

JBoss: “Professional Open Source”

“JBoss pioneered the professional open source model, the second generation of open source that combines the cost savings benefits of open source with the development methodologies, support, and accountability expected from enterprise software vendors.” Dette høres mistenkelig ut som tradisjonell, kommersiell markedsføring – og er akkurat det. Om ikke uttrykket ‘open source’ var blitt brukt 3 ganger i setningen, ville vi knapt ha løftet et øyenbryn.

Kilden er – ikke overraskende – JBoss Inc., selskapet som utvikler og markedsfører JBoss, i sin tur en Java-basert applikasjonsserver som har oppnådd bemerkelsesverdig popularitet og utbredelse de siste årene. Produktets suksess er naturligvis årsaken til at markedet – inklusive oss – lytter når selskapet snakker.

Open Source og forretningsmodeller

Nå er det ikke lenger unikt at en programvareleverandør ‘gir bort’ produktene sine, og lever av support og tjenester slik JBoss gjør. Source-Fire (Snort) og Zope er nærliggende eksempler – og ser ut til å klare seg godt økonomisk. EZ Systems, norsk leverandør av portalprogramvare som ble nevnt i forrige utgave, og Plone, som vi gjennomgår på side 31, er andre eksempler.

Hva er JBoss?

JBoss er kort fortalt en Java-basert applikasjonstjener som har vært tilgjengelig på markedet siden 1999. Hele veien har produktet vært Open Source, men har fulgt en annen lisensieringsmodell enn kjente produkter som Apache, Linux og MySQL (se ramme på neste side). Motivasjonen for å benytte den alternative lisensieringsmodellen er å gjøre produktet mer attraktivt som integrert del av forretnings-applikasjoner.

JBoss består av en rekke komponenter som til sammen utgjør en applikasjonstjener med funksjonalitet som ikke skiller seg vesentlig fra tilsvarende produkter fra Sun, Apple, Oracle, BEA og en rekke andre aktører. På toppen av denne plattformen har JBoss, kunder og partnere utviklet en lang rekke moduler som enten kan stå på egne ben eller som kan inngå i en skreddersydd løsning.

Om JBoss er på linje med mange av konkurrentene funksjonelt, er det vesentlige forskjeller å spore med hensyn til utviklingsverktøy. JBoss mangler fortsatt et lett tilgjengelig verktøy med grafisk brukergrensesnitt – en vesentlig mangel som det arbeides med, men som fortsatt ligger et stykke inn i fremtiden. Konsekvensen er at betydelige deler av markedet fortsatt er utilgjengelig for JBoss.

Kundelisten til JBoss er like fullt imponerende, og signaliserer at produktet har egenskaper på linje med de beste i markedet: Motorola, Northern Telecom, CA, Accenture,

HP, Unisys, Continental Airlines, Dow Jones, Bloomberg er noen få av navnene på listen.

HP, CA og Unisys havner i en spesiell kategori i denne sammenheng fordi selskapene i tillegg til å bruke JBoss også er såkalte JBoss Partnere: De tilbyr og leverer JBoss utviklingsassistanse og support. Også Novell hører til denne gruppen. Spesielt HPs samarbeidsavtale med JBoss, som ble annonsert sist sommer, vakte betydelig oppsikt i markedet, og løftet synligheten av JBoss vesentlig. Samtidig bidro annonseringen til å styrke HPs profil på Open Source-siden.

Som tilfellet alltid er for Open Source-produkter, er det umulig å vite hvor mange miljøer som egentlig benytter JBoss. Over 100.000 nedlastinger per måned signaliserer imidlertid en enorm popularitet.

Store kunder som har valgt JBoss, forteller at sparte lisenskostnader har vært et vesentlig incitament for valget. Omfattende applikasjoner som gjerne kjører på flere titalls eller hundretalls CPUer, pådrar seg lisenskostnader i millionklassen hos de tradisjonelle leverandørene. Disse kostnadene blir borte med JBoss, som samtidig får gode skussmål for både stabilitet, skalerbarhet, effektivitet og ikke minst kompetanse/support.

RedHat Software og de tradisjonelle programvareleverandørene som etterhvert har lagt sin elsk på Open Source, kommer i en annen kategori. De selger (lisensierer) produktene til kunden på tradisjonelt vis, og tilbyr deretter support og oppfølging. Forskjellen i forhold til tradisjonell kommersiell programvare er å finne i selve lisensen, det faktum at produktene er Open Source og ikke minst prisnivået, som er – og bør være – preget av Open Source-opprinnelsen. En tredje gruppe, der blant andre databasesystemet MySQL hører hjemme, praktiserer en form for dobbelt bokføring: De har en Open Source-utgave som er fritt tilgjengelig, og en kommersiell variant som utviklingsmessig ligger noen hakk foran, og som selges sammen med support. Når det kommer til stykket, er imidlertid denne varianten tilstrekkelig lik den tradisjonelle modellen til at de ofte grupperes sammen.

Dermed har vi identifisert to distinkte kategorier Open Source-selskaper – eller forretningsmodeller, som de ofte kalles. Deres eksistens avslører for det første at her finnes det flere veier til målet – som uten unntak er å tjene penger, eller enda enklere: Å overleve. Samtidig dukker det opp innlysende spørsmål som 'hva er forskjellen', 'er det ene bedre enn det andre', 'er ikke Open Source et veldefinert begrep' – og så videre.

Dessuten – hva er 'Professional Open Source' og '2. generasjon Open Source'?

Open Source, lisenser og forvirring

Programvare og lisenser er to sider av samme sak. De er like uadskillelige som medaljen og dens bakside. Det er like fullt en utbredt misforståelse at Open Source er det samme som fritt vilt – at det er gratis og vi kan gjøre hva vi vil med det.

Open Source programvare er imidlertid også lisensiert, og som vi har vært inne på ved tidligere anledninger, hersker det både stor uenighet og ditto forvirring omkring disse lisensene og konsekvensene av dem. Organisasjonen *The Open Source Initiative* (www.opensource.org) ble etablert i 1998 for å rydde opp i forvirringen og holde definisjonene klare, og har gjort en god jobb så langt.

GPL, The GNU Public License, er den mest kjente Open Source-lisensen, og dekker blant annet Linux, Apache og tusenvis av verktøy som leveres sammen med Linux- og Unix-systemer. Lisensen oppfattes som streng, fordi den forlanger full åpenhet. Programmer som utvikles med utgangspunkt i GPL-lisensiert programvare, må offentliggjøres med samme betingelser. Dette er hemmende for det vi kan kalle kombinasjonsprodukter, kommersielle produkter som utnytter eller baserer seg på GPL-programvare, og er årsaken til at det har dukket opp nærmere et dusin alternative Open Source lisenser. Samtidig er det verdt å påpeke at det hersker betydelig tvil om hvor grensene går for slike kombinasjonsprodukter, ikke minst fordi måten programvare settes sammen på (i teknisk forstand) har forandret seg vesentlig siden GPL ble til tidlig på 80-tallet.

For å forenkle bildet og stimulere bruken av Open Source i kommersielle produkter, ble det tidlig på 90-tallet laget en alternativ GPL, som fikk navnet LGPL. Forkortelsen sto opprinnelig for Library GPL, hvilket henspillet på at LGPL-lisensierte moduler kunne inngå i biblioteker som i sin tur kunne lenkes sammen med kommersiell (lukket) programvare. På grunn av den allerede nevnte forandringen i måten programvare blir satt sammen på, ble navnet forandret og innholdet oppdatert i 1999 – til Lesser GPL. Navneforandringen bidrar til å fjerne misforståelsen av at biblioteker alltid må benytte denne lisensen, og forteller samtidig at LGPL er vesentlig mindre restriktiv enn GPL.

JBoss er i sin helhet LGPL-lisensiert, et forhold selskapet mener er av stor betydning. Prosessen åpne kildekode-lisenser har vært igjennom i løpet av de siste ti årene, forteller mer enn tydelig nok at én lisens ikke kan dekke alle tenkelige forhold. Både GPL, LGPL og en håndfull andre har uten tvil livets rett. For de fleste av oss – som ikke er involvert i utvikling, er lisenstypen av mindre betydning så lenge produktet og tjenestene har den åpenhet og de karakteristika vi etterspør. Vår felles ressurs for å kontrollere og karakterisere de ulike lisensvariantene er *The Open Source Initiative*.

PROFESSIONAL OPEN SOURCE

Vi starter like godt med det siste: Professional Open Source og 2. generasjon Open Source, er for det første to navn på samme konsept, og er dessuten for markedsføringsbegreper å regne. Hvor de ble først brukt, er det ingen som lenger vet, men Professional Open Source er for sikkerhets skyld registrert som varemerke av JBoss.

Denne iveren vekker vår nysgjerrighet. Hva er det JBoss mener å ha som distingverer selskapet fra både kommersielle og Open Source-baserte konkurren-

ter, og hva forsøker selskapet å formidle med det 'nye' begrepet?

Første del av svaret er at vi er vitne til en naturlig utvikling. Open Source kommersialiseres, og må markedsføres på tradisjonelt vis for å nå frem til nye kundegrupper som er dypt og permanent forankret i det kommersielle markedet. Denne 'profesjonaliseringsprosessen' har imidlertid pågått lenge, og det kan diskuteres hvorvidt JBoss har hatt noen signifikant innflytelse på utviklingen.

Ikke desto mindre er forsøket fra JBoss på å distingvere seg interessant. Selskapet og deres investorer kaller forretningsmodellen for 'support-modellen', og er opptatt av å kommunisere trygghet, som står øverst på store kunders ønskeliste. "Pris eller kostnad spiller ingen rolle dersom tryggheten mangler", påpeker en representant for selskapet. Utvilsomt en riktig observasjon, og JBoss' fokus på support er åpenbart én av nøklene til denne tryggheten. Særlig forskjellig fra hva for eksempel IBM eller RedHat gjør, er det imidlertid ikke.

Selskapet påpeker videre at de legger vekt på å ansette de aller beste utviklerne og på å holde tett kontroll med hva som finner veien inn i produktets kildekode. Hensikten med understrekningen er å skape avstand til bildet av hobby-programmerere på gutterommet og upålitelige verktøy som florerer på Internettet. Vi er imidlertid ikke overbevist om at dette er en riktig eller nyttig fokusering for å skape den omtalte tryggheten. Riktignok finnes det uten tvil et stort antall programmerere som passer til tegningen, men profesjonelle IT-personer har forlenget tilbakelagt bildet av at amatører snekres Open Source-produkter med suksess – som Linux, Apache, Sendmail, Postfix, og så videre. Misforståelsen har falt på sin egen urimelighet: Dersom slike amatører kunne skape produkter som utkonkurrerer kommersielle aktører med tusenvis av programmerere i stab, må det stå sørgelig til med kompetansen hos den siste gruppen. Så ille er det neppe. Faktum er at bidragsyterne til Open Source ofte er de samme som på dagtid utvikler kommersielle produkter.

Ut med lisenser, inn med tjenester

Med hensyn til support-kvalitet og betydningen av å gi bort i stedet for å selge lisenser, har JBoss en rekke relevante argumenter å komme med. Organisasjoner flest har brent seg på kostbare lisenser som blir enda mer kostbare over tid. Videre har vi erfart at leverandører av tradisjonelle programvareprodukter sjelden har noe egentlig incentiv til å gjøre produktene kompatible med omverden eller samspillende med andre produkter. I de fleste tilfeller vil det motsatte være hensiktsmessig – maksimal låsing av kunden, et problem som har vært med oss siden de første datamaskiner kom på markedet på 60-tallet.

Når det kun er support og tjenester som selges, blir leverandørens fokus primært rettet mot å gjøre kunden fornøyd. Mer business kommer ikke fordi kunden må kjøpe nye eller fornye lisenser, men fordi de ønsker flere og bredere tjenester av samme høye kvalitet. Nå kan det føres debatter om detaljer også på dette området, men poenget er udis-

kutabelt. Fravær av lisenser bidrar til å forandre 'kamparenaen' og til å flytte fokus i en retning som er i markedets interesse.

Oppsummering

Vi er ikke i tvil om at JBoss er et utmerket produkt, og har den største respekt for både selskapet og jobben de gjør. I sin iver etter å distingvere seg fra andre Open Source-aktører i markedet, tror vi imidlertid selskapets markedsførere er i ivrigste laget. Ingen er tjent med at etablerte begreper utvannes – ei heller JBoss, som muligens er mer 'profesjonelle' enn de fleste, men som arbeider med Open Source på samme måte som hundrevis av andre selskaper – og titusenvis av både mer og mindre profesjonelle utviklere.

'Talk is cheap', som det heter, og JBoss er én av mange dusin leverandører med Open Source i blodet, mye å fare med både produktmessig og faglig, og som utgjør en voksende utfordring for en fortsatt tradisjonsbundet programvarebransje. For markedet er dette utelukkende positivt, og vi håper at Open Source-leverandørene som kommer stormende, forstår sitt eget beste i tilstrekkelig grad til å ikke legge ut selvskudd. Det kan fort skje dersom markedsføringen blir overlatt til personer som ikke forstår at Open Source er tilstrekkelig annerledes til at tradisjonelle mekanismer og ditto tankegang ikke fungerer.

Spenningen stiger. Mulighetene er enorme og fallgruvne likeså. ■