

Alan Snow neemt initiatief tot Nederlandse chapter van DAMA International

"Informatiekwaliteit: te weinig aandacht voor zachte kant"

Robbert Hoeffnagel

Tijdens het congres 'Trends in informatie-management' dat Array Publications – uitgever van onder andere Database Magazine – begin december organiseert, vindt ook de lancering plaats van de Nederlandse 'chapter' van DAMA International. Het initiatief tot het oprichten van een Nederlandse afdeling van de Data Management Association is afkomstig van Alan Snow, die al snel Rick van der Lans als mede-oprichter aan zijn zijde vond. Een gesprek met de bij Ordina werkzame Snow – over DAMA International, over Exceleritus en over de zachte kant van informatiekwaliteit, die in zijn ogen veel te weinig aandacht krijgt.

"Een tijdje geleden was ik voor een workshop op bezoek bij een klant. Van de vijf managers die zouden deelnemen was er eentje wat verlaat. Als leider van de sessie besloot ik de tijd die we moesten wachten door te brengen met wat 'small talk'. Ik stelde daarom een onschuldige vraag – dat dacht ik althans: 'Hoeveel medewerkers heeft jullie bedrijf eigenlijk?'. Het gevolg was een lange discussie waarbij de ene manager het aantal van 470 noemde, de andere op 520 uitkwam en weer een ander nog een ander getal in zijn hoofd had. Al snel bleek het probleem de vraag te zijn wat nu precies een medewerker is. Iedereen op de loonlijst? Alleen mensen met een vast contract of ook ingehuurde externen, noem maar op. Ik vind het nog steeds een mooi voorbeeld van het gebrek aan aandacht dat we hebben voor wat ik wel eens de zachte kant van informatiekwaliteit noem. Met andere woorden: hoe interpreteren we binnen onze organisatie eigenlijk bepaalde begrippen?"

Alan Snow – Engelsman, pas vier jaar in Nederland, maar inmiddels vloeiend Nederlands sprekend – vertelt de anekdote in een vergaderkamer van de vestiging van zijn werkgever Ordina aan de Lekstraat in Nieuwegein. "We zijn erg gewend om naar de technische kant van informatie en de kwaliteit daarvan te kijken – zijn alle velden in een database netjes gedefinieerd? Maar iets schijnbaar simpels als 'hoeveel medewerkers hebben we in dienst?' blijkt tot grote verwarring te kunnen leiden. Ook een mooi voorbeeld is: klant. Wanneer is een bedrijf een klant? Als de offerte is geaccepteerd? Het product is afgeleverd? Als de factuur



Foto Harry Otto

Alan Snow: "Iets schijnbaar simpels blijkt tot grote verwarring te kunnen leiden".

is betaald? Maar hoe zit het dan met een betaling in termijnen? Ben je dan klant na de eerste, de vijfde of pas na de laatste betalingstermijn? En wat ben ik dan voordat die laatste termijn is betaald? Een prospect? Nee, lijkt me niet. Maar wat dan wel?" Veel organisaties hebben problemen met de kwaliteit van hun informatie. "Het besef dat vragen als 'wat is een klant?' belangrijk zijn, is veel minder ver doorgedrongen dan we wel eens geneigd zijn te denken. Dat is dan ook een van de redenen waarom een eigen Nederlands chapter van de Data Management Association (DAMA International) ons als oprichters een goed idee lijkt. De kwaliteit van informatie is namelijk niet een taak van of de business managers of de IT-mensen of de kenniswerkers die de

data gebruiken; het is de verantwoordelijkheid van al deze groepen samen. Die willen we dan ook allemaal met DAMA aanspreken."

Data resource professionals

Officieel richt DAMA International zich op wat men noemt 'data resource professionals'. Onder 'data resource management' verstaat de organisatie formeel het ontwikkelen en toepassen van architecturen, policy's, practices en procedures die zorg dragen voor het fatsoenlijk beheer van de gehele levenscyclus van gegevens. In de wandelgangen wordt DAMA International vaak geassocieerd met metadata, maar daar kan Snow zich niet zo erg in vinden. "Ach, er worden zoveel kreten en acroniemen gehanteerd. Waar het natuurlijk echt om draait is: hoe gaan we om met informatie? Dat willen wij in DAMA Nederland centraal stellen." Tot nu toe vielen de Nederlandse activiteiten formeel onder DAMA Benelux. "Dat klopt inderdaad", zegt Snow, "ware het niet dat de Benelux-chapter in feite een Belgische aangelegenheid was. Ik was persoonlijk een van de zeven 'founding fathers' van DAMA Benelux, maar was als Engelsman wel de enige die Nederland vertegenwoordigde. Het feit dat er nu een Nederlandse tak komt, heeft overigens niets te maken met de kwaliteit van de bijeenkomsten en activiteiten van de Benelux-organisatie. Wat alleen wel opviel, was dat vrijwel alle activiteiten in België plaatsvonden en gingen op de Belgische voorbeelden en de Belgische situatie. Dat geeft voor Nederlanders vaak toch te weinig herkenning. Ook blijkt de afstand Eindhoven-Brussel vaak toch als langer te worden ervaren dan een rit van Groningen naar Amsterdam."

Formeel gaat DAMA Nederland dit najaar van start. "We grijpen het congres 'Trends in informatiemanagement' dat Array Seminars in december organiseert aan voor de formele lancering. De kar wordt momenteel getrokken door twee mensen: Rick van der Lans en ondergetekende. Wellicht komt daar nog een derde persoon bij en dat zou dan iemand uit de academische wereld worden. Dat is echter nog niet zeker. We richten ons op informatiemanagement in het algemeen. Dat aandachtsgebied valt wat ons betreft uiteen in de drie hiervoor reeds genoemde doelgroepen. Dat zijn allereerst de technische mensen. Denk aan DBA's, data quality managers en dergelijke. Als tweede doelgroep zien we business managers als BI-mensen, datawarehouse-specialisten, medewerkers die verantwoordelijk zijn voor gegevensconversies, security-mensen en dergelijke. De derde groep bestaat uit eindgebruikers, of beter gezegd: kenniswerkers."

Gemeenschappelijke taal zoeken

Dat dit nogal uiteenlopende doelgroepen zijn, realiseert Snow zich maar al te goed. Toch is het belangrijk dat deze drie groepen gezamenlijk worden aangesproken, meent hij. "Veel bedrijven zijn namelijk helemaal verkeerd bezig. Je kunt wel veel geld investeren in dashboards en dergelijke, maar zonder goede data heb je daar maar weinig aan. En dat de kwaliteit van de informatie van veel organisaties flink te wensen overlaat, zal voor iedereen

duidelijk zijn. Het probleem is alleen: hoe stel je nu precies vast wat de kwaliteit van je informatie is? Bovendien: stel nu dat de beschikbare data van goede kwaliteit zijn, hoe dienen die gegevens vervolgens te worden geïnterpreteerd?"

Maar eerst nog even terug naar de drie doelgroepen. Het aanspreken van de technische en zakelijke doelgroepen zal op zich niet zoveel problemen behoeven op te leveren. Anders is het echter met de kenniswerkers. Hoe willen Snow en de zijnen die specifieke doelgroep gaan interesseren in een onderwerp als 'informatiekwaliteit'? "Tja, dat is natuurlijk de grote vraag. Het probleem van de drie doelgroepen is dat ze elkaars vocabulaire niet spreken. Wat wij nastreven is een gemeenschappelijke 'lingua franca' die door alle drie wordt begrepen. Neem een begrip als 'winstgevendheid'. Wat betekent dat nu precies wanneer je het bekijkt vanuit de business, door de bril van IT of in de visie van de eindgebruiker? We willen een besef creëren dat informatiemanagement meer is dan alleen maar bits. Het gaat om de interpretatie. Er moet een consistent beeld ontstaan van de betekenis van een bepaald gegeven."

Per jaar wil DAMA Nederland drie tot vier bijeenkomsten organiseren

Aan de hand van welke acties denkt Snow dit consistente beeld te laten ontstaan? "Dat doen we door in de vorm van DAMA Nederland een club van gelijkgestemden op te richten. Iedereen die zich op een of andere manier met informatiemanagement bezig houdt, kan voor een bedrag van vijftig euro per jaar lid worden. Voor bedrijven is het mogelijk om een corporate lidmaatschap te nemen. Dat kost vierhonderd euro en maakt het voor hen mogelijk om zelf te kiezen wie zij naar een bijeenkomst afvaardigen, zolang er per keer maar een beperkt aantal deelnemers vanuit één organisatie aanwezig is."

Juiste invalshoek kiezen

Per jaar wil DAMA Nederland drie tot vier bijeenkomsten organiseren. Het programma van iedere bijeenkomst zal zodanig gekozen worden dat het alle drie doelgroepen aanspreekt. Maar hoe doe je dat? "Dat kunnen we op meerdere manieren bereiken. Allereerst door het thema goed te kiezen en ook goed te verwoorden. Bijvoorbeeld: we kunnen het over 'customer relationship management' hebben of we kunnen een bijeenkomst besteden aan 'het beheer van klantgegevens'. Achter beide omschrijvingen kan exact hetzelfde programma schuil gaan, maar de eerste is erg algemeen en nietszeggend. De tweede beschrijving daarentegen heeft voldoende elementen of invalshoeken om voor alle doelgroepen interessant te zijn."

Hoe zou het programma van een dergelijke bijeenkomst er vervolgens uit moeten zien? Snow: "Op veel bijeenkomsten waar

meerdere doelgroepen zijn, zie je dat deze los van elkaar door middel van parallelsessies worden bediend. Maar daar schieten wij natuurlijk niets mee op. Wij willen alle doelgroepen in een en dezelfde sessie aanspreken. Met andere woorden, een sessie van een uur, maar dan opgebouwd uit bijvoorbeeld een half uur techniek en een half uur business. Op die manier zijn de doelgroepen als het ware 'gedwongen' om naar elkaars invalshoek te luisteren, zonder dat het te langdradig wordt en men bij wijze van spreken in slaap valt."

Een ander hulpmiddel dat DAMA Nederland zal inzetten is het als spreker uitnodigen van 'bekende namen'. "Mensen die echt iets te melden hebben en visionair zijn. Daarmee kunnen we de deelnemers aan sessies ook echt van nieuwe en belangwekkende inzichten voorzien. Daarnaast willen we zoveel mogelijk praktijk-

Problemen met informatiekwaliteit?

Alan Snow gebruikt in zijn dagelijkse werk bij Ordina een aantal criteria om vast te kunnen stellen of een organisatie problemen met de kwaliteit van zijn informatie heeft:

- Verschillende mensen geven verschillende antwoorden op dezelfde vraag;
- Het is soms moeilijk informatie uit verschillende bronnen te vergelijken of samen te voegen;
- We hebben niet (allemaal) toegang tot één bedrijfsbrede set van referenties die de betekenis van al onze termen en definities uitlegt;
- De documentatie over onze operationele processen is niet up-to-date;
- Klanten of externe relaties hebben wel eens fouten ontdekt in door ons gecommuniceerde informatie;
- Wij zetten teveel middelen (mensen, tijd, geld) in voor het onderzoeken en corrigeren van fouten en inconsistenties;
- Omdat wij de kwaliteit van onze informatie niet kennen, zijn wij ook niet in staat de kwaliteit van onze operationele processen te analyseren;
- Wij weten niet hoe goed of hoe slecht de kwaliteit van onze data en informatie is, omdat wij dat niet op objectieve wijze meten;
- Soms vermoeden wij dat de informatie die we ontvangen onbetrouwbaar is, maar we hebben geen manier om dat te bewijzen;
- Sommige afdelingen creëren en gebruiken informatie vanuit data die zij zelf hebben verzameld;
- Wij passen geen consistente standaarden toe op het formaat en de kwaliteit van onze data en informatie.

Als een of meer van deze vragen bevestigend zijn beantwoord, dan is de kans groot dat de organisatie in kwestie een zogeheten 'information quality'-probleem heeft.



Foto Harry Otto

"Eind 2006 moet de organisatie van DAMA Nederland staan".

informatie brengen. Met andere woorden: concrete ervaringen van mensen die in de praktijk met het onderwerp bezig zijn."

Meer begrip kweken

Het resultaat van dit soort bijeenkomsten moet wat Snow betreft zijn dat er meer begrip ontstaat tussen business- en IT-mensen. "Waarom is iets belangrijk? En wat zijn nu eigenlijk de problemen waarmee de andere partij worstelt – of we het nu bekijken vanuit de business-organisatie of vanuit de IT-afdeling?"

Er is wel degelijk een oplossing voor de momenteel bestaande begripsverwarring, meent Snow. Dat is het gebruik van data dictionary's waarin de definities van begrippen zijn vastgelegd. "Dat zie ik in de praktijk echter slechts mondjesmaat gebeuren. Op veel plaatsen binnen organisaties zie ik dat de behoefte aan het definiëren van begrippen wel bestaat, maar dat men dit vervolgens alleen op lokaal niveau doet. Dan legt men simpelweg een spreadsheet aan waarin een aantal belangrijke begrippen wordt vastgelegd. Excelerado of Excelritus noem ik dat ook wel eens. Het helpt namelijk niet, omdat er een wildgroei aan definities ontstaat, waarvan anderen binnen de organisatie vaak het bestaan niet eens weten, laat staan dat men het met zo'n definitie eens is. Maar die omschrijving wordt wel gebruikt alsof

het een algemeen geaccepteerde definitie is." "Dat is een reden, maar er speelt ook nog iets anders. Daar waar men zich wel bewust is van het probleem, ziet men ook de kosten van het op elkaar afstemmen van alle definities of het oplossen van allerlei vervuilingen in gegevensverzamelingen. Tegenover die vaak flinke investeringen staat echter een opbrengst die zich veel minder gemakkelijk in geld of getallen laat uitdrukken. Dus schrikt men nogal eens terug om werkelijk stappen te zetten, ook al snapt men heel goed dat er een probleem is."

Ontmoetingsplaats voor gelijkgestemden

Ook politieke overwegingen kunnen een rol spelen. "Stel nu eens dat ik van een business manager de opdracht krijg om eens in zijn gegevens te duiken. Hij krijgt iedere maand keurig een rapportage, maar zijn gevoel zegt hem dat er iets niet klopt. En stel nu eens dat ik vervolgens vaststel dat hij gelijk heeft en dat de cijfers als gevolg van definitiekwesties of vervuiling inderdaad niet correct zijn. De kans is dan groot dat hij mij vervolgens hartelijk bedankt voor mijn rapport maar verder niets meer doet. Want hoe legt hij intern uit dat hij misschien al jaren verkeerde rapportages oplevert? Dat kan de man zijn carrière kosten."

Een van de hulpmiddelen die hierbij wellicht een rol kan spelen, is een nieuwe service die DAMA International momenteel op internationaal niveau aan het voorbereiden is. Het gaat om 'ask the experts'. "Leden kunnen hier vragen inleveren, die vervolgens door deskundigen worden beantwoord. Het moet een soort wiki-achtige oplossing worden waar mensen als Larry English hun medewerking aan zullen verlenen."

Snow blijft tot eind 2006 de kar trekken bij DAMA Nederland. "Dan moet de organisatie staan en moeten we voldoende leden hebben voor een algemene ledenvergadering. Die kan vervolgens een nieuw bestuur kiezen. Ik ben er van overtuigd dat er in Nederland heel veel mensen zijn die zich bezig houden met wat ik maar de zachte kant van informatiemanagement zal noemen. De Nederlandse tak van DAMA International moet uitgroeien tot dé ontmoetingsplaats van deze mensen."

Voor informatie en aanmeldingen kunnen lezers gebruik maken van het volgende e-mailadres: alan.snow@ordina.nl

Robbert Hoeffnagel is freelance journalist.