



**Maarten Schinkel**

## Pas maar op, Google, Apple en Facebook

**B**uy American, hire American. De zojuist aangeleden regering-Trump stelt de belangen van de gewone Amerikaan en het eigen bedrijfsleven centraal. Want, zo luidt de redenering, de Verenigde Staten worden al veel te lang leeggetrokken door buitenlandse firma's die er hun geld verdienen en lokale bedrijven kansloos maken.

Stel nu dat dit beleid daadwerkelijk wordt doorgevoerd en het protectionisme opruikt. Dan is het wachten op tegenzetten uit het buitenland. Maar wat zou Europa doen? Niet dat het vanaf deze plek per se de voorkeur heeft, maar er valt wel iets te verzinnen. Dit continent wordt namelijk óók leeggezogen, op dagelijkse basis. Er is een monopolie, en in enkele gevallen een oligopolie, ontstaan op de belangrijkste toekomstige sector in de economie: het internet. En het monopolie of oligopolie is Amerikaans. Ga maar na.

### Amerikaans protectionisme? Een gouden kans voor een Europese internetindustrie

**A**ls u een app koopt, dan gaat ten minste 30 procent standaard naar Amerika - naar Apple of Google (Android). Als u zoekt, dan geeft u uw data aan een Amerikaans bedrijf. Een flink deel van de opbrengst van de Europese onlineadvertenties komt terecht bij Amerikaanse internetgiganten. Werkt u in de cloud? Hoogstwaarschijnlijk Amerikaans. Sociale media zijn grotendeels in handen van Facebook en Twitter, waarvan de algoritmen de distributie en smaak van nieuws en de openbare meningsvorming sturen. WhatsApp is van Facebook. Instagram dan? Ook van Facebook. YouTube? Google. Twitter en Snapchat zijn nog onafhankelijk, maar óók Amerikaans. Airbnb: uit de VS. Uber: eveneens. En vergeet eBay, Amazon en uiteraard *good old* Microsoft niet. De onafzienbare en uiterst waardevolle stroom data uit alle bovengenoemde activiteiten - en meer is vrijwel volledig in handen van Amerikaanse bedrijven.

Het zakelijk model is eenvoudig: word een monopolist in je eigen sector. De enige reden waarom het verliesgevende Uber tientallen miljarden dollars waard is, is omdat het wordt gewaardeerd als een toekomstige alleenheerser. In taxivervoer en later, als het aan het bedrijf ligt, in door algemene data gedreven logistiek. Het verklaart de agressie waarmee zo'n bedrijf opereert: dominantie, ten koste van alles. Binnenkort ook de baas van thuisbezorgd eten. Want veel start-ups, potentiële concurrenten, hebben óók een bijzonder bedrijfsmodel: zó opvallen dat je voor veel geld door een gigant wordt ingelijfd.

**D**e monopolist wordt vanzelf tolheffer, zoals de eigenaar van de enige brug in kilometers in de omtrek dat is. Iedereen moet er toch overheen. Monopolies zijn niet goed voor innovatie, en er is heel wat te zeggen voor de stelling dat internet (toepassingen) al een heel stuk verder waren geweest als er in de gedomineerde delen daarvan gezonde concurrentie had plaatsgevonden.

Dus waarom zou Europa straks terugslaan met 'oude' maatregelen, zoals een evenredig hoge heffing op goederen? Het ontwikkelen van een eigen internetindustrie is veel aantrekkelijker en effectiever. Dat kon nooit, vanwege de open en vrije wereldhandel. Maar als de andere kant zich daar niet meer aan houdt, wordt het zogenoemde '*infant industry*'-argument plots actueel: geef je eigen bedrijvigheid de tijd om beschermd op te bloeien zonder meteen door de buitenlandse concurrentie in de knop te worden gebroken. China doet het en de VS werden er zelf groot mee.

Lastig? Ja. En nogmaals: de voorkeur heeft het niet. Maar onmogelijk? Nee. Reken er op dat dit soort stemmen opgaat als er een golf van Amerikaans protectionisme komt. Kandidaat voor het meest assertieve Europese land op dit gebied: Frankrijk.