



Interview met Ed Nijpels

Lobbyagenda 2013-2014

Door Remco Takken

In de onlangs gepresenteerde Lobbyagenda van GeoBusiness Nederland formuleerde de brancheorganisatie vijf speerpunten, met daaraan gekoppeld tien lobbypunten, die de kern vormen van een actieplan voor de periode 2013-2014. Voorzitter van GeoBusiness Nederland Ed Nijpels geeft een toelichting op de publicatie en de achterliggende ambities.

Op 8 januari 2013 werd de Lobbyagenda 2013-2014 gepresenteerd. Na drie edities van de 'Marktmonitor', waarin door GeoBusiness Nederland, in 2009, 2010 en 2012 de totale omvang van de geo-sector werd geschat, wordt de blik nu verruimd. GeoBusiness Nederland zoekt de samenwerking met de partners in de 'gouden driehoek': het bedrijfsleven, organisaties vanuit de overheid en de wetenschappelijke hoek. De brancheorganisatie ziet het ICT Innovatie Platform Geo-informatie (IIPGeo) als aanjager voor operationele samenwerking tussen de partners in deze driehoek.

Offensief

Wie even bladert door 'Geo-informatie. Iedereen gebruikt het – overal!', ziet een aantal herkenbare passages. Een pleidooi voor open data, samenwerken in de geo-sector, de vaststelling dat de overheid een grote rol speelt als opdrachtgever en de kreet 'als de markt het kan doen, dan moet de markt het doen'. Bekende kost inmiddels, een consolidatie van waar de brancheorganisatie al enige tijd mee bezig is? Ed Nijpels, voorzitter van GeoBusiness Nederland, legt uit dat er een nieuwe toon wordt aangeslagen: "Er staan nieuwe en bestaande punten in, maar het is allemaal veel offensiever geformuleerd dan we ooit hebben gedaan. Een 'consolidatie van wat GeoBusiness Nederland doet en wil': ik vind dat te defensief uitgedrukt. We laten

Wie is wie?

Brancheorganisatie GeoBusiness Nederland maakt nadrukkelijk gebruik van het netwerk van haar leden en zoekt de samenwerking met het bedrijfsleven, ook in nieuwe toepassingsgebieden. Hieronder staan enkele leden van GeoBusiness Nederland die specifieke aspecten uit de Lobbyagenda voor hun rekening nemen:

- Voorzitter Ed Nijpels en directeur Camille van der Harten namens de sector als geheel.
- Frank de Miranda (De Miranda Consultancy): PDOK en de Nationale Geo-Informatie Infrastructuur (NGII).
- Tonie Speelman (Oranjewoud) en Wim van Pijkeren (ARCADIS): contacten met het SVB-BGT.
- Gerben Koppelman (ARCADIS) en Floris de Bree (ARCADIS): Gideon 2
- Rob Beck (Neo) en Theo Thewessen (Geodan): Innovatie en IIPGeo
- Mark Herbold (Esri Nederland): contacten met het Kadaster en Marktontwikkeling
- Jolle de Vries (Geomaat) en Han Limburg (Medusa): Landmeetkundige bedrijfsvoering en Grondradar.

in de Lobbyagenda heel gericht zien wat we willen en niet willen, en wat we vragen van de overheid. Ook het hele idee om te komen tot een analoog beleid aan de topsectoren voor ons terrein, is helemaal nieuw."

Topsectoren

GeoBusiness Nederland laat zich dus inspireren door het topsectorenbeleid en streeft ernaar geo-informatie en -technologie op de strategische agenda te krijgen van de topsectoren. De brancheorganisatie pleit voor een prominente plaats voor geo-informatie en geo-technologie op de strategische agenda van de topsectoren. Is het niet eeuwig zonde dat geo-informatie zelf geen topsector is? Voorzitter Ed Nijpels: "Nee, helemaal niet. Ik vind dat we reëel moeten zijn omtrent de topsectoren. We zijn een behoorlijke sector, maar geen topsector. Bij topsectoren gaat het om sectoren die een heel grote bijdrage leveren aan ons nationaal product. De geo-sector moet niet een te grote broek willen aantrekken. We zetten zo'n achthonderd miljoen om, tot een kleine miljard."

Als voorzitter van GeoBusiness Nederland, kijkt Ed Nijpels ook goed naar een aanpalende branche zoals de bouw: "In de bouwsector was men teleurgesteld over het feit dat ze geen topsector waren. Vervolgens komt er publiciteit, en dat leidde er toe dat minister Spies 'het Bouwteam' heeft ingesteld. Wat dit Bouwteam heeft gedaan: buitengewoon goed werk, maar dat had de bouwsector ook gemakkelijk zelf kunnen doen, daar was geen minister voor nodig geweest."

Dat klinkt bescheiden. Wil GeoBusiness Nederland eigenlijk wel een echt grote lobby organiseren, zoals bijvoorbeeld de BOVAG? Ed Nijpels erkent: "Dat is een mooie grote lobby, maar het is geen topsector. Bij de topsectoren gaat het meer over agrofood, de waterbusiness. En het mooie is juist: in al die topsectoren speelt geo-informatie een rol. Als je de topsectoren als een stel pilaren ziet, dan lopen wij daar met geo-informatie dwars doorheen, maar zijn we dus zelf geen topsector."



GeoBusiness Nederland-leden nemen specifieke aspecten uit de Lobbyagenda voor hun rekening, samen met voorzitter Ed Nijpels spreekt directeur Camille van der Harten namens de sector als geheel.

Meer dan lobbyagenda

Het boekwerk 'Geo-informatie. Iedereen gebruikt het – overall!' is meer dan een lobbyagenda. Zo bevat het een visie op de positie en rol van wetenschap- en onderwijsinstellingen. Ook is te zien hoe de sector momenteel is georganiseerd, wie waar welke positie inneemt en hoe GeoBusiness Nederland daar tegenaan kijkt. Ed Nijpels: "We doen ook uitspraken over wie wij zien als onze strategische, operationele en projectmatige partners." Onder 'Speerpunt 1' is een uitgebreide beschrijving te vinden van de verschillende overheidsorganisaties die invloed uitoefenen op de geo-sector. In niet geheel willekeurige volgorde schetst GeoBusiness Nederland een helder en bruikbaar landschap, waar onder andere de volgende organisaties hun plekje hebben: GL-Beraad, ministerie van Infrastructuur en Milieu (IenM), Geonovum, SVB-BGT, het Kadaster, Rijkswaterstaat, ministerie van Economische Zaken (EZ). Van de organi-

saties rondom wetenschap- en onderwijsinstellingen worden onder andere genoemd: de Nederlandse Commissie voor Geodesie (NCG) en de Stichting Arbeidsmarkt Geo (SAGEO).

In dit visiedocument is ook ruimte voor een vooruitblik naar Gideon 2, het beoogde vervolg op de overheidsnota Gideon 1. In 'Deel 2' zal het geo-bedrijfsleven via GeoBusiness Nederland een rol gaan spelen. Ook pleit de brancheorganisatie ervoor om een Shared Service Center Dataportaal als nog vorm te geven.

Nieuwe markten

In verschillende sectoren heeft de geo-wereld inmiddels een stevige voet tussen de deur, of staat zelfs al 'binnen'. "We hoeven meestal ook geen lang verhaal te vertellen om uit te leggen wat we doen, wat we kunnen en wat we willen", aldus Ed Nijpels, "Maar dat ligt anders bij de nieuwe markten, zoals de zorgsector. Je moet dan toch enige moeite doen om gehoord en vooral begrepen te worden." Ed Nijpels komt met een voorbeeld: "Toen ik André Rouvoet belde, de voorzitter van Zorgverzekeraars Nederland, vroeg ik hem: 'wie bij jou gaat er over geo-informatie in de zorg?' Zijn eerste reactie was: 'wát voor informatie zeg je?' Na enig heen en weer praten vindt hij het natuurlijk een goed idee, en gaat terug naar zijn organisatie om uit te zoeken welke personen er onder de zorgverzekeraars al mee bezig zijn, of er überhaupt iets van af weten." Terugkijkend op de eerste contacten in de zorg, viel een aantal zaken op. "Soms spreek je nog niet eens over onbegrip. Het is pure onwetendheid over wat geo-informatie zou kunnen betekenen, bijvoorbeeld in de zorg. Terwijl ik zelf, als relatieve buitenstaander, toch betrekkelijk gauw het nut inzie van het visualiseren van huisartsenposten, de bereikbaarheid van ambulances en ziekenhuizen. De Lobbyagenda gaat voor een deel over hoe je een en ander aan de buitenwacht duidelijk moet maken. We moeten vooral mensen die buiten de sector staan, ervan zien te overtuigen dat geo-informatie kan leiden tot fantastische innovaties."

Lobbypunten Geobusiness Nederland 2013-2014

1. De rol van het bedrijfsleven in de geo-sector
2. Standaarden
3. De markt tenzij
4. Shared Service Center - Dataportaal
5. Rolafbakening in de geo-sector
6. Professionalisering aanbestedende overheid
7. Proactieve houding van marktpartijen - turnkey oplossing aanbieden
8. Geen overheidsstukken zonder kaart
9. Samenwerking - Open data - Topsectoren Stimuleringsmaatregelen
10. Geo in nieuwe markten