



sectormonitor
technologie, media en telecom

november 2011

- > ABN AMRO ziet stilstand én vooruitgang in de TMT-sector
- > Omzetprognoses verlaagd door terugval in de economie
- > Sectorbrede zoektocht naar nieuwe verdienmodellen

Column

Inhoudsopgave

| | |
|-------------------------|---|
| Macro omgeving | 2 |
| Sector TMT | 3 |
| Hardware | 4 |
| Media | 5 |
| IT-diensten en software | 6 |
| Telecom en internet | 7 |

De economie staat stil: technologie maakt het verschil

De economische omstandigheden zijn uitdagend. De schulden crisis in de eurozone zorgt voor onrust en raakt het investeringsklimaat. Ook de bestedingen in ICT en media worden hierdoor geraakt. Recentelijk zijn de groeiverwachtingen voor IT-bestedingen wereldwijd naar beneden bijgesteld en zijn de advertentiebestedingen fors teruggelopen. Ook op de beurs zien we dat verschillende techbedrijven hard worden geraakt. Met forse vermindering van aandelhouderswaarde of uitstel van beursgangen als gevolg. Stilstand dus.

Even terug naar de redenen waarom een half jaar geleden de groeiverwachting voor 2011 zo hoog was (5-10%) en tech 'hot' was op de beurs. Dat had niet alleen te maken met de verwachte economische opleving, maar ook met een aantal fundamentele ontwikkelingen. Zo bereikte de adoptie van technologie een aantal tipping points: In Nederland is de penetratie van breedbandinternet 91%, het gebruik van smartphones 41%, mobiel internet 31% en in 8% van de huishoudens ligt een tablet. Penetratie van LinkedIn en Twitter in Nederland ligt ruim boven de 25% ('s werelds hoogste). Penetratie LinkedIn is bij de HBO+ doelgroep zelfs tegen de 70%. Facebook en Hyves hebben in Nederland rond de 7 tot 8 miljoen gebruikers. En bedrijven investeren fors in social media en het nieuwe werken.

Neemt nu als gevolg van de economische onzekerheid de adoptie en het gebruik af? Ongetwijfeld worden sommige grote ICT-investeringen uitgesteld, maar nog steeds als noodzakelijk gezien. Dat is terug te zien in de cijfers. Neem de all-time high verkooporders van de in de pers lauw ontvangen Iphone 4S. Neem de praktijk in Nederland: het barst van de technologisch innovatieve start-ups en snelgroeiende bedrijven (zie bijvoorbeeld www.innovation-awards.nl en www.fast50.nl, waar ABN AMRO partner van is). Zowel "traditionele" grote bedrijven als investeerders zoeken naar targets. Ze willen maar al te graag in technologie investeren. De Nederlandse overheid is van plan om dit verder te ondersteunen met uitgebreide borgstellingsregelingen, R&D aftrek en zelfs eigen investeringsfondsen. Het kan niet anders of we gaan een bijzondere tijd tegemoet, waarin enerzijds de groeiperspectieven gemiddeld laag zijn en waarin sectoren en bedrijven onder druk komen te staan. Aan de andere kant zal snelle groei mogelijk blijven door technologische vernieuwingen en nieuwe business- en verdienmodellen waarin de rol van de consument steeds sterker wordt.

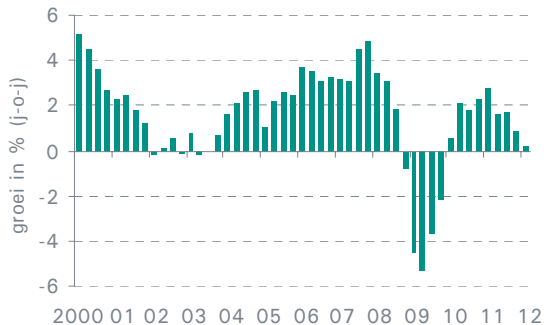
Jaarlijks beschrijft ABN AMRO de trends en vooruitzichten in de Visie op Sectoren. Gezien de bovenstaande dynamiek volstaat dit niet om kort op de bal te zitten. Met deze Technologie, Media en Telecom (TMT) monitor voegt ABN AMRO drie keer per jaar een actuele analyse toe. Voor prognoses putten wij uit branchevooruitzichten, maar ook uit de inzichten die wij krijgen uit gesprekken met bedrijven, onze relaties uit de TMT-sector. Deze monitor willen wij gebruiken als basis om verder met u in gesprek te gaan.



Menno van Leeuwen
Sector Banker Technologie, Media & Telecom

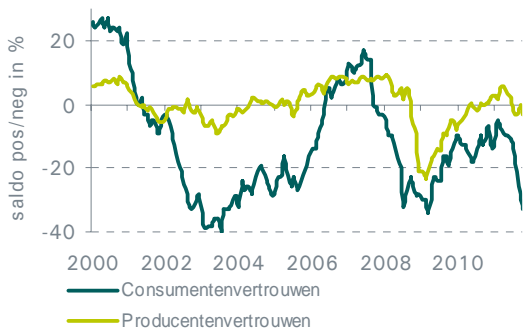
Macro economische omgeving

BBP-ontwikkeling Nederland



Bron: CBS, schatting ABN AMRO

Vertrouwen consument en producent



Bron: CBS

Economische kerngetallen (in % j-o-j)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--------------|-------|------|------|------|
| BBP | -3,5 | 1,7 | 1,7 | 0,9 |
| Consumptie | -2,6 | 0,4 | -0,2 | 0,5 |
| Investerings | -10,2 | -4,4 | 7,0 | 2,8 |
| Export | -8,1 | 10,8 | 4,8 | 3,4 |
| Werkloosheid | 4,8 | 5,4 | 5,1 | 5,3 |

Bron: CBS, ABN AMRO Economisch Bureau

Kans op lichte recessie voor Nederlandse economie

Na een gematigd herstel in 2010 en het eerste halfjaar van 2011, is de conjunctuur van de Nederlandse economie omgeslagen. Voor de tweede helft van dit jaar wordt een afnemende groei van het BBP voorzien; met op kwartaalbasis kans op lichte krimp en dus een recessie. De belangrijkste oorzaken voor dit duidelijke keerpunt liggen in de afnemende exportgroei en de onrust op de financiële markten. Nederland heeft zich na de recessie van 2009 kunnen optrekken aan de sterke groei van de wereldhandel en de opleving van Duitsland. Bijna het volledige economische herstel was te danken aan onze sterke positie als exportland. In de loop van 2011 is de groei van de uitvoer teruggevallen. De wereldhandel groeit nog nauwelijks door de inzakkende economische groei wereldwijd en grotere onzekerheid. Op de internationale financiële markten heerst dit jaar namelijk toenemende onrust over de Europese schuldencrisis. Al anderhalf jaar worstelen politici met het formuleren van constructieve oplossingen voor de schuldenpositie van vooral de Griekse overheid. Door de verwevenheid van het Europese bankwezen – via investeringen in staatsobligaties – met deze schuldencrisis, zou opnieuw een kredietcrisis kunnen ontstaan. De aanhoudende malaise op de financiële markten is inmiddels doorgesijpeld richting de reële economie en heeft een sterk negatieve invloed op het vertrouwen.

Gebrek aan vertrouwen nekt het economische herstel

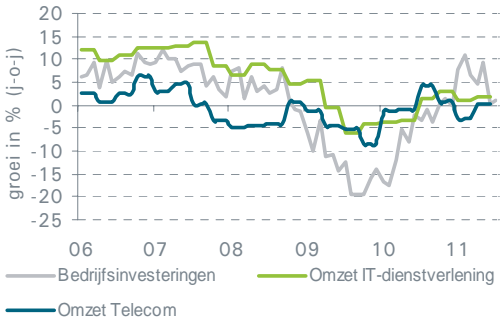
Het herstel van het vertrouwen van Nederlandse consumenten en producenten is begin dit jaar al omgeslagen. Onder invloed van de berichtgeving over noodzakelijke forse overheidsbezuinigingen en de schuldencrisis, laat vooral de consument het hoofd hangen. Het consumentenvertrouwen daalt weer richting niveaus van tijdens de kredietcrisis. Ook producenten hebben momenteel minder fiducia op een goede afloop van de huidige problemen in de wereldeconomie. En dat is onfortuinlijk. Juist een opleving van bedrijfsinvesteringen en consumentenbestedingen zou de economie in 2011 en 2012 verder kunnen helpen. Een afzwakkende wereldhandel was namelijk eind 2010 al voorzien. De problemen op de financiële markten rondom de Europese staatsschulden hebben door hun aantasting van het vertrouwen dus rechtstreeks invloed op de conjunctuur. Voor 2011 is het kwaad al geschied. Voor 2012 zijn de verwachtingen met meer onzekerheid omgeven. Dit komt omdat het vooruitzicht voor 2012 staat of valt met een reeks daadkrachtige Europese oplossingen voor de huidige schuldencrisis.

Economische vooruitzichten 2012 zijn mager

Met een exportmotor die steeds langzamer gaat lopen en nauwelijks andere positieve impulsen, zijn de verwachtingen voor 2012 getemperd. De binnenlandse consumptie laat weliswaar weer wat groei zien, deels veroorzaakt door het uitgeven van spaargeld. Dit is echter onvoldoende om de Nederlandse economie op een hoger plan te helpen. De overheidsbezuinigingen tasten de koopkracht aan en dit zorgt voor blijvende terughoudendheid bij de consument. Na aanvankelijk in 2011 meer te hebben geïnvesteerd, schroeft het bedrijfsleven haar investeringen momenteel weer terug: voor 2012 verwacht ABN AMRO een bescheiden groei. Hiermee zal ook het bedrijfsleven niet de benodigde impuls leveren aan de Nederlandse economie. Aan de positieve kant staan een nog groeiende export en een relatief stabiele werkloosheid. Toch blijven de vooruitzichten voor 2012 mager en zijn de kansen op tegenvallers groter dan op meevallers.

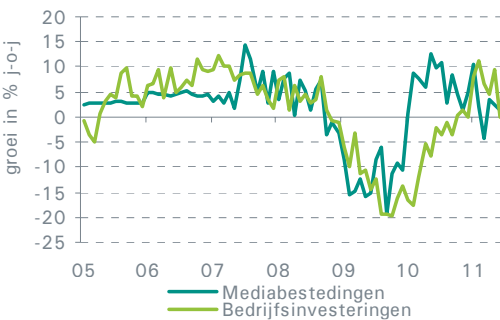
Sector Technologie, media en telecom

Bedrijfsinvesteringen en omzetontwikkeling



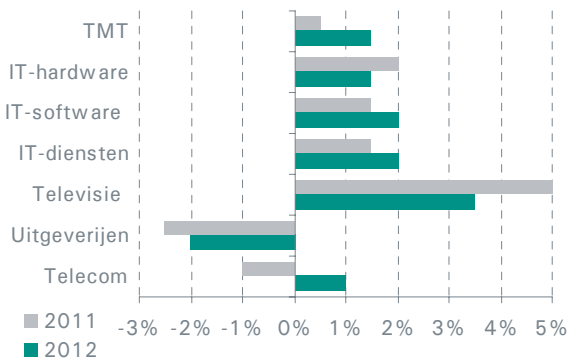
Bron: CBS

Mediabestedingen



Bron: CBS, Nielsen/Kobalt

Prognoses omzetontwikkeling



Bron: CBS, ABN AMRO Sector Research

TMT-sector kent verschillende inkomstenbronnen

De sector Technologie, Media en Telecom omvat op het oog uiteenlopende branches met verschillende economische drivers. Zo is de IT-dienstverlening volledig gericht op het bedrijfsleven, terwijl telecombedrijven en hardwareproducenten zowel zakelijke klanten als consumenten bedienen. De mediabranches kennen zeer uiteenlopende verdienmodellen, waarin advertentiegelden en/of abonnementsinkomsten van belang zijn. De grote gemene deler is dat de sector zich bezig houdt met informatievoorziening en communicatie. En door de impact van internet en digitalisering bestaat er een langetermijntrend van convergentie: de scheidslijnen tussen de branches vervagen. Zo concurreren bijvoorbeeld lokale dagbladen met mondiale internetspelers als Google om advertentiegelden. Telecombedrijven en IT-bedrijven komen elkaar tegen op de markt voor werkplekbeheer, enzovoorts. Het grote voordeel van een grotere diversiteit aan inkomstenbronnen is, dat de sector gemiddeld minder volatiel is dan bijvoorbeeld de industrie of bouw. En naar de aard van de geleverde diensten – vaak gaat het toch om need-to-know informatie of need-to-have ICT-diensten – is de sector ook minder conjunctuurgevoelig. Dat neemt niet weg dat ook TMT last heeft van de huidige stilstand in de economie.

Duidelijke omslag in mediabestedingen bedrijfsleven

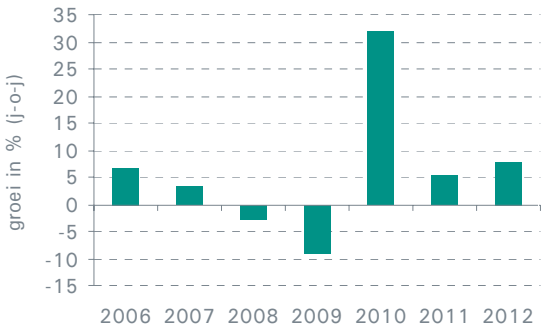
Een vergelijking tussen mediabestedingen en bedrijfsinvesteringen levert een interessante conclusie op. Aan het einde van een recessie herstellen de mediabestedingen eerder en sneller, omdat bedrijven in eerste instantie marketing inzetten om hun sales te verhogen. Eind 2009 zijn de uitgaven van het bedrijfsleven aan marketing in enkele maanden weer boven de nullijn gekomen. Pas wanneer verkopen en productie toenemen en de omzet herstelt, gaan bedrijven over tot investeren in vaste activa. Eind 2011 laten zowel mediabestedingen als investeringen weer een afzwakking zien. Onder invloed van de groeiende onzekerheid over de Europese schulden crisis, zwakt het bedrijfsleven haar investeringen en mediabestedingen duidelijk af. De tweede helft van dit jaar zal weer een lichte krimp laten zien in de mediabestedingen. Na een goed jaar 2010 waarin de totale netto mediabestedingen zijn gestegen met 4,8%, is het dus waarschijnlijk dat 2011 een overgangsjaar wordt met een gematigde toename van de bestedingen met circa 2-3%.

Vooruitzichten verlaagd door economische stilstand

In de Visie op Sectoren van afgelopen mei was ABN AMRO nog redelijk positief over de vooruitzichten voor de TMT-sector. Dit ondanks de reeds ingecalculerde afzwakking van de economische groei. De snelle verslechtering van het sentiment op de financiële markten en de mogelijkheid van een nieuwe milde recessie zijn echter onverwacht. Voor de TMT-sector geldt dat deze teruggang de verwachtingen voor 2011 en 2012 negatief beïnvloedt. De mediabestedingen en bedrijfsinvesteringen dalen in de tweede helft van 2011. Vooral mediasubsectoren zullen last krijgen van de daling in mediabestedingen, waarbij dagbladen en tijdschriften zich al in de hoek bevinden waar de klappen vallen. Hardwareproducenten zullen een teruggang in de verkopen van pc's en laptops kunnen compenseren met de verkoop van tablets en smartphones. Voor IT-dienstverleners en telecombedrijven zijn de groeimogelijkheden beperkt door het uitstellen van investeringen in het bedrijfsleven. Uitgaand van een lage economische groei van circa 1% en de aanname dat de economische omgeving tot rust komt, kan de TMT-sector in 2012 groeien met 1,5%.

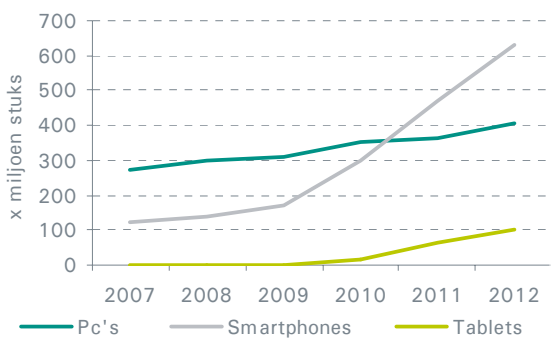
Hardware technologie

Wereldmarkt halfgeleiders



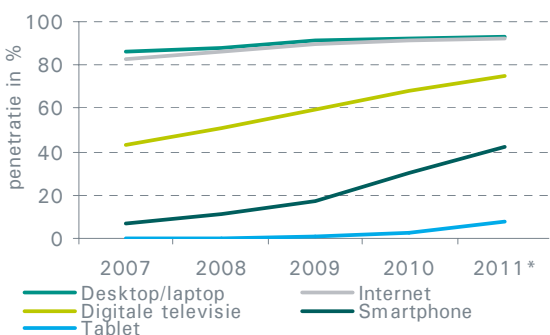
Bron: WSTS

Wereldwijde verkopen consumentenelektronica



Bron: Gartner

Bezit consumentenelektronica Nederland



Bron: CBS, Telecompaper, GfK, *schatting

Halfgeleidermarkt laat afkoeling zien

Door de economische crisis heeft de productie en wereldwijde handel in halfgeleiders in 2008 en 2009 een daling laten zien. Het daaropvolgende herstel in 2010 was fors te noemen. Niet alleen was dit een technisch herstel na de crisis, het illustreert ook een andere achterliggende reden: de sterke vraag naar relatief nieuwe elektronica-producten als smartphones en tablets. Na de laptops en netbooks zijn deze producten een hernieuwde uiting van een langere termijn onderliggende trend van mobiliteit. De consument maakt zich los van de desktop en wil overal en altijd online toegang hebben. De sterke groei van smartphones en tablets – in feite draagbare mini-computers – heeft zelfs de groei van de afzet van pc's en laptops in 2010 en begin 2011 negatief beïnvloed. Voor de chipmarkt als geheel maakt dit weinig uit, aangezien de sector halfgeleiders levert voor allerlei apparaten en elektronica. Ze kan worden gezien als de grondstoffenmarkt voor de internationale hardwaresector. En ook hier geldt dat hoe verder de markt van het eindproduct afstaat, hoe volatieler deze is. De prognose van een groei van circa 5% voor heel 2011 maskeert dat de halfgeleidermarkt momenteel weer aan het krimpen is. Door de verslechterde mondiale economie daalt de pc-verkoop in de belangrijkste markten. De verwachting is echter wel dat de huidige teruggang niet zo ingrijpend zal zijn als de vorige van 2008-2009.

Elektronica-branche drijft op product vernieuwing

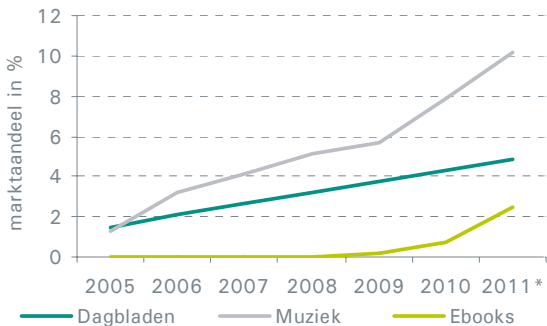
De productie en verkoop van elektronica is volumegereven en sterk afhankelijk van de introductie en acceptatie van nieuwe producten. Momenteel zijn het zoals genoemd de smartphones en tablets, die als aanjager van de sector gelden, met omzetstijgingen wereldwijd van tientallen procenten per jaar. De verwachte omzetgroei van circa 4% voor de mondiale pc- en laptopverkoop steekt hier schril tegen af. Verzadigde markten van elektronica-producten laten een typisch lage omzetgroei zien, gedreven door vervangingsaankopen. Deze trend van gestaag lage omzetgroei verbetert voor sommige productgroepen door innovaties en verkooppieken rondom grote sportevenementen. Dit geldt vooral voor televisies. De pc-markt geldt al langere tijd als een verzadigde markt met lage groei en lage marges voor de producenten. Een kenmerk van dit soort verzadigde markten is namelijk de continue optredende prijserosie. Hetzij de prijs van oudere producten daalt jaarlijks of consumenten krijgen voor eenzelfde prijs soortgelijke producten met betere kwalificaties. Consumenten zijn alleen bereid meer te betalen voor vernieuwende producten, die aan een duidelijke behoefte voorzien.

Nieuwe elektronica is toevoeging aan arsenaal consument

De huidige trend van mobiliteit brengt niet alleen innovatieve producten voort, het verandert op termijn ook het gedrag van mensen, verschuift de mediabestedingen en heeft eigenlijk invloed op de gehele TMT-sector. Deze geleidelijke verandering gaat met schokken en houdt niet altijd gelijke tred met de acceptatiesnelheid van nieuwe consumentenelektronica. Want ondanks de hoge penetratiegraad van bijvoorbeeld digitale televisie, neemt het aandeel uitgesteld kijken nog maar langzaam toe. Ook hoeft het niet zo te zijn dat de massale acceptatie van mobiele mini-computers als smartphones automatisch de ondergang van de traditionele desktop computer betekent. Hooguit vertraagt het de vervanging van pc's. In welvarende landen heeft de consument de beschikking over verschillende apparaten voor verschillende doeleinden. Terwijl pc's en laptops de aangewezen middelen zijn voor werkdoeleinden, is het gebruik van smartphones en tablets vooralsnog veel meer gericht op entertainment.

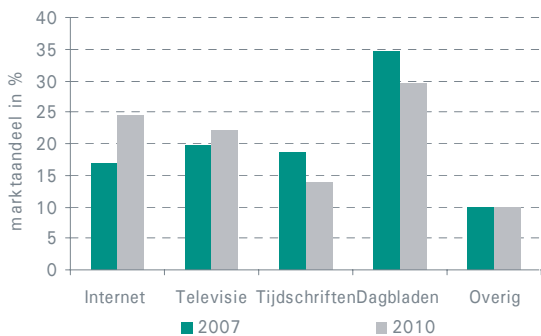
Mediabranche

Stand digitalisering media



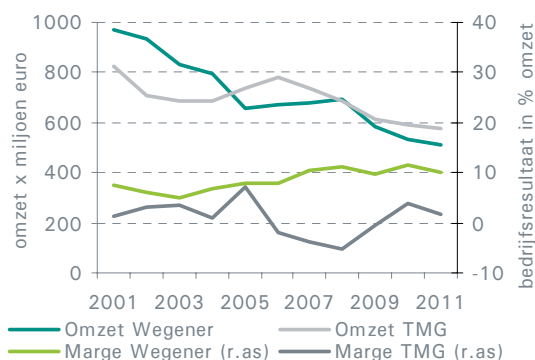
Bron: HOI, NVPI, GfK, * schatting ABN AMRO

Marktaandelen advertentiemarkt



Bron: IAB, Deloitte Nederland

Omzet en bruto marge TMG en Wegener



Bron: Wegener, Telegraaf Media Groep

Tablets en smartphones zijn nieuwe drijvers digitalisering

Na een eerste aanzet door pc's, laptops en internet, zullen smartphones en tablets de digitalisering van traditionele media de komende jaren verder versnellen. Tablets hebben vooral een groot effect op de digitalisering van dagbladen en tijdschriften. Wel bestaat er een zekere terughoudendheid bij bepaalde mediabedrijven richting de digitale verspreiding van hun content. Boekenuitgevers bijvoorbeeld staan huiverig tegenover het uitgeven van e-books door de angst voor digitale piraterij. Zij verwijzen naar het afschrikkende voorbeeld van de muziekindustrie. In Nederland is het aandeel van digitale muziek slechts ongeveer 10%; in andere landen ligt dit percentage rond de 30%. Let wel, het gaat hier om digitale verkopen van muziek. De omzet die de muziekindustrie haalt uit nieuwe muziekabbonementen als Spotify zit hier niet in. Voor alle mediaproducten geldt dat in de toekomst een model van betaalde toegang tot digitale content logischer is dan losse verkoop. Naast de digitalisering, krijgen mediabedrijven dus ook te maken met de noodzaak om nieuwe online verdienmodellen uit te vinden rondom hun producten.

Internet wint marktaandeel op advertentiemarkt

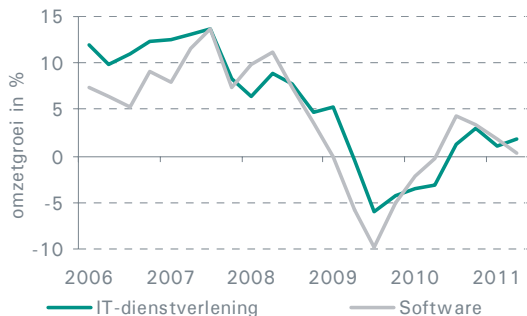
De Nederlandse advertentiemarkt heeft als gevolg van de recessie een krimp ondergaan van EUR 4,3 miljard in 2007 naar EUR 3,9 miljard in 2010. Belangrijker nog zijn de onderliggende verschuivingen tussen de verschillende media. Internet is als advertentiemedium sterk in opkomst en wint al geruime tijd marktaandeel. Inmiddels is circa een kwart van de advertentieomzet op internet gegenereerd. Hiermee is internet een groter advertentiemedium geworden dan televisie. Toch is televisie het enige medium dat tegenover internet redelijk goed overeind blijft. De omzet in televisiereclame is in 2010 op jaarbasis met 10% gestegen en is daarmee terug op het niveau van 2007. De overige media hebben marktaandeel verloren de afgelopen drie jaar. Het verlies is het grootst bij de printmedia: zowel dagbladen als tijdschriften zijn tijdens de recessie beide circa 5%-punt marktaandeel kwijtgeraakt. Dit past binnen een langetermijntrend van afkalvend marktaandeel van printmedia. Op zich is dit logisch gezien de relatief beperkte tijd die Nederlanders per week aan printmedia besteden in vergelijking met internet en televisie. Maar hierdoor komen dagbladen en tijdschriften wel steeds meer in de verdrukking.

Uitgevers zoeken nieuw evenwicht in krimpende markt

De omzet van uitgevers van dagbladen en tijdschriften laat al geruime tijd een structurele daling zien. Enerzijds dalen de oplages elk jaar met enkele procenten en anderzijds neemt het marktaandeel in de advertentiemarkt af. De daling in oplages kunnen uitgevers nog redelijk opvangen door jaarlijks de abonnementsprijzen te verhogen. Al zit hier ook nog maar een beperkte rek in gezien het risico de oplagedaling onbedoeld te versnellen. Het verlies van advertenties is veel moeilijker te compenseren. Websites van dagbladen hebben een relatief groot bereik en trekken veel meer bezoekers dan het aantal abonnees. Maar het is lastig om dit internetbezoek te kapitaliseren met nieuwe inkomstenbronnen. Advertenties op dagbladsites compenseren vandaag de dag bij lange na niet het verlies aan advertenties in de gedrukte krant. Dit zorgt voor een blijvende uitdaging voor uitgevers om levensvatbaar te blijven. Tegenover krimpende inkomsten staan gestaag stijgende kosten voor grondstoffen, het drukproces, personeel en distributie. Een nieuw evenwicht in de uitgeverijbranche is een kwestie van langere adem.

IT-dienstverlening en software

Omzet IT-diensten en software



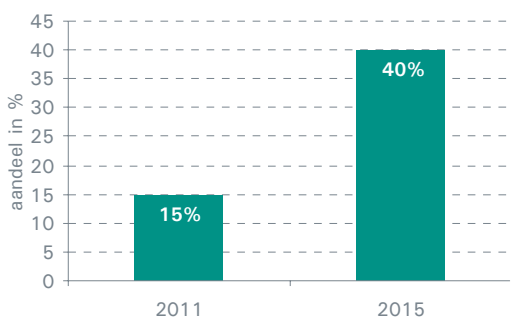
Bron: CBS

Verwachtingen IT-ondernemers



Bron: CBS

Aandeel cloud computing in omzet



Bron: ICT-Office

Herstel omzet IT-diensten zet nog niet door

Vorig jaar was met een beperkte omzetgroei van bijna 2% voor de IT-branche een overgangsjaar na de recessie van 2009. Op basis van de aantrekkelijke bedrijfsinvesteringen en een goed vierde kwartaal van 2010, waren de verwachtingen begin dit jaar nog redelijk positief. De omzetgroei zou kunnen versnellen richting de 3%. Nu is echter duidelijk dat 2011 wederom een overgangsjaar wordt. Gedurende het jaar zakt de omzetgroei in onder invloed van het afnemende vertrouwen en dalende conjunctuur. De eerste helft van dit jaar noteert volgens het CBS een omzetgroei van ruim onder de 2% voor zowel IT-diensten als software. De tweede helft van het jaar zal ook geen opleving laten zien, aangezien de conjunctuur alleen maar verder is verslechterd. Daarmee heeft ook de IT-branche last van de terughoudendheid in het bedrijfsleven als het gaat om investeringen. Wat dat betreft zijn de verwachtingen voor 2012 dan ook niet hooggespannen. ABN AMRO hanteert de prognose van een ruime halvering van de groei in bedrijfsinvesteringen. Voor de IT-branche betekent dit dat de omzet in 2012 weliswaar groeit, maar de toename zal opnieuw beperkt zijn.

Vertrouwen IT-managers houdt redelijk goed stand

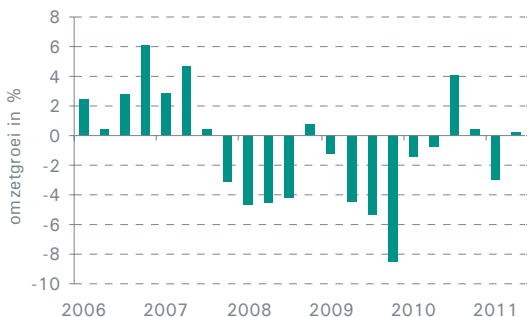
Ondanks de relatief magere omzetgroei dit jaar, zijn de verwachtingen van ondernemers in de IT-branche redelijk positief. Het saldo van negatieve en positieve antwoorden op de verwachte omzet, laat medio dit jaar een dip zien. Maar sindsdien neemt het vertrouwen in een positieve omzetontwikkeling weer toe. Deze verwachte stijging van de omzet zal dan voornamelijk uit meer opdrachten moeten komen, want qua prijsontwikkeling zit er volgens IT-ers weinig beweging in de markt. In een tijd van bezuinigingen proberen IT-bedrijven zich te profileren met het argument dat investeren in IT een bijdrage kan leveren aan het verlagen van de kosten voor bedrijven en overheden. Dit gegeven maakt de IT-branche relatief wat ongevoeliger voor de conjunctuur. Ondanks dat bedrijven investeringen in ICT en software maar beperkt kunnen uitstellen, hebben IT-bedrijven momenteel wel last van het uitstelgedrag van hun klanten. Daarnaast staan IT-bedrijven zelf voor een omslag naar nieuwe manieren van werken.

IT-branche gaat ook over op nieuwe verdienmodellen

Momenteel wordt er in het bedrijfsleven geëxperimenteerd met cloud computing. Vooral voor mkb-bedrijven kan het 'on demand' huren van extern beheerde hard- en software via internet, de kosten van IT sterk verlagen. In plaats van het aankopen van servers en softwarepakketten komt het werken in een cloud: de afnemer betaalt alleen voor wat hij gebruikt. Bedrijven kunnen dus besparen op dure infrastructuur, die vaak niet optimaal in gebruik is. Feitelijk delen bedrijven via een externe aanbieder deze kosten met andere bedrijven. Ook voor het grootbedrijf zitten er voordelen aan cloud computing. Deze bedrijven kunnen investeringen in een eigen IT-infrastructuur beter te spreiden over een grotere groep gebruikers. Maar cloud computing kan wel voor meer flexibiliteit zorgen in bijvoorbeeld de capaciteit van hardware (servers) of gebruik van extra softwarediensten. Voor de IT-branche zelf verandert door cloud computing het verdienmodel: minder gericht op eenmalige projecten en meer gericht op dienstverlening. Wel zijn er bij veel potentiële klanten voor cloud computing nog de nodige zorgen over de veiligheid en zekerheid van deze dienstverlening. De overgang naar een nieuw verdienmodel zorgt voor andere verhoudingen in de waardeketen en dit gaat niet zonder slag of stoot.

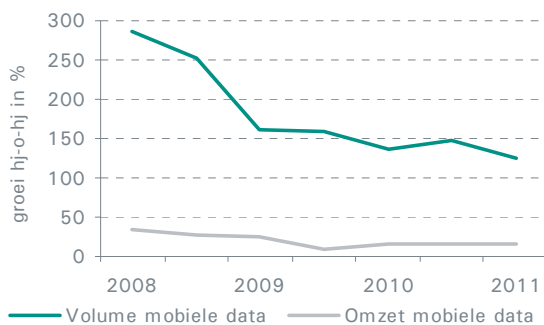
Telecom en internet

Omzet telecombedrijven



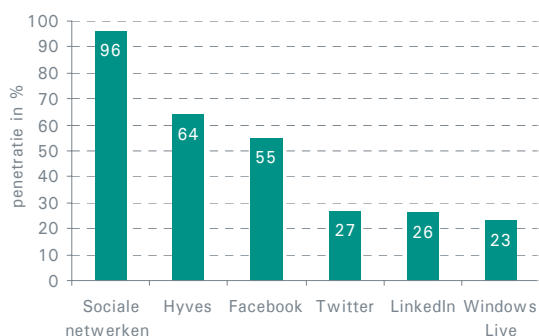
Bron: CBS

Volume en omzet mobiele datadiensten



Bron: Opta

Gebruik social media in Nederland



Bron: comScore, maart 2011

Tegenvallend herstel voor telecombranche

Na de twee historisch slechte jaren 2008 en 2009 waarin de omzet voor het eerst in tijden significant gedaald is, valt ook nog het herstel voor de telecombranche tegen. De omzetgroei die in de loop van 2010 geboekt is, slaat begin dit jaar weer om in een krimp. Een zwakke economie met lage consumptiegroei is slechts een deel van het verhaal. Want naast de aanhoudende stevige concurrentie, heeft de branche ook last van strenge regelgeving en fundamentele veranderingen in het gebruik van telefonie. Marktleider KPN waarschuwde voor de zomer voor het kannibaliserende effect van mobiel internet op de inkomsten uit sms en mobiel bellen: de omzet uit deze activiteiten groeit nauwelijks meer. De consument krijgt met smartphone apps voor chatten, sms-en emailen meer controle over zijn belkosten – en kan tevens beter de extra kosten buiten de bundel vermijden. Als antwoord hierop hebben telecombedrijven nieuwe abonnementen geïntroduceerd. Deze moeten meer verdienen gaan opleveren uit de mobiele datadiensten.

Mobiel internet levert telecom nog maar weinig op

In de eerste helft van 2011 is het gebruik van mobiel internet toegenomen met 124% ten opzichte van de tweede helft van 2010. In totaal hebben Nederlanders in een half jaar tijd 5,9 miljard MB aan data verbruikt op hun mobiele telefoons, tablets en laptops. Momenteel beschikt circa 31% van de Nederlanders over mobiel internet en het gebruik zal de komende jaren nog sterk blijven toenemen. Naast de drie bestaande mobiele netwerken van de drie grote operators KPN, T-Mobile en Vodafone, is de kans groot dat er nog een vierde of vijfde netwerk komt. De Nederlandse overheid is bezig nieuwe frequenties te veilen aan bestaande en nieuwe operators. Dit vergroot weliswaar de capaciteit van mobiel internet, maar vergroot eveneens de concurrentie. En de inkomsten uit mobiel internet zijn voor telecombedrijven al relatief laag. In de eerste helft van dit jaar hebben mobiele data op de retailmarkt een omzet van EUR 405 mln opgebracht. Dit is iets meer dan sms (EUR 378 mln), maar veel minder dan mobiel bellen (EUR 1.733 mln).

Social media zorgen voor tweede internethausse

Het gebruik van social media is de laatste jaren sterk gestegen onder Nederlanders van 15 jaar en ouder. Van alle internetters (circa 12 miljoen) is maar liefst 96% actief op een of meerdere sociale netwerken. En 68% is lid van minstens één netwerk. Hiermee begint de markt in Nederland wel verzadigd te raken. Qua internetgebruik staat ons land met gemiddeld 32,8 uur per maand ook al hoog in internationale ranglijsten. Het ligt namelijk ruim boven het Europese gemiddelde van 25,4 uur per maand en alleen de Britten zitten langer online (34,7 uur). De wereldwijde groei van internet als medium heeft gezorgd voor een hernieuwde investeringshousse in internetbedrijven. Ondanks het slechte beursklimaat zijn bedrijven als LinkedIn en Groupon tegen stevige waarderingen naar de beurs gebracht. De verwachtingen rondom de toekomstige beursgang van Facebook zijn hooggespannen. De huidige aandacht voor internetbedrijven doet sterk denken aan de taferelen rondom de internethype rond de eeuwwisseling. Maar anders dan toen gaat het om internetsites, die hun bestaansrecht duidelijk bewezen hebben. En over het algemeen gewoon winst maken. Wel maakt deze hernieuwde belangstelling duidelijk dat de veranderende impact van internet op de samenleving en de economie nog lang niet ten einde is. En dit geldt zelfs in versterkte mate voor de sector Technologie, Media en Telecom.

Economisch Bureau | Sector & Commodity Research

Hans Arendshorst
sector.research@nl.abnamro.com

Commercieel Contact | Sector Advisory

Menno van Leeuwen
Sector Banker Technologie, Media & Telecom
tel: +31 20 629 37 76
menno.van.leeuwen@nl.abnamro.com

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie, die op zorgvuldige wijze in onze analyses en prognoses zijn verwerkt. 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.

Teksten zijn afgesloten op 8 november 2011.

© ABN AMRO, november 2011

Deze publicatie is alleen bedoeld voor eigen gebruik. Het gebruik van tekstdelen en/of cijfers is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van deze publicatie is niet toegestaan, behalve indien hiervoor schriftelijk toestemming is gekregen van ABN AMRO.



0900 - 0024 (€ 0,10 per minuut)
abnamro.nl/sectoren