



moeilijk voor te stellen dat CM.com – omzet in 2018 op dit onderdeel bedroeg 6 miljoen euro – zich echt kan onderscheiden en kan opboksen tegen dergelijke grote spelers in de betaalsector. Laat staan dat het mee kan spelen in de wedloop van enorme investeringen in technologie die spelers als Adyen, weliswaar momenteel actief in een ander deel van de betaalmarkt, doen.

Behalve berichten- en betaaldiensten wil CM ook investeren in een derde poot, 'platformfunctionaliteiten', waarbij gedacht moet worden aan de verwerking van tickets voor festivals, concerten en andere bijeenkomsten. Ook hier is het bedrijf nog geen dominante speler.

MARKTONTWIKKELINGEN

Op de markten voor 'cloudcommunicatie' worden nog jaren van forse groei voorspeld. De in de prospectus van CM.com gepresenteerde marktschattingen liegen er dan ook niet om. De bestedingen van bedrijven aan berichtafhandeling zullen wereldwijd met dertig procent per jaar groeien komende

jaren. In de markt voor betalingen is de voorspelde groei zelfs het dubbele.

Of CM voldoende kan meeprofiteren van deze groei valt te bezien, zeker gezien de teruglopende groei in recente jaren. De concurrentie groeide veel sterker, of dat nu in de berichtafhandeling of betalingen is. De grote vraag is dan ook waarom CM, dat actief is in beide markten, bij lange na niet volledig mee kon profiteren van de onstuimige groei.

Volgens CM-topman Jeroen van Glabbeek komt de lagere groei (6 procent groei van de totale omzet over 2018) doordat het bedrijf niet optimaal zijn geld aan het werk kon zetten en de afgelopen jaren geen kapitaalcrachtige investeerder aan boord had. De groei van CM zal volgens het management vanaf 2020 aanzienlijk toenemen. Vanaf dat moment streeft CM ernaar om op de middellange termijn met liefst 35 procent per jaar te groeien.

Beleggers die hadden willen instappen in CM hadden dus vooral vertrouwen moeten hebben

in de strategie van CM en het al dan niet onderscheidende vermogen ten opzichte van concurrenten. Er zijn echter op dit moment geen overtuigende indicaties dat CM.com de komende jaren succesvol zal zijn.

ALTERNATIEF VOOR CM: TWILIO

Het grote voorbeeld is het Amerikaanse bedrijf Twilio, dat ook actief is in de berichtafhandeling. Het op de Nasdaq genoteerde Twilio (ticker TWLO) is op dit moment ruim 15 miljard dollar waard. Kijkend naar het in het verleden bewandelde groeipad van Twilio (2018: omzet van meer dan 650 miljoen dollar en ruim 64 duizend actieve klanten) loopt CM.com nog ruwweg 5 jaar achter.

Twilio lijkt een interessant alternatief voor een belegging in CM. De Amerikaanse marktleider staat bekend als 'best in class' speler en heeft een veel groter verkoopapparaat. Twilio kan door zijn veel grotere omvang daarnaast beduidend meer geld investeren in zijn (technologie) platform.

Kijkend naar de omzetonwikkeling van CM bij het onderdeel berichtenafhandeling lijkt het er ook sterk op dat nieuwe omzet de laatste jaren vooral naar de concurrentie is gegaan. Terwijl de omzet van sectorgenoot Twilio in 2018 met 63 procent groeide, nam berichtafhandeling bij CM met slechts 9 procent toe. Deze groei van CM.com kwam volgens de prospectus voornamelijk van bestaande klanten. Twilio kreeg er over dezelfde periode juist 15.000 nieuwe klanten bij, een toename van ruim 30 procent.

Door schaalgrootte hebben de grootmachten als Twilio een hoger volume, waardoor het betere tarieven kan bedingen bij beheerders van mobiele netwerken zoals AT&T of Verizon en zogeheten OTT-aanbieders (Over The Top) als WhatsApp. Dit leidt dan ook tot veel hogere brutomarge

**TWILIO IS
DOOR HAAR
DOMINANTIE
EN VEEL
HOGERE
OMZETGROEI
VAN DE BUITEN-
CATEGORIE**

