

PATENTENSTRIJD TUSSEN GOOGLE EN APPLE

Het vertrek van Google's ceo Schmidt uit Apple's board bezegelde het eind van de stilzwijgende afspraak niet elkaars terrein te betreden.

TEKST: JACQUES POTUIJT (FINANCIËEL CONSULTANT)



Nog niet zo heel lang geleden leek het erop dat Apple en Google, 's werelds meest innovatieve bedrijven en begerenswaardige werkgevers, op min of meer gescheiden, zij het comple-

mentaire markten opereerden. De een produceerde met veel succes de hardware en software waarmee de ander met een superieure zoektechniek voor gemeenschappelijke klanten de weg naar het internet baande. Zo kon het gebeuren dat Eric Schmidt, Google's bestuursvoorzitter, in de jaren 2006 tot 2009 zitting had in de board van Apple en daarmee volledig zicht had op al Apple's strategische plannen.

In de loop van 2009, samenvallend met het succes van de iPhone, werd duidelijk dat de bedrijven steeds meer in elkaars vaarwater kwamen. Google kreeg interesse voor de mobiele telefoon waarvoor het een eigen operating system ontwikkelde, Android, dat gratis aan producenten van mobiele telefoons ter beschikking werd gesteld.

Wat Apple vooral stak was dat Google zich niet langer aan de stilzwijgende afspraak hield om elkaars terrein niet te betreden. Apple hield zich daar wel aan en heeft nooit overwogen een eigen zoekmachine te ontwikkelen. Hoe dan ook, door het gezamenlijke belangenconflict was de dubbelrol van Schmidt niet langer te handhaven en in augustus 2009 stapte hij bij Apple op. Sindsdien staan de twee pal tegenover elkaar in de nieuwe fase die het internet is ingeslagen, namelijk de fase waarin de desktop het steeds meer begint af te leggen tegen mobiele telefoons en tablets als belangrijkste internetvoertuigen.

De strijd lijkt uit te monden in een loopgravenoorlog, waarbij de partijen hun ruime

liquiditeiten inzetten om patenten te kopen om zich erachter te verschansen. Voor de verdere innovatieve ontwikkeling van het internet is dat bedenkelijk. Beleggers zijn er ook maar matig enthousiast over. Ondanks goede resultaten is de koers van Google dit jaar 14 procent gedaald. Die van Apple is daarentegen in dezelfde periode met 14 procent gestegen, maar dat is bescheiden gelet op de voortgezette winstexplosie die het bedrijf tot nu toe dit jaar heeft laten zien.

HYPE NA HYPE

Kennelijk heerst ook ten aanzien van Apple onder beleggers scepsis over de houdbaarheid van de winstgroei. Het is niet makkelijk aan te wijzen waarop die scepsis is terug te voeren. Misschien is niet alleen de concurrentie maar zijn ook beleggers geïntimideerd door het weergalozes succes van Apple.



Het meest recente voorbeeld van dat succes is de iPad. Vijf kwartalen na de marktintroductie zijn er 28,7 miljoen stuks van weggezet tegen een gemiddelde prijs van 650 dollar. Alleen al in de drie maanden april t/m juni, volgens Apple's tijdrekening het derde kwartaal, werden er ruim negen miljoen verkocht, bijna een verdubbeling ten opzichte van het tweede kwartaal van dit jaar. Apple had na lancering van de iPhone acht kwartalen nodig om hetzelfde aantal te slijten.

Wordt deze hype nog groter dan de vorige? Dat is allerm minst uitgesloten. Apple heeft een flinke voorsprong en heeft momenteel 70 procent van de tabletmarkt in handen. Dat aandeel zal de komende jaren