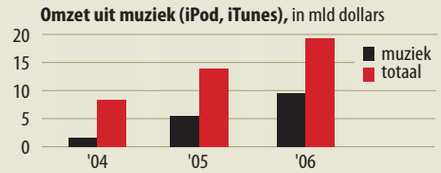
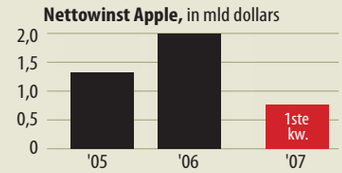
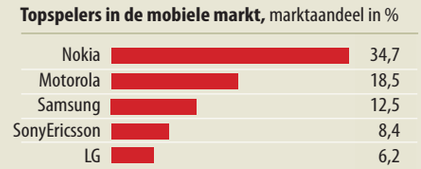
Wachten op de nieuwe revolutie







bron: Bloomberg

AANTAL TE VERKOPEN iPHONES IN 2008	BIJBEHOREND MARKTAANDEEL	PRIJS iPHONE
10 mln	1%	$499

Deze week gaat de iPhone van Apple in de verkoop. Heeft Steve Jobs, na het succes van de iPod, een nieuwe **GELDMACHINE** ontdekt?

MEESTER VAN DE HYPE

Jesus Phone. Baldadige gadgetwatchers grijpen naar het hoogst denkbare superlatief om de iPhone een passende bijnaam te geven. Tja, Steve Jobs is briljant in het orkestreren van hype rond de producten van Apple, en dit keer overtrof hij zichzelf. Nog nooit heeft de wereld zo reikhalzend uitgekeken naar zijn 'antwoord op ons hopen' als het afgelopen jaar. Deze week konden de slaapzakken, thermosflessen en tuinstoelen dan eindelijk voor de deur bij de Apple-winkels in de VS, waar op 29 juni de iPhone in première ging. Duimen voor Jobs, dat de iPhone hem net zoveel heil brengt als ooit de vleesgeworden verlosser der mensheid.

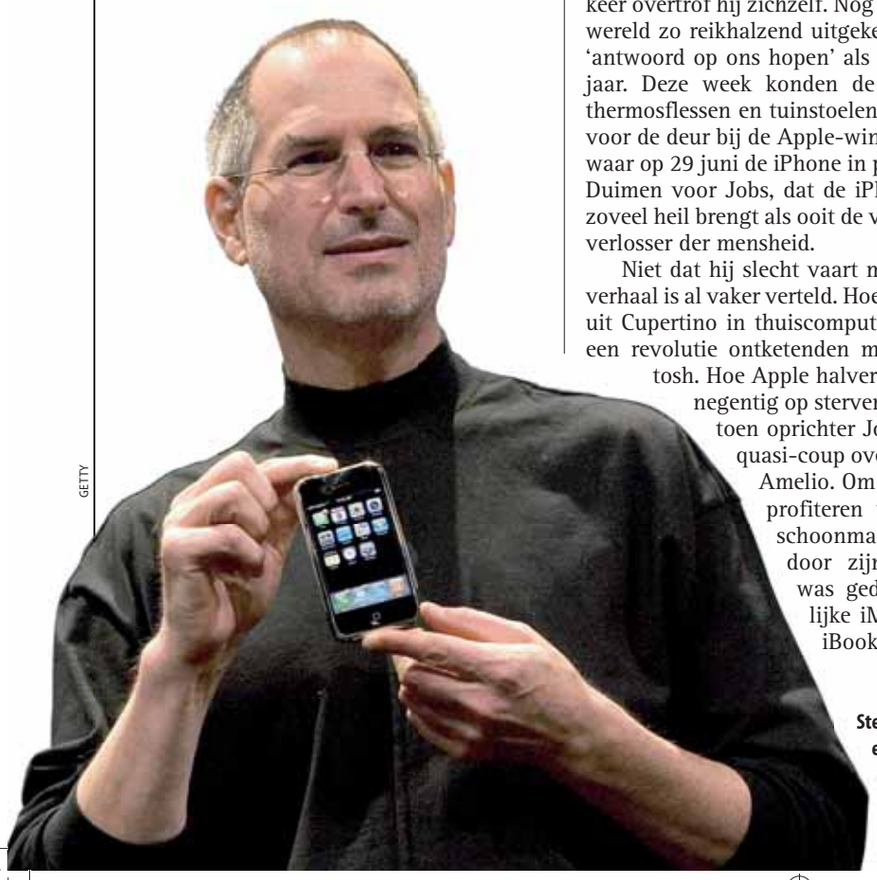
Niet dat hij slecht vaart met Apple, dat verhaal is al vaker verteld. Hoe twee jongens uit Cupertino in thuiscomputers gingen en een revolutie ontketenden met de MacIntosh. Hoe Apple halverwege de jaren negentig op sterven na dood was toen oprichter Jobs het in een quasi-coup overnam van Gil Amelio. Om vervolgens te profiteren van de grote schoonmaak die deels al door zijn voorganger was gedaan. De vrolijke iMacs en hippe iBook-laptops leiden het herstel van Apple in.

Maar de werkelijke wederopstanding van het bedrijf, of liever gezegd, een tweede leven, kwam met de iPod. Apple bewees dat het met zijn gevoel voor marketing, design en gebruiksgemak ook muziekliefhebbers voor zich kon winnen. De iPod – tot nu toe 100 miljoen in omloop – maakte Apple van stuiptrekkende pc-bouwer tot een flinke speler in consumentenelektronica. De omzet kwam vorig boekjaar uit op tegen de 20 miljard dollar, voor de helft afkomstig uit muziekspelers en andere muziekactiviteiten.

Sony vernederd

Jobs vernederde niet alleen Walkman-uitvinder Sony door voor ruim 7,5 miljard dollar aan iPods te verkopen. Zijn online muziekwinkel iTunes begint werkelijk te lopen. Vanaf de opening in 2003 zijn er 2 miljard songs verkocht, en daarmee is het de enige legale downloadsite van enig belang ter wereld. Concurrenten kunnen nog niet eens in de schaduw staan van Apple: zowel met zijn muzikale hardware als software beheerst het 70 procent van de markt.

Knap van Jobs, die voor zijn diensten slechts een salaris van één enkele dollar per jaar vraagt. Hij schuift zichzelf daarnaast overigens wel een wagonlading opties toe, die hij desnoods antedateert om zijn per-



GETTY

Steve Jobs heeft een weergaloze hype gecreëerd met de iPhone. Vanaf nu kan Apple er eindelijk op cashen.

soonlijke financiële planning op orde te krijgen. Jobs beheerst deze weken alle media, en scoort covers van *The Economist* tot *New York Times*, dat hem tot 'iGod' uitriep.

Maar Jobs stapt niet in de telefoonbusiness omdat hij uit is op persoonlijke glorie of wereldhegemonie. Hij kijkt gewoon wat verder vooruit dan zijn volgelingen. De comfortabele dominantie van de iPod met zijn bruto marge van naar schatting 40 tot 50 procent kan niet eeuwig doorgaan. De grootste bedreiging komt daarbij niet van de kant van Microsoft, Sony of de honderden andere leveranciers van mp3-spelers. Het is de mobiele telefoon die Apple het leven zuur kan maken. Langzaam maar zeker evolueert het van praatijzer tot multimedia-apparaat.

Jobs is daardoor min of meer gedwongen Apple een derde hoofdactiviteit te geven. Na veel geruchten, waarbij met knip- en plakwerk gemaakte nep-modellen op het internet rondgingen, hield Jobs de iPhone afgelopen januari ten doop. Een rechthoekig kastje, in grote lijnen niet eens zo anders dan de rechthoekige smartphone's die al langer in de handel zijn.

Maar de iPhone vindt de mobiele telefoon opnieuw uit en zal de markt op zijn kop zetten, beloofde Jobs met de hem zo kenmerkende bescheidenheid. Veel moet komen van het onnavolgbaar 'coole' Apple-design en natuurlijk het gebruiksgemak, dat evenzeer in de genen van het bedrijf zit. Het besturingssysteem van de telefoon is een gekrompen versie van dat waar Mac-computers op draaien. Knoppen ontbreken; de iPhone-gebruiker moet alles op het aanraakgevoelige scherm doen. Zo surft, mailt en fotografeert hij, onderwijl luisterend naar muziek; de iPhone doet alles wat elke smartphone doet, en méér. "Het is de beste iPod die we ooit hebben gemaakt," aldus Jobs zelf, "het is een ongelofelijk fijne mobiele telefoon en hij brengt het internet voor het eerst werkelijk in je broekzak. Als het een van die drie dingen was, zou hij al succes hebben... maar hij is alledrie tegelijk!"

Op de iPhone-hype steeg de koers van Apple de afgelopen maanden

30%

Ambitie

Hoewel de iPhone bij de lancering minimaal 499 dollar zal kosten, rekent Jobs erop dat hij er in 2008 rond de 10 miljoen zal afzetten. Genoeg voor een instant miljardensucces en een derde winstmachine onder zijn concern.

Hoe ambitieus is de prognose van *His Royal Steveness*? De gsm-markt groeit weer als kool, met een verwachte afzet van een miljard stuks dit jaar. De telefoon van Apple opereert echter in een niche, aan de bovenkant van die kolossale markt. Doemdenkers waarschuwen al dat de iPhone zo duur is, dat hij voorbehouden blijft aan stijlbewuste

BLOOMBERG

De hypemachine van Apple staat in de turbostand. Met 3 miljoen in voorraad, is de iPhone voorlopig niet uitverkocht.

veelverdieners. "500 Piek voor een telefoon? Daar zou ik mijn kinderen niet mee laten rondlopen," toeterde Microsoft-topman Steve Ballmer onlangs nog.

Andere sceptici wijzen op de technische onvolkomenheden van de iPhone. Het beperkte uithoudingsvermogen van de batterij, de lage data-snelheid die het internetgebruik hindert. Zo'n aanraakgevoelig scherm legt het in gebruiksgemak af tegen het ouderwetse geklik met knopjes, dat was tot nu toe althans de ervaring met de vele smartphones en andere zakapparaatjes met een Windows- besturingssysteem. Het maakt de Jesus Phone bij voorbaat ongeschikt voor zakenlui die stevig e-mailen. Maar ach, dergelijke onvolkomenheden kleefden ook aan de eerste generatie iPods. Als Apple één ding heeft bewezen, is het dat je een strijd kunt winnen op meer dan kracht en snelheid alleen.

Toch geven analisten Jobs een goede kans op succes. Een marktaandeel van 1 procent moet haalbaar zijn, en zodra de prijs van de iPhone, net als bij de iPod, geleidelijk zal dalen, nemen de volumes vanzelf toe. Ruimte voor een scherpere prijsstelling is er; analisten schatten dat Jobs meer dan 50 procent marge maakt op zijn mobieltje.

Bovendien wordt de iPhone, anders dan bij de muziekspelers het geval is, stevig gesubsidieerd door de telefoonmaatschappijen. Jobs besefte dat hij niet om de macht van de operators heenkan, en werkt in de VS samen met telecom-gigant AT&T. In Europa, waar de iPhone later dit jaar zal verschijnen, heeft Apple zijn keuze nog niet bepaald. Hoe dan ook, na verloop van tijd zal de prijs voor de consument uitkomen op de magische nul.

De analisten van Needham zien de verkoop in dat geval explosief stijgen tot 135 miljoen iPhones in 2016, ofwel een marktaandeel van 7 procent. De officiële aankondiging van de iPhone was voor de meeste analisten voldoende om het koersdoel voor Apple op te hogen tot boven de 130 dollar. Intussen zorgde de hype voor een koers die van 90 dollar naar een *alltime high* van boven de 127 dollar stoof.

Kan Jobs de hype waarmaken? Het grootste gevaar is, dat hij voortaan drie wedstrijden tegelijk moet spelen. Apple moet mensen en middelen verdelen over computerhard- en software, maar ook over multimedia en communicatie-apparatuur. Dat het vechten om een aandeel op de telefoniemarkt ten koste gaat van inspanningen elders, werd in april bewezen. Apple stelde Leopard, de langverwachte nieuwste versie van zijn besturingssysteem, vier maanden uit. De ingenieurs erachter hadden moeten bijspringen bij de iPhone.

En uiteindelijk, hoeveel veren hij ook in zijn achterste krijgt gestoken, Jobs krijgt niet altijd gelijk. Wie herinnert zich nog de G4 Cube?

PHILIP.BUETERS@reedbusiness.nl

07 026_Case_Corporate 45 27-6-2007 13:13:51