

Oracle in de aanval tegen Exchange

Oracle: grote besparingen mogelijk

Hoe graag Larry Ellison het ook anders zou willen zien: de database-markt is opgeplitst in drie min of meer gelijke brokken. Oracle heeft ook een redelijk deel van de markt voor applicatieservers. Op het gebied van mailservers speelt Oracle tot nu toe echter geen rol van belang. Het bedrijf is nu een initiatief gestart om daarin verandering te brengen, in Nederland onder de aansprekende titel: ik mail veilig of ik mail niet. In een exclusief interview met Optimize vertelt Mark Jarvis hoe Oracle de slag om de mailservermarkt denkt te gaan winnen.

De Collaboration Suite vormt voor een grote groep klanten een interessante propositie. Er zijn echter twee zeer serieuze concurrenten: IBM en Microsoft. Van Microsoft weten we vrij precies hoe ze dit soort problemen aanpakken: door hun prijzen zozeer te verlagen dat ze de concurrenten uit de markt drukken.

Jarvis: 'Om eerlijk te zijn, is dat een van de weinige seminars ter wereld die we gedaan hebben, waarbij Microsoft niet opgedoken is. Ze waren erbij in Hong Kong, in Sydney, in Melbourne, in Seattle en Atlanta. We hebben Microsoft dus bij diverse gelegenheden gezien. Soms waren ze buiten en deelden

**Jarvis:
'Wij doen met Microsoft
wat zij hebben gedaan met
WordPerfect en Lotus'**

foldertjes uit, soms hielden ze mensen aan die het seminar verlieten om met ze te praten en om uit te zoeken of ze Microsoft-klanten waren en of ze van mening waren dat het een interessant product was. Dus we zijn blij dat Microsoft erop reageert. Het bewijst dat we iets goeds in handen hebben. Wanneer Microsoft reageert door de prijzen te verlagen, dan

is dat alleen maar goed. Het is goed voor ons, voor de onderlinge concurrentie. Wij willen maar al te graag een prijsgevecht leveren, want wij hebben lagere kosten en betere features. De uitdaging voor Microsoft ligt niet in de prijs, maar in de technologie. Door het aanbieden van een geïntegreerde oplossing voor e-mail, documenten en voicemail, hebben wij een voor-sprong van minimaal twee tot drie jaar.'

Aan de andere kant heeft Microsoft veel geld en zijn ze bereid jarenlang forse verliezen te lopen op bepaalde producten. Jarvis: 'Geld levert geen werkend product op. Als dat het geval zou zijn, dan zou Windows nu ook werken. Voor wat betreft het uitgeven van geld: Microsoft heeft pas geleden PlaceWare aangekocht, een maatschappij die software maakt voor webbased

Oracle's Collaboration Suite is niet helemaal nieuw: in feite werd hij al eerder geïntroduceerd. Er zijn ook al grote bedrijven (waaronder Oracle zelf) die er al geruime tijd gebruik van maken. Nieuw is wel dat Oracle nu de aanval gaat inzetten in de vorm van een grote marketing campagne, en het heeft er alle schijn van, dat Oracle een goede kans maakt een flink stuk marktaandeel van zijn concurrenten af te pakken.

Oracle's concurrentieanalyse is vrij simpel: e-mail is bedrijfskritisch en Exchange is een onveilige en technisch slechte oplossing ervoor. Bovendien is Exchange zeer slecht schaalbaar en mede daardoor nogal duur, vooral voor grotere bedrijven. Oracle stelt daar een oplossing tegenover die in feite net zo schaalbaar is als de database en de applicatie-server, e-mail, documenten en voicemail beheert, op veel verschillende manieren en plekken toegankelijk is (zelfs spraakgestuurd), gekoppeld is aan een searchmogelijkheden en die op het gebied van veiligheid veel meer te bieden heeft dan Microsoft. Als e-mailclient blijft Outlook bruikbaar – vandaar de naam Collaboration Suite – al heeft Oracle natuurlijk ook eigen clients.



Oracle presenteerde de Collaboration Suite in Artis. De pinguïns leken een beetje verdwaald onder de lianen maar verder was het een uitstekende locatie.

meetings. Ze antwoorden dus al door technologie op te kopen. Nu de uitdaging: als je een stuk software van de ene maatschappij koopt en een stuk software van een andere, en eentje van weer een andere, dan zijn ze nooit ontworpen om samen te werken. De enige manier om dat voor elkaar te krijgen, is door ze te herschrijven. Het is als het kopen van een motor van een Volvo, een bougie voor een Ferrari en een stuur voor een Porsche en verwachten dat het zal werken.'

Uiteindelijk zal het werken, maar het zal tijd en geld kosten. Jarvis: 'De vraag is of Microsoft die tijd heeft, wij denken van niet. Ze hebben meerdere uitdagingen voor de boeg. Ten eerste: in een markt die zij domineren is een concurrent binnen-

gedrongen. Wij doen met Microsoft wat zij hebben gedaan met WordPerfect, Lotus en Harvard Graphics: een lagere prijs, en een geïntegreerd product. Kijk maar naar WordPerfect, dat bestaat niet meer, Lotus 1.2.3? Het is verdwenen. Microsoft vermoordde zijn concurrent door een suite uit te brengen tegen een lagere prijs. Precies datgene wat Microsoft deed met hun concurrenten zijn wij nu zelf aan het doen. Dat maakt deel uit van onze marketingstrategie.

De tweede uitdaging voor Microsoft is Linux. Dat zal binnen drie jaar het belangrijkste server OS ter wereld zijn. IDC zegt het, Gartner zegt het, als je enig geloof hecht aan deze organisaties dan is dat de manier waarop het zal gaan. Dat betekent dat het Windows-monopolie op het spel staat. De derde uitdaging voor Microsoft? Windows op de desktop. Oracle gaat waarschijnlijk alle client software op Windows laten draaien. Dat zal de komende twaalf maanden gerealiseerd worden. We zijn van mening dat Microsoft een hoop uitdagingen voor de boeg heeft. Een deel van onze marketingstrategie is in feite: iedere dollar die wij op Collaboration Suite verdienen, is er een die Microsoft verliest.'

***Tegen de dba's zeggen we:
'U zou meer macht
kunnen hebben'***

Welk gedeelte van de markt denkt Oracle te kunnen veroveren?
 Jarvis: 'Het aandeel van Microsoft voor e-mail ligt rond de 45 procent. Lotus met IBM ongeveer 35 procent en de rest is dan verdeeld over partijen die kleinere gedeeltes van de markt hebben. Ons primaire doel is vanzelfsprekend Microsoft. We gaan ons ook op Lotus richten, maar dat is prioriteit nummer twee. In feite helpt Lotus ons ook, want ze hebben aangekondigd dat Domino aan het eind van zijn levenscyclus is, en ze hebben iets aangekondigd dat ze Lotus Sphere noemen, wat in feite de volgende versie van Lotus Notes is, die op DB2 moet gaan draaien. Maar dat is pas over tweeënehalf jaar dus ik denk dat we ook daar genoeg tijd hebben.'

U gaat zich in eerste instantie richten op grotere Oracle klanten met een Exchange database?
 Jarvis: 'Ja, onze allerhoogste prioriteit zijn bedrijven met ruim drieduizend werknemers die een Oracle database hebben. Als we die ertoe krijgen om Collaboration Suite te kopen, dan kunnen we een groot deel van Microsoft's marktaandeel afpakken. De reden daarvan is dat in bedrijven met meer dan drieduizend werknemers de kosten van de Microsoft-oplossing zeer hoog zijn. Een andere voor de hand liggende groep is de groep Lotus-gebruikers met een Oracle database. De derde markt is 'greenfield' e-mail, klanten die graag e-mail willen maar het nog niet hebben.'



Jarvis: 'Iedere dollar die wij op de Collaboration Suite verdienen, is er één die Microsoft verliest.'

Bestaan die dan nog?
 Jarvis: 'Dat zijn er nog steeds een heleboel.'

Zeer kleine bedrijven dan?
 Jarvis: 'Ja, we zullen dat doen door een online dienst aan te bieden, waar je je als bedrijf aanmeldt en het configureert. Wij zorgen vervolgens voor alles. Hotmail is nu voor consumenten, wij willen de Hotmail voor de zakelijke markt worden. Het zal Collaboration Suite Online gaan heten.'

U zei dat u de tco over een periode van vijf jaar kunt garanderen. Is dat alleen bij outsourcing?
 Jarvis: 'Ja, maar dat zijn eigenlijk drie dingen: de kosten van de software, dat wil zeggen het aantal gebruikers maal de licentie prosk/gebruiker, de kosten van de implementatie. Wij hanteren nu een fixed price implementatie, een bedrag maal een bepaald

Door het aanbieden van een geïntegreerde oplossing voor e-mail, documenten en voicemail, hebben wij een voorsprong van minimaal twee tot drie jaar

aantal gebruikers. Door middel van outsourcing kunnen we de maandelijkse kosten vaststellen. Zoals ik al tijdens de presentatie heb gezegd: wij weten dat we outsourcing kunnen doen tegen vijftig procent van de kosten die de gebruiker zelf zou maken, en we berekenen dat over een periode van vijf jaar en vertellen hen precies hoeveel het zal kosten.'

Is er een soortgelijk aanbod voor mensen die geen gebruik maken van outsourcing, bijvoorbeeld een contract in de licentiekosten?
 Jarvis: 'Wij hebben IDC de echte kosten van het draaien van de software per maand laten berekenen, en kwamen met hen tot 50% kostenvermindering. We zouden voor die klanten zeker een inschatting kunnen geven van hun kosten, maar het probleem is dat de meeste mensen geen idee hebben wat e-mail hen werkelijk kost. Ze weten niet hoeveel hun documenten kosten, hoeveel hun voicemail en niet hoeveel de mail, ze hebben geen enkel idee. Dus waar wij nu mee komen, is dat we ze voor het eerst voorspelbare kosten voor deze zaken geven.'

Maar de licentiekosten, worden die gegarandeerd?
 Jarvis: 'We garanderen ze voor vijf jaar.'

In een niet outsource-situatie?

Jarvis: 'Ja.'

Is veiligheid nu echt zo belangrijk, wanneer je kijkt naar het SQL Slammer virus, dan blijkt dat de meeste beheerders niet eens de patch geïnstalleerd hebben, en waarschijnlijk een heleboel andere patches ook niet.

Jarvis: 'Ik denk dat het erg belangrijk is. De bedrijven die door het SQL Slammer virus geïnfecteerd waren, die gebruikten natuurlijk Windows en SQL Server. Oracle-gebaseerde systemen waren niet geïnfecteerd, dus het was een Microsoft-specifiek virus. Die bedrijven hebben miljoenen dollars verloren in systeemkosten om de problemen op te lossen. Het is puur een kostenprobleem. Wij gaven deze week zes security alerts uit, hoewel ik niet wil beweren dat Oracle geen security issues heeft. Natuurlijk heeft onze software ook veiligheidsfoutjes net als die van Microsoft. Het verschil tussen de twee bedrijven is het proces dat ze doorlopen wanneer ze zoiets vinden. We zijn veel meer pro-actief in het voorlichten van klanten door ze precies te waarschuwen wat er zal gebeuren. We geven ze niet slechts een manier om patches te implementeren, maar ook om te controleren of de patches goed zijn geïnstalleerd. Microsoft heeft die processen nog niet, daarom waren ook de meeste bedrijven besmet met dit virus. Beide bedrijven hebben een geschiedenis van zesentwintig jaar. In onze zesentwintig jaar was security altijd ingebouwd terwijl we verder ontwikkelden, terwijl bij Microsoft de security er later aan toegevoegd is. Ik denk niet dat ze ooit hun security problemen zullen oplossen.'

In ieder geval zal het ze een hoop tijd kosten.

Jarvis: 'Vorig jaar heeft Bill Gates aangekondigd dat Microsoft de hele maand februari zal besteden om security problemen op te lossen. Het is heel grappig dat hij de kortste maand van het jaar uitkoos om die problemen op te lossen. Hij focust op februari, wij op zesentwintig jaar.'

Waarop concentreert u zich in de marketing van dit product, wat presenteert u vooral als USP?

Jarvis: 'Dat is afhankelijk van de vraag aan wie we verkopen. We pakken dit op drie manieren aan: we gaan naar de Chief Financial Officer (financieel directeur) met het kosten-issue. Wij hebben

**Iedere dollar die wij op
Collaboration Suite
verdienen, is er een die
Microsoft verliest**



Kostenbesparingen van 80 procent per gebruiker klinkt wel heel optimistisch, maar flinke besparingen zijn niet onwaarschijnlijk.



De meeste mensen hebben geen idee wat e-mail hen werkelijk kost.

nu een marketing campagne, waarin we CFO's aanspreken en zeggen: "U geeft te veel geld uit aan documentmanagement, aan e-mail en voicemail en hier is hoe we dit probleem kunnen oplossen". Dat is één campagne. De tweede is gericht op de CIO. Als je kijkt naar wat er tegenwoordig op de agenda van CIO's staat, dan is toch vooral het consolideren van hun systemen. Wij springen daarop in door te zeggen: "Wij kunnen e-mail consolideren, Microsoft kan dat niet. Wij kunnen uw documentensysteem consolideren, Microsoft niet, omdat ze niet schaalbaar zijn." Tenslotte hebben we ook een revolutionaire campagne gericht op dba's. Tegen hen zeggen we: "U zou meer macht kunnen hebben. U zou meer data kunnen beheren, zou u dat willen?" En dan kunnen we over die voordelen praten. Dat is dus een drievoudige benadering voor iedere klant.'

Dré de Man

is hoofdredacteur van Optimize