

## CONCURRENTIE- STRIJD MET SALESFORCE

De strijd tussen de aartsrivalen SAP en Salesforce laait de laatste tijd in alle hevigheid op. Eind september maakte SAP bekend nauw te gaan samenwerken met Microsoft en Adobe. De twee Amerikaanse grootmachten kunnen de Duitsers helpen met het veroveren van marktaandeel van het dominante Salesforce. De drie softwarereuzen introduceren een nieuwe standaard voor het verwerken van klantgegevens. Salesforce sloeg meteen terug met een aankondiging van een strategische samenwerking aan met Microsoft's concurrent Apple. Goede kans dat de concurrentiestrijd komende tijd verder zal verscherpen.

kaanse Constellation Research, bevestigt dat. "Het voordeel van Europa is dat Europeanen voorzichtige gebruikers zijn. Leveranciers en ondernemingen springen niet meteen op de nieuwste technologische oplossingen zoals in de VS." SAP heeft ook volgens Mueller niet te laat bijgestuurd. "Het is pas te laat als de klanten wegrekken. Dat is niet gebeurd en de interesse voor de nieuwe oplossingen laat zien dat klanten nergens anders heen gaan."

De laatste jaren gaf SAP behoorlijk gas met overnames. De inkomsten uit de cloud zijn dit jaar voor het eerst hoger dan de verkoop van traditionele licenties. De winstgevendheid heeft er wel onder te lijden. Het bedrijfsresultaat kwam vorig jaar uit op het niveau van zeven jaar geleden. Maar McDermott heeft zich de Europese cultuur ook eigen gemaakt. Hij wijst op de filosofie van oprichter Plattner. De zeventiger denkt in cycli van een kwartaal jaar en niet in cycli van een kwartaal zoals beleggers en veel bestuurders. Met de strategische koerswijziging richting cloud-diensten heeft SAP een lange termijn voor ogen waarvoor op korte termijn een prijs wordt betaald. Dermott: "Onze medewerkers, aandeelhouders en directie zijn bereid om die afweging te accepteren."

Mueller: "McDermott heeft het sceptische personeelsbestand van SAP overtuigd. Dat konden weinig mensen, zelfs de Duitse topmannen begrijpen. Maar SAP is een wereldwijd bedrijf. De culturele barrières en de taal zijn geen obstakels meer. De band met Plattner maakt McDermott uniek in de SAP-geschiedenis. McDermott komt uit de school van verkopers van Xerox. Als hij de klanten naar de nieuwe SAP-platforms weet te begeleiden komt dat beloofde beurssucces er vanzelf."



— Column —

## De valse belofte van groei

**S**tel u krijgt een miljoen euro cadeau, op voorwaarde dat u het hele bedrag investeert in a) voormalig koopjeskampioen Blokker, dat zwaar moest herstructureren omdat klanten de oubollige winkels de rug toekeerden, of b) online sprinter Bol.com die in 2017 met 60 procent groei de anderhalf miljard euro omzet passeerde, en al jaren de online winkelkampioen van Nederland is. In welk bedrijf zou u uw geld dan steken?

De meeste mensen kiezen voor Bol.com. Liever een snelle hinde dan aangeschoten wild.

Het enige juiste antwoord op deze vraag is echter: dat hangt af van de prijs. Want hoe indrukwekkend de groei ook is, als die te ruim in de prijs is verwerkt, verdampt je rendement. Aan de andere kant kan een strompelend bedrijf een prima beleggingsresultaat opleveren als het voor een zacht prijsje in de etalage staat.

Dezelfde fout maken wij beleggers vaak wanneer we praten over landen en regio's. We nemen aan dat waar het financieel crescendo gaat, de beursresultaten ook aantrekkelijk zijn. Zo is China, waar de economie jaarlijks zo'n 8 procent is gegroeid de afgelopen decennia, geografisch gezien de snelste hinde. Die moet het dus wel winnen

van Rusland, waar corruptie en gebrek aan investeringen de economie al sinds jaar en dag doet wankelen.

Maar wat blijkt: een belegger die twintig jaar geleden een portefeuille met Chinese aandelen had gekocht, zou met ook 8 procent per jaar weliswaar een prima rendement hebben behaald, zijn 'Russofiel' collega had over diezelfde periode gemiddeld 18 procent per jaar verdiend. Dat telt op tot maar liefst zeven keer zoveel beleggingswinst.

Dat hoge groeiverwachtingen synoniem zijn aan hoge rendementen is een misvatting. De markt heeft groeiverwachtingen vaak al ingeprijsd. Dus tenzij u superieure kennis bezit over de macro-economische groei van een regio, of de toekomst van een specifiek bedrijf, kunt u als belegger het beste uw portefeuille spreiden en genieten van de opbrengst van zowel de snelle, dure hinde, als het aangeschoten, aantrekkelijk geprijsde wild.



### MARIUS KERDEL EN JOLMER SCHUKKEN

zijn oprichters van Triple Partners  
en auteurs van *De Beleggingsillusie*

[www.debeleggingsillusie.nl](http://www.debeleggingsillusie.nl)