



Sectorprognose TMT | augustus 2020

IT-branche in 2021 al ruim boven pre-coronaniveaus

Ingrid Laane, Sector Econoom

Tel: +31 (0)6 16380575/ ingrid.laane@nl.abnamro.com

Door toedoen van de coronacrisis krimpt de Technologie-, Media- en Telecomsector (TMT) met 6 procent in 2020, waarna gedeeltelijk herstel volgt. Reclamebureaus incasseren zware klappen nu opdrachtgevers voorzichtiger zijn. Drukkerijen zien reclamedrukwerk wegvallen, ook door afgelaste evenementen en beurzen. Deze branches hebben meer dan een jaar nodig om de klap te boven te komen. Voor IT-bedrijven is het beeld anders; zij voelen de pijn in 2020, maar die wordt sterk verzacht doordat de samenleving door corona meer op digitale middelen is gaan leunen. Dit levert mogelijk zelfs structurele voordelen op. Volgend jaar zit de IT-branche al ruim boven de pre-coronaniveaus.

Door de uitbraak van de coronacrisis is de wereld op zijn kop gezet en de economie in een diepe recessie beland. De Nederlandse economie is in het tweede kwartaal met 8,5 procent gekrompen ten opzichte van een kwartaal eerder. Deze daling is het gevolg van de sterk gedaalde consumptie van huishoudens, afnemende investeringen en minder buitenlandse handel. Voor 2020 als geheel [verwacht](#) ABN AMRO dat de Nederlandse economie met 5,2 procent krimpt. Hoewel de TMT-sector niet het hardst geraakt is door de crisis, zijn ook hier de gevolgen van bovengenoemde ontwikkelingen voelbaar.

In 2020 verwacht ABN AMRO dan ook een krimp van de TMT-sector van 6 procent. Wel zijn de verschillen tussen de onderliggende branches groot, evenals de herstelverwachtingen. Daarmee wordt het al langer aanwezige beeld van een sector met twee gezichten nog eens versterkt. Aan de ene kant staat de IT-branche die zich in de coronacrisis relatief goed staande weet te houden door de toegenomen vraag naar digitale diensten als gevolg van het thuiswerken. Hoewel een mogelijke klap later dit jaar niet wordt uitgesloten doordat opdrachtgevers het alsnog moeilijk gaan krijgen, is de verwachting dat de branche ook snel herstelt. Dit komt door de sterk gedigitaliseerde economie van Nederland die door het uitbreken van de coronacrisis een extra zetje heeft gekregen. Dit extra zetje zorgt ervoor dat de coronacrisis op termijn mogelijk zelfs structurele voordelen oplevert voor de IT-branche. Als bedrijven thuiswerken meer gaan faciliteren

en als aanvankelijk door noodzaak gedigitaliseerde diensten zoals digitaal onderwijs en digitale zorgverlening vaste voet onder de grond krijgen, bereikt de branche structureel hogere toppen.

Aan de andere kant staan de uitgeverijen en drukkerijen, die al lange tijd te maken hebben met een krimpende markt en door de coronacrisis een extra tik krijgen. Hekkensluiter is de reclamebranche die door sterk afnemende mediabestedingen veel omzet heeft zien verdwijnen. Gestuwd door een sterk herstel van de IT, verreweg de grootste branche binnen TMT, zal de sector als geheel relatief snel herstellen. ABN AMRO verwacht een groei van 4 procent in 2021. De sector is hiermee nog niet terug op het niveau van voor de uitbraak van de coronacrisis, maar doet een goede stap in die richting. Door de onzekerheid over het verloop van het coronavirus zijn deze verwachtingen met veel onzekerheid omgeven.

Dat de TMT-sector op de korte termijn nog niet uit de zorgen is, blijkt onder meer uit het sterk gedaalde vertrouwen van TMT-ondernemers in het tweede kwartaal. De vertrouwensindicator kwam het tweede kwartaal uit op – 22,1, terwijl die een kwartaal eerder nog op 10,5 stond. Met een ondernemersvertrouwen van -21,6 in het derde kwartaal is er nog geen sprake van een kantelpunt. TMT-ondernemers zijn dus nog steeds somber over hun situatie en komen daarmee iets lager uit dan de stemmingsindicator voor Nederland als geheel. Die komt uit op -19,3 in het derde kwartaal van dit jaar.

**Tabel 1: Macro-economische
groeiverwachtingen**

In procenten, jaar-op-jaar	2019	2020	2021
Nederlandse economie			
BBP	1,7	-5,2	2,4
Part. consumptie	1,4	-4,9	5,1
Overheidsconsumptie	1,6	-1,8	1,2
Investerings	4,5	-9,1	-5,0
Invoer	3,2	-4,8	8,3
Uitvoer	2,7	-4,9	8,7
Eurozone BBP	1,2	-7,4	3,6

Bron: CBS, Refinitiv, prognoses ABN AMRO Economisch Bureau

Tabel 2: Omzetgroei TMT per branche

In procenten, jaar-op-jaar	2019	2020	2021
TMT*	3,7	-6	4
Telecom	-0,5	-2	-1
Content producenten	3,6	-3	4
Omroepen (radio en tv)	0,6	-4	-1
Drukkerijen	-2,9	-12	2
Reclamebureaus	2,8	-15	5
Uitgeverijen	0,2	-4	1
IT-sector	6,9	-2	4

Bron: CBS, ABN AMRO Sector Advisory

* TMT op basis van toegevoegde waarde, onderliggende branches op basis van omzet

Gevolgen crisis verschillen per TMT-branche

Door de grote diversiteit binnen de TMT-sector lopen de gevolgen van de crisis sterk uiteen voor de diverse branches.

Telecom

De telecomsector wordt door de coronacrisis zowel positief als negatief geraakt. Door het massale thuiswerken is er een grotere vraag naar bedrijfsnetwerkdiensten en een uitbreiding van mobiele bedrijfsnetwerken. Daartegenover staat een sterke daling van roaming-inkomsten doordat er minder naar het buitenland gereisd wordt. Ook neemt de omzet uit de zakelijke markt naar verwachting af doordat dit segment conjunctuurgevoelig is. Dit wordt met name zichtbaar op het moment dat de steunpakketten van de overheid worden afgebouwd en de verwachte golf aan faillissementen zijn intrede doet. Per saldo resulteert dit in een negatieve omzetverwachting voor zowel 2020 (-2 procent) als 2021 (-1 procent).

Kijkend naar de afgelopen jaren, dan kenmerkt de telecomsector zich als een structureel krimpende markt waar klantbehoud de boventoon voert. De prijs van dataverkeer daalt al jaren, met lage marges tot gevolg. Belangrijke strategie voor het behoud van klanten is de inzet op multiplay. Dit is het combineren van vaste diensten met mobiele diensten, zoals bijvoorbeeld de combinatie breedband met televisie en mobiel. Dit is dan ook een groeisegment binnen de markt.

Toch zijn er ook kansen. Met de recente veiling van de Nederlandse frequenties is het mobiele 5G-netwerk inmiddels een feit. Hoewel het aanbieden van 5G op korte termijn flinke investeringen vergt, liggen er mogelijkheden op de zakelijke markt, waar bestaande innovaties met 5G kunnen worden opgeschaald. De vraag hierbij is hoe telecomproviders zich gaan positioneren. Ze kunnen ervoor kiezen om zich louter toe te leggen op het leveren van de infrastructuur of om dit te doen in combinatie met het leveren van specifieke diensten die in het bijzonder door het 5G-netwerk goed worden ondersteund. In dat laatste geval zorgt de telecomprovider er bijvoorbeeld voor dat de enorme hoeveelheden data die bij innovatieve toepassingen worden gegenereerd op een goede manier worden ontsloten. Dit levert de zakelijke eindgebruiker extra toegevoegde waarde op waarvoor hij bereid is een hogere prijs te betalen. De effecten van deze strategische positionering zullen pas over enkele jaren zichtbaar worden, aangezien pas in 2022 de meer interessante 3,5 GHz-frequentie wordt geveild. Deze frequentie maakt hogere internetsnelheden mogelijk, waardoor de mogelijkheden van 5G ten volle benut kunnen worden.

Producenten van content

Na jarenlang flinke groeicijfers te hebben laten zien, krijgen producenten van films en televisieprogramma's in 2020 te maken met een verwachte omzetkrimp van 3 procent. Belangrijke oorzaak hiervan is de tijdelijke stilval van tv en filmproducties als gevolg van de uitbraak van het coronavirus. Inmiddels zijn de producties weer hervat en draait de branche weer. Hoewel een groot deel van de content dit of begin volgend jaar weer ingehaald kan worden, is er tevens sprake van afstel. Een ander effect van de coronacrisis is dat de verschuiving naar digitale consumptie is versneld; meer digitale nieuwsconsumptie, meer VOD, meer digitale radiozenders en meer podcasts. In dit licht is de markt als geheel nog steeds gunstig voor de tv- en filmproducenten en hierom verwachten wij een snel herstel. In 2021 neemt de omzet naar verwachting toe met 4 procent.

Het snelle herstel krijgt mogelijk een extra zet door een voorgestelde aanpassing van de Mediawet. Hierover vindt momenteel politieke besluitvorming plaats. Doel van het wetsvoorstel is dat aanbieders van mediadiensten die verdienen aan de Nederlandse markt, investeren in Nederlandse films, series en documentaires. Via deze investeringsverplichting moeten de landelijke publieke omroep, binnen- en buitenlandse aanbieders van commerciële mediadiensten en bioscopen een percentage van hun omzet investeren in zogenoemde 'Nederlands cultureel audiovisuele producten', zoals films, series en documentaires.

Omroepen

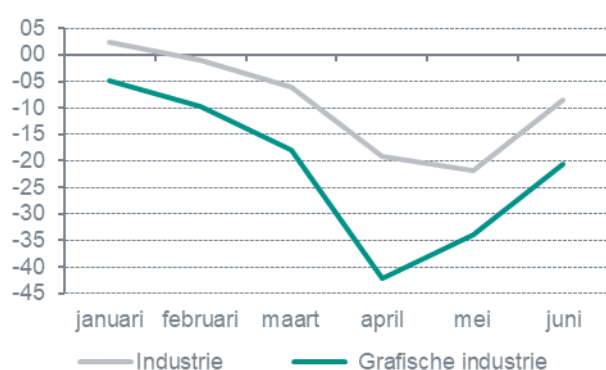
De opkomst van video on demand (VOD) en streaming heeft het tv-landschap sterk veranderd. Uit onderzoek van Multiscope blijkt dat Nederlanders inmiddels meer tijd besteden aan het bekijken van VOD dan lineaire televisie. Door meer samen op trekken in het VOD-aanbod bieden de omroepen de concurrentie van buitenlandse platformdiensten steeds beter het hoofd. Dit resulteert in bescheiden groeicijfers sinds 2018. Door de coronacrisis kantelt dit beeld. Oorzaak hiervan zijn de dalende advertentiebestedingen die voor de omroepen een belangrijke inkomstenbron zijn. Doordat de advertentiemarkt naar verwachting traag herstelt en de publieke omroepen in 2021 te maken krijgen met

striktere reclameregels, verwachten wij een omzetkrimp van 4 procent in 2020 en een bescheiden krimp van 1 procent in 2021.

Drukkerijen

Drukkerijen zijn hard geraakt door de coronacrisis. Dit betekent een extra domper in een branche die sinds 2008, [met uitzondering van 2016](#), te maken heeft met dalende omzetten. De grootste klappen vielen in de eerste helft van dit jaar, met als dieptepunt een omzetsdaling van 42 procent in april 2020 (zie figuur 1). De sector krabbelt inmiddels voorzichtig op en het producentenvertrouwen laat sterk herstel zien. In april van dit jaar was dit nog -24,0, terwijl dit in juli -1,8 was.

Figuur 1 Omzet grafische industrie 2020, in procenten j-o-j



Vraaguitval is de oorzaak van deze enorme krimp. Door de coronacrisis en de tijdelijke sluiting van horeca, evenementen en scholen is de vraag naar drukwerk voor horeca, beurzen, winkels en onderwijs (geen examens) bijna volledig stil komen te liggen. Hetzelfde geldt voor het reclamedrukwerk door het massaal terugtrekken van reclamecampagnes in met name de eerste helft van dit jaar. Dit omzetverlies was sterker in de buitenlandse dan binnenlandse markt.

Bron: CBS, ABN AMRO Sector Advisory

Sommigen drukkerijen profiteren ook. Zo steeg de vraag naar drukwerk voor verpakkingen van medicijnen, voedsel en bewegwijzering. Dat er hierdoor grote verschillen binnen de branche ontstaan, blijkt ook uit de cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Het CBS verwacht dat het aantal reclamedrukkerijen in het derde kwartaal van dit jaar daalt naar 485 tegen 505 in het eerste kwartaal. Daarentegen neemt het aantal drukkerijen van verpakkingen in dezelfde periode naar verwachting toe, van 25 naar 30.

De tweede helft van dit jaar en in 2021 neemt de vraag naar drukwerk naar verwachting weer toe. Toch zijn de reclamebudgetten in 2021 nog niet op het oude niveau en blijft het aantal evenementen beperkt, wat het herstel vertraagt. Dit leidt tot een verwachte groei van 2 procent jaar op jaar, waardoor de branche volgend jaar bij lange na nog niet op het niveau zit van voor de uitbraak van het virus.

Reclame

Binnen de TMT-sector is de reclamebranche het hardst geraakt door de coronacrisis. Het is een conjunctuurgevoelige branche doordat in economisch slechte tijden snel in reclame- en marketingbudgetten wordt gesneden. Dit deed zich ook voor tijdens de kredietcrisis, waar het reclamewezen in 2009 te maken kreeg met een omzetkrimp van 10,9 procent en er pas in 2014 weer sprake was van groei. De pijn zal dit jaar nog groter zijn met een omzetkrimp van naar verwachting 15 procent. Dit komt doordat in het tweede kwartaal van dit jaar veel grote adverteerders, zoals in de reis- en autobranche, massaal hun campagnes terugtrokken. Hoewel de markt weer aantrekt, zorgt de krimpende economie voor beperkt herstel in 2021. Uit gesprekken die adviesbureau Station10 met de meerderheid van de ceo's van Nederlandse

mediabedrijven heeft gevoerd, blijkt dat zij eveneens verwachten dat de coronacrisis een langdurig effect zal hebben. Ze houden rekening met een herstel dat twee of drie jaar kan duren.

De onlineadvertentiemarkt is inmiddels groter dan de offlinemarkt en tracking cookies zijn hierin een belangrijk middel om advertenties gericht aan te kunnen bieden. Toch komt hier mogelijk de klad in. In navolging van Safari en Firefox heeft ook Google Chrome aangekondigd binnen twee jaar te willen stoppen met het ondersteunen van third party cookies. De gevolgen zijn groot en adverteerders vrezen het einde van tracking cookies. Reclamebureaus zullen een nieuwe strategie op moeten zetten om hun klanten zo goed mogelijk te bedienen bij het bereiken van de consument. De herstelverwachting is als gevolg van bovenstaande ontwikkelingen beperkt. ABN AMRO komt uit op een jaar op jaar groei van 5 procent in 2021.

Uitgeverijen

Uitgeverijen hebben het al jarenlang lastig en opereren in een krimpende markt. Opvallend daarbij is dat in 2019, voor het eerst sinds 2009, sprake was van een lichte omzetgroei, namelijk 0,2 procent. Ook in het eerste kwartaal van dit jaar groeide de branche met 1,7 procent ten opzichte van hetzelfde kwartaal een jaar eerder. Een van de oorzaken is een stijgende omzet van de boekenmarkt. Uit onderzoek van GFK blijkt dat de boekenmarkt in 2019 in omzet 2,1 procent is gegroeid naar 563,4 miljoen euro. Wel werden er 3,6 procent minder boeken verkocht dan het jaar ervoor, ofwel 1,5 miljoen stuks. De omzetstijging komt dus voort uit hogere prijzen. Het marktaandeel van het e-boek stijgt en is in 2019 goed voor 8 procent van de totale boekenverkoop. De omzet uit streaming- en abonnementsdiensten groeide eveneens. Overigens is de boekverkoop de afgelopen maanden van dit jaar ook sterk toegenomen. Mensen zijn meer thuis, reizen minder en lezen meer. Met name de lokale ondernemers profiteren hiervan.

De omzet van uitgeverijen van tijdschriften en kranten wordt primair beïnvloed door twee zaken: oplages (losse verkoop en abonnementen) en advertentie-inkomsten. Voor de oplages geldt dat de coronacrisis zowel positieve als negatieve effecten heeft. Zo had het wegvallen van het AKO-kanaal op stations en Schiphol een tijdelijk negatief effect, maar werden er juist meer krantenabonnementen afgesloten. Het voornaamste corona-effect zit dan ook in de dalende advertentie-inkomsten. Gezien deze slechts langzaam herstellen en een groot aandeel hebben in de totale omzet verwachten wij dat de branche in 2020 met 4 procent krimpt en in 2021 een bescheiden omzetgroei van 1 procent boekt.

IT-diensten

Het beeld voor de IT-branche is op korte termijn niet eenduidig, maar op middellange termijn zeer positief. Door het thuiswerken ontstaat meer vraag naar software, dataverkeer en clouddiensten, evenals naar hulpmiddelen bij het thuiswerken zoals monitors, webcams en printers. Uit de Cloud Adoptie Monitor Nederland, een marktonderzoek onder Nederlandse bedrijven en instellingen met twintig of meer werknemers, blijkt dat het gebruik van cloudoplossingen in de eerste helft van dit jaar, sterk is toegenomen. Hetzelfde geldt voor de inzet van videovergaderen en werkplekoplossingen op afstand. Dit heeft met name in de afgelopen maanden een positief effect gehad op de sector. Productieproblemen in de eerste maanden van dit jaar in China, en als gevolg hiervan aanbodproblemen, hebben dit effect overigens getemperd.

Aan de andere kant zal met name de IT-dienstverlening de komende tijd last krijgen van de krimpende economie. Veel opdrachtgevers van de IT-branche gaan het moeilijk krijgen en hun eerste zorg zal zijn hun bedrijf overeind te houden, waardoor zij opdrachten uitstellen of waardoor deze in het geval van faillissement zelfs geheel wegvallen. Daarnaast zal

de IT-branche ook last krijgen van de verwachte terugval in buitenlandse handel en investeringen, aangezien de branche internationaal actief is.

Per saldo verwacht ABN AMRO dat de IT-branche, na jarenlang mooie groeicijfers te hebben laten zien, in 2020 met 2 procent krimpt. Ter vergelijking, tijdens de kredietcrisis kende de IT-branche als dieptepunt een omzetkrimp van 1,5 procent in 2009. Dit duidt op een beperkte conjunctuurgevoeligheid en sterke fundamenten. Het herstel zal in 2021 naar verwachting sterk zijn. Dit sterke herstel komt door de sterk gedigitaliseerde economie van Nederland, die door de uitbraak van de coronacrisis een extra zetje heeft gekregen. Met name cloud- en abonnementsdiensten zullen in 2021 naar verwachting extra hard groeien. Met een omzetgroei van 4 procent in 2021 is de branche binnen een jaar weer boven haar oude niveau.

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie. Door de onzekerheid over het verloop van het coronavirus zijn deze verwachtingen met meer onzekerheid omgeven dan gebruikelijk. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd. Het gebruik van tekst of cijfers uit deze publicatie is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Teksten zijn afgesloten op 24 augustus 2020 © ABN AMRO, augustus 2020
