

Informatiemanagement stimuleert innovatie



Bart Stofberg is consultant bij Quint Wellington Redwood

In veel publicaties is het uitgangspunt dat de IT-afdeling een veel krachtiger rol moet spelen bij innovatie. Daarbij wordt geheel voorbijgegaan aan het feit dat een groeiend aantal organisaties inmiddels naast de IT-afdeling ook informatiemanagement (IM) heeft ingericht. Uit recent onderzoek blijkt dat IM de IT-afdeling heeft verdrongen als partner van de business – en dat de focus van IM steeds verder verschuift van effectiviteit en betrouwbaarheid naar innovatie en wendbaarheid.

Informatiemanagement (IM) is een proces dat de informatiebehoefte die vanuit verschillende werk- en bedrijfsprocessen in een organisatie ontstaat, vertaalt naar informatievoorziening (IV). Rond 2008 gingen veel meer organisaties over tot het inrichten ervan, met de bedoeling de vraagzijde van IT te stroomlijnen en te professionaliseren. Jaarlijks onderzoek van Quint Wellington Redwood en de Universiteit van Amsterdam naar de ontwikkeling van IM toont aan dat het inmiddels is uitgegroeid tot een volwaardig domein, veelal gekoppeld aan de besluitvormingsstructuren van een organisatie.

IM kent een strikte scheiding tussen strategische activiteiten en functioneel beheer. Dat laatste is meestal decentraal georganiseerd, dicht op de businessprocessen. De overkoepelende tactische en strategische activiteiten worden uitgevoerd vanuit stafachtige IM-afdelingen.

Uit het onderzoek blijkt dat IM de afgelopen jaren snel aan volwassenheid heeft gewonnen en de plaats van de IT-afdeling als partner van de business heeft overgenomen. Een derde van de informatiemanagers maakt deel uit van het managementteam van de business – waar slechts 10 procent van hen deel uitmaakt van het IT-MT. De informatiemanager rapporteert steeds meer in de businesslijn. Het is overigens geen wet van Meden en Perzen dat de IM-afdeling geen onderdeel van de IT-afdeling zou mogen uitmaken; goede afspraken over taken, bevoegdheden en

verantwoordelijkheden zorgen er in de praktijk voor dat het geen enkele belemmering hoeft te vormen om een nauwe relatie met de business op te bouwen.

Het hogere volwassenheidsniveau van IM wordt ook geïllustreerd door een verschuiving in de focus. In 2011 was het leeuwendeel van de activiteiten van IM gericht op de optimalisatie van businessprocessen, in 2013 zijn het nieuwe diensten en vergroting van de wendbaarheid die primaire aandacht krijgen. Dit versterkt het beeld dat organisaties beseffen dat innovatie moet worden ingezet om de kansen in de markt te kunnen grijpen en nieuwe markten sneller te kunnen bedienen. De helft van de innovatieactiviteiten richt zich vooral op verbetering van de service en van de kwaliteit van producten en diensten. Nieuw daarbij is dat in toenemende mate wordt geïnnoveerd op het gebied van samenwerking met de partners; volgens dit onderzoek en diverse andere zal die verschuiving van intern naar extern zich de komende jaren alleen nog maar verder doorzetten.

IM heeft bij innovatie de faciliterende en coördinerende rol van de IT-afdeling overgenomen; slechts een beperkt aantal informatiemanagers geeft aan zelf een voortrekkersrol te vervullen. Sommige organisaties hebben ervoor gekozen een innovatieproces in te richten. Uit het onderzoek blijkt dat echter geenszins de sleutel tot succes – het scheppen van een klimaat waarin innovatie tot bloei kan komen, is dat wel. Goed ingericht IM speelt daarbij een doorslaggevende, stimulerende rol.

Dat de business IM zo snel is gaan beschouwen als de gesprekspartner, mag een opmerkelijke ontwikkeling worden genoemd. Het lijkt erop dat de legendarische kloof tussen business en IT in een paar jaar tijd behoorlijk is gedicht. Innovatie en wendbaarheid organiseren met en voor de business is de laatste stap ter overbrugging hiervan.

