

19. De elektronische snelweg en massa-individualisering

A. Aboutaleb Centraal Bureau voor de Statistiek

Roel den Dunnen -Secretaris Generaal van het ministerie van Volkshuisvesting Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer- beschrijft in het blad Management en Bestuur (februari '98) op treffende wijze dat de overheid de complexe veranderingen in de samenleving niet langer kan managen door producten en diensten langs departementale grenzen aan te bieden. Zijn betoog komt erop neer dat groepen burgers met gemeenschappelijke kenmerken zeldzaam zijn geworden. De vraag uit de samenleving draagt een individueel karakter, de burger calculeert, is mondig en kritisch, is in toenemende mate hoog opgeleid en claimt waar voor zijn belastingen en premies. De overheid moet in toenemende mate maatwerk leveren maar kan dat eigenlijk niet. De traditionele stammenoorlogen tussen ministeries staan maatwerk in de weg. Roel den Dunnen en zijn collega's hebben een fors probleem.

De **moderne burger** beargumenteert in toenemende mate door gebruik te maken van cijfers, baseert zijn oordeel steeds minder op een ideologie en beschouwt de overheid in de eerste plaats als dienstverlener. "We hebben het niet" is een antwoord waar de burger anno 1998 geen genoegen mee wenst te nemen. Voor de betaalde belastingen en premies verlangen burgers waardevolle op het individu toegesneden diensten en wel op die momenten van de dag die voor hen goed uitkomen. Met andere woorden: massa-individualisering van de dienstverlening door de overheid. Die overheid heeft zichzelf jarenlang op een voetstuk geplaatst en bezorgde zichzelf daardoor een slecht imago: onvriendelijk, weinig klantgericht, duur en regentesk. Het kost nog altijd veel moeite om na 17.00 uur ergens in Nederland een paspoort te krijgen als je onverwachts het land moet verlaten. Vooral overheidsinstellingen met een monopoliepositie ervaren de kritische houding van de burgers nog altijd als lastig.

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) is een overheidsinstelling met een monopoliepositie op het gebied van het maken en publiceren van officiële statistieken. Ook bij het CBS is de klant nog steeds niet de spreekwoordelijke koning; ook het CBS denkt soms te weten wat goed is voor de burger. Maar de ommezwaai is in gang gezet en de veranderingen gaan nu hard. Daar waar tal van particuliere marktpartijen zich afvragen hoe ze de hoog opgeleide en mondige burger maatwerk kunnen leveren, kan

met recht en reden worden gesteld dat het CBS op tijd is begonnen met het treffen van de noodzakelijke maatregelen om zijn klanten goed te kunnen bedienen. Klanttevredenheidsonderzoeken, lezersonderzoeken, behoefte-registraties en een gebruikersmaatstaf zijn de ingrediënten voor een aanpak, waarmee het CBS zijn producten en diensten zoveel mogelijk **vraaggestuurd** probeert in te richten. Een centrale database (**Statistiek on-line, afgekort StatLine**) die voor een groot deel operationeel is, is opgezet om de klanten op maat te kunnen bedienen, en zo massa-individualisering te realiseren.

Om maatwerk te kunnen leveren heeft het CBS een databank ontwikkeld die de kern zal worden van het publicatiepakket. In StatLine worden alle statistische gegevens -compleet met de daarbij behorende toelichting- opgeslagen. Afhankelijk van de vraag kunnen uit het systeem zowel papieren als elektronische publicaties worden gereproduceerd. Door voor deze opslagvorm te kiezen, is het mogelijk een grote variëteit aan producten uit de databank te halen. Het systeem is ingericht om bijvoorbeeld het laatste prijsindexcijfer te mailen naar een bestand met emailadressen en/of op verzoek van een gebruiker een beschrijving van de schoenenbranche via een fax binnen enkele minuten aan te bieden.

Deze centrale output databank van het CBS is in 1993 opgezet als een on-line databank voor extern gebruik. Sindsdien is duidelijk geworden dat de databank vele functies binnen en buiten het bureau kan vervullen. Op dit moment zijn bijna alle statistieken in StatLine opgenomen. Het systeem wordt extern beschikbaar gesteld op CD-ROM en is 24 uur per dag via Internet beschikbaar. Een nieuw zoekmechanisme dat met veel zorgvuldigheid is ontworpen, maakt het voor gebruikers -ook nieuwsgierige niet-statistici- mogelijk zelf de gewenste tabellen te vervaardigen en de daarbij behorende toelichting te vinden. Ze zijn daarbij niet langer afhankelijk van het voorgesorteerde aanbod van het CBS en hebben geen last van de 36-urige werkweek of van het feit dat de telefoon na half zes niet meer wordt opgenomen. Hebben ze vragen, dan kunnen ze per omgaande via email de betreffende statisticus een bericht versturen.

Door StatLine via Internet extern beschikbaar te stellen (inmiddels 10.000 gebruikers per maand) **geeft het CBS de gebruiker de gelegenheid zelf informatie te zoeken**. Ook de gebruikers die niet zelf kunnen of willen zoeken, wil het CBS tegen geringe kosten blijven bedienen. Nu al wordt de telefonische inlichtingenverstrekking ondersteund door een fax- en email-faciliteit die aan de databank is gekoppeld. Dit jaar worden experimenten uitgevoerd met standaardmaatwerk voor gebruikers. Voor de nabije toekomst staan zaken als printing-on-demand en push-technologieën op stapel.

Het spreekt voor zich dat het moderniseren van het publicatie-proces van het CBS **nogal wat vraagt van een organisatie** die bijna 100 jaar lang degelijke statistieken maakt. De vraag centraal stellen en de introductie van nieuwe informatiedragers (zowel voor het verzamelen, verwerken en analyseren van de gegevens als voor het publiceren) zorgen ervoor dat ook de organisatie van het CBS op dit moment ingrijpende wijzigingen ondergaat. Het CBS is zoekende naar een nieuw evenwicht tussen de vraag naar statistische informatie enerzijds en de daarmee gemoeide kosten en de gewenste organisatievorm anderzijds. Een ding staat vast: door de korte levenscyclus van producten, zal het CBS genoodzaakt zijn zich flexibel op te stellen om de **veranderingsdrift van de consument** bij te houden. Dat vraagt vooral om een modern personeelsbeleid en een hoge mate van veranderingsbereidheid. Wie dacht dat het CBS een grijze muis is, is van harte uitgenodigd voor een bezoek: www.cbs.nl.

