

De stille kracht van (open) standaarden

Ok van Megchelen

Open standaarden lijkt op het eerste oog een onderwerp dat ver af staat van de oplossing van politieke en maatschappelijke vraagstukken. Niets is echter minder waar. “Standards are a man’s best friend” luidt een gezegde. Want nader bezien vormen standaarden het skelet voor interoperabiliteit, dus voor samenwerking tussen organisaties en voor meer ruimte voor het bieden van toegevoegde waarden. Dit als gevolg van grootschalige transparantie, klantcentrische dienstverlening, kostenbesparing, het structureel terugdringen van administratieve lasten en niet op de laatste plaats door het verminderen van saai tijdverwendend werk. Open standaarden zijn *conditio sine qua non* voor soepele (keten)transacties.

Ken uw geschiedenis

Dat over het belang van open standaarden bij inzet van ict nog wordt gediscussieerd, bewijst hoe beperkt we om ons heen kijken. In het Nederlandse geval bewijst het bovendien, hoe weinig we ons bewust zijn van onze geschiedenis. Als er één natie is die de betekenis van standaarden al eeuwen geleden door had, is het natuurlijk de onze. Douglas North, in 1993 winnaar van de Nobelprijs voor economie, stelde vast dat van oudsher juist de lage landen aan de zee, die immers nauwelijks beschikken over natuurlijke hulpbronnen, bij uitstek succesvol zijn in het beheersen en laag houden van kosten van transacties in economische ketens.

Dat dit vandaag nog steeds zo is, blijkt bijvoorbeeld uit de doorslaggevende rol die Albert Heijn alweer jaren geleden heeft vervuld bij de strategieontwikkeling voor en de wereldwijde uitrol van de streepjescode. Dit op zich onnozel ogende fenomeen is een typisch voorbeeld van een best kept secret, die over het hoofd woord gezien. In de keteneconomie van korrel tot en met borrel en zeker in de retail is de streepjescode een niet meer weg te denken sleutelfactor voor succes.

Overal geblied

Vrijwel elke dag hoor je het geblied van de streepjescode: in de supermarkt, bij tankstations, de sportvereniging enzovoort. De streepjescode versoepelt de doorstroom van informatie en legt meteen de feitelijke situatie vast.

Hoe de streepjescode precies werkt hoeft je je niet af te vragen. Dat het werkt, vindt iedereen vandaag de dag de gewoonste zaak van de wereld. Allemaal verschillende bedrijven met allemaal verschillende merken scanningapparatuur en verschillende configuraties van achterliggende software: ze ‘slikken’ de code allemaal. En dat is niet zo gek. Bedrijven kunnen en willen niet meer zonder. De toepassing is zo simpel, “een kind kan de was doen”, in de supermarkten blieden wij in toenemende mate zelf onze boodschappen.

De streepjescode is een echte stille kracht, die economisch gezien wel eens de grootste efficiencybijdrage kan hebben geleverd sinds de middeleeuwen. Het betreft hier geen eenmalige besparing van enkele miljoenen, maar structurele besparingen van hele procenten van de omzet. Dat loopt wereldwijd snel in tientallen miljarden euro's per jaar. Los van de kosten is wellicht het belangrijkste dat dit soort ontwikkelingen helpen bij het ontwikkelen en aanbieden van slimmere en leukere diensten en zo bijdragen aan welvaart en welzijn.

Twee vliegen in één klap

Het is Albert Heijn hoogst persoonlijk geweest, die als geen ander de betekenis van de streepjescode in al zijn consequenties steeds op het netvlies had. Hij doorzag en voelde eerder dan welke ondernemer of manager ook, dat zo'n voorziening niet alleen enorme kostenbesparingen met zich meebrengt. Misschien nog wel belangrijker was en is, dat tegelijk veel beter kan worden gezorgd voor de consumenten. Hun positie wordt fors versterkt en wij als consumenten profiteren uiteindelijk het meest van een klantgericht, scherp geprijsd, breed en flexibel aanbod met een harde concurrentie tussen de aanbieders, die ieder op hun eigen wijze dingen naar onze gunsten!

De streepjescode brengt de complexiteit van het koppelen van vraag en aanbod in de detailhandel terug tot één code met een behapbaar aantal variabelen. De code vormt daarmee het startpunt voor efficiencyverbetering en kwaliteitsverhoging. Twee vliegen in één klap dus.

Hoe meer zielen, hoe meer vreugd

Dat de streepjescode zo'n wereldwijd succes is, had vervolgens te maken met het inzicht dat je hem vooral niet voor jezelf moest houden. Albert Heijn doorzag dat de winst voor het eigen bedrijf exponentieel zou stijgen naarmate de exclusiviteit van het gebruik van de code daalde. Geen separate afspraken dus met slechts enkele partijen.

De code diende of voor de gehele sector te gelden, of anders helemaal geen code: een standaard dus. Vanuit die filosofie moesten eerst collega-supermarkten worden betrokken en overtuigd. Toen die na veel zendingwerk waren overtuigd, kwamen de fabrikanten aan de beurt. Ook zij liepen eerst niet over van enthousiasme. Er kwamen bezwaren als "zo'n foeilelijke streepjescode verdoezelt mijn mooie merkverpakking," "die streepjescode past helaas niet in onze automatisering" en "onze producten of processen zijn zo uniek, dat het bij ons niet past. En die kosten halen we er nooit uit" Het waren maar enkele van de vele argumenten om in eerste instantie te zeggen "interessant, maar nu nog even niet."

Het lopende vuur

De geschiedenis is geweest, dat een aantal fabrikanten niettemin al snel het 'geloof' in de streepjescode deelde. Om de twijfelaars over de streep te trekken werd besloten ook hen onder zachte dwang naar hun 'geluk' te leiden. Richting de laatste achterblijvers werd duidelijk gesteld: "Geen streepjescode, dan ook geen business. Want u jaagt ons op kosten en u beperkt ons in de kwaliteit van onze dienstverlening." Dezelfde signalen werden afgegeven aan de leveranciers van software.

Gelet op de grote wederzijdse voordelen is het niet vreemd, dat de code uiteindelijk niet is blijven steken in één branche. Hij is vanwege het succes letterlijk en figuurlijk de grenzen over gegaan. Inmiddels weet iedereen, dat dit niet heeft geleid tot nivellering van creativiteit, concurrentiekracht en de identiteit van de verschillende ondernemingen. Integendeel!

DNA profiel

Hoe wijd verspreid de streepjescode inmiddels ook is, de idee erachter verdient en behoeft nog veel meer navolging. Als je er even over nadenkt, kun je aanvoelen dat de visie en de strategie achter de streepjescode zeker niet specifiek zijn voor supermarkten of voor het bedrijfsleven. Daarom vormt het onderliggende gedachtegoed, bijvoorbeeld óók voor het openbaar bestuur, het DNA-profiel voor een slimme, samenhangende en efficiënte dienstverlening. Dit profiel kan vooral worden benut voor verschillende vormen van (keten)samenwerking. Kijk maar om je heen met het bovenstaande in je achterhoofd.

Kortere leercurves

Met behulp van de ervaringen met de streepjescode kunnen leercurves aanzienlijk worden verkort. Zo kan het DNA-profiel worden benut door overheid, bedrijfsleven, en burgers bij het aanbieden van diensten met veel transacties. Transparanter, sneller, goedkoper, energiezuinig en dus “groener” zijn hierbij kernbegrippen. En dat door toepassing van open standaarden.

Een standaard spreekt

Wij als standaards, ik spreek nu namens een hele grote groep met een grote staat van dienst, hebben een enorme bijdrage geleverd aan het scorend vermogen van overheden en ondernemingen. Onze bescheidenheid is karakteristiek. Doe maar gewoon, dan doe je gek genoeg, is het credo. Als standaard vind ik die houding volstrekt normaal. Wij scoren namelijk niet zelf, maar laten dit over aan onze gebruikers. Kijk maar naar de papierbranche van A4 tot en met A0, naar de containers die ongeacht de terugvallende economie helpen bij gestage groei van de goederenstroom, denk aan de streepjescode. Dan heb ik het nog niet eens over de voordelen en het gemak van de uniforme spoorbreedte, van de stekker en het stopcontact, het rechts rijden en ga zo maar door. De Romeinen, de Vikingen, moderne handelsnaties zoals Nederland, deden en doen allemaal hun voordeel met ons. Dat houdt ook nooit op.

Daar zijn we natuurlijk heel trots op. Wat natuurlijk wel eens prikt en soms frustrert, is dat ze ons helemaal niet zien en gewoon negeren voor gebieden waar we onwijs veel kunnen bijdragen. Het lijkt wel de hockey- en de voetbalwereld. De scorende spits wordt vertroeteld, terwijl de middenvelder die de niet te missen voorzet geeft, buiten beeld blijft.

Misschien zijn we nu lang genoeg bescheiden geweest, want er zijn zoveel maatschappelijke ontwikkelingen gaande waarvoor die zonder ons geheid mislukken, dat we ons eindelijk een keer moeten laten zien. Dat valt ons niet makkelijk, want het zit niet echt in onze aard. En dat komt vooral omdat we het gewoon leuk vinden om een ondersteunende bijdrage te leveren aan succes.

“Je gaat het pas zien als je het doorhebt”

Johan Cruijff sprak over voetbal. Als we er nu eens vanuit gaan, dat de politiek de samenleving doorheeft, dan mogen we verwachten dat open standaarden een gepaste plaats krijgen op de innovatieagenda voor dienstverlening. Allerlei grote projecten met grote politieke en maatschappelijke relevantie kunnen in dit licht worden gezien. Haalbaar zijn structureel lagere kosten en tegelijk structureel hogere ketengerichtheid, waar de ketenspelers trots op kunnen zijn. Twee vliegen in één klap! Wat willen we nog meer?

Ir. O.K. van Megchelen

zelfstandig ondernemer, is sinds 1980 betrokken bij het ontwikkelen van visies en het invoeren van ketengerichte samenwerkingsmodellen. Het besparen van kosten en het verhogen van de flexibiliteit en kwaliteit van de dienstverlening zijn hierbij drijvende krachten. Als (interim)manager heeft hij in verschillende branches geopereerd: bouw, installaties, levensmiddelen, detailhandel gezondheidszorg en landelijke en regionale overheden. Gelet op de aard van deze branches beschikt hij tevens over uitgebreide ervaringen met het midden- en kleinbedrijf als belangrijke schakel in de motor van onze keteneconomie. Ok schreef voor deze bundel tevens *Overheid, bedrijfsleven en burgers*.