnippering is nu een serieus probleem geworden.”

GEZAMENLIJK PLATFORM

Standaardisering is typisch een proces dat individuele ondernemingen niet alleen afkunnen. Daarvoor is een platform nodig met gezag en visie dat het gezamenlijk belang op korte en lange termijn kan behartigen. Sinds enige tijd is Bouwend Nederland dan ook nadrukkelijker bezig geweest met het stimuleren van standaarden binnen de bouw. Duindam: “Wij willen het voortouw nemen in deze en zo nodig een coördinerende rol spelen, maar we willen niets opleggen. Dat werkt niet in deze sector.”

PAPIER LEIDT TOT FOUTEN

Een van de standaarden waarvoor Bouwend Nederland een van de initiatiefnemers is geweest, is S@les in de Bouw. “Dit is een standaard voor een elektronisch inkooptraject in de bouw,” legt Duindam uit. “Papieren bonnen en facturen leiden tot veel administratie en fouten. Deze standaard voor aannemers en leveranciers maakt dat er niet langer sprake is van een papierstroom omdat dat gegevens nu automatisch in de administratie worden verwerkt.” Producten, prijzen en bestellingen, al deze informatie is geautomatiseerd. En deze standaard wordt steeds beter gebruikt, hoewel het voor een bedrijf een pittig traject is om dit te implementeren. Duindam: “Het invoeren van een standaard dwingt een bepaalde volwassen-

heid af van de organisatie. Het vereist vaak dat er meer gestructureerd wordt gewerkt en bedrijven moeten binnen hun organisatie de weg vrij maken om dit voor elkaar te kunnen krijgen. Dat kost tijd en geld. Maar het levert veel op, zo realiseert men zich. Inmiddels maken zo’n 350 partijen in de bouw, waaronder bouwers, leveranciers van materialen, softwarehuizen en fabrikanten, gebruik van deze standaard. En daarmee hebben we meteen de hele bouwkolom te pakken. Dat is precies wat we willen.”

BESPARING VAN 300 MILJOEN

Om duidelijk te krijgen hoe groot de voordelen zijn van een dergelijke standaard, heeft Bouwend Nederland samen met een Nederlandse grootbank een business case gemaakt van het e-factureren. “In de bouw worden jaarlijks miljoenen facturen over en weer gestuurd. Die worden vaak handmatig verwerkt. Dat kost tijd en het gaat regelmatig fout,” aldus Duindam. “We hebben uitgerekend dat het verwerken van een inkoopfactuur, van het kopen van het briefpapier en het opplakken van de postzegel, tot en met openmaken van de postzakken en het verwerken van de factuur, de zender en de ontvanger totaal gemiddeld 25 euro kost. Dat is als de processen verspoedig en foutloos verlopen. Dat bedrag kan door middel van elektronisch factureren worden teruggebracht naar acht euro per factuur. Dat betekent een gemiddelde kostenbesparing per factuur in de bouw van 17 euro. Samen met een bank hebben we berekend dat er in de bouw op jaarbasis 18 miljoen facturen rondgaan. Dat betekent dat elektronisch factureren deze sector

jaarlijks maar liefst ruim 300 miljoen aan kosten bespaart. Dat is een serieus bedrag dat in de huidige crisis meer dan welkom is.”

BERICHTENSTANDAARD LOONT

Om de standaardisering in deze sector naar een hoger plan te tillen, heeft de stichting S@les in de Bouw samen met stichting ETIM Nederland – een stichting die elektronische communicatie binnen de installatiesector bevordert – de handen ineen geslagen en onlangs een gezamenlijke berichtenstandaard ontwikkeld: S@les-etim standaard. Duindam: “Daar zijn we best trots op. Dit betekent namelijk dat beide sectoren – de installatie en bouw – hun processen voortaan eenvoudiger op elkaar kunnen aansluiten omdat uitwisseling van informatie nu elektronisch plaatsvindt. Hiermee worden foute bestellingen en leveringen, en vertraagde facturen voorkomen. Deze gezamenlijke berichtenstandaard stelt bedrijven in staat om hun gegevens automatisch uit te wisselen met computersystemen van hun handelspartners. Hierdoor wordt het voor bedrijven in beide sectoren makkelijker om te bestellen, te leveren en te factureren. Ook product- en handelsinformatie zoals assortiment, condities en prijzen kunnen via de berichten worden gecommuniceerd. En het draagvlak is groot.”

OOK VOOR KLEINE ONDERNEMER

Voor elektronisch factureren is er zelfs een portal gemaakt voor eenmanszaken, schilders en stukadoors. Duindam: “Ze kunnen hier eenvoudig mee overweg.

Een internetaansluiting is voldoende en het gebruik van onze portal is gratis. Daar hebben we bewust voor gekozen. Om een standaard succesvol in te voeren, moet je zoveel mogelijk barrières zien weg te nemen. Dat hebben we dan ook gedaan. Al met al zijn nu een kleine tweeduizend partijen aangesloten op s@les-etim standaard.”

KWESTIE VAN INVESTEREN

Hoewel de business case overduidelijk is, zijn toch nog veel bedrijven in de bouwsector terughoudend bij het introduceren van de al beschikbare standaarden. Duindam: “Dat begrijp ik wel. Onze sector is hard getroffen door de crisis. Er zijn heel wat bedrijven die een investeringsstop hebben afgekondigd. En het introduceren van een standaard kost nu eenmaal tijd, geld en inspanning. De baten zijn groot, maar de kosten moeten wel eerst worden gemaakt. En dat is waar veel bedrijven in deze tijd toch moeite mee hebben. Het is natuurlijk waar dat het invoeren van zo’n standaard niet direct extra business oplevert. Het is écht een investering die op den duur meer dan zijn geld opbrengt. Maar in tijden van crisis heeft niet ieder bedrijf een lange adem. Veel zijn bezig met overleven. Zodra de economie echter weer aantrekt, past standaardisering perfect in de groeistrategie van een bedrijf.”

GOED VOORBEELD DOET GOED VOLGEN

Duindam is dan ook hoopvol over de toekomst van standaardisering in de bouw. “Vorige maand hebben ondernemers 2.500 facturen elektronisch inge-

BOUWEND NEDERLAND: DE ORGANISATIE

Bouwend Nederland is een Nederlandse brancheorganisatie voor bouw- en infrabedrijven in Nederland. De belangrijkste taak van deze vereniging is het scheppen van ruimte voor bedrijven om economisch en maatschappelijk verantwoord te kunnen bijdragen aan een optimale ruimtelijke inrichting van Nederland. Er zijn in totaal vijfduizend bedrijven aangesloten bij Bouwend Nederland en er werken zo’n honderd mensen.

diend. Als we er vanuit gaan dat zij per factuur 17 euro hebben bespaard, dan is er in onze sector in één maand nu al veertigduizend euro bespaard op dit soort kosten. En de aantallen zullen alleen maar verder toenemen. Daar ben ik zeker van. Goed voorbeeld doet goed volgen. Ook in de bouw.” —

VOORZITTER
BOUWEND NEDERLAND

ELCO BRINKMAN:

“Standaardisatie hoort bij de ontwikkeling naar een volwassen en op de toekomst gerichte sector. De baten voor de gehele bouwkolom zijn immens. Alleen al e-factureren in de bouw kan ruim 300 miljoen euro aan kostenbesparing per jaar opleveren. Elektronisch inkopen levert een veelvoud aan besparingen op.”



Winst voor bedrijven en burgers

———— **Het toepassen van standaarden in de administratieve keten heeft voordelen voor zowel de ondernemer als de overheid. ‘Het leidt tot minder lasten bij bedrijven en burgers en tegelijkertijd tot een slagvaardiger overheid. Een win-win situatie,’ aldus Peter Veld, Directeur-Generaal Belastingdienst.**

U bent onlangs benoemd tot ambassadeur e-factureren. Waarom juist u?
“Ik vervul deze rol samen met Marco Pastors, die deze taak vier jaar geleden al op zich nam. Pastors richt zich daarbij vooral op overheden, leveranciers en intermediairs. Ik richt me met name op het Rijk. De reden dat ze hiervoor een DG van de Belastingdienst hebben gekozen heeft te maken met het feit dat de Belastingdienst zich al sinds 2005 bezighoudt met elektronisch bestellen bij en factureren door onze leveranciers. Inmiddels koersen we aan op 95 procent e-facturatie.”

Hoe is dit draagvlak tot stand gekomen?
“Dat is uiteraard niet vanzelf gegaan. In 2007 bleef het factuurvolume steken op een vijfde van het totale volume. Om het e-factureren een nieuwe impuls te geven, besloten we ons uitgangspunt te veranderen naar ‘elektronisch inkopen, tenzij er een business case is om dat niet te doen’. We hebben vervolgens in al onze aanbestedingen en contracten strakke afspraken opgenomen over de elektronische aanlevering en verwerking van gegevens. En de echte stimulans kwam nadat twee van onze procesexperts en onze inkopers processtandaardisaties doorvoerden in vrijwel alle categorieën die wij inkopen. Daardoor is elektronisch werken nu de standaard geworden als wij zaken doen met leveranciers. Daarnaast hielp het uiteraard dat staatssecretaris De Jager van Financiën in 2009 besloot dat elektronische en papieren facturen voortaan op dezelfde manier worden behandeld.”

Welke standaarden kent de Belastingdienst nog meer waar bedrijven profijt van hebben?
“Bijvoorbeeld het XBRL-verkeer in het kader van Standard Business Reporting, kortweg SBR. XBRL staat voor Extensible Business Reporting Language. Dat is een open standaard om gegevens uit te wisselen vanuit financiële software. In feite is deze standaard een soort streepjescode, ofwel een manier om getallen te voorzien van informatie. Door middel van een taxonomie, een woordenboek waarin de gegevensdefinities in die XBRL-standaard zijn opgenomen, is het mogelijk dat overheidspartijen, marktpartijen en banken gestandaardiseerde informatie uitwisselen via een digitale poort. We spreken als het ware dezelfde taal. Ook dit betekent op termijn lagere uitvoeringskosten voor ons en lagere administratieve lasten voor de ondernemer.”

‘STANDAARDISATIE LEIDT TOT LASTENVERLICHTING ÉN EEN SLAGVAARDIGER OVERHEID’

PETER VELD
DG BELASTINGDIENST

Hoe belangrijk is standaardisatie van de administratieve keten bij de Belastingdienst voor ondernemers?
“Zeer belangrijk. Hierdoor kunnen ondernemers sneller en effectiever gegevens met ons uitwisselen en het verhoogt de kwaliteit van de gegevens. Dat helpt de ondernemer om beter

zijn bedrijf te voeren en de Belastingdienst om aangiftes sneller af te doen. Administratieve lastenverlichting voor ondernemers en een efficiëntere uitvoering voor de overheid gaan dan hand in hand.”

Wat kunnen bestuurders met het onderwerp standaardisatie?
“Veel. Standaardisatie van administratieve processen bij de overheid geeft een belangrijke impuls aan de concurrentiekracht en innovatiebereidheid van ondernemingen. Ondernemers weten sneller waar ze fiscaal en dus financieel aan toe zijn. Dat maakt dat ze ook verantwoord innovatieve investeringen kunnen doen. Bovendien kunnen de lasten voor bedrijven worden verlaagd wanneer digitale gegevens ook worden gebruikt bij toezicht. Toezichthouders maken vaak nog onvoldoende gebruik van het feit dat de betrouwbaarheid van de administratieve data van MKB-ondernemingen de laatste jaren is toegenomen. Het MKB heeft de laatste jaren namelijk veel geïnvesteerd in ICT. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van auditfiles zoals de Belastingdienst die samen met de softwaremarkt heeft geïntroduceerd.”

Welke rol kan de Belastingdienst hierbij spelen?
“De Belastingdienst wil die extra betrouwbaarheid in de administratie graag benutten in het toezicht. Een voorbeeld: een grote groep van leveranciers, resellers en importeurs van afrekensystemen heeft het keurmerk ‘Betrouwbare afrekensystemen’ opgezet, gericht op MKB-ondernemers. Als die ondernemers een systeem met zo’n keurmerk gebruiken hebben ze de zekerheid dat kassagegevens direct worden verwerkt in hun financiële administratie. Hierdoor kunnen medewerkers producten of diensten minder makkelijk ‘zwart’ afrekenen. Het systeem werkt dus fraudebeperkend. Dat is ook voor de Belastingdienst interessant vanuit de gedachte

van ‘Horizontaal Toezicht’, waarbij de aandacht veel meer op samenwerking en vertrouwen ligt dan op controleren en wantrouwen. Ondernemers die zo’n systeem gebruiken, kunnen we meer vertrouwen schenken. De hele administratieve keten – van transactie tot aangifte en aanslag – is een keten waarin de ondernemer, de fiscale dienstverlener én de Belastingdienst een rol spelen. Wij willen de samenwerking tussen deze partijen bevorderen. Dat betekent waar nodig afstemming vooraf in plaats van controles achteraf.”

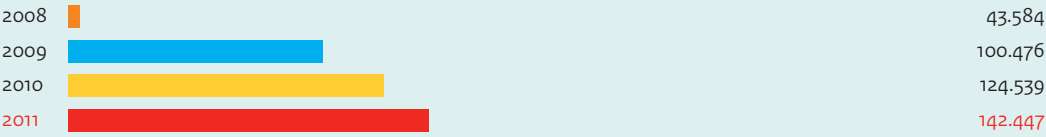
We hebben het met name over ondernemers gehad, maar wordt de burger ook nog beter van die standaardisatie?
“Jazeker, een mooi voorbeeld daarvan is de voorgevulde aangifte inkomstenbelasting. Die kunnen we maken omdat we beschikken over standaardgegevens uit verschillende bronnen, zoals basisregistraties. Waar de burger vroeger avonden bezig was met het bij elkaar zoeken van stukken en invullen van formulieren, is de aangifte nu in een half uurtje klaar om digitaal verstuurd te worden aan de Belastingdienst. En voor ons is het verwerken veel eenvoudiger, zodat de burger ook weer sneller zekerheid krijgt over zijn aanslag of teruggaaf.”

Tot slot. Wat is uw visie op standaardisatie?
“Ik ben daar een hartstochtelijk voorstander van en pleit voor meer. Zeker in gevallen waarin het lastig is om wetgeving te vereenvoudigen, kan standaardisatie in de uitvoering soelaas bieden. Goede afspraken over de taal waarin en de wijze waarop je gegevens met elkaar uitwisselt, zowel binnen de overheid als tussen overheid en bedrijven, schelen al een hele boel in de complexiteit. Alleen daarom al moeten we investeren in standaarden. Het leidt tot minder lasten bij bedrijven, en het leidt tegelijkertijd tot een slagvaardiger overheid. Een win-win situatie.” —

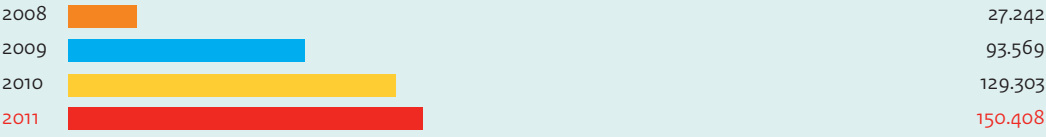
47.

Meer gebruik van digitale formulieren...

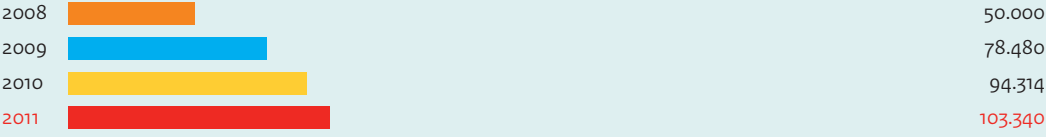
Aanvraag verklaring arbeidsrelatie (VAR)



Bezwaarschrift



Uitstel IB- en VPB-aangiften

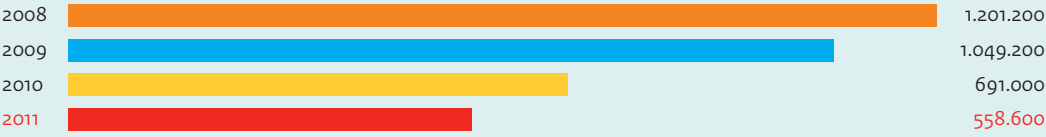


Verzoek wijzigen toetsingsinkomen



...en minder controles

Controles belastingregio's



Digitale standaardisatie leidt tot snellere en effectievere uitwisseling van gegevens en verhoogt de kwaliteit ervan. Dat resulteert onder andere in gemak voor burgers en bedrijven, die steeds meer via digitale formulieren kunnen regelen, en tot een efficiëntere uitvoering voor de overheid, bijvoorbeeld doordat er minder gecontroleerd hoeft te worden.
(Bron gegevens: Beheerverslag 2011, Belastingdienst; bewerking: Forum Standaardisatie)

49.

HET BELANG VAN VERBINDEN The great Baltimore fire

Op zondagochtend 7 februari 1904 brak er brand uit in de binnenstad van Baltimore in de Amerikaanse staat Maryland. Het vuur greep zo snel om zich heen dat de autoriteiten telegrafisch om hulp verzochten bij andere steden. Meer dan twaalfhonderd brandweermannen uit de wijde omtrek rukten uit om de brand onder controle te krijgen. Ze kwamen uit

nabijgelegen staten als New York, New Jersey, Virginia en Delaware. Hun inzet was tevergeefs. Velen konden niet helpen blussen omdat de koppelingen van hun eigen brandweerslangen niet pasten op de waterpompen in Baltimore. Dit gebrek aan standaardisatie had dramatische gevolgen. Pas in de loop van maandag was de brand onder controle. Meer dan

vijftienhonderd gebouwen waren vernietigd, zo'n 35 duizend mensen werden werkloos. Uit onderzoek na de brand bleek dat er alleen al in de VS zeshonderd verschillende maten en variaties in aansluitingen voorkwamen, hoewel er al vanaf 1870 werd geprobeerd om deze te standaardiseren. Uiteindelijk kwam onder grote politieke druk een nationale standaard tot stand.

‘BURGER EN OVERHEID GEBAAAT BIJ DIGITAAL KLANTDOSSIER’

UITZENDPLEIN

30 Burger King Restaurants

**ARE YOU A
REAL TEAMPLAYER?**
Wij zoeken kandidaten voor de functie van
CREW MEDEWERKER

case



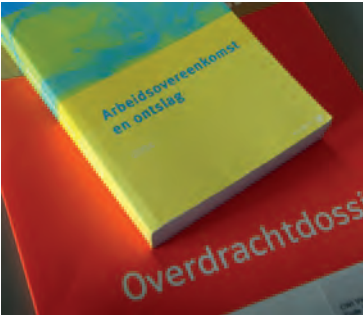
53.

BERT UFFEN
DIRECTEUR BUREAU KETENINFORMATIE WERK & INKOMEN (BKWI)

‘Geen schoenendoos met papieren meer onder de arm’

Invoering van het Digitaal Klantdossier (DKD) van de overheid betekende een belangrijke verbetering van de dienstverlening: contact met instellingen kost de burger véél minder tijd en rompslomp. Bureau Keteninformatie Werk & Inkomen (BKWI) maakte daarbij gebruik van standaarden die hun nut al hebben bewezen. BKWI werkt in opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Directeur Bert Uffen legt uit hoe het DKD tot stand kwam.





—— Toen Bert Uffen in 2005 op zijn eerste werkdag als programmamanager van het Digitaal Klantdossier bij BKWI zijn nieuwe kantoor binnenkwam, lag er slechts één document op zijn bureau op hem te wachten. “Dat was de geprinte versie van ‘De burger bediend!’, het rapport van de commissie Keller. Dat rapport beschreef hoe overheidsorganisaties in de keten Werk en Inkomen hun dienstverlening kunnen verbeteren. Centraal stellen van de burger (in plaats van de eigen processen), ook en vooral bij de informatievoorziening, moest leiden tot een verbetering in het tijdig en juist verstrekken van uitkeringen.”

STAPELS VAN HETZELFDE

“Het rapport zelf telt in totaal nog geen vijftig pagina’s. En toch lag er een enorm dik pak

VOOR BURGER ÉN OVERHEID

Het Digitaal Klantdossier levert én de burger als klant én de overheidsprofessional veel op. De klant heeft het makkelijker en overzichtelijker: die kan in één keer gegevens verstrekken, hoeft niet zo veel vragen meer te beantwoorden en minder bewijsstukken te overleggen. Veel gegevens staan al voorgevuld in e-formulieren. Hij of zij wordt sneller en beter geholpen en houdt meer de regie over de eigen gegevens. De overheidsprofessional beschikt over een breder, vollediger en actueel pakket aan klantgegevens voor allerlei processen. Sneller en beter inzicht in de klantsituatie leidt tot passender dienstverlening. Administratie kost minder tijd, terwijl de kwaliteit van de gegevens aanzienlijk verbetert.

papier op mijn bureau,” vertelt Uffen, inmiddels directeur van BKWI. “Dat kwam omdat er drie bijlagen aan waren toegevoegd: dat waren alle documenten die klanten moesten invullen of meenemen voor het toenmalige Centrum voor Werk en Inkomen (CWI), het UWV of de gemeentelijke sociale dienst, zoals een inschrijfformulier voor werkzoekenden en aanvraagformulieren voor WW- en bijstandsuitkering. De problematiek werd mij hierdoor in één klap duidelijk. Het grootste deel van de gevraagde informatie overlapte elkaar en is bovendien statisch. Veel daarvan blijft nu eenmaal hetzelfde door de tijd heen. Het was voor klanten dan ook op z’n zachtst gezegd irritant om bij iedere instantie en ieder bezoek weer min of meer dezelfde informatie te moeten geven. Dat moest anders, zo concludeerde ook de commissie Keller. En daarmee was het Digitaal Klantdossier, afgekort DKD, geboren.”

GEGEVENS ÉÉN KEER VERSTREKKEN

Het Digitaal Klantdossier is kort gezegd een verzameling gegevens over werk en inkomen van klanten van overheidsinstanties voor werkzoekenden en uitkeringsgerechtigden. Uffen: “Het DKD bestaat sinds 2005 en is een gezamenlijk initiatief van CWI, UWV, de Sociale Verzekeringsbank, en de sociale diensten en afdelingen sociale zaken van gemeenten. Het DKD maakt dat deze instanties gegevens met elkaar kunnen delen. Klanten hoeven hun gegevens – en dat is nu ook wettelijk zo geregeld – nog slechts één keer af te geven aan een van de betreffende instanties. Daarmee beschikken ook de andere instanties over de klantgegevens.”

BUNDELING VAN STANDAARDEN

Het Klantdossier zelf is geen standaard, zo benadrukt Uffen. “Een standaard is een afspraak over hoe iets wordt gedaan. Dat is het DKD niet. Dat is zoals gezegd een verzameling gegevens over werk en inkomen. Maar om te kunnen werken met het DKD werken we wél met tal van standaarden. Sterker nog, in feite is het DKD één grote samenvoeging van verschillende standaarden bij elkaar.” Een van de belangrijkste standaarden die voor het DKD worden gebruikt, is het SUWI Gegevens Register, waarbij SUWI staat voor Structuur Uitvoering Werk en Inkomen. Uffen: “Dit is een standaard voor alle gegevens en berichten die worden uitgewisseld tussen de SUWI-ketenpartners: UWV Werkbedrijf, het UWV, de Sociale Verzekeringsbank en gemeenten. De betekenis van de gegevens die tussen deze instanties worden uitgewisseld dienen volgens de wet namelijk eenduidig en ondubbelzinnig te zijn. Deze standaard maakt dat mogelijk.”

SLUIT AAN BIJ WAT ER IS

Juist omdat het domein werk en inkomen al decennia lang gewend is om te werken met standaarden, waren er tal van standaarden in gebruik die konden worden ingezet voor het DKD. “We hebben in feite bestaande ‘legosteentjes’ gebruikt en hiervan een nieuw, slim en flexibel bouwwerkje gemaakt,” zegt Uffen. “Ik geloof wat dat betreft zeer in hergebruik van bestaande standaarden. Je moet vooral niet opnieuw het wiel willen uitvinden. Wij konden dat ook niet, omdat we een beperkt budget tot onze beschikking hadden. Die beperking

maakt partijen creatief en dwingt ze samen te werken en efficiënt om te springen met bestaande middelen. Daar kunnen heel goede resultaten uit voortkomen. Het DKD is daar een mooi voorbeeld van. Ik kan andere sectoren aanraden om bij het ontwikkelen van een standaard eerst te kijken naar wat er al is, en desnoods bij de ‘buren’ een kijkje te nemen. Maak vooral gebruik van wat er is, en laat het desnoods aanpassen door de beheerder van de standaard. Wellicht krijg je daarmee niet precies de standaard die je voor ogen hebt, maar dan heb je al snel wél een 0.9 versie. En daar kom je om te beginnen een heel eind mee. In een later stadium is er dan voldoende tijd om de standaard verder op te waarderen.”

WETGEVING HIELP

Daarnaast is het feit dat in 2008 de Wet eenmalige gegevensvraag werk en inkomen (WEU) van kracht werd, een belangrijke stimulans geweest voor het gebruik van het Klantdossier. Uffen: “Instanties zijn hierdoor verplicht om ervoor te zorgen dat hun gegevens digitaal voor iedere partij in de keten beschikbaar is. Dat helpt natuurlijk enorm bij het in gebruik nemen van zo’n Digitaal Klantdossier.”

MINDER PAPIEREN BEWIJSLAST

Het Digitaal Klantdossier bestaat nu bijna zeven jaar en mag met recht een succes worden genoemd. De deelnemende instanties beschikken over een breder pakket aan klantgegevens en kunnen sneller en met minder fouten gegevens uitwisselen. En de klant – degene om wie het allemaal begonnen is – is minder tijd kwijt met het verstrekken

van informatie en is hierdoor minder vaak geïrriteerd. Uffen: “Naar schatting levert het DKD de gemiddelde klant zo’n twee uur tijdswinst op. En de papieren bewijslast is voor klanten met ruim zestig procent afgenomen. De tijd dat klanten zich bij instellingen meldden met schoenendozen onder hun arm met loonstrookjes, bankafschriften, huurcontracten, enzovoorts, is dankzij het DKD nu verleden tijd. En ook de overheid heeft er baat bij. Zij hoeft de gegevens nog maar één keer op te vragen bij burgers. Dat levert een hoop tijdswinst op en vermindert de kans op fouten.”

DRAAGVLAK

Als een standaard eenmaal in gebruik is, is het werk nog niet gedaan. Uffen: “Een standaard hoeft ook beheer en onderhoud. Een standaard is namelijk per definitie in beweging. Die flexibiliteit moet er dan ook in zitten. Bij de standaarden voor het DKD is BKWI de eerst verantwoordelijke voor het beheer, dat is onze wettelijke taak. Belangrijk bij het beheer is om ervoor te zorgen dat alle belanghebbenden worden betrokken bij eventuele aanpassingen. We moeten voortdurend zorgen voor draagvlak. Werken met standaarden is dan ook bij uitstek polderen.”

HOU HET LAAGDREMPELIG

Terugkijkend op de realisatie van het DKD en de daarbij gebruikte standaarden, kan Uffen wel een succesfactor aangeven. “Heb een duidelijke ambitie voor ogen met een standaard, maar hou de standaard vooral laagdrempelig en toegankelijk. Begin klein zodat de gebruiker er direct –



LID RAAD VAN BESTUUR
UWV

JOSÉ LAZEROMS:

“Het Digitaal KlantDossier is een succesvoorbeeld van digitale standaardisatie. Partners in de keten van werk en inkomen zoals UWV, Sociale Verzekeringsbank en sociale diensten en afdelingen sociale zaken van gemeenten delen hun gegevens snel en met veel minder fouten. Klanten zijn gemiddeld twee uur tijd en zestig procent van hun papieren bewijslast minder kwijt dan voorheen.”

‘ONDERNEMINGSDOSSIER IS EEN
UITKOMST VOOR DE HORECA’





59.

ARJEN VAN DEN DOOL
BELEIDSADVISEUR KONINKLIJKE HORECA NEDERLAND

‘Kant-en-klare oplossing voor de regeldruk’

Om het ondernemers makkelijker te maken, is er sinds een jaar het (digitale) Ondernemingsdossier. ‘Het is onze ambitie dat in 2015 meer dan de helft van alle horecaondernemers deze standaard gebruikt,’ aldus Arjen van den Dool, beleidsadviseur bij Koninklijke Horeca Nederland. De voordelen in tijd en geld van deze kant-en-klare oplossing zijn groot: niet alleen het aanvragen van vergunningen, maar ook de informatie-uitwisseling met officiële instanties is veel gemakkelijker geworden.



—— “Toegegeven. De horeca loopt niet bepaald voorop als het gaat om het gebruik van digitale standaarden. We zijn ‘late adopters’,” zegt Arjen van den Dool. Maar sinds november 2011 is er dan wel degelijk een belangrijke standaard geïmplementeerd: het Ondernemingsdossier. Van den Dool: “Sinds jaar en dag lopen ondernemers – met de horeca voorop – aan tegen het feit dat informatie-uitwisseling met overheden gebrekkig verloopt. Ondernemers weten vaak niet welke regels op hen van toepassing zijn, welke vergunningen ze nodig hebben, hoe ze deze zo snel mogelijk kunnen verkrijgen, aan welke toezichtregels ze moeten voldoen, enzovoorts. De overheid heeft bovendien geen ‘geheugen’ dus iedere keer moeten ondernemers steeds opnieuw dezelfde gegevens overhandigen. Dat kost tijd en geld.”

COMMISSIE REGELDRUK

Het was de Commissie Regeldruk Bedrijven onder aanvoering van VNO-NVW-voorzitter Bernard Wientjes die in 2010 dit probleem al heel duidelijk op het netvlies had staan. Van den Dool: “Het doel van deze commissie was om de regeldruk bij ondernemers aanzienlijk te verminderen. Ze bedacht heel slim om gebruik te maken van het feit dat bedrijven toch al een eigen administratie bijhouden. ‘Neem die bestaande gegevens als uitgangspunt en stel deze beschikbaar voor de overheid’, zo luidde het advies. En dat is ook gebeurd in het Ondernemingsdossier Horeca, waarvan de voorbereidingen al zo’n vijf jaar daarvoor waren begonnen.” Het onderwerp ‘vergunningen’ bleek het grootste obstakel voor horecaondernemers. Van den Dool: “Een startende ondernemer in de horeca heeft

gemiddeld te maken met maar liefst veertig vergunningen of meldingen, vierhonderd regels en vijftien loketten. Door alleen al de aanvragen voor vergunningen te standaardiseren levert dit de ondernemer enorm veel tijd- en geldwinst op. Maar ook de informatie-uitwisseling met de gemeenten, Belastingdienst, Kamer van Koophandel, de Brandweer, enzovoorts, is met deze nieuwe standaard een stuk eenvoudiger geworden. Nu moet een ondernemer voor een vergunningaanvraag elke keer allerlei papieren downloaden, invullen en opsturen. En dit bij iedere aanvraag. We hebben berekend dat het Ondernemingsdossier Horeca de veertigduizend horecaondernemers in Nederland vijftien tot dertig procent aan administratieve lasten bespaart. In totaal bedragen deze lasten voor de horecabranche ruim 31 miljoen euro per jaar. Dat betekent dat horecaondernemers jaarlijks zo’n vijf miljoen euro kunnen besparen. Aan de kant van de overheid zijn de besparingen naar schatting van eenzelfde orde van grootte. En bij deze besparingen is het verminderde aantal fouten, de snellere dienstverlening, de betere naleving, en het feit dat de samenwerking tussen overheden en ondernemers hierdoor beter en slimmer gaat, nog niet meegerekend.”

‘REGELHULPEN’

De werking van het Ondernemingsdossier is vrij eenvoudig. Van den Dool: “Ondernemers en overheden spreken met elkaar af hoe zij informatie willen uitwisselen. Belangrijke gegevens worden vervolgens eenmalig in het dossier vastgelegd en zo nodig geactualiseerd. De ondernemer hoeft zijn gegevens dus maar één keer in te voeren. Vervolgens kan hij

zelf – wanneer hij dat wil – informatie over bijvoorbeeld regels en wetten eenvoudig oproepen. Hiervoor gebruikt het dossier zogenaamde ‘Regelhulpen’, die aangeven welke regels de horecaondernemer moet naleven. Het wordt de ondernemer kortom een stuk makkelijker gemaakt.” En als hij een vergunning moet aanvragen, geeft het Ondernemingsdossier hem tijdig een waarschuwing waarna hij digitaal een aanvraag of melding kan doen.

BAAS OVER EIGEN GEGEVENS

De ondernemer blijft te allen tijde zelf baas over zijn gegevens. Van den Dool: “De ondernemer is eigenaar van het dossier en bepaalt dus ook zelf welke instanties toegang krijgen tot welke onderdelen van zijn dossier. Door openheid van zaken te geven aan toezichthouders en inspecties, zullen deze gerichter controles kunnen doen. Als bijvoorbeeld uit de gegevens blijkt dat een café een oppervlakte heeft van minder dan zeventig vierkante meter en geen personeel in dienst heeft (de uitzonderingsgrenzen voor het rookverbod), dan hoeft de inspectie niet langs te komen om te kijken of het rookverbod wel wordt nageleefd. De informatie die ondernemers beschikbaar stellen aan toezichthouders kan dus tevens werken als een filter voor inspectiebezoeken. Dat is in het voordeel van zowel de inspectiedienst als de ondernemer.”

LAGE KOSTEN

Klein en laagdrempelig beginnen. Dat zijn volgens Den Dool altijd de uitgangspunten geweest van het Ondernemingsdossier. “We hebben zoveel mogelijk

gebruik gemaakt van bestaande standaarden zodat we noch van de ondernemer, noch van de overheden zware investeringen vragen. Ondernemers in de verschillende branches kunnen met een webapplicatie van een paar tientjes al aan de slag. We zijn daarnaast bewust klein begonnen en wilden eerst alle kinderziektes eruit halen. We zijn in de horeca dan ook van start gegaan met een pilot van tientallen ondernemers in drie gemeenten: Amsterdam, Rotterdam en Dordrecht. Dat verliep succesvol. Inmiddels is de testfase achter de rug en is het dossier beschikbaar voor iedere ondernemer.”

COMPLEX LANDSCHAP

Terugkijkend op het traject is met name de complexiteit van het regel- en vergunningenlandschap de grootste uitdaging geweest. “Het is lastig wanneer je met het opstellen van zo’n standaard te maken hebt met veel verschillende partijen, zoals bij de overheid het geval is. Er is immers een apart onderdeel dat zich bekommert over vergunningen, een andere gaat weer over toezicht, weer een andere gaat over verordeningen, enzovoorts. En dan hebben we ook nog te maken met centrale, regionale en lokale overheden. Dat maakt het geheel vrij complex. Om die reden hebben we het dossier zo eenvoudig en generiek mogelijk ingericht. De basis is er nu en langzaam maar zeker kan deze worden uitgebreid met applicaties waar alle ondernemers mee uit te voeren kunnen.”

GROOT DRAAGVLAK

Met alle ondernemers bedoelt Van den Dool ook ondernemers buiten de horeca. “Als wij een standaard hadden ontwikkeld

die uitsluitend bedoeld was voor de horeca, dan waren we nu op onderdelen al verder geweest. Maar we vonden het juist belangrijk dat ook andere branches en sectoren hun voordeel ermee kunnen doen zodat het draagvlak groter is en overheden niet worden geconfronteerd met verschillende branchedossiers.” Ook andere branches en sectoren kunnen dus gebruik gaan maken van de standaarden in het Ondernemingsdossier. Van den Dool: “We hebben samen met de recreatiesector en rubber- en kunststofindustrie een coöperatieve vereniging opgericht voor branches die hier ook gebruik van willen maken. Verschillende nieuwe branches hebben zich al gemeld; autodemontagebedrijven, evenementenmakers, chemiebedrijven, maar ook de bakkers en de slagers. Ook zij worstelen immers met vergunningen, regels en hebben te maken met veelal dezelfde toezichthouders. De standaarden van ons dossier bieden voor hen een belangrijke basis en biedt tevens ruimte voor aanpassingen op hun eigen situatie. We hebben er ook bewust voor gekozen om de standaarden vast te leggen in NTA’s (Nederlands Technische Afspraken), die worden beheerd door het NEN, zodat deze breed gedragen kunnen worden.”

VERTROUWEN WINNEN EN UITBOUWEN

Inmiddels zijn vijftig van de meer dan vierhonderd Nederlandse gemeenten en zo’n tweehonderd horecaondernemers aangesloten op het Ondernemingsdossier. Van den Dool: “Dat is nog weinig, maar we zijn ook nog maar net begonnen. Zodra ondernemers zien wat dit dossier hen te bieden heeft, worden ze vanzelf enthousiast. Veel ondernemers zijn terughoudend als het gaat

KONINKLIJKE HORECA NEDERLAND: DE ORGANISATIE

Koninklijke Horeca Nederland (KHN) is de belangenbehartiger van 20 duizend ondernemers en 188 duizend medewerkers in de horecabranche als het gaat om CAO’s, regeldruk, vergunningen, duurzaam ondernemen, arbeidswetgeving en beroepsonderwijs. KHN is een van de grootste brancheorganisaties van Nederland en representeert 72 procent van de horecaomzet. Er waren in 2011 een kleine 300 duizend mensen werkzaam in de horecasector die wekelijks circa 12,8 miljoen gasten bedienen.

om het delen van hun informatie met de overheid. Ze willen er zeker van zijn dat dit veilig is en dat ze er geen nadeel van hebben. Maar dat is allemaal gewaarborgd. Doordat we met een klein aantal gemeentes van start zijn gegaan, kunnen we langzaam maar zeker het vertrouwen winnen van ondernemers en overheden, en kunnen we het draagvlak verder uitbouwen. Onze ambitie is dat in 2015 de helft van alle horecaondernemers moet zijn aangesloten. Dat zijn er ruim twintigduizend. Dat lijkt ambitieus, maar de grootste 34 gemeenten (de G32) hebben inmiddels toegezegd mee te zullen werken. Hier is tweede van de horeca gevestigd. En de voordelen zijn groot, zo ervaren ondernemers en overheden die er al mee werken. Die aantallen komen er dus wel. Daar hebben we alle vertrouwen in.” —



DIRECTEUR KONINKLIJKE HORECA NEDERLAND

LODEWIJK VAN DER GRINTEN:

“Naast het schrappen en vereenvoudigen van regels, zet KHN zich al jaren in om de toch noodzakelijke informatie-uitwisseling met overheden slimmer vorm te geven. Het Ondernemingsdossier maakt dit mogelijk. Het mes snijdt daarbij aan twee kanten: ondernemers hebben meer tijd om te ondernemen en overheden kunnen effectiever en efficiënter opereren.”

‘ICT slim inzetten voor groei en welvaart’

63.

———— De digitale dienstverlening van de Nederlandse overheid neemt op de wereldranglijst een tweede positie in. Standaardisatie maakt daar een wezenlijk onderdeel van uit. ‘Hierdoor verloopt de dienstverlening van de overheid richting de burger soepeler en sneller. Naast economisch gewin is ook dat een voordeel van digitale standaardisatie,’ aldus Maarten Hillenaar, die als CIO van de Rijksoverheid sinds 2009 richting geeft aan de wijze waarop informatievoorziening bij de rijksoverheid wordt ingericht.

U bent Chief Information Officer van het Rijk. Wat heeft u zelf met het onderwerp ‘standaardisatie’?

“Het is een onderwerp waaraan je je niet kunt onttrekken. Standaardisatie is overal om ons heen en maakt het leven nu eenmaal aangenaamer en efficiënter. Toen ik jaren geleden met de trein van Frankrijk naar Spanje ging, moest ik overstappen omdat Spanje (behalve bij de hogesnelheidslijnen) een andere spoorbreedte heeft dan de rest van Europa. Dat maakte grote indruk op me. Het is nog steeds het beeld dat in me opkomt als ik anderen moet uitleggen wat standaardisatie is: systemen en processen dusdanig op elkaar aansluiten dat ze efficiënter worden. Standaardisatie betreft vooral de infrastructuur. Daarover moeten eenvoudigweg afspraken worden gemaakt. Zodra die zijn gemaakt, is het speelveld vaak groter geworden.”

Waarom is digitale standaardisatie belangrijk voor Nederland?

“Nederland vergrijst en moet concurreren in een open wereldeconomie. We kunnen dan grofweg drie dingen doen om onze concurrentiekracht te versterken: harder werken, langer werken en slimmer werken. De Compacte Rijksdienst en de

————

‘WE ZIJN BEZIG GEWEEST OM HET WEGENNET VOOR DE DIGITALE WERELD BINNEN DE OVERHEID OP TE WAARDEREN’

MAARTEN HILLENAAR
CIO RIJKSOVERHEID

————

daarmee nauw samenhangende I-strategie van de Rijksoverheid focust op het laatste. Hoe kan ICT slim worden ingezet voor groei en welvaart? Standaardisatie in het domein van de digitalisering maakt daarvan een belangrijk onderdeel uit. Als we ervoor kunnen zorgen dat aansluiting tussen systemen geborgd is, hoeven we geen tijd en energie te steken in moeizame, kostbare en foutgevoelige handmatige overdracht van informatie. Dan werken alle systemen van

overheid en bedrijven netjes samen en kunnen organisaties de tijd en het geld die ze daarmee besparen steken in bijvoorbeeld de ontwikkeling van diensten en producten. Daarmee versterkt Nederland zijn concurrentiepositie. Maar het belang van standaardisatie gaat verder dan economisch gewin alleen. Het maakt bijvoorbeeld ook dat de dienstverlening van de overheid aan de burger soepeler en sneller verloopt. Dat lijdt tot minder irritaties en fouten en tot een efficiënter ambtenarenapparaat. Daar is iedereen bij gebaat. En we doen dat bepaald niet slecht. Onze digitale dienstverlening is volgens de Verenigde Naties goed voor de tweede plek op de wereldranglijst.”

Hoe ver is de overheid zelf met dit onderwerp?

“De overheid is voortdurend bezig om, waar dat wenselijk is, systemen op elkaar af te stemmen. Lange tijd is het uitwisselen van informatie problematisch geweest, een typisch kenmerk van een techniek in ontwikkeling. Overheidsorganisaties pakten individueel hun informatiehuishouding aan. Het gevolg was dat de systemen onderling niet onmiddellijk op elkaar aansloten. Inmiddels zijn de onderlinge afhankelijkheden duidelijk en is helder waar en hoe er efficiencywinst kan worden geboekt. Om de informatie-infrastructuur van het Rijk te verbeteren, brengen we het aantal datacentra terug, worden de netwerkvoorzieningen opgewaardeerd en de werkplekken en het

beveiligingsbeleid gestandaardiseerd. We zijn kortom bezig geweest om het wegennet voor de digitale wereld binnen de overheid op te waarderen. Daar hoort standaardisatie natuurlijk bij. Ook op het ‘echte’ wegennet is het handig dat we afspraken hebben gemaakt over ‘stoppen bij rood’ en ‘doorrijden bij groen’. Het digitale wegennet is niet anders.”

Wat moet volgens u de rol van de overheid zijn bij digitale standaardisatie in organisaties?

“Het is de kunst voor de overheid om een evenwicht te vinden: tussen een rol spelen daar waar nodig en van toepassing, en geen rol te spelen daar waar niet nodig. Zo is het voor de overheid weinig zinvol om zich te bemoeien met standaardisatieprocessen die gaande zijn in de markt en waar de overheid in feite buiten staat. De markt doet daar zijn eigen werk. Denk aan de streepjescode. Als de overheid een standaard introduceert in een markt waar al initiatieven gaande zijn, wordt deze snel ingehaald door standaarden die al draagvlak hebben. Aan de andere kant kunnen overheden wel degelijk een stimulerende rol spelen bij standaardisatieprocessen in bedrijven en sectoren. De SEPA-standaard, voor de Europese betaalmarkt, is daar een voorbeeld van. Zonder druk van de Economische Commissie was deze er waarschijnlijk niet gekomen. Anders is het wanneer het communicatieprocessen betreft tussen de overheid en bedrijven. Daarin kan een overheid wél leidend zijn. Denk aan e-factureren en DigiD.”

In hoeverre is samenwerking met het bedrijfsleven cruciaal voor het slagen van standaardisatie?

“Standaardisatie is geen solitaire aangelegenheid. Het succes ervan staat of valt met samenwerking. Op het moment dat de overheid een standaard introduceert die raakt aan

————

‘ALS SYSTEMEN VAN OVERHEID EN BEDRIJVEN NETJES SAMENWERKEN, KUNNEN ORGANISATIES DE GEBOEKTE BESPARING STEKEN IN BIJVOORBEELD DE ONTWIKKELING VAN DIENSTEN EN PRODUCTEN’

————

het bedrijfsleven, is het belangrijk dat bedrijven er ook daadwerkelijk klaar voor zijn om met de standaard aan de slag te gaan. Tijdens het voortraject is samenwerking alleen om deze reden al onvermijdelijk. Daarnaast is het van belang dat de overheid haar voelsprieten heeft uitstaan en weet wat er in de markt gebeurt op het gebied van standaardisatie. Ook hierbij speelt samenwerking een rol.”

Wat zijn volgens u de belangrijkste drempels voor organisaties om met standaardisatie aan de slag te gaan?

“Het feit dat er soms – maar zeker niet altijd – flinke investeringen moeten worden gedaan om met standaardisatie aan de slag te kunnen gaan, kan een belemmering vormen. Ook concurrentieoverwegingen of capaciteitsproblemen kunnen maken dat bedrijven terughoudend zijn. Aan de andere kant zijn de voordelen vaak van dusdanige aard, dat barrières graag worden genomen.”

En wat kan de overheid doen om bedrijven te helpen met standaardisatie?

“Daar is geen eenduidig antwoord op te geven. Zoals gezegd is inmenging van de overheid daarbij niet altijd gewenst. En hoe ver moet de overheid bijvoorbeeld gaan bij het helpen van de implementatie van een standaard die door de overheid is geïnitieerd? Ook daar is geen eenduidig antwoord op te geven omdat geen standaard en situatie hetzelfde is. Belangrijk is in ieder geval, dat daar waar de Rijksoverheid betrokken is bij een standaard, het ‘pas-toe-of-leg-uit principe’ wordt nageleefd. Daarbij is voor het ‘leg uit’ gedeelte begin 2012 overigens een rapportageplicht ingevoerd. Dit maakt dat dit principe beter wordt nageleefd door rijksoverheidsorganisaties en de vrijblijvendheid is verminderd.” —

‘WEBWINKELS WILLEN
ELEKTRONISCHE IDENTIFICATIE’



67.

PAUL ALFING
BELEIDSADVISEUR THUISWINKEL.ORG

‘De volgende stap naar groei’

Ondanks de mindere conjunctuur vertoont de sector van webwinkels een explosieve groei. Veiligheid voor zowel consument als bedrijf wordt hierbij steeds belangrijker. Standaardisering van bijvoorbeeld identificatiemethoden is daarbij een randvoorwaarde. De ontwikkeling daarvan staat echter nog in de kinderschoenen. Paul Alfing, beleidsadviseur bij Thuiswinkel.org, vertelt over de uitdagingen van standaardisering in een jonge industrie.





—— Nederland kent inmiddels ongeveer dertigduizend webwinkels die ondanks de crisis hun omzet zagen stijgen: van acht miljard euro in 2010 naar negen miljard euro in 2011. In de eerste helft van 2012 steeg het aantal bestellingen via internet naar 42 miljoen, een toename van 15 procent. “Deze cijfers komen uit ons halfjaarlijkse onderzoek naar online consumentenbestedingen,” vertelt Paul Alfing, beleidsadviseur Betalingsverkeer en Veiligheid bij Thuiswinkel.org, de belangenorganisatie van webwinkels in Nederland. “Eén conclusie komt heel duidelijk bovendien: het gaat goed met de webwinkels in Nederland. De omzetten stijgen en het wordt kopers steeds gemakkelijker gemaakt om een online aankoop te doen. We verwachten dat webwinkels ook in de komende jaren zullen blijven groeien.”

GROEI STAAT OF VALT MET VERTROUWEN

De verdere groei van online winkelen staat of valt echter met het vertrouwen dat de klant heeft in de partij ‘aan de andere kant’. En omgekeerd. Alfing: “Veel online klanten vinden het spannend om een betaling te moeten doen via internet. Men wil zeker weten dat de webwinkelier zegt wie hij is. En de webwinkelier wil op zijn beurt eveneens weten of de koper is wie hij zegt te zijn. Kortom, het vraagstuk ‘veiligheid’ loopt al sinds de oprichting van Thuiswinkel.org in 2000 als een rode draad door onze vereniging.”

WAARBORG

Als antwoord op de bezorgdheid in deze nieuwe markt kwam de belangenvereniging in

2001 al met het kwaliteitskeurmerk Thuiswinkel Waarborg. “Onze ruim 1.600 leden worden jaarlijks gecertificeerd door de Stichting Certificering Thuiswinkel Waarborg,” vertelt Alfing. “Maar daarmee is het veiligheidsvraagstuk niet opgelost. Certificering is een belangrijke eerste stap geweest, maar wél een die voornamelijk de online klanten tegemoet komt. De webwinkeliers willen zoals gezegd echter ook zekerheid over de identiteit van de klant. Ze willen zeker weten dat de afleveradressen kloppen, dat de betalingen correct en snel kunnen worden gedaan, enzovoorts. Temeer omdat veel webwinkeliers momenteel te maken hebben met frauderende klanten. We schatten dat fraude zo’n twee procent van de totale omzet betreft: ofwel een kleine twee miljoen euro op jaarbasis. Dat is ruim twaalfhonderd euro per webwinkelier per jaar. Met het invoeren van bijvoorbeeld E-ID, ofwel het identificeren van kopers via internet, kan dit percentage drastisch naar beneden. De invoering van zo’n elektronisch identificatiemiddel is dan ook een van onze belangrijkste aandachtsgebieden.”

BARRIÈRES

Inmiddels kent de markt al een aantal oplossingen voor elektronische identificatie, maar aan al deze oplossingen kleven vooralsnog nadelen voor de webwinkelier. Zo heeft de overheid niet lang geleden voor bedrijven eHerkenning geïntroduceerd als opvolger van DigiD voor bedrijven. Alfing: “Hiermee kunnen bedrijven zich digitaal identificeren wanneer ze zaken doen met de overheid, maar consumenten en zzp’ers vallen hierbuiten.” Daarnaast wordt er bij de overheid gewerkt aan de invoe-

ring van een Elektronische Nederlandse Identiteitskaart (eNIK) die bestaat uit een chip die wordt toegevoegd aan de Nederlandse identiteitskaart. Met eNIK kunnen mensen zich niet alleen identificeren, ze kunnen ook rechtsgeldig een digitale handtekening zetten. Maar ook deze elektronische identiteitskaart brengt een aantal barrières met zich mee. Alfing: “Den Haag heeft de knoop hiervoor nog niet definitief doorgehakt. Bovendien zou deze kaart moeten worden aangepast aan het gebruik van de webwinkelier. Deze wil bijvoorbeeld niet alle gegevens kunnen lezen die er op deze eNIK staan. Wanneer een klant sokken bestelt bij een webwinkel is het niet nodig dat hij bijvoorbeeld ook z’n geboorteplaats, inkomen en leeftijd moet prijsgeven. Op die informatie zit de winkelier niet te wachten. Dat soort informatie is bovendien privacygevoelig. De webwinkelier wil vooral weten of de persoon is wie hij zegt te zijn en of zijn adresgegevens kloppen. Ook als de knoop voor eNIK is doorgehakt, duurt het nog wel een paar jaar voordat deze wordt ingevoerd en ook dan is hij nog niet direct geschikt voor webwinkeliers. Het is immers een kaart die in contact moet worden gebracht met een apparaat. Dat moet veilig en betrouwbaar worden geregeld zonder dat daar al teveel kosten bij komen. Daar gaat dus nog wel wat tijd overheen.”

GEBUNDELDE KRACHTEN

Partijen in deze jonge sector zijn echter niet bereid om te wachten op kant-en-klare standaarden. Het gevolg is dat sommige webwinkels de krachten gaan bundelen en zelf op zoek gaan naar oplossingen. Alfing: “De ontwikkelingen in deze industrie gaan snel. Dat betekent dat er

niet veel tijd is om te wachten op passende standaarden die worden aangeboden door de overheid. Er zijn dan ook steeds meer commerciële internetbedrijven die hier diensten voor aanbieden. Het gevolg is nu dat diverse partijen eigen oplossingen gaan bedenken waardoor het heel lang niet duidelijk is wat de overkoepelende standaarden zullen worden. Dat schept verwarring in de markt. Webwinkeliers weten in zo’n geval niet bij welke standaard ze moeten aanhaken omdat ze niet weten welke het zal redden.”

VOORTOUW VOOR DE OVERHEID

Thuiswinkel.org ziet het niet als haar taak om hierin zelf het voortouw te nemen. Alfing: “Wij willen faciliteren en ook nog wel regisserend optreden, maar we willen onze leden niets voorschrijven. Bovendien is elektronische identificatie een onderwerp dat verder gaat dan webwinkels alleen. Onze leden zullen hier weliswaar een belangrijke groep gebruikers van zijn, maar zeker niet de enige. Ook andere dienstverlening, denk aan notarissen, make-laars, enzovoorts, vinden steeds meer plaats via internet. Ook zij hebben er baat bij. De overheid neemt hierin echter niet het voortouw waardoor sturing ontbreekt en deze jonge markt niet goed weet welke kant het op moet gaan.”

ZELF AAN DE SLAG

De uitdaging voor de sector is nu om uit het aanbod van bestaande standaarden een keuze te maken en deze aan te passen aan de eigen wensen en eisen. Alfing: “We moeten als sector niet eindeloos blijven

afwachten. Het is belangrijk dat we zelf aan de slag gaan met bestaande standaarden, bijvoorbeeld e-Herkenning, en kijken of het mogelijk is om van hieruit de slag naar de consument te maken. Door middel van pilots kan blijken wat wel werkt en wat niet. Her en der zijn er inmiddels partijen opgestaan, zoals TNO en PostNL, die met dit soort pilots van start gaan. Zodra deze testfase achter de rug is, kan het snel gaan met het invoeren van standaarden rondom elektronische identificatie voor webwinkeliers. De winkeliers willen wel. Aan draagvlak geen gebrek.

INTERNET STOPT NIET BIJ DE GRENS

Belangrijk is dat de standaard die er komt zowel veilig is als eenvoudig in te voeren en betaalbaar, dat er een vorm van toezicht is geregeld en dat de standaard bovenal grensoverschrijdend is. Internet stopt immers niet bij de grens. Nederland loopt wereldwijd voorop als het gaat om online winkelen en het ligt dan ook voor de hand dat Nederland de kaders aangeeft voor nieuwe standaarden die het online winkelen makkelijker en veiliger maken. Een mooie uitdaging voor deze jonge, veelbelovende sector.” —

THUISWINKEL.ORG: DE ORGANISATIE

Thuiswinkel.org, opgericht in 2000, is de belangenvereniging voor webwinkels in Nederland en geeft het Thuiswinkel keurmerk ‘Thuiswinkel Waarborg’ uit. Thuiswinkel.org fungeert als een kennis-, informatie-, en netwerkorganisatie voor alle online winkels en partners. Op dit moment zijn ongeveer 1.600 Nederlandse webwinkels – zo’n 75 procent van de markt – aangesloten bij deze belangenvereniging. Per jaar groeit dit aantal met zo’n tien procent. Het kantoor van Thuiswinkel.org bevindt zich in Ede. Hier werken 22 medewerkers. Ed Nijpels is voorzitter.



VOORZITTER
THUISWINKEL.ORG

ED NIJPELS:

‘Onze sector maakt een stormachtige opmars door. Om te komen tot een volwassen digitale dienstverlening, zijn voor zowel ondernemers als consumenten standaarden voor identity management nodig. Webwinkels willen daarbij geharmoniseerde regels uit Nederland en Europa die zorgen voor een gelijk speelveld. Daarbij is voorspelbaar toezicht nodig en een evenredige balans tussen consumentenrechten en ondernemingsklimaat.’

Vijf succesfactoren

71.

———— **Standaardisatie loont. Daarover zijn alle geïnterviewde partijen in dit magazine het eens. En terugkijkend op de cases en ervaringen van de deelnemende organisaties, kunnen we tevens een vijftal succesfactoren definiëren. Zij vormen de belangrijkste voorwaarden om standaardisatie door te voeren.**

VERGETEN ONDERWERP?

Er is iets vreemds aan de hand met het fenomeen standaardisatie. Het is overal om ons heen – denk aan stopcontacten, papierformaten, internetverbindingen, elektronische betalingen – en tegelijkertijd is het voor veel organisaties een ‘vergeten onderwerp’. Een onderwerp ook dat niet zelden wordt gedelegeerd naar de IT-afdeling. En dat is onterecht. Standaardisatie is wel degelijk een onderwerp dat in de bestuurskamers thuishoort. Het feit dat Albert Heijn hoogstpersoonlijk en met groot succes de streepjescode naar de Nederlandse levensmiddelenindustrie heeft gehaald, illustreert dit.

BATEN SPREKEN VOOR ZICH

Nagenoeg overal waar standaardisatie is doorgevoerd, is er geen ‘weg terug’ en vraagt men zich af hoe men ooit zonder kon. Desondanks zijn er altijd nog partijen die aarzelen om de eerste stappen te zetten. Toch zijn de besparingen en toegenomen efficiency vaak overweldigend, zo blijkt ook uit de negen cases in dit magazine. Niet zelden gaat het om besparingen van tientallen miljoenen euro’s voor een sector. Soms zelfs honderden miljoenen

of miljarden. Bedragen die deels het gevolg zijn van kostenbesparingen, deels ook voortkomen uit de versterkte concurrentiepositie, de nieuwe samenwerkingsverbanden en het hogere innovatieniveau. De kosten mogen voor de baten uitgaan, maar de baten zijn aanzienlijk.

‘LESSONS LEARNED’

In de loop der jaren en zelfs eeuwen zijn heel wat partijen ons voorgegaan op het gebied van standaardisatie. De uitdaging is nu om niet steeds opnieuw het wiel te willen uitvinden. Wie de vakli-

‘STANDAARDISATIE HOORT BESLIST THUIS IN DE BESTUURSKAMER’

teratuur en ervaringen uit de praktijk bundelt, kan belangrijke conclusies trekken. Precies dit hebben wij gedaan. De lessen die voortkwamen uit de interviews en gesprekken met de deelnemers aan dit magazine, hebben we gecombineerd met de kennis en ervaring van ECP | Platform voor de InformatieSamenleving en Forum Standaardisatie, tevens de afzenders van deze uitgave. Gezamenlijk hebben we vijf succesfactoren gedestilleerd. Het zijn voorwaarden die wat ons betreft onmisbaar zijn bij het doorvoeren van standaardisatie:

1. Bevlogen leiderschap
2. Een evidente business case
3. Een kritische massa
4. Grootse samenwerking
5. Serieuze follow-up

1.

BEVLOGEN LEIDERSCHAP

Zonder bevlogen leiders komt standaardisatie niet van de grond. Zo eenvoudig kunnen we dit wel stellen. Standaardisatie vraagt om leiders die geloven in de standaard, en die in staat zijn hun stakeholders te overtuigen van het belang ervan. Gezagdragers uit de praktijk kunnen bij uitstek een voortrekkersrol vervullen. Zij kunnen de stakeholders als geen ander overtuigen van de business case die een standaard met zich meebrengt. Goed voorbeeld doet immers goed volgen. Voor standaardisatie is samenwerking nodig met concurrenten, getuige onder andere de voorbeelden van de streepjescode of in de uitzendbranche. Dat vraagt van bestuurders dat ze met andere bestuurders een gezamenlijke visie ontwikkelen hoe ‘de koek groter’ gemaakt kan worden door niet te concurreren op backoffice-processen maar te gaan samenwerken. Daardoor betekent standaardisatie winst voor alle partijen. Maar standaardisatie verandert ook het speelveld: door standaardisatie kunnen de eigen klanten gemakkelijker overstappen naar de concurrent. Nieuwe partijen kunnen gemakkelijker toetreden tot de markt. Daardoor wordt het

leveren van toegevoegde waarde en kwaliteit van dienstverlening belangrijker en daar moet in de bestuurskamer op worden geanticipeerd.

2.

EEN EVIDENTE BUSINESS CASE

Om partijen in de keten over de streep te trekken, is een goede business case essentieel. De wegbe-reiders moeten duidelijk in kaart brengen welke voordelen het invoeren van de standaard met zich meebrengt; kostenbesparingen, besparingen voor het milieu, grotere efficiency, afname van fouten, maar ook aanwinst van nieuwe klanten, het vergroten van het innovatief vermogen, enzovoorts. De casussen in dit magazine laten business cases zien op het niveau van zowel branches en sectoren, als op maatschappelijk en macro-economisch niveau. Ze zijn van toepassing op zowel grote als kleine organisaties. En ook de inhoud van de business cases verschilt. Ze hebben echter één ding met elkaar gemeen: ze zijn onomstreden.

3.

EEN KRITISCHE MASSA

Het succes van een standaard staat of valt met de kritische massa ervan. Zonder draagvlak en gebruikers komt een standaard eenvoudigweg niet tot leven. Wie als enige over een gsm-tele-

foon beschikt, kan hier immers niets mee beginnen. De kunst is om de ‘grote spelers’ zoveel mogelijk aan boord te krijgen, om daarna de kleinere partijen en hun vertegenwoordigende organisaties ook enthousiast te krijgen voor de standaard. En die grote spelers zijn slechts dan geïnteresseerd wanneer de standaard een goede business case kent en daarnaast, slim, eenvoudig en toegankelijk is. ‘Klein beginnen en dan uitbouwen’, zo luiden de adviezen van de geïnterviewde partijen.

‘DE BESPARINGEN EN DE TOEGENOMEN EFFICIENCY ZIJN VAAK OVERWELDIGEND’

Succesvolle bestuurders hebben daarbij oog nodig voor de verschillen in business case tussen grotere en kleinere bedrijven. Je hebt bestuursinspanningen nodig om die verschillen te overbruggen. Zo leggen Bouwend Nederland, Florecom, Koninklijke Horeca Nederland en Portbase de basis voor succes door ervoor te zorgen dat grote én kleine ondernemers mee kunnen doen. Bijvoorbeeld doordat de benodigde ICT kant-en-klaar kan worden binnengereden bij de kleine ondernemer. Aandacht voor het verschil tussen groot en klein zorgt dat adoptie van standaarden veel sneller plaatsvindt

4.

GROOTSE SAMENWERKING

Om tot breed gedragen afspraken te kunnen komen, is samenwerking onontbeerlijk. Daarbij moet er wel eens over eigenbelangen worden heengestapt en zal men soms een deel van de eigen werkwijzen en processen moeten openbaren aan andere partijen in de keten. Maar het geheel is – zeker in het geval van standaardisaties – meer dan de som der delen. Zolang partijen zich dát realiseren, ligt samenwerking voor de hand. Iedereen wordt er immers beter van.

5.

SERIEUZE FOLLOW-UP

Zodra standaardisatie een feit is, dient de branche of sector waarin de standaard van toepassing is, de standaard te beheren, te onderhouden en zo nodig aan te passen en te vernieuwen. Een eigen standaardorganisatie kan op dit punt soelaas bieden. Niet alleen om ervoor te zorgen dat de standaard ‘levend’ blijft, ook dient een dergelijke organisatie als aanspreekpunt voor de gebruikers. —

ARIE VAN BELLEN
directeur ECP

NICO WESTPALM VAN HOORN
voorzitter Forum Standaardisatie

DANK

Paul Brackel, Jelle Attema, Cor Franke, Bernard Wientjes, David de Nood, Gijs Boudewijn, Johan van Hall, Henk de Vries, Hein Gorter de Vries, Albert Thissen, Sander van der Laan, Hans Wanders, Chris Heutink, Henk Zwinkels, Loek Hermans, Bert Uffen, Peter Veld, Joppe Duindam, Elco Brinkman, José Lazeroms, Lodewijk van der Grinten, Paul Alfing, Ed Nijpels, Maarten Hillenaar, Iwan van der Wolf, Neelie Kroes en Arjen van den Dool.

COLOFON

UITGEVER
Monique Dassen,
Forum Standaardisatie i.s.m. ECP

CONCEPT
Hesp HR Publishing
Irene Schoemakers

REDACTIONELE REALISATIE
Hesp HR Publishing

TEKST
Irene Schoemakers

BEELD
VNO-NCW, GS1, Ahold, Forum Standaardisatie, Portbase, Randstad, Veni Markovski, FloraHolland, Greenport Holland, Bouwend Nederland, Shutterstock, Nationale Beeldbank, UWV, KHN, Thuiswinkel.Org, Library of Congress

ONTWERP EN VORMGEVING
Houdbaar grafisch ontwerp

DRUKWERK
Drukkerij Tesink

ECP

ECP | Platform voor de informatieSamenleving is het platform waar overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties kennis uitwisselen en samenwerken om de ontwikkeling van de Nederlandse informatie-samenleving te bevorderen. Ruim 150 deelnemende organisaties (overheden, bedrijven en maatschappelijke instellingen) vormen het draagvlak van dit neutrale en gezaghebbende platform en werken samen om concrete resultaten te bereiken.

www.ecp.nl
info@ecp.nl

FORUM STANDAAARDISATIE

Om de digitale samenwerking (interoperabiliteit) tussen overheid, bedrijfsleven en publiek te bevorderen, stelde het kabinet in 2006 het College en Forum Standaardisatie in. Het Forum Standaardisatie adviseert het College Standaardisatie over de elektronische uitwisseling van informatie, digitale standaardisatie en het gebruik van open standaarden. Het College doet vervolgens aanbevelingen aan verschillende ministers over het beleid op dit gebied. Daarnaast beheert het College Standaardisatie een lijst met aanbevolen en verplichte open standaarden voor de publieke sector.

www.forumstandaardisatie.nl
forumstandaardisatie@logius.nl

**STANDAARD EN STANDAARDISATIE:
EEN DEFINITIE**

Een standaard of norm is een (technisch) document met erkende afspraken, specificaties of criteria over een product, dienst of methode. Standaarden dragen eraan bij dat processen op een afgesproken, veilige, betrouwbare en consistente manier uitgevoerd worden. Een (digitale) standaard vormt een op consensus gebaseerde gezamenlijke ‘taal’ die vlekkeloze verbinding tussen systemen mogelijk maakt.

Als een standaard geen of zo weinig mogelijk barrières in het gebruik kent (gepubliceerd en toegankelijk voor iedereen, geen financiële drempels, geen beperkingen in het hergebruik) spreken we van een open standaard. Standaardisatie komt tot stand in samenwerking tussen zoveel mogelijk geïnteresseerde partijen – denk aan producenten, consumenten, overheden en instituten – op een bepaald terrein van productie of dienstverlening.