

2008

03

**INFORMATIE  
PROFESSIONAL**

vakblad voor informatiewerkers

# Informatieverlies wordt geaccepteerd

Klanten lopen weg als bedrijven slordig met gegevens omgaan.

Een goede informatielogistiek is in toenemende mate een voorwaarde voor het succes van organisaties. Klanttevredenheid, imago en zelfs de beurswaarde hangen af van goed georganiseerde informatiestromen binnen organisaties. Informatielogistiek wordt steeds strategischer van aard en is de verantwoordelijkheid van de gehele organisatie. Dit blijkt uit onderzoek van Doxis Informatiemanagers naar de behoeften op het gebied van informatielogistiek,

uitgevoerd onder 28 deskundigen op het gebied van informatiemanagement. De respondenten acteren in uiteenlopende markten: bedrijfsleven, overheid, woningcorporaties en onderwijs. Het onderzoek is uitgevoerd door onafhankelijk onderzoeksbureau Motivaction in opdracht van Doxis Informatiemanagers. Toch zeggen de meeste bedrijven dat ze het verlies van data heel normaal vinden. 59 Procent van de bedrijven die meededen aan een onder-



Foto: Marcus Papapopolus

zoek van Symantec IT risk management, zegt er rekening mee te houden dat één keer in de vijf jaar een groot dataverlies optreedt door bijvoorbeeld het verlies van een draagbare harde schijf of een

andere gegevensdrager. Dataverlies hoeft niet te betekenen dat de informatie definitief verloren is gegaan, maar slecht voor de reputatie van een bedrijf is het wel als gegevens uitlekken. Vooral als het om het verlies van persoonlijke gegevens van klanten gaat, zoals namen, adressen en bankrekeningnummers, lopen bedrijven het risico om te verliezen. Klanten haken namelijk af als ze bedrijven niet vertrouwen. Overigens zegt het merendeel van de consumenten slordigheid als oorzaak van dataverlies veel erger te vinden dan diefstal. <