

48. Advertentie Profundity

Businesscase van de kleinste database

Hoe zijn de kaarten vandaag geschud in de databasemarkt? In kaart-termen lijken we een soort eindspel genaderd. Er zijn enkele grote jongens (Oracle, IBM en Microsoft). In het spel met de grote jongens zijn een aantal niche-spelers onderweg afgefallen (Sybase, Progress en Gupta) of gewoon opgegeten door de grote spelers (Rdb, Informix, Ingres). Tegelijkertijd zien we dat nieuwe technologische ontwikkelingen maar moeilijk aanslaan.

Toepassingen van object-georiënteerde databases zijn zeer beperkt. Zelfs voor XML-specialisten als NeoCore, X-hive en Software-AG lijkt de window-of-opportunity zelfs voorbij. Grote spelers als Oracle, Microsoft en IBM voegen steeds betere XML-ondersteuning toe aan hun relationele product en slaan daarmee de bodem onder de niche uit. Het enige onderscheid dat ik nog zie zit aan de absolute bovenkant van de markt: IBM is wellicht verder met toepassingen voor grid-computing, Oracle loopt voorop in ultieme performance en groeivraagstukken en Microsoft heeft waarschijnlijk de beste Windows-integratie.

Maar wat doet de markt? Voor de gemiddelde databaseconfiguratie zijn de onderlinge verschillen tussen de marktleiders verwaarloosbaar, behalve de OS-beperking die Microsoft zichzelf (nog) vrijwillig oplegt. De databasemarkt is een soort Formule-1 circus geworden: vol opwindende high-tech, maar zo ver verwijderd van de dagelijkse realiteit dat het er ook niet zo veel toe doet. Bovendien is het gevecht in de databasemarkt bijna net zo saai als Formule-1 geworden: je kunt vooraf voorspellen wie op het ereschavot staan.

Als we nieuwe groeimogelijkheden zoeken voor de databasemarkt moeten we vooral niet omhoog kijken, maar juist omlaag. Kijk wat er in stilte gebeurt met een freeware database als MySQL. Het ontbeert veel van de trucjes die grote jongens kennen, maar het voldoet wel. MySQL verhoudt zich in haar verkoopstrategie als Toyota tot Ferrari: lang niet zo opwindend, maar er rijden er wel heel veel meer van rond. En, tot volle tevredenheid van de gebruikers. Wat voor toepassingen maken MySQL-ontwikkelaars? Vooral kleine dingetjes. Databases voor een zeer beperkt aantal gebruikers en kleine websites. Daarmee is MySQL een gids naar de toekomst van database-gebruik.

Niet langer is groter in database-land altijd beter. Want de nieuwe groeimarkten van het gebruik van informatietechnologie liggen nu eenmaal in de hand: telefoons, PDA's, palmtops en allerlei interessante hybrides van Nokia en O2. De markt voor handheld

Theo Koster

geeft zijn visie op zaken rondom de Oracle-technologie en de marketing van Oracle-producten. Hij is directeur van Conclusion Communication, een advies-organisatie voor ICT-marketing en projectcommunicatie. Zijn e-mailadres tkoster@conclusion.nl staat open voor reacties.

apparaten is ook volop in beweging. Zoek eens in discussiegroepen en je ziet discussies met een felheid zoals 18 jaar geleden voor- en tegenstanders van het relationele model elkaar te lijf gingen. Daar gebeurt het vandaag!

Microsoft en IBM staan helemaal stil in dit marktsegment. Hun reactie op het succes van MySQL was dat het "niet functioneel genoeg" was, want "ze missen functionaliteit, schaalbaarheid en prestatievermogen", aldus IBM. Microsoft voegde daar nog aan toe, dat "je met open-source natuurlijk nooit een product kunt maken dat zo betrouwbaar is als dat van één van de grote namen". Deze uitspraken (Webwereld, 21 september 2002) tonen niet alleen aan dat ze werkelijk niets begrepen hebben van de eisen en wensen van markt; er spreekt ook een enorme minachting voor de gebruikers uit. Het is alsof je een vertegenwoordiger van Ferrari hoort opmerken dat een Toyota nu eenmaal nooit iets kan zijn omdat de stoelen eenvoudig niet van Kevlar gemaakt zijn. Terwijl de meeste bestuurders toch vooral met zo min mogelijk rugklachten hun dagelijkse file-rit willen overleven.

Hier schuilt een uitgelezen kans voor Oracle. Oracle heeft met Personal Oracle en Oracle Lite al een aantal pogingen gewaagd om iets te proberen in deze markt. Op dit moment is het vanuit Oracle een beetje stil geworden aan de onderkant van de databasemarkt. Toch heeft Oracle waardevolle ervaring opgedaan met kleine databases. Het knappe van Oracle is dat ze het gewoon een aantal keren blijven proberen om daarna een hit te scoren. Daarom moeten ze het nu vooral nog een keer doen. Enerzijds staan we aan de vooravond van een explosie van personal-devices van een of andere aard. Anderzijds tonen IBM en Microsoft geen enkel begrip voor dit marktpotentieel voor databases. Oracle heeft de ervaring, nu alleen nog het product overtuigend in de markt zetten. Een hele waaier aan nieuwe toepassingen van databasegebruik is mogelijk. Een aantal derde partijen erbij die eenvoudige toepassingen bouwen die het potentieel van een kleine database ontsluiten en je hebt zo een nieuwe markt gecreëerd. Ik zie wel mogelijkheden voor een betrouwbare off-line satelliet van Oracle Collaboration Suite op een PDA. Of eindelijk een Quicken voor de Nederlandse markt. Of een digitale boodschappenlijst die recepten koppelt aan de voorraad in mijn keukenkast. Terzijde, onlangs heb ik met enkele studenten nagedacht over de eisen waaraan dit soort toepassingen moeten voldoen. We kwamen al snel op een aantal basisregels: allereerst moeten toepassingen volstrekt idiot-proof zijn. Bovendien moeten ze snel, goedkoop en stabiel zijn. Dat vraagt dus om een heel nieuw soort applicatieontwikkelaars, met gevoel voor grafisch en industrieel ontwerp en groot inlevingsvermogen. Minder is echt meer in deze wereld.

Terug naar de database. Als Oracle nu serieus de aanval inzet op deze markt, dan claimt het niet alleen de markt van de toekomst. Nee, met zo'n low-end product zou Oracle de pas afsnijden van Microsoft aan de onderkant van de markt. Juist de markt waar Microsoft altijd zo sterk was. Oracle neemt Microsoft hiermee in de tang. Alleen die gedachte zou voor Larry Ellison al voldoende inspiratie moeten zijn om de R&D afdeling even flink aan het werk te zetten.



51. Advertentie Itude

52. Advertentie Cumquat