

*Recent kwam ik een lekker smeug feitje tegen. Eind 1997 heeft Larry Ellison serieus overwogen om te participeren in een overname van Apple. Ik herinner me zelf ook nog dat er indertijd een speciaal e-mailadres [savapple@us.oracle.com](mailto:savapple@us.oracle.com) was, waar iedereen zijn mening naar toe kon sturen. (Voor de jongere lezertjes; er is een tijd geweest zonder digg en blogs en dit was een mooie manier voor wat democratische inspraak).*

# OrApple

Het is nu nauwelijks meer voor te stellen; maar het ging eind 1997 slecht met de huidige king of cool Apple. Steve Jobs was al enkele jaren weg bij Apple, had ondertussen Next opgezet. In die tijd is hij door de raad van bestuur van Apple gevraagd om terug te komen en de Next technologie mee te nemen.

De insider-geruchten willen dat een deal dichterbij was dan de meeste mensen dachten. Schijnbaar is Larry Ellison gevraagd om persoonlijk financieel te participeren in een overname van Apple door Steve Jobs. Dan zou Larry Ellison (en/of Oracle) dus zeggenschap gekregen in de toekomst van Apple. Waar zou dat dan toe geleid kunnen hebben?

Voor enig historisch perspectief: dit soort participaties door Larry Ellison hebben veel invloed op het ontwikkelbeleid van Oracle. Een voorbeeld hiervan is nCube, een bouwer van massief parallelle computers. Larry Ellison was meerderheidsaandeelhouder van nCube. Deze betrokkenheid heeft bij Oracle geleid tot speciale database-opties voor parallelle hardware. Toen nCube zich ging richten op het streamen van video-on-

demand, kwam Oracle met de video server. Uiteindelijk heeft nCube allerlei patenten van Oracle rondom video-on-demand overgenomen. Kortom, een dergelijke participatie werpt wederzijds vruchten af.

Stel nu dat Oracle inderdaad invloed zou hebben gehad op Apple. Waar zou dat dan toe hebben geleid?

Bij Apple zou dit hebben geleid tot meer acceptatie in de zakelijke omgeving. Vandaag is zakelijk gebruik van de Mac veroor-

***Deze betrokkenheid heeft bij Oracle geleid tot speciale database-opties voor parallelle hardware***



**Theo Koster** is directeur van Conclusion Communication, een adviesbureau voor ICT-marketing. Zijn e-mailadres [tkoster@conclusion.nl](mailto:tkoster@conclusion.nl) staat open voor reacties.

### *Zoek maar eens naar Apple time machine en huiver als je dan weer naar Oracle Enterprise Manager kijkt*

deeld tot grafisch ontwerpers, marketeers en scholen. De massa van de zakelijke gebruikersomgevingen zijn Microsoft-georiënteerd. Apple heeft weliswaar speciale server producten, maar die zijn gericht op het midden- en kleinbedrijf. De enige manier waarop de Mac op korte termijn in bedrijfsomgevingen binnen kan komen is virtualisatie of webgebaseerde toepassingen. Op lange termijn is de groei van het aandeel Mac-gebruikers onder studenten van belang. Stel dat Oracle invloed zou kunnen hebben uitoefenen bij Apple, dan hadden er mooie dingen kunnen gebeuren. Ik denk dan aan brede beschikbaarheid van Oracle producten op OS/X. De Apple server producten zouden daarmee veel vertrouwen hebben gewekt. Bovendien zou het verkoopapparaat van Oracle ingangen kunnen creëren voor Apple op CIO-niveau.

Bij Oracle zou er ook interessante kruisbestuiving vanuit Apple kunnen zijn. Apple staat op eenzame hoogte als het erom gaat om kwaliteit en gebruikersvriendelijkheid. Zoek maar eens naar Apple time machine en huiver als je dan weer naar Oracle Enterprise Manager kijkt. Maar nog meer dan aan het technologie-front zou deze gebruikersvriendelijkheid aan het applicatie-front kunnen leiden tot groeiend marktaandeel. Juist bij eindgebruikers maken interface-details het verschil. Apple is in staat om met de iPhone een geheel nieuw gebruiksparadigma in de markt te plaatsen. Een nieuwe release van Oracle Applications leidt tot investeringen in trainingen. Zoek het verschil...

Apple is ook beroemd om de zoektocht naar kwaliteit. Elk product moet voldoen aan de meest rigoureuze kwaliteitseisen. Zo mogen de ventilatoren van een iMac niet hoorbaar zijn. Of mag er geen naad zitten in de behuizing van een iPod. Nerds? Niet als je elke dag moet luisteren naar een constante

white noise. Dit oog voor detail en engineering excellence zou op sommige plaatsen een welkome aanvulling zijn in de Oracle producten.

Iets anders dat Oracle nog zou kunnen leren van Apple is buzzmarketing. Apple weet hele volksstammen te betrekken bij haar product. Zelfs de advertenties en de I am a Mac – I am a PC-filmpjes genereren zelf nog een hoop aandacht! Bij de marketing van Oracle ontbreekt deze schwung.

Helaas, het heeft niet zo mogen zijn. Vandaag is de beurskoers van Apple dusdanig dat je je zelfs moet afvragen wie nu wie zou kunnen kopen.

Een gerucht dat wel door Silicon Valley gaat is de koop van Salesforce.com door Oracle. Al meer dan 2 jaar roep ik dat dit een prima combinatie zou zijn. Naar verluidt is Salesforce.com voor \$75 per aandeel aangeboden aan Oracle. Dat lijkt me nog steeds een goede deal.

Oracle krijgt de marktleider in online applicaties en cloud computing in handen. Bovendien neemt Oracle een mooie voor-sprong op SAP. Salesforce.com wordt nog geloofwaardiger bij CIO's. En Marc Benioff kan dan eindelijk Larry Ellison opvolgen.