

Jan Bonke

DATAPLACE BREIDT UIT MET ZESDE DATACENTER

'We krijgen een steeds internationaler profiel'

Afgelopen maand opende het zesde datacenter van Dataplace. Het symboliseert de snelle groei van het bedrijf, dat ooit ontstond uit frustratie. *Tekst: Mels Dees*

In tijden van corona is het openen van een datacenter een mooi succes, zeker omdat het duidelijk inspeelt op de behoefte in de markt. "De bedrijvigheid in de regio Amsterdam groeit nog steeds sterk en daarmee ook de vraag naar colocatie dienstverlening", legt Gerben van der Veen uit, Managing Director van Dataplace. Hij is er trots op dat de onderneming vanuit een hypermodern datacenter in Hoofddorp datacenteroplossingen kan bieden. "We waren al een landelijke speler, maar met de opening van dit zesde datacenter versterken we nadrukkelijk ons internationale profiel." Hoewel de bouwactiviteiten al veel eerder startten dan de lockdown, heeft Dataplace ook in andere opzichten weinig last van de corona-uitbraak. Van der Veen: "Onze klanten hebben als het gaat om het gebruik van onze services, geen enkele last van de maatregelen die genomen zijn. Ze konden en kunnen nog steeds onze datacenters bezoeken."

Dat betekent niet de onderneming er niets van merkt. "Het is stiller in onze vestigingen. Ook omdat onze medewerkers zoveel mogelijk vanuit huis werken." Dat konden ze echter al veel langer, legt Jan Bonke, Manager Operations bij Dataplace uit. "Zij konden al remote werken en het was voor klanten altijd al mogelijk zelfstandig, dus zonder tussenkomst van een van onze medewerkers, het datacenter te bezoeken. Ze hebben daarbij uitsluitend toegang tot hun eigen racks."

Datacenter als fundament

Het nu geopende datacenter in Hoofddorp is de zesde locatie van het bedrijf dat in 2011 werd opgericht, onder meer door Gerben van der Veen. "We zijn eigenlijk gestart vanuit een grote frustratie die de onderneming waarvoor ik toen werkte, een managed hosting provider, voelde over de manier waarop datacenters omgingen met hun klanten." Van der Veen herinnert zich dat het vaak de klanten waren die in het geval van een storing aan de bel moesten trekken bij het datacenter.

Hoofddorp en energie

In de regio Amsterdam is de energievoorziening van datacenters een issue. Jan Bonke, Manager Operations van Dataplace: "Toen wij de vergunningsaanvraag deden voor het datacenter in Hoofddorp speelde de discussie nog niet, maar een half jaar later werd al geroepen een bouwstop af te kondigen voor nieuwe centra. Daar hebben we geen last van gehad."

"Zelf monitorde ze onvoldoende of communiceerden niet." Steeds vaker had de onderneming waarvoor Van der Veen toen werkte het gevoel dat het zelf opzetten van een datacenter, als fundament onder het bedrijf, wenselijk was. "Dan hebben we grip op de kwaliteit, kunnen we niemand anders de schuld geven als dingen fout gaan en zelf de zaken verbeteren als dat nodig is." Uiteindelijk werd in 2010 de bouw van een datacenter gestart in Alblasterdam, waarvan de eerste fase een jaar later in bedrijf ging. "Vanaf dat moment zijn we ons gaan focussen op datacenterdiensten en besloten een jaar later het hostingbedrijf te verkopen." Sindsdien is Dataplace sterk gegroeid. Niet alleen zijn er nu zes centers in het portfolio, ook werd het bedrijf in 2016 overgenomen door de Eurofiber-groep. "Op dat moment waren we met vijf medewerkers, nu bijna 30. We groeiden





Gerben van der Veen

van 1,9 miljoen euro naar 13 miljoen euro omzet”, maakt Bonke duidelijk.

Twee soorten datacenters

Van der Veen gaat nader in op de specifieke activiteiten van Dataplace: “Veel mensen hebben bij het begrip datacenter twee associaties. Het is dan ofwel een pand, vastgoed dus, met faciliteiten zoals koeling, energievoorziening en beveiliging. Of het is een omgeving die computerkracht verhuurt. Dit noem ik wel een virtueel datacenter. Wij komen uit de eerste hoek: we bieden de klant geavanceerde faciliteiten, van biometrische toegangsbeveiliging, via energie en koeling tot een keuze uit verschillende aanbieders van connectiviteit.”

Wel merkt de Managing Director in de markt een groeiende behoefte aan het virtuele datacenter. “Onze klanten willen niet altijd meer investeren in eigen apparatuur, als ze dat ook kunnen huren van een partij zoals ons. Dat is een innovatie waar we nu druk mee bezig zijn.”

“Het gaat niet alleen om de continuïteit van het center, maar ook van de klantrelatie”

Klanttevredenheid

We vragen of de onderneming, ondanks de groei, nog steeds de drive heeft te voorkomen dat klanten dezelfde frustratie beleven als zij zelf bij oprichting. Dat wordt volmondig beaamd. Sterker nog, de klantwaardering is hoog. Er wordt, zo blijkt uit het gesprek, soms urenlang vergaderd over details die voor Dataplace wellicht niet belangrijk zijn, maar voor de klant wel. Een voorbeeld? “De koffie!”, stelt Bonke. “In een klantonderzoek bleken de klanten in Alblasterdam ontevreden over de koffie. We hebben klanten laten proeven en zo bepaald welke bonen er in een nieuw koffieapparaat kwamen.” Van dergelijke maatregelen gaat de continuïteit van het datacenter niet omhoog, maar het komt de continuïteit van de klantrelatie wel ten goede. “Een ander voorbeeld betreft de vending machines”, meldt Bonke. “Er zit snoep en frisdrank in, maar ook patches, voor als een klant er net te weinig heeft.” ■