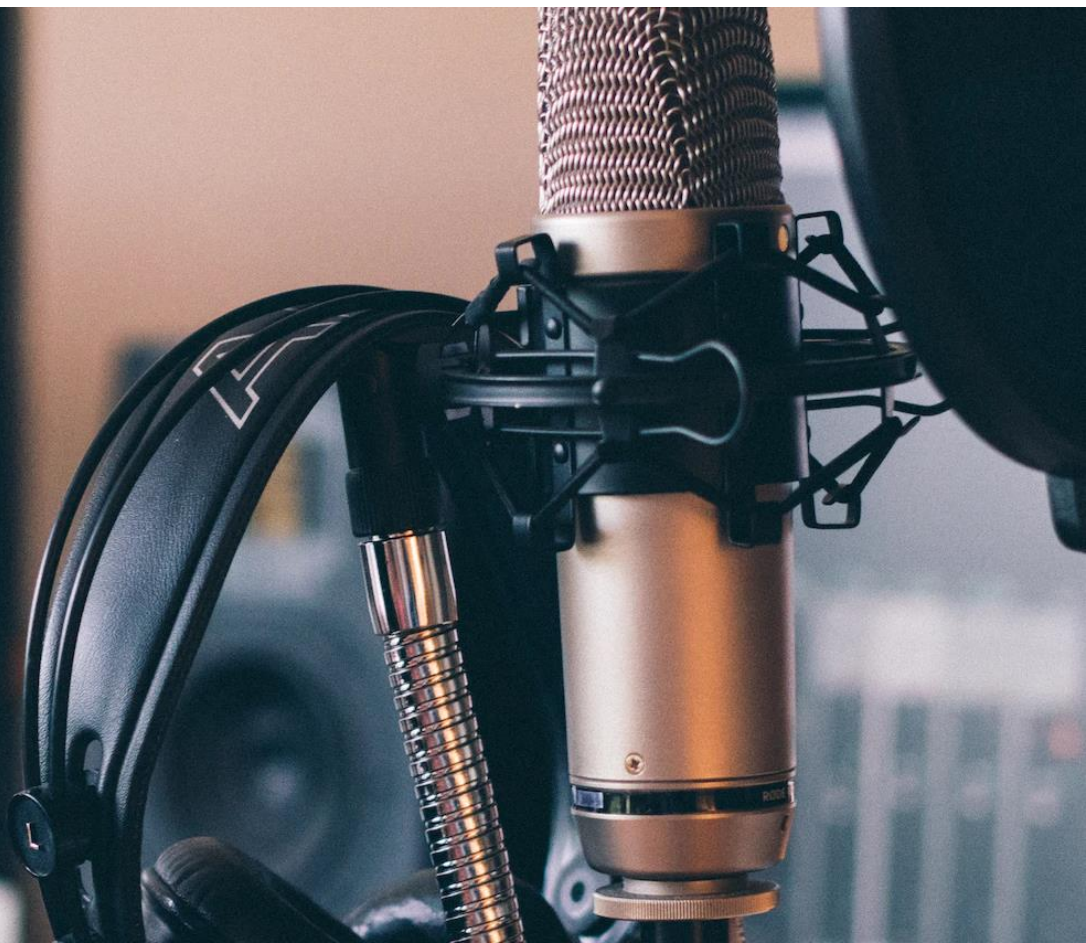


Sector Expertise

Stand van TMT

Cijfers en duiding

Oktober 2022



Inhoudsopgave

- | | | | |
|----|---------------------|---|---|
| 1. | Macro-economie | ● | • Inflatie sterk opgelopen door energiekosten |
| 2. | Vertrouwen | ● | • Consumentenvertrouwen historisch laag |
| 3. | TMT-sector in beeld | ● | • TMT-sector kent sterk 2022 |
| 4. | Arbeidsmarkt | ● | • Arbeidsmarkt nog altijd krap |
| 5. | Uitgelicht | | • Podcast bezig aan revolutionaire opmars |
| 6. | Insights | | • Laatste artikelen op Insights |
| A. | Appendix | | • Contact, disclaimer en extra informatie |

- Stand is positief
- Stand is neutraal
- Stand is negatief

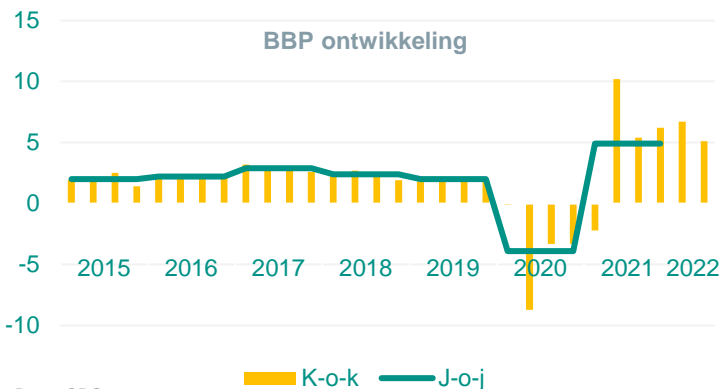


1. Macro-economie

Macro-economische groei

In procenten, jaar-op-jaar	2020	2021	2022*	2023*
Nederlandse economie				
BBP	-3,9	4,9	4,7	0,7
Particuliere consumptie	-6,6	3,6	5,9	-0,2
Overheidsconsumptie	1	5,2	0,7	1,7
Investerings	-4,2	3,2	4,0	0,6
Werkloosheid	3,8	4,2	3,5	4,2
Inflatie	1,3	2,7	8,7	4,0

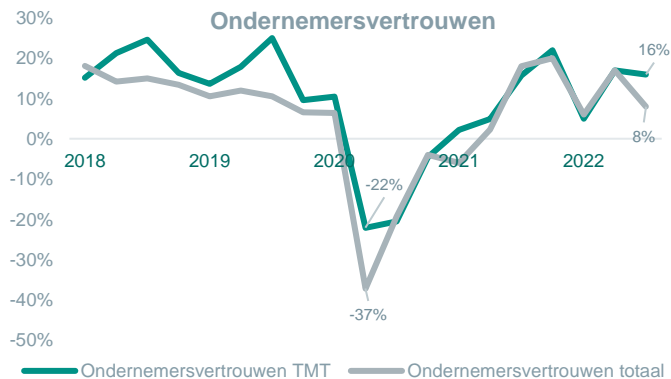
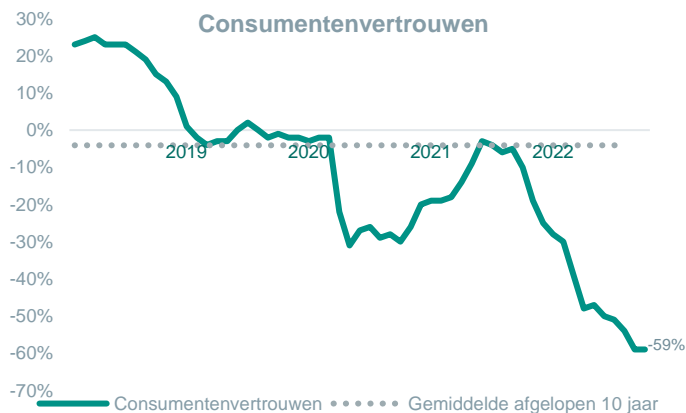
Bron: CBS, *ramingen ABN AMRO Economisch Bureau



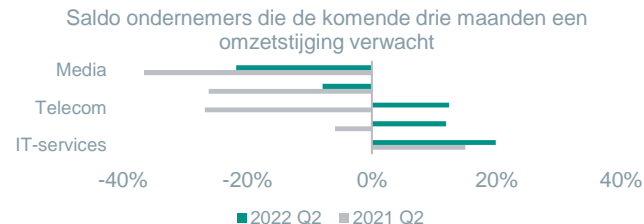
Bron: CBS

- ▶ De sterk gestegen **inflatie**, vooral gedreven door hogere energiekosten, is de belangrijkste economische ontwikkeling van 2022. Een jaar geleden werd de inflatie nog algemeen geraamd in lijn met de doelstelling van de Europese Centrale Bank (ECB), dat wil zeggen “op of onder de 2 procent”. Door de oorlog in Oekraïne, de gestegen grondstofprijzen en energiekosten en de onderbrekingen in gasleveringen is nu duidelijk dat de inflatie voor het jaar 2022 bijna 9 procent zal bedragen. Ondanks gedeeltelijk koopkrachtherstel, beloofd door de overheid, maar ook afgesproken door bedrijven en vakbonden in cao's, zullen Nederlanders gemiddeld 7 procent aan koopkracht inboeten, aldus het Centraal Planbureau (CPB).
- ▶ De **economische groei** in 2022 komt naar verwachting uit op 4,7 procent. Dit is vooral te danken aan investeringen en bestedingen van huishoudens; beide bleken hoger dan eerder geraamd. Voor 2023 verwacht ABN AMRO een kleine groei van 0,7 procent ten opzichte van 2022.
- ▶ De **werkloosheid** bereikte in april 2022 een laagterecord met 3,2 procent. Daarna nam de werkloosheid licht toe tot 3,8 procent in september, vergelijkbaar met het niveau van eind 2021. De krapte op de arbeidsmarkt duurt voort vooral ook in de TMT-sector (zie hoofdstuk 4 - [Arbeidsmarkt](#)).
- ▶ Het aantal **faillissementen** is nog steeds historisch laag, maar stijgt de laatste maanden licht, net als het aantal **opheffingen**. Ondanks economische tegenwind, bestaande uit hogere prijzen (vooral energie, maar ook de rente) en structurele tekorten (vooral personeel) blijven bedrijven goed overeind. Omdat de coronasteun is afgelopen, uitgestelde belasting moet worden terugbetaald en de rentes fors zijn gestegen, verwacht ABN AMRO dat het aantal faillissementen volgend jaar sterk toeneemt.

2. Vertrouwen



- ▶ Het **consumentenvertrouwen** steeg medio 2021 naar het niveau van begin 2020, nog voor de coronapandemie. Dit optimisme bleek van korte duur; sinds oktober 2021 is het consumentenvertrouwen in een vrije val terechtgekomen, met een absoluut dieptepunt in september en oktober 2022 (-59 procent). Nog nooit waren consumenten zo somber over de economie. Deze spectaculaire daling is grotendeels te verklaren door de stijgende inflatie en energieprijzen en de Russische invasie in Oekraïne.
- ▶ Na een forse dip in 2020 zat het **ondernemersvertrouwen** in 2021 in de lift; zowel in de TMT-sector als voor het totale ondernemersvertrouwen. Aan deze opleving kwam in het eerste kwartaal van 2022 echter weer een einde: het ondernemersvertrouwen daalde naar 5 procent voor de TMT-sector en 6 procent voor alle sectoren. In februari 2022 verviel het grootste gedeelte van de coronamaatregelen en dat was ook te zien in de cijfers van het tweede kwartaal. In het derde kwartaal bleef het vertrouwen in de TMT-sector gelijk, maar het totale ondernemersvertrouwen is gezakt naar 6 procent.
- ▶ Toenemend vertrouwen blijkt ook uit het sentiment van de ondernemers in de vijf sub-sectoren binnen de TMT-sector. Het **saldo** van ondernemers die de komende drie maanden verwachten hun omzet te zien stijgen is namelijk positief, een jaar geleden was het saldo nog negatief.

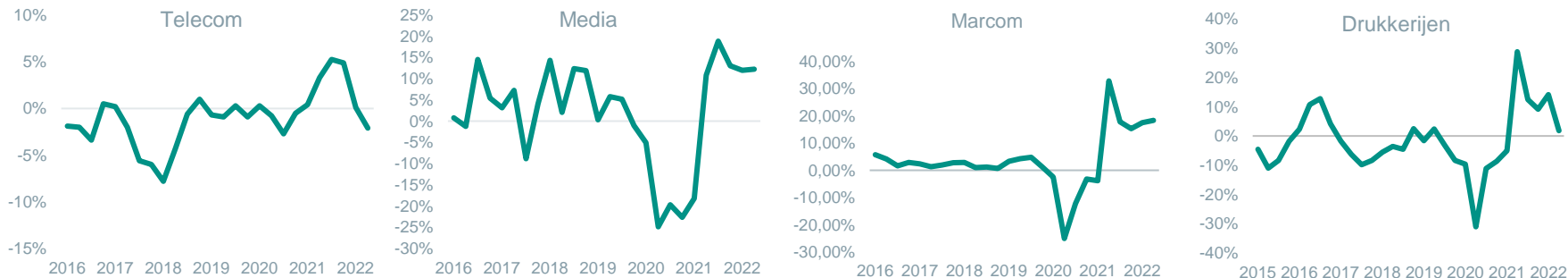


3. TMT-sector in beeld – omzetontwikkeling in branches (2/2)



- ▶ Net als vrijwel alle overige sectoren, kon de **TMT-sector** niet ontsnappen aan het economisch geweld en de sociale ontwrichting die het coronavirus met zich meebracht. De omzetcijfers voor de TMT-sector daalden in 2020 dan ook aanzienlijk. Het coronavirus stelde TMT-bedrijven echter niet alleen voor problemen, maar gaf ook aanleiding om op verschillende fronten de technologische vooruitgang te versnellen. Door lockdowns en het thuiswerken kwam de digitalisering in een stroomversnelling, met als gevolg dat TMT-bedrijven in 2021 hiervan de vruchten konden plukken in de vorm van een ongekend groeicijfer van circa 8 procent. Na de stijging in het tweede kwartaal van 2021 is de groei sindsdien aan het afvlakken en genormaliseerd rond de 7 procent. In het derde kwartaal nam de groei weer iets toe en steeg de omzet met 7,72 procent.
- ▶ Na stagnatie (of zelfs krimp) in 2020, is de omzet van de IT sub-sectoren (**Services, Hardware** en **Software**) bezig aan herstel. In het derde kwartaal van 2021 was sprake van een sterke stijging. Ook in 2022 is er sprake van stevige groei, gefaciliteerd door een versnelde toename van IT-outsourcing en een stijgende vraag naar cloud- en securityoplossingen.

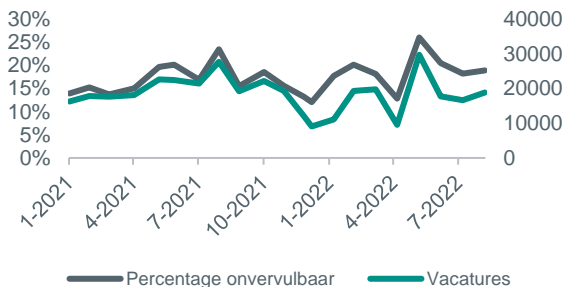
3. TMT-sector in beeld – omzetontwikkeling in branches (1/2)



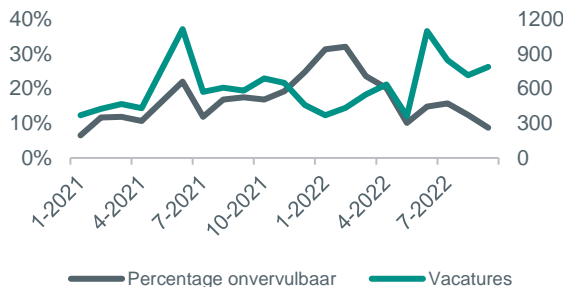
- ▶ Na een lichte daling in 2020 kende de **telecomsector** in 2021 een sterk herstel. Verlies aan roaming-inkomsten en omzetsuik in de zakelijke markt waren de voornaamste oorzaken van de daling in 2020. De daaropvolgende groei was te danken aan mobiel (breedband) en het aantal zakelijke tv-abonnementen voor het mkb, die de daling in andere segmenten compenseerden. Sinds de introductie van tv-abonnementen voor het mkb in 2020 maakt de zakelijke televisiemarkt een relatief sterke groei door. Maar ook voor deze subsector geldt: de stijgende inflatie en energieprijzen hebben in 2022 ertoe geleid dat de groei weer het nulpunt heeft bereikt. Nieuwe technologieën zoals 5G en Internet of Things bieden op termijn weer kansen voor de sector, wat ook terug te zien is in het toenemend ondernemersvertrouwen (zie hoofdstuk 2 – [Vertrouwen](#)) binnen de Telecom.
- ▶ Voor de sector **Media** en de subsector **Marketing en Communicatie** (MarCom) was 2020 duidelijk een rampjaar met dalingen van 24 procent (Media) en 25 procent (MarCom). Herstel volgde echter spoedig: in het tweede kwartaal van 2021 steeg de omzet voor de MarCom-subsector met 33 procent en de Media-subsector met 19 procent. Door de versnelde digitalisering van de afgelopen paar jaar zijn mediabestedingen in toenemende mate verschoven naar het internet, waar de consument steeds makkelijker kan worden bereikt. Dit biedt bedrijven de kans om in te spelen op innovatieve online-advertentiemogelijkheden (zie hoofdstuk 5 – [Uitgelicht](#)).
- ▶ Voor **drukkerijen** leidt de toenemende digitalisering al jarenlang tot een structurele afname in de vraag naar drukwerk. In 2020 kwam daar de coronacrisis bovenop. Coronabesmettingen zorgden voor onderbezetting op de werkvloer en een afnemende vraag van opdrachtgevers. Bovendien werden papier en karton aanzienlijk duurder en stegen de energieprijzen hard. Na een stevig herstel verloor de opleving eind 2021 toch aan kracht. In 2022 heeft de krimp zich voortgezet, wederom vanwege de fors oplopende energiekosten.

4. Arbeidsmarkt

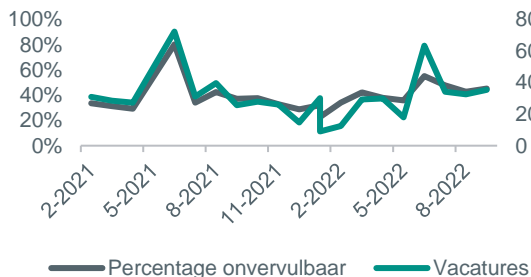
TMT-sector



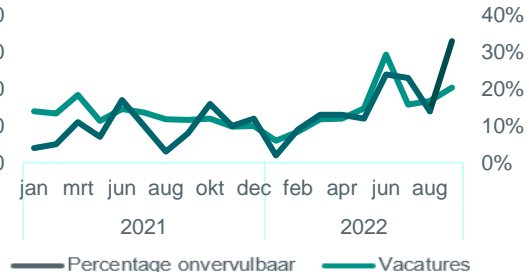
Media



IT-programmeur



Kabelwerker



- ▶ Volgens de arbeidsmarktindicator van ABN AMRO is het aantal onvervulbare vacatures in de **TMT-sector** gestegen: van 3000 ofwel 15,5 procent van de vacatures, in september 2021; naar 3500, of 19 procent, in september 2022.
- ▶ In de **mediabranche**, waar de arbeidsmarkt ruimer is, valt recent een daling te zien in het aantal onvervulbare vacatures.
- ▶ Bij **IT-programmeurs** is het aantal onvervulbare vacatures in 2022 nog altijd hoog; gemiddeld 40 procent van de vacatures voor IT-programmeurs is onvervulbaar.
- ▶ **Kabelwerker** is een voorbeeld van een beroep dat eerder ruim was en in 2022 krap is geworden. Maar liefst een derde van de vacatures was onvervulbaar in september 2022, vergeleken met nog geen tien procent een jaar eerder.

5. Uitgelicht: explosieve groei in podcast advertenties

De podcast is aan een revolutionaire opmars bezig en adverteerders weten de podcast steeds vaker te vinden; zo blijkt uit de gezaghebbende *Digital Ad Spend* van Deloitte/VIA dat digital audio met 79 procent groeide in 2021 vooral vanwege podcast advertenties. Ook wordt er flink geïnvesteerd in nieuwe podcast programma's. Internationaal springt Spotify in het oog met grote investeringen. In Nederland heeft het Deense Podimo, dat het "Netflix" van de podcasts wil zijn, de markt betreden.

Sinds 2018 heeft muziekstreamingdienst Spotify groots ingezet op de podcast; oprichter en CEO Daniel Ek noemt de podcast dan ook "essentieel voor de toekomst van Spotify". Inmiddels heeft Spotify zo'n 1 miljard dollar geïnvesteerd, vooral in uitzendrechten - waaronder naar verluidt 200 miljoen dollar voor *the Joe Rogan Experience* - en overnames van podcast-producenten en omroepen. In de Verenigde Staten is het Zweedse bedrijf sinds 2022 de nummer 1 in de markt qua bereik, volgens [Edison Research onderzoek](#).

In Nederland zette het Deense Podimo in maart van dit jaar de podcast markt op zijn kop door *Dag en Nacht Media* over te nemen, het grootste zelfstandige podcast-productiebedrijf. Podimo opereert internationaal, maar richt zich op een lokaal aanbod: voor 5 euro per maand krijgen abonnees toegang krijgen tot podcasts die exclusief via Podimo te beluisteren zijn, waaronder titels als de *Zelfspodcast* en *Podcast over Media (POM)*. Podimo is inmiddels actief in zes Europese landen en Latijns Amerika. Het is niet bekend hoeveel abonnees Podimo heeft; wel bekend is dat Podimo in totaal 162 miljoen euro aan durfkapitaal heeft opgehaald en dit vooral investeert in lokale programma's.

Podcasts zijn gedigitaliseerde audio-opnames met muziek en/of praatprogramma's die de luisteraar kan afspelen op computer, tablet, smartphone of een andere mediaspeler. In zijn simpelste form is een podcast een radiofragment dat 'on demand' beschikbaar is gesteld, vergelijkbaar met videofragmenten die via YouTube zijn te vinden.

Een kwart van de bevolking luistert wekelijks naar één of meerdere podcasts, aldus Stichting Nationaal Luister Onderzoek (NLO). Podcasts worden vooral thuis beluisterd, in de avond, en iets meer door mannen dan door vrouwen. Podcastluisteraars zijn van alle leeftijden, al zijn ze iets vaker te vinden in het cohort 20 tot 34 jaar.

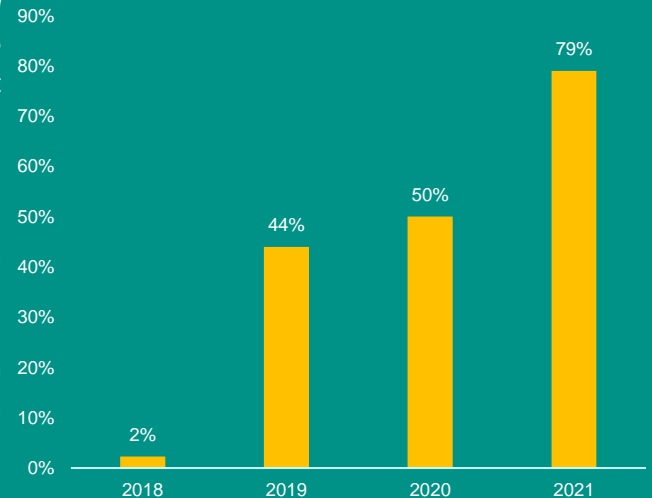
Met zo'n 450.000 beluisterde afleveringen per week is NRC Vandaag de best beluisterde podcast van dit moment. Dit is een podcast met 'het verhaal van vandaag' waarin een presentator en journalist verdieping en achtergrond bij het nieuws aanbrenge. Met dergelijke aantallen verbaast het niet dat podcasts steeds vaker onderwerp van gesprek bij de koffiemachine vormen. Ook populair is de dagelijkse podcast *Boekestijn en de Wijk* over de oorlog in Oekraïne. Deze podcast begon als dagelijkse aanvulling op het gelijknamige wekelijkse radioprogramma bij BNR Nieuwsradio; inmiddels overstijgt de podcast het radioprogramma ruim in luisteraantallen.

5. Uitgelicht: explosieve groei in podcast advertenties

Adverteerders maken intussen steeds vaker en steeds beter gebruik van podcasts om reguliere reclamespotjes te plaatsen, maar ook voor meer experimentele en innovatieve branded content; gesponsorde mededelingen. Volgens de *Digital Ad Spend*-studie van Deloitte/VIA was digital audio in 2021 de snelst stijgende categorie met 79 procent groei. Saskia Baneke, directeur van branchevereniging VIA, voorziet voor 2022 een nog hogere groei, met name vanwege de groei in podcast advertenties.

Een alternatieve maatstaf voor het succes van de podcast is het aantal bekende Nederlanders (BN'er) met een eigen show. Om te beginnen zijn dat zowat alle bekende radio-dj's, wat logisch is gezien het begin van de podcast als 'radio on demand'. Inmiddels maken ze ook programma's die alleen als podcast worden uitgebracht. Ook vloggers, bekend van YouTube, hebben de podcast omarmd. Niet zo gek nu podcasts steeds vaker in combinatie met video worden afgespeeld, wat een hybride vorm oplevert die het midden houdt tussen een vlog en een podcast. Alleen tv-persoonlijkheden lijken nog wat terughoudend. Sander Schimmelpenninck, bekend van podcast en tv, tevens medeoprichter van podcast-productiehuis Tonny Media, voorziet het definitieve kantelpunt voor de podcast op het moment dat ook de gevestigde tv-coryfeeën 'als Chantal Janzen' overstag zijn gegaan.

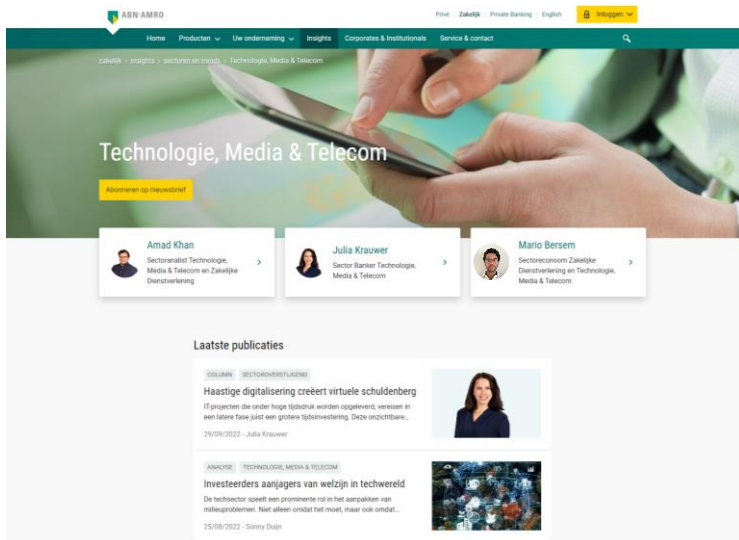
Groeipercentage van digital audio advertenties in Nederland, 2018-2021



Bron: Deloitte/VIA bewerkt door ABN AMRO (beide)

6. Insights

Laatste berichten over Technologie, Media & Telecom van ABN AMRO



- ▶ Haastige digitalisering creëert virtuele schuldenberg
- ▶ Investerders aanjagers van welzijn in techwereld
- ▶ Vertrek Deliveroo markeert grens platformeconomie
- ▶ Groene IT als logische verduurzamingsstap
- ▶ Duurzaam digitaliseren met groene software
- ▶ Advertentiemodel onder druk door nieuwe Europese wetgeving
- ▶ Cyberdreiging zet ondernemers aan tot maatregelen
- ▶ 'Metaverse' geeft hybride werken impuls
- ▶ Digitale buitenreclame is bezig aan opmars

A. Appendix – contactgegevens en extra informatie



Mario Bersem

Sectoreconoom TMT

mario.bersem@nl.abnamro.com



Amad Khan

Sectoranalist TMT

amad.khan@nl.abnamro.com

Disclaimer:

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 wordt vermeld.

©ABN AMRO, oktober 2022