

MAKE-OVER BIEDT DOCDATA NOG ONVOLDOENDE STABILITEIT

De gedaanteverwisseling van Docdata van cd-fabrikant in e-commerce dienstverlener mag als succesvol worden bestempeld. Het toekomstbeeld blijft echter grillig.

TEKST: PETER SCHUTTE

Menig belegger zal de naam Docdata kennen van de productie van cd's en dvd's. Door de opkomst van het downloaden van muziek en films van internet en van illegaal kopiëren raakte deze activiteit sterk in de verdrukking. Velen zijn toen opgehouden het bedrijf uit Waalwijk te volgen. Intussen heeft de onderneming niet stilgezeten en het roer drastisch en succesvol omgegooid richting e-commerce diensten. Het gaat hier om de logistieke afwikkeling van internetverkoop. Daarnaast tikkert het bedrijf goed aan de weg met gespecialiseerde systeembouw, waarvan de machines voor het vervaardigen van paspoorten de meest bekende zijn. Beide activiteiten vragen echter om de nodige managementaandacht.

STERK IN DUITSLAND

Met de verkoop van het mediareplicatiebedrijf in Berlijn sloot Docdata medio vorig jaar het transitieproces feitelijk af. Werd in 2000 nog 90 procent van de omzet door mediareplicatieactiviteiten gerealiseerd, in 2010 was dat nog slechts 10 procent. Dit jaar zullen de oude activiteiten nog nauwelijks bijdragen. Met e-commerce diensten is Docdata actief in Nederland en Duitsland. Vorig jaar nam Docdata de activiteiten van de Duitse Dohmen Solution Groep over, waarmee de positie op de Duitse markt enorm werd versterkt en het bedrijf als geheel de omzetgrens van 100 miljoen euro doorbrak. De omzet in Duitsland overtrof vorig jaar zelfs de Nederlandse. Dohmen had het afgelopen jaar nog wel een negatieve invloed op het bedrijfsresultaat (-2,1 miljoen) en daarmee op de winst. Voor dit jaar wordt een kleine positieve winstbij-

drage verwacht, beperkte herstructureringen meegenomen.

In eigen land behoort Docdata tot de drie grootste e-commerce dienstverleners. Bekende namen als bol.com, De Bijenkorf en V&D laten hun internetverkoop via Docdata afwickelen. Docdata neemt daarbij het volledige traject voor zijn rekening, van bestelling via elektronische betaling tot bezorging van de bestelde artikelen. Bol.com is al sinds 2000 klant. Deze webwinkel is uiterst succesvol, waarvan Docdata dus meeprofiteert.

De e-commercepoot, inclusief Dohmen, genereerde vorig jaar een omzet van 78 miljoen euro, 37 procent meer dan in 2009. Daarmee werd ruimschoots de teruggang van de replicatieomzet goedge maakt. Docdata was het afgelopen jaar betrokken bij bijna dertig miljoen unieke transacties via internet, 36 procent meer dan het jaar ervoor. Docdata heeft het daarmee beter gedaan dan de e-commerce markt in Europa, die vorig jaar met 18 procent groeide.

GEEN GELOPEN RACE

Het fenomeen 'e-commerce' bestaat al vele jaren, maar lijkt bezig aan een tweede jeugd. Ceo Michiel Alting von Geusau verwacht dat deze markt de komende tijd sterk zal blijven groeien. Voor dit jaar wordt voor de Europese e-commerce markt weer een groei van circa 18 procent voorzien en daarmee zal de Europese markt voor het eerst groter zijn dan in de Verenigde Staten. Binnen Europa zijn nog altijd Groot-Brittannië en Duitsland koploper. Samen met de Benelux nemen deze markten de helft van de totale Europese internetverkoop voor hun rekening. De Europese markt besloeg vorig jaar een kleine 250 miljard euro, een bedrag dat

duis snel oploopt.

Verdere expansie is dan ook aannemelijk voor Docdata. Gezien de marktgroei zijn er goede kansen voor autonome groei. Dat kan zowel door groei bij bestaande klanten als door uitbreiding van de diensten en het binnenhalen van nieuwe klanten. Verder wordt ook zeker naar nieuwe overnames gekeken. Nieuwe landen behoren tot de mogelijkheden, maar Von Geusau ziet voorlopig nog genoeg mogelijkheden in Nederland en Duitsland.

Hoewel het er allemaal rooskleurig uitziet, blijft het wel degelijk een vechtmakrkt en wordt Docdata geconfronteerd met prijsdruk bij internetverkoop. De concurrentie is voor veel bedrijven groot. Immers, waar zijn prijzen eenvoudiger met elkaar te

