



*We naderen het einde van het jaar. Tijd voor de jaarlijkse voorspellingen! Mijn grootste voorspelling voor 2009? Absolute lethargie. Helemaal niets, nada, zilch. Hoezo? Waarom?*

## Tijd voor initiatief

Zodra er, in dit geval door de dreigende recessie, druk op de ketel komt, zie je alle IT-bedrijven meteen hetzelfde doen als schoolkinderen in de jaren '50 om de atoomaanval te overleven: duck & cover. Duiken en schuilhouden. Leveranciers stoppen nieuwe productontwikkelingen. Klanten vertragen nieuwe projecten. Zo veel mogelijk externen eruit en daarna op je handen gaan zitten.

Waarom eigenlijk? Een jaar geleden wist men niet hoe gek men moest doen om Java-specialisten binnen te halen. Vandaag hoor ik dat grote ICT-dienstverleners gemiddeld twintig procent van hun consultants op de bank hebben zitten. Wat is er in een jaar gebeurd dat de stemming van *himmelhoch jauchend bis zum tode betrübt* omslaat? Het antwoord: de klassieke varkenscyclus. Iedere manager in deze business heeft schijnbaar een markthorizon van zes maanden, zodat iedereen tegelijk de schuur vol varkentjes heeft.

Ook aan de leverancierszijde trapt iedereen op de rem. Met als meest schrijnende geval Sun. Nog steeds een absolute ICT-parel, een bedrijf dat erg mooie producten maakt. Toch is de totale waarde op de beurs inmiddels lager dan de boekwaarde. IDC heeft deze week bekend gemaakt dat de groei in ICT-bestedingen geen 5,9 procent wordt, maar slechts 2,6 procent. Daarom kunnen ze niet op korte termijn heel veel meer verkopen. Er is voor het beursgenoteerde bedrijf maar een optie; snijden in de kosten. Op zich een begrijpelijke actie.

In Nederland is er nog iets speciaals aan de hand. De laatste jaren hebben veel mensen besloten dat ze eigenlijk ondernemers waren. Daarom zijn ze voor zichzelf begonnen. Deze zogenaamde ZZP'ers krijgen als eerste de klappen. *Zelfstandig Zonder Perspectief* zeg maar. Zij zijn het, die als smeermiddel tussen vraag en aanbod, nu als eerste voelen waar de tandwielen van de economie beginnen te knarsen.

Ik denk dat een pas op de plaats soms wel even goed is. De lucht loopt uit de aandelenkoers. Overdreven salariseisen worden getoetst aan de realiteit van de economie. ZZP'ers worden geconfronteerd met de vraag of ze wel echte ondernemers zijn. Verkopers kunnen laten zien wat ze echt waard zijn. En, managers

van bedrijven mogen laten zien of ze meer kunnen dan aan de wind zeilen.

Alleen moet het niet te lang duren. Na een kwartaaltje of twee is het wel mooi geweest. Dan moet de economie weer vooruit. Dan komt het schimmige begrip *vertrouwen* weer uit de kast. Zowel vraag- als aanbodzijde van de markt moeten het gevoel hebben dat ze kunnen investeren.

Het vliegwiel gaat pas draaien als de aanbodzijde een duwtje geeft. De markt moet een reden hebben om weer te gaan investeren. Geen grote technologievisies, maar vooral dingen waar men op de korte termijn voordeel mee kan halen. Er is een aantal bedrijven met een rijk gevulde kas. SAP, Oracle, Microsoft, Google en sinds kort ook Apple zitten boven op een enorme stapel munten. Kijk nu eens naar de varkenscyclus. Iedereen wacht tot de varkensprijs stijgt. De boer die op het dal van de markt begint biggen te mesten, verdient het meeste geld. Daarom is het juist nu tijd om met nieuwe initiatieven te komen. Juist nu het stil is, wordt jouw verhaal des te beter gehoord. Dat moet dan wel op korte termijn gebeuren. Laten we er vanuit gaan dat we in het vierde kwartaal van 2008 het eerste recessiekwartaal hebben. Dan hebben we nog het eerste kwartaal van 2009, en dan zou het moeten aantrekken. Eind 2008, zeg maar nu, zitten we dus in de bodem van de markt.

Maar of het gaat gebeuren? Apple heeft aangekondigd zich alleen maar met kwaliteitsverbetering bezig te houden. Oracle en IBM zijn ook stil. SAP houdt zich bezig met haar aandelenkoers. Google doet haar eigen ding. Microsoft maakt veel rumoer rondom Windows7, maar er is geen onvermijdelijke reden waarom iemand hier mee zou beginnen. Kortom, het is nog iets te stil. Daarom denk ik dat het nog even stil blijft. Iets te stil. En het zou toch jammer zijn als een icon als Sun ons zou ontvallen!

**Theo Koster** is directeur van Conclusion Corporate & Public Communication, een adviesbureau voor ICT-marketing. Zijn e-mailadres [tkoster@conclusion.nl](mailto:tkoster@conclusion.nl) staat open voor reacties.