De stille revolutie in software

Beschrijving

De wereld van bedrijfssoftware staat aan de vooravond van een ingrijpende verandering. Jarenlang gold software as a service als de kroonjuweel van de technologiesector. Voorspelbare inkomsten, hoge marges en trouwe klanten die maandelijks of jaarlijks betaalden voor hun abonnementen. Beleggers waren dol op deze bedrijven. Maar kunstmatige intelligentie gooit roet in het eten. De vraag is niet meer Ã³f AI de softwaremarkt zal veranderen, maar hoe snel en hoe ingrijpend.

Een tweesnijdend zwaard

AI heeft een merkwaardige relatie met traditionele softwarebedrijven. Aan de ene kant is het een bedreiging. Slimme AI-assistenten kunnen steeds meer taken overnemen die voorheen speciale software vereisten. Denk aan het schrijven van rapporten en contracten, het beantwoorden van klantvragen of het opstellen van facturen. Waarom zou een bedrijf nog betalen voor een dure applicatie als een AI-agent hetzelfde werk kan doen voor een fractie van de kosten?

Aan de andere kant is AI ook een kans. Softwarebedrijven gebruiken kunstmatige intelligentie om hun producten slimmer en nuttiger te maken. Een boekhoudprogramma dat automatisch facturen verwerkt. Een marketingplatform dat zelf advertentieteksten schrijft. Een klantenservicesysteem dat vragen beantwoordt zonder menselijke tussenkomst. Deze verbeteringen maken de software waardevoller voor gebruikers.

Maar hier schuilt een risico die beleggers in deze bedrijven zorgen baart. Als AI software efficiÃ«nter maakt, hebben bedrijven minder gebruikers nodig om hetzelfde werk te doen. En minder gebruikers betekent minder abonnementen.

Het einde van betalen per stoel

Het traditionele verdienmodel van softwarebedrijven staat onder druk. De meeste bedrijven rekenen af per gebruiker, per maand. Hoe meer werknemers een bedrijf heeft die de software gebruiken, hoe hoger de rekening. Dit model werkte uitstekend in een wereld waarin mensen het werk deden. Nu gaat AI een steeds groter deel van het werk doen. Een groot bedrijf met driehonderd werknemers had misschien driehonderd licenties nodig voor hun CRM-systeem. Nu kan een handvol medewerkers met AI-ondersteuning hetzelfde werk verzetten. Het bedrijf heeft nog maar vijftig licenties nodig. De softwareleverancier verliest tachtig procent van zijn inkomsten bij deze klant, terwijl de klant tevreden is met een betere dienstverlening tegen lagere kosten. Managers ontdekken dat ze met minder softwarelicenties toekunnen. De besparingen zijn aanzienlijk. Voor softwarebedrijven is dit een nachtmerrie die langzaam werkelijkheid wordt.

Winnaars en verliezers

Niet alle softwarebedrijven zijn gelijk. De impact van AI verschilt sterk per type bedrijf en per markt. Bedrijven die eenvoudige, gestandaardiseerde taken automatiseren, lopen het grootste risico. Als een AI-agent in vijf minuten kan wat hun software doet, waarom zouden klanten dan nog betalen voor een abonnement?

De winnaars zijn bedrijven met iets dat AI niet zomaar kan kopiÃ«ren. Unieke data bijvoorbeeld. Een softwarebedrijf dat twintig jaar aan branchespecifieke informatie heeft verzameld, heeft een schat die geen nieuwkomer kan evenaren. Of denk aan complexe processen die diepe kennis vereisen van regelgeving en compliance. Hier blijft menselijke expertise, ondersteund door slimme software, onmisbaar.

Ook bedrijven die zelf AI-platforms bouwen, kunnen winnen. Zij worden de infrastructuur waarop anderen hun oplossingen bouwen. Zoals oliemaatschappijen profiteerden van de auto-industrie zonder zelf autoâ??s te maken, kunnen infrastructuurbedrijven profiteren van de AI-golf zonder zelf alle toepassingen te ontwikkelen.

De beurs heeft de dreiging al deels ingeprijsd. Veel traditionele softwareaandelen zijn flink gedaald. Waarderingen die ooit op twintig keer de omzet lagen, zijn gezakt naar vijf tot acht keer de omzet. Tegelijkertijd vliegen de koersen van AI-gerelateerde bedrijven omhoog. Deze tweedeling in de markt weerspiegelt de onzekerheid over wie de winnaars worden.

Voor beleggers is selectiviteit nu belangrijker dan ooit. Blindelings investeren in software als sector werkt niet meer. De vragen die gesteld moeten worden zijn fundamenteel. Heeft dit bedrijf unieke data die moeilijk te kopiÃ«ren is? Hoe snel integreert het AI in zijn producten? Past het zijn verdienmodel aan? Bouwt het relaties met klanten die verder gaan dan alleen software leveren?

Bedrijven die vastzitten in het oude model van betalen per gebruiker zonder duidelijke AI-strategie, zijn riskant. Hun inkomsten kunnen sneller dalen dan verwacht wanneer klanten hun licenties terugschroeven. De meest kwetsbare bedrijven zijn degene die simpele taken automatiseren en geen unieke waarde bieden die AI niet kan repliceren.

De nieuwe realiteit

De softwaremarkt beweegt naar een model waarin uitkomsten centraal staan in plaats van het aantal gebruikers. Waarom betalen voor driehonderd licenties als je kunt betalen voor het resultaat? Een factuur verwerken, een klant helpen, een rapport opstellen. Deze verschuiving is logisch voor klanten maar ontwrichtend voor aanbieders die hun hele bedrijfsmodel moeten herzien.

Sommige voorspellingen zijn alarmerend. Analisten verwachten dat tegen het einde van dit decennium een aanzienlijk deel van de eenvoudige softwaretools verdwijnt of opgaat in grotere AI-ecosystemen. De markt consolideert rond een paar grote spelers die de infrastructuur leveren, terwijl talloze kleinere bedrijven het niet overleven.

Tegelijkertijd ontstaan er nieuwe kansen. Verticale AI-oplossingen voor specifieke sectoren zoals verzekeringen, gezondheidszorg of financiÃ«le dienstverlening kunnen snel groeien. Deze bedrijven combineren branchekennis met AI-mogelijkheden op manieren die algemene tools niet kunnen evenaren.

De disruptie van software door AI is geen toekomstmuziek maar een proces dat nu plaatsvindt. Voor beleggers betekent dit een heroverweging van posities in de technologiesector. De oude zekerheden gelden niet meer. Voorspelbare abonnementsinkomsten blijken minder voorspelbaar wanneer klanten ontdekken dat ze met minder licenties toekunnen.

Wie de winnaars worden, hangt af van aanpassingsvermogen. Bedrijven die AI omarmen, hun verdienmodel herzien en unieke waarde bieden, kunnen sterker uit deze transitie komen. Bedrijven die vasthouden aan het oude model, riskeren irrelevantie. Voor beleggers die de goede keuzes maken, biedt deze omwenteling kansen. Maar het vereist meer onderzoek, meer kritische vragen en meer bereidheid om afscheid te nemen van oude favorieten. De softwaremarkt van morgen ziet er fundamenteel anders uit dan die van gisteren.

Han Dieperink, Chief Investment Officer

Disclaimer

Abonneer op deze nieuwsbrief via

www.aureus.eu/nieuwsbrief