

# Bilateraal

## Microsoft goes Masterdata

Paul van der Linden

Misschien dat het je ontgaan is, maar Microsoft heeft Stratature overgenomen. Nee, ik stotter niet: dat bedrijf heet echt zo. Nu neemt de reus uit Seattle wel vaker bedrijven over (denk bijvoorbeeld aan ProClarity), dus waarom is de overname van een bedrijf waarvan de naam klinkt als mitrailleurgeratel nu zo interessant? Daar is precies één reden voor: Stratature is een 'masterdata management company'. En wat moet Microsoft met een masterdata management (MDM) oplossing? Dat lijkt een vreemde vraag. Want masterdata vormen toch het cement om alle data betekenisvol met elkaar te kunnen verbinden. Of het nu om producthiërarchieën, marktsegmenten of organisatie-indelingen gaat: het betreft allemaal masterdata. En omdat deze indelingen in verschillende bestanden en systemen worden gebruikt, is het nuttig als de gehanteerde indeling ook overeenkomt. Dat scheelt alweer bij het uitwisselen en combineren van data.

Bedrijven als Hyperion, IBM, Kalido, Oracle en Teradata beschikken alle over masterdata-oplossingen. Zelf gemaakt dan wel overgenomen. Tijdens de Insight Europe 2007 bijeenkomst van Business Objects in Berlijn gaf ceo John Schwarz nog aan zelf zo'n toepassing te gaan maken. Volgens Pascal Clement en Arnaud Chain van BO's Enterprise Information Management-groep zijn er al helemaal weinig MDM-leveranciers. In de markt wordt momenteel niet meer zoveel aandacht besteed aan MDM. Waar het een aantal jaren geleden nog een hot item was hoor je er niet meer zoveel over. Ik herinner me nog dat bij de presentatie over MDM die door Hyperion in New Orleans werd gehouden (voor Katrina) niet iedereen in de zaal paste. En dat alles om te luisteren naar twee personen van Razza, een leverancier van MDM-software die niet lang te voren door Hyperion was overgenomen.

Waarschijnlijk ligt het aan de 'aantrekkelijkheid' van het onderwerp. De term masterdata heeft wat dat betreft dezelfde aantrekkingskracht als het begrip metadata, waarmee het ook vaak verward wordt. Gezamenlijk vallen ze in de categorie datakwaliteit – en dan weet je het wel. Uitzonderlijk relevant, maar niemand die er zijn vingers aan wil branden.

En hier zit ook de merkwaardigheid van de overname. Microsoft heeft een feilloze neus voor waar de markt behoefte aan heeft. Niet omdat ze zo'n messcherpe marktanalyses doet, maar doordat ze telkens weer afwacht hoe een markt zich ontwikkelt en vervolgens pas actie onderneemt. Neem bijvoorbeeld spreadsheets: eerst waren er Visicalc en Lotus 123, daarna pas Excel. In tekstverwerkers: eerst Wordstar en WordPerfect, daarna pas Word. En dat Microsoft ook met data-

bases, browsers en Business Intelligence niet voorop heeft gelopen (to name but a few) kan iedereen voor zichzelf nalezen. Kortom: het model dat Microsoft hanteert is; eerst kijken hoe de markt zich ontwikkelt (door andere leveranciers voor te laten gaan) en er vervolgens zelf instappen als de markt voldoende groot is. Voor wie het preciezer wil weten: Microsoft stapt past in als de *early majority* al de betreffende productcategorie heeft kunnen uitproberen. Met *early majority* wordt dan de grote groep van bedrijven bedoeld die zich laat leiden door argumenten als 'honderden gingen u voor' en niet door 'dit is het nieuwste van het nieuwste'. Microsoft is erg goed in het verkopen aan deze *early majority*. Maar voordat deze groep geïnteresseerd raakt ben je al een tijdje verder en hebben eerst andere groepen zich op het nieuwe onderwerp (hier dus MDM) gestort.

Dat Microsoft nu Stratature opslokt zou gezien hun beproefde marktmodel dus betekenen dat de *early majority* nu aan MDM toe is. En dat lijkt me vreemd. Als ik om me heen kijk concludeer ik dat we daar nog lang niet zijn aanbeland. Nu kun je natuurlijk zeggen: "dan kijk je niet goed". Oké, maar er is nog een andere test die je erop kunt loslaten. Ik noem hem de Microsoft-test. Om te kunnen bepalen of de markt inmiddels breed en volwassen genoeg is voor Microsoft en ze zich ermee gaan bemoeien, moet je tenminste een duidelijke leider in het betreffende segment kunnen noemen. Blijft het stil, hè. Er is geen duidelijke (zelfs geen onduidelijke!) leider in MDM. Dus blijft de vraag bestaan waarom Microsoft een MDM-vendor overneemt. Terwijl de overname een positief effect zal hebben op de MDM-markt en MDM-oplossingen ook binnen het bereik van ook middelgrote en kleinere bedrijven zal brengen kan dit nauwelijks de beweegreden zijn voor de overname. Je kan Microsoft van een heleboel dingen beschuldigen, maar niet dat ze in een premature markt stappen. Een andere reden die wel wordt genoemd is dat de overname van Stratature een lacune in het aanbod van Microsoft opvult. Natuurlijk, maar ook dat argument is niet steekhoudend als je naar Microsofts *track record* kijkt. Hoe snel waren ze met Explorer? Met een eigen database? Met een eigen BI front-end tool? Allemaal jarenlange gaten in hun aanbod. De overname van Stratature? Ik kan het even niet combineren. Dat klinkt als een masterdata-probleem.

**Paul van der Linden** (Paul.PFH.vanderLinden@AtosOrigin.com) is senior consultant Data Warehousing/BI bij Atos Origin en geeft leiding aan Data Warehousing Cost & Lifecycle Management (CLM).