



BIG DATA

‘MEEDOEN, VOORDAT IEMAND ANDERS HET DOET’

*IoT Summit stelt de opkomst van het
Internet of Things (IoT) centraal*

Bedrijven beschikken sinds het Internet of Things over meer data dan ooit. Dat biedt kansen, maar er zijn ook risico's. Tijdens de eerste IoT Summit van ChannelConnect wisselden vooraanstaande ICT-bedrijven hierover van gedachten. Zij komen tot de conclusie dat Nederland momenteel voorop loopt op het gebied van IoT-gebied.

door: Dirkjan van Ittersum

Het Landgoed Oudegein is inmiddels de thuishaven voor de Summits van ChannelConnect waar directieleden praten over actuele ICT-onderwerpen. Op 20 juni was het Internet of Things (IoT) aan de beurt. Tijdens de IoT Summit zorgde het stralende weer voor een prima sfeer om actuele trends te bespreken. Zeven aanwezigen (zie kader) spraken onder meer over de rol van resellers, distributeurs en vendors. Ook de impact van de nieuwe technologie op huidige businessmodellen bleef niet onbesproken.

Consultancy

De discussie werd na de voorstelronde afgetrapt met de vraag hoe de aanwezigen de huidige IoT-markt zouden omschrijven. Woorden als 'versnipperd', 'zoekende', 'disruptive', 'insights' en 'change' vielen. Dat het onderwerp IoT leeft, was meteen duidelijk. Door de nieuwe technologie worden businessmodellen razendsnel op hun kop gezet. De aanwezigen vergeleken de ontwikkeling met opkomst van Bring Your Own Device (BYOD). "Die trend werd gedreven door gebruikers. Ook nu zien

we mensen die eigen spullen meebrengen waarvan IT-afdelingen zich afvragen hoe ze daarmee om moeten gaan", aldus director sales and marketing Mark Louis Heijman van Arrow ECS Nederland. Iedereen was het erover eens dat bedrijven mee moeten met de opkomst van IoT. Wie de trend links laat liggen, loopt het risico de boot te missen. "Als grote bedrijven het niet doen, doet iemand anders het wel," zegt Dennis van Middelkoop, regional sales director Benelux en Frankrijk van Tele2 IoT. "We merken bij veel klanten de houding van 'we moeten er iets mee', maar ze weten niet precies wat", vervolgde hij. Kenmerkend voor IoT is dat het voor andere businessmodellen zorgt. "In plaats van verkoper van producten, word je dienstverlener", vat channel manager June Bronwasser van Informatica Software Nederland de omslag samen. Dat is voor veel bedrijven wennen. "Bedrijven zoeken een partner om te

helpen bij de zoektocht naar wat er mogelijk is met IoT. Daarom wordt consultancy een steeds belangrijker onderdeel van ons werk”, aldus Van Middelkoop.

Drachtige koe

Gevraagd naar actuele IoT-cases, komt het gesprek al snel op landbouw en vee teelt. “Vroeger moest een veeboer de hele nacht bij een drachtige koe blijven om te helpen bij een bevalling. Dat is niet meer nodig door via een thermometer de koe in de gaten te houden. Dertig minuten voor de bevalling gaat de temperatuur van een koe omhoog. De boer krijgt

waarmee het vee volledig in de gaten gehouden kan worden. De boer krijgt de beschikking over drie schermen. Op het ene scherm ziet hij waar zijn vee loopt, op het volgende wat de conditie is en op het laatste wat de voedingswaarde is.” Ook van de nieuwe businessmodellen dankzij IoT zijn er talrijke voorbeelden. “Een van de eerste IoT-klanten van Tele2 was ESAB, een Zweedse fabrikant van lasapparaten”, zegt de regional sales director Benelux en Frankrijk. “Zij wilden niet concurreren op prijs met andere fabrikanten, maar kwamen met een ‘pay-as-you-go’-model. Je rekent af per lasmeter. Sensoren in lasmachines leveren enorm veel data op waardoor ze met predictive maintenance de apparaten zo lang mogelijk in bedrijf kunnen houden.”

Gratis tractor

Ook de andere deelnemers hadden veel praktijkvoorbeelden. “Komatsu maakt graafmachines en is gestart met predictive maintenance”, zegt Jonk van Alcatel-Lucent. “Ze bieden nu graafmachines aan waarvoor je per ton afrekent.” Of wat te denken van machinefabrikant John Deere? Het bedrijf verkocht altijd tractoren, maar is overgestapt op verkoop van data. Informatiesystemen vertellen

wanneer gewassen water moeten krijgen en wanneer er geoogst kan worden. “De tractoren geven ze bij wijze van spreken gratis weg bij de dienst.” “In de luchtvaartindustrie kopen vliegmaatschappijen geen motoren meer. Ze betalen per uur dat een geleverde motor draait”, vult June Bronwasser van Informatica Software Nederland aan.

Alcatel-Lucent werkt bij sommige projecten al op vergelijkbare wijze. “Aan hotels leveren we een communicatieplatform. Er wordt gefactureerd op basis van de bezettingsgraad. Als een kamer niet is verhuurd, betalen ze niks. Gelukkig weten we uit ervaring dat normaal gesproken zo’n 80 procent van de kamers is verhuurd”, aldus de VP EUNO vertical sales.

Kans of bedreiging?

Het is duidelijk dat IoT businessmodellen op de schop gooit. Hoe ziet het ICT-kanaal die ontwikkeling; is het een kans of bedreiging? “Ik zie het vooral als een kans, maar toch vormt het voor een aantal business partners wel een bedreiging als ze niet snel genoeg inspelen op de transformatie”, zegt Director Government Netherlands Jean Jacques Kroesbergen van Dell Nederland.

‘Resellers gaan zich richten op bepaalde verticals’

automatisch een waarschuwing en kan op tijd aanwezig zijn”, geeft VP EUNO vertical sales Gert Jonk van Alcatel-Lucent als voorbeeld. Boeren lijken early adopters, getuige een ander voorbeeld van Heijman. “Wij bouwen systemen



De deelnemers aan het IoT Summit 2017

“Zij zijn gewend om grote projecten te realiseren. Stel, je doet een project van drie ton waarop je 20 procent marge hebt om alle salarissen te betalen. Als je overstapt op een nieuw businessmodel waarbij er per maand wordt afgerekend kun je misschien 10.000 euro per maand in rekening brengen voor een vergelijkbare dienst. Dat is niet genoeg om de business draaiende te houden. Daar zit een bedreiging in voor de continuïteit van partners.”

Daar komt nog een extra risico bij. “Er komt meer volatiliteit,” zegt Jonk van Alcatel-Lucent. “Bedrijven sluiten abonnement af en kunnen daar ook snel weer vanaf.” Kroesbergen voegt daar aan toe: “Je hebt continu te maken met klanttevredenheid.”



Ecosysteem

Opvallend is dat Heijman van Arrow ECS verwacht met IoT een nieuw verkoopkanaal aan te kunnen boren. “Dit soort ontwikkelingen beginnen bij de uitvinder van een systeem. Wij hebben het geluk dat zo iemand al snel bij ons komt. Bijvoorbeeld omdat hij een bepaalde printplaat nodig heeft. Hij wil graag advies hoe je zo’n product het best kan maken. Als zo iemand na enige tijd iets heeft ontwikkeld komt hij bij ons terug voor de verkoop. Daarna komen er vragen van klanten over hoe het te installeren. Wij zitten in een gunstige positie.”

‘Nederland wordt veel gebruikt als proeftuin’

Hoe moeten businesspartners inspelen op de opkomst van IoT? “Er is duidelijk sprake van een verandering in het ecosysteem gaande”, stelt sales directeur Bas Scheepens van Tech Data Nederland. “Er zijn een paar mogelijkheden. Je wordt de grootste, je bent een specialist of je weet alles van een specifiek marktsegment. Voor de meeste businesspartners zal die laatste optie de meest waarschijnlijke zijn.” Bronwasser deelt zijn verwachting: “Resellers gaan zich richten op bepaalde verticals. En meer dan dat nog zelfs, er is sprake van vectorisatie, waarbij bedrijven een heel specifiek businessprobleem in een vertical kunnen adresseren. Zo kun je veel toegevoegde waarde bieden.”

Nederland loopt voorop

Deelnemers aan de discussie gingen met een positieve boodschap naar huis. Ze waren het erover eens dat Nederland het relatief goed doet op het vlak van IoT. “Ik denk niet dat er veel landen zijn die al massaal connected thermostaten hebben en elektriciteitsmeters die op afstand uitgelezen kunnen worden. Ook het wegennet zit vol met sensoren, al wordt daar niet zo heel veel ruchtbaarheid aan gegeven”, geeft Business Development Executive for IoT Vincent Roselaar van Fujitsu Technology Solutions aan.

Nederland doet het dus goed, maar er zijn landen die nog verder voorop lopen. Ze zijn vooral in Azië te vinden. “Japan, maar ook China”, noemt Bronwasser als voorbeelden. “Daar investeren steden veel geld in IoT. De problemen zijn er groter. Denk aan verkeer en vervuiling.” Bovendien speelt in ons land de wet van de remmende voorsprong een rol. “Wij stoppen sensoren in de weg als het aan vervanging toe is. Als je een

beetje pech hebt, duurt dat nog tien jaar”, aldus Roselaar. “In Japan wordt IoT vooral in infrastructuur, treinen en bussen toegepast. Waar Nederland een vaste dienstregeling kent, gaat in Japan de bus rijden als het druk wordt. Dat weten ze door de verkeersstromen in de gaten te houden, niet alleen auto’s, maar ook fietsers en voetgangers.”

Early adopters

Al moeten we sommige Aziatische landen voor laten gaan, Nederland en België lopen wel duidelijk voorop in Europa. “We zijn gek op nieuwe dingen,” concludeerden de deelnemers aan als verklaring. “Daarom gebruiken veel internationale bedrijven Nederland als proeftuin. Er zijn hier veel early adopters. We zijn bereid om 2.000 euro aan een nieuwe televisie uit te geven, dat heb je in Europa verder niet veel. Bovendien is onze infrastructuur goed, het land is vrij klein waardoor de schaalgrootte goed is voor een pilot.” «

Aan tafel aanwezig waren: (in alfabetische volgorde van bedrijfsnaam)

Gert Jonk, VP EUNO vertical sales van Alcatel-Lucent

Mark Louis Heijman, directeur Sales and Marketing van Arrow ECS

Jean Jacques Kroesbergen, directeur Government Netherlands van Dell EMC

Vincent Roselaar, Business Development Executive for IoT van Fujitsu Technology Solutions

June Bronwasser, channel manager van Informatica Software

Bas Scheepens, sales directeur van Tech Data Nederland

Dennis van Middelkoop, regional sales director Benelux en Frankrijk van Tele2 IoT

De komende maanden gaat ChannelConnect als focustopic nadrukkelijk meer aandacht besteden aan IoT. Later dit jaar verschijnt het IoT Dossier. Daaraan gekoppeld komt er een specifieke website voor IoT met overzichten van aanbieders, nieuws, trends en gerubriceerde cases voor het ICT-channel.