

Groter zijn dan Google, daar gaat het om

Overnamebod van Microsoft op Yahoo bedoeld om lastige concurrent aan te pakken

Alleen kunnen de giganten de dominantie van internetbedrijf Google niet aan. Dus probeert Microsoft nu Yahoo te kopen. „We hebben dezelfde passie.”

**Door onze redacteurs
ELSKE SCHOUTEN en
FREEK STAPS**

NEW YORK/ROTTERDAM, 2 FEBR. Microsoft hoeft het G-woord niet te gebruiken om duidelijk te maken waarom het bedrijf de grootste overname in de technologiebranche sinds 2001 wil doen. „De internetsector wordt deze dagen in toenemende mate gedomineerd door één speler”, schrijft Microsoft-topman Steve Ballmer drei-

gend in een brief die in de nacht van donderdag op vrijdag bij het zoek- en advertentiebedrijf Yahoo binnenkomt. Hij noemt die speler niet bij naam. Gisterochtend formuleerde Ballmer het voor analisten en media iets vriendelijker. Ook al heeft Yahoo niet om het bod gevraagd, Microsoft en dat internetbedrijf „hebben een gezamenlijke passie”.

Google de baas worden.

Met het vijandige bod op Yahoo dat Microsoft gisteren deed, wil 's werelds grootste softwarefabrikant de hoofdrolspeler van internet aanpakken. Al jaren werkt Microsoft onder de merknaam MSN (e-mail, nieuws, chatten) aan het uitbreiden van zijn positie op internet, waar steeds meer bezoekers en advertentiegeden naartoe

gaan. Tot nu met matig succes, ondanks aanzienlijke investeringen. Msn'en mag in Nederland inmiddels een werkwoord zijn; het aantal mensen dat googlet is aanzienlijk groter.

Het bod van omgerekend bijna 30 miljard euro komt niet geheel als een verrassing. Al langer wordt gespeculeerd dat Microsoft en Ya-

hoo hun krachten op internet zouden bundelen. Naar nu blijkt waren zij hierover eind 2006 ook in gesprek. Yahoo maakte echter begin vorig jaar een einde aan die pogingen omdat men dacht de concurrentieslag zelf aan te kunnen.

Tot nu toe slaagden beide bedrijven er echter niet in om de alleenheerschappij van Google aan te tasten. Door zijn superieure zoekmachine verloopt nu wereldwijd driekwart van alle zoekopdrachten via Google. Het bedrijf creëerde zelf een nieuwe markt voor zoekadvertenties. Met de kale, vierregelige 'gesponsorde links' naast zijn zoekresultaten verdient Google een stuk meer dan Yahoo met zijn drukke banners.

Vervolg **Overname Yahoo**: pagina 21