

NIET ALLE MOBIELE COMMUNICATIE IS RECESSIEBESTENDIG

TEKST: JACQUES POTUIJT (FINANCIEEL CONSULTANT)

Nokia legt het met zijn mobieltjes af tegen highbrowproducten als de iPhone van Apple en de BlackBerry van RIM. De recessie helpt niet om die inhaalslag te maken.



Het onderscheid tussen huis-tuin-en-keukenmobieltjes en de zogenaamde smartphones lijkt te vervagen nu steeds meer telefoontjes voor internetgebruik geschikt worden gemaakt,

waardoor een reeks extra functies, zoals e-mailverkeer, beschikbaar komt. Zelfs aanraakschermen, twee jaar geleden nog een exclusieve eigenschap van Apple's iPhone, zijn steeds vaker te vinden in concurrerende 'me-too'-producten. Wie bij het intoetsen liever een klik hoort, kan nu soms al een klepje openschuiven dat een compleet mechanisch qwertytoetsenbord tevoorschijn laat springen. Er ontstaat dan iets dat in de buurt lijkt te komen van de BlackBerry, het vooral door professionals gekoesterde mobiele communicatie-instrument van RIM.

Maar net als in de automobielsector gaat het in deze markt niet alleen om functionaliteit maar ook om de exclusiviteit die een merk uitstraalt. Men wil ook graag gezien worden met een BlackBerry of een iPhone, die elk verwijzen naar een levensstijl. Imago is minstens zo belangrijk als functionaliteit en succes hangt daarom ook af van marketingvernuft en omvang van het beschikbare reclamebudget.

Op den duur zal het voor de producenten van smartphones lastiger worden zich te onderscheiden van de fabrikanten van gewone mobieltjes, maar de voorsprong die ze hebben geeft ze in de huidige recessieperiode een veel grotere weerbaarheid. Terwijl de markt voor mobieltjes dit jaar voor het eerst

sinds 2001 zal krimpen, blijft het segment van de smartphones nog steeds groeien. Vorig jaar werden wereldwijd 1,4 miljard mobieltjes afgezet. Hiervan kan nog slechts 13 procent worden aangemerkt als smartphone. Dit jaar zullen naar verwachting in totaal 10 procent minder apparaten kunnen worden gesleten, maar smartphones zullen volgens marktonderzoeker IDC nog steeds een omzetvolumegroei van 8,9 procent laten zien.

Het hangt van de marktpositionering af in welke mate spelers getroffen worden door de recessie. Tot nu toe hebben beleggers zich hieraan weinig gelegen laten liggen. Over de hele linie zijn de aandelen in deze sector zwaar afgewaardeerd. Ten opzichte van in het recente verleden behaalde piekkoersen leverden Apple, RIM en Nokia ruwweg twee derde deel van hun beurswaarde in. Pas met het herstel in maart lijkt de markt met meer onderscheidingsvermogen te werk te gaan. Een goed moment om te beoordelen of een verder uiteenlopen van de koersontwikkeling voor de deur staat.

NOKIA: ZWAAR TE VERDUREN

De recessie hakt er bij Nokia zwaar in. Tot en met het tweede kwartaal van 2008 was er nog sprake van omzet- en winstgroei, maar in het derde kwartaal trad er een stevige omslag op. Toen kwam de winst bij een met 5 procent gedaalde omzet 28 procent lager uit. In het vierde kwartaal kelderde de omzet zelfs met 20 procent, waarbij de winst een duikeling van 46 procent liet noteren.

Het eerste kwartaal van 2009 geeft moge-

lijk een nog dramatischer verloop te zien, want de markt verslechterde verder. De dure overname medio 2008 van NavTeq voor 8,5 miljard dollar vergt hoge financieringslasten en de implementatie van kostenbesparingsmaatregelen zal het resultaat voorlopig alleen nog maar gedrukt hebben. Die besparingen, waaronder het schrappen van 2.700 banen ofwel 2 procent van het totale personeelsbestand, moeten op termijn de kosten structureel met 700 miljoen euro per jaar reduceren. Dat is nodig om ruimte te maken voor nieuwe investeringen in productontwikkeling, vooral van smartphones, die met circa 7 procent van de omzet

