

ABN-AMRO: TMT-sector voorbeeld voor Nederlandse economie

14-05-2013 08:58



Kweekvijver van innovatie

“Wat Nederland nodig heeft, zijn inspirerende voorbeelden van ambitieuze bedrijven die niet focussen op bedreigingen, maar op nieuwe kansen. Dit zijn bedrijven die hun marktpositie consolideren of versterken, doordat zij steeds nieuwe mogelijkheden benutten en zichzelf opnieuw uitvinden. Het komt erop aan het verschil te maken: door innovatief te zijn en verdienmodellen te omarmen die zijn gericht op het gebruik van de cloud en mobiele data”, zegt Menno van Leeuwen, Sector Banker Technology, Media & Telecom van ABN AMRO. “Door de aanwezigheid van ambitieuze innovatieve bedrijven - zoals Layerglass, Layar, Planon, Mendix, Ocom en Spilgames - vervult de Nederlandse TMT-sector een voorbeeldfunctie voor andere sectoren. Het is een kweekvijver van innovatie en een broedplaats voor de creatieve industrie.”

Mogelijkheden door internetknooppunt

De sector heeft te maken met verschillende technische ontwikkelingen en kampt tegelijkertijd ook met een tegenvallende conjunctuur. De uitgaven op de IT-markt verschuiven steeds verder van hardware naar software. Want in tijden van tegenvallende conjunctuur worden er meer software-oplossingen aangeboden om de efficiency te vergroten en besparingen te realiseren. Consumenten zijn degenen die steeds meer de IT-aankopen voor hun rekening nemen. De consumentenmarkt IT-apparatuur steeg met 4,6% in 2012 waar die voor zakelijk met 6% daalde. De opkomst van cloud computing speelt tevens een belangrijke rol in deze ontwikkeling. Nederland beschikt echter over een concurrerende vestigingsplaats voor internationale IT-bedrijven door het AMS-IX knooppunt. Hierdoor kan de IT-branche de komende jaren verder profiteren van de mogelijkheden die dit met zich meebrengt, en is het de ideale plek voor zowel Nederlandse als buitenlandse bedrijven.

Rol van digitalisering

De digitalisering verandert steeds verder het kijk- en leesgedrag van de Nederlandse consument. Zo gebruikte in 2012 één op tien Nederlanders regelmatig een mobiel apparaat om tv te kijken. Dit brengt nieuwe marketingmethodes met zich mee waarbij niet op print wordt gefocust. Maar op mogelijkheden waarbij de consument persoonlijk aangesproken kan worden door de beschikbare mobiele data. Drukkerijen blijven deze digitalisering, naast de crisis, goed merken. De sector krimpt in 2013 verder met minimaal 5% en bevindt zich in een vicieuze cirkel van omzetsdalingen, overcapaciteit en faillissementen. Ook de weg naar de nieuwe digitale uitgeverwereld is niet zonder hobbels. De advertentieomzet zal net als in 2012 ook dit jaar dalen. Internetbestedingen blijven niettemin groeien. ABN AMRO verwacht dat het een kwestie van jaren is voordat digitaal leidend is en nieuwe verdienmodellen op orde zijn in de TMT-sector.

Productvernieuwing nodig voor groei

Ondertussen blijft Nederland fungeren als broedplaats. Doordat Nederlanders creatief en goede handelaren zijn, worden nieuwe ontwikkelingen snel opgepikt. Productvernieuwing blijft namelijk ook voor de TMT-sector een voorwaarde om groei te realiseren. Door nieuwe producten, bedrijven of programma's te realiseren trek je namelijk weer nieuwe mogelijkheden aan. Dit is goed te merken bij de succesvolle Nederlandse televisieformats. Nederland is de derde exporteur, na de Verenigde Staten en Groot-Brittannië, van televisiecontent in de wereld. Deze goede positie, waarbij tv-producenten groei kunnen aanjagen, levert ons land weer kansen op. Ook de sterke Nederlandse creatieve industrie zorgt voor een goede uitvalsbasis voor internationaal opererende bedrijven.

Verwachtingen 2013

Door de slechte conjunctuur komt de TMT-sector in 2013 op een krimp van 0,5%. Dit verbloemt enigszins de onderliggende kracht van technologische innovatie. Ondanks dalende advertentiebestedingen en onder druk staande IT-bestedingen laten velen snelgroeiende bedrijven de potentie zien van de TMT-sector.

De verwachtingen per subsector zijn als volgt:

Software: +2%

IT dienstverlening: -2%

Telecom en internet: +1%

Hardware: -3%

Communicatiebureaus: -3%

TV en radio: -2%

Uitgeverijen: -2%

Drukkerijen: -5%

[Het rapport is hier te downloaden](#)