

## 1. Heb een visie, maak een plan

Besef dat informatiebeheer een activiteit is dat een organisch geheel is tussen de afdelingen beleid, ICT en Geo. Gebrek aan dit besef zorgt er vaak voor dat niemand zich echt verantwoordelijk voelt. Verander dit. Benoem een ambassadeur. Formuleer een doel waar je als organisatie naar toe wilt. Inventariseer omgevingsontwikkelingen en bepaal hoe jij daar als organisatie in staat. Met het oog op je doel, maak je een plan waarin de juiste spelers een duidelijke taak krijgen. Zonder een plan is er geen budget en geen ruimte om informatiebeheer goed op te pakken.

## 2. Kijk om je heen en leer

Elke overheidsorganisatie heeft zijn eigen kenmerken en unieke eigenschappen. Ga shoppen. Weet wie waar goed in is en gebruik *best practices*. Gebruik intermediaire organisaties zoals BOOG, WEB en Bodem+ om jouw successen in de etalage te zetten en andersom; informeer hoe anderen het doen. Kijk ook eens hoe partijen buiten de bodem-sector met informatiebeheer om gaan, zoals de waterwereld en de geo-informatiewereld.

## 3. Denk in netwerken, niet in hokjes

Je kunt heel veel tijd en energie stoppen in het bepalen van jouw ‘domein’. Welk bereik moet het informatiebeheer hebben? Moet ik geen rekening houden met aanpalende beleidsterreinen of die zelfs in mijn plan betrekken? Om je heen kijken is goed (zie 2.), maar start vanuit een behapbare context: je structuurvisie, je afdeling etc. Besef dat Bodem raakt aan RO, dat RO weer raakt aan natuur, dat natuur weer raakt aan landbouw, dat landbouw weer raakt aan visserij, maar dat vissen niet zoveel te maken hebben bodem. Verbreding mag dan wel *hot* zijn, haalbaarheid is nog veel *hotter*. En als je dan toch die ene keer wilt weten wat de effecten van loodverontreiniging op stekelbaarzen zijn, zoek je toch gewoon op LinkedIn waar je de juiste persoon met de juiste kennis kunt vinden?

## 4. Markt en overheid hebben elkaar nodig

Overheden zijn geneigd afstandelijk te doen naar marktpartijen. Besef ook dat marktpartijen vanuit hun eigen belang overheden kunnen helpen bij sommige vraagstukken. Zo zijn er tal van voorbeelden waarbij marktpartijen met behulp van open data, geweldige apps hebben ontwikkeld voor burgers of andere doelgroepen. Zie bijvoorbeeld pagina 6 in deze IPO-brochure: <http://goo.gl/xCe5M> over een voorbeeld in de Amerikaanse stad Boston.

## 5. Maak een plaatje bij het praatje

Van data en informatie kun je kaarten maken. Kaarten zijn illustratief en kunnen verduidelijkend werken. Maak kaarten, ontsluit ze en licht ze toe. Gebruik deze kracht van bodeminformatie om aan tafel te komen bij anderen.

## 6. Techniek is een middel, focus op het doel

We zijn geneigd om ontwikkelingen rond bodeminformatiebeheer te beschouwen als een doel. Bedenk dat zelfs grote ontwikkelingen zoals de Basisregistratie Ondergrond geen doel op zich is, maar een middel is. Doe soms eens een stap terug en denk hier over na. Het werkt verhelderend.

## 7. Kwaliteit is belangrijk, maar niet heilig

Een veel gehoorde reden om data niet te ontsluiten, is dat de informatie niet altijd klopt. Maar als het niet ontsloten wordt, wie komt er dan ooit achter die gebreken? Juist door het te gebruiken zet je de kracht van anderen in om je te helpen met het op peil brengen van de kwaliteit. Noem het ‘crowdsourcing’, dan is het nog hip ook. En verder geldt hier de 80/20-regel; wil je 100% kwaliteit dan zal de laatste 20% je 80% van de tijd kosten. Dus accepteer een foutenmarge en communiceer deze.

## 8. Investeren in bodeminformatie is verdienen in de toekomst

Ontwikkelingen kosten geld. Maar kijk eens zakelijk naar deze uitgaven. Maak een businesscase. Veel ontwikkelingen op het gebied van bodeminformatiebeheer werken uiteindelijk besparend. Illustratief: met het volledig automatiseren van de afhandeling van bodeminformatieverzoeken bij gemeenten kunnen we landelijk 30 – 40 FTE besparen.

## 9. “Database open u”

Open data is *hot*. Door de data vrij ter beschikking te stellen, ben je als overheid transparant en stel je anderen in staat mooie dingen te doen met je data (zie 4.) Je data ontsluiten is niet eng, maar vereist vaak wel een omslag in denken. Realiseer je ook welke kosten je kunt besparen met het aanbodgericht ontsluiten.

## 10. Gebruik de human-factor

Niet alles is te automatiseren. Niet voor niets stranden er veel grote ICT-projecten, vaak vanwege te ambitieuze doelstellingen. Voorbeeld: verkeersinformatie is handig, maar je moet nog wel zelf rijden. Dit geldt ook voor bodeminformatie. Houd rekening met je medeweggebruikers. Ga de dialoog aan en gebruik informatie als input voor je gesprek.

Discussieer verder over deze stellingen op LinkedIn in de groep ‘Bodeminformatiebeheer’ op <http://linkd.in/nanypA> (alleen met een account toegankelijk).