

Wanneer worden Google, Apple en Facebook té machtig?

Door onze redacteur
Wouter van Noort

AMSTERDAM. Vrijdag was het voor de zoveelste keer feest in Mountain View, de thuisstad van Alphabet in Silicon Valley. Het moederbedrijf van Google kon bij de kwartaalcijfers een winststijging van 29 procent presenteren. In de afgelopen drie maanden maakte Alphabet 5,4 miljard dollar winst, omgerekend 4,9 miljard euro. Zo'n grote winstsporg is zeldzaam bij bedrijven met de omvang van Alphabet (jaaromzet 26 miljard dollar, 74.000 medewerkers). Maar op precies hetzelfde moment kwam ook Microsoft (85,3 miljard dollar jaaromzet, 114.000 medewerkers) met cijfers naar buiten: dat bedrijf verdiende in het eerste kwartaal 28 procent meer dan een jaar eerder: 4,8 miljard dollar. Duizelingwekkende resultaten dus voor de Amerikaanse techreuzen, en dat is al enkele jaren zo.

De cijfers vertalen zich in beurswaardes zonder weerga. De vijf duurste beursgenoteerde bedrijven van de wereld zijn momenteel de vijf grootste Amerikaanse technologiebedrijven. Deze *big five* slokken steeds meer marktaandeel, winst en kapitaal op. Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon en Facebook hebben de afgelopen jaren (parallel aan de opkomst van de smartphone) banken en oliebedrijven uit de wereldtop verstoet. Data zijn op de beurs echt de nieuwe olie. Behalve tot feest in Silicon Valley leidt dat de laatste tijd ook tot steeds meer zorgen, en een luidere roep om overheidsingrijpen. *The New York Times* startte afgelopen week in een opiniestuk de discussie over de vraag of bedrijven als Alphabet en Microsoft verplicht opgesplitst zouden moeten worden. De Europese Commissie worstelt al jaren met het reguleren en controleren van de macht van Google, Facebook en Microsoft.

Gebrek aan alternatieven

Waarom is veel macht en winst voor technologiebedrijven überhaupt erg? De grote vijf zijn de laatste jaren behoorlijk vernieuwend gebleken, en bovendien maken ze blijkbaar producten waar miljarden mensen graag gebruik van maken. Toch?

Maar digitale markten blijken veelal *winner-takes-all*-markten te zijn, waar concurreren met de grote jongens amper nog mogelijk is vanwege hun schaalvoordelen. Het gebrek aan gelijkwaardige alternatieven maakt het voor consumenten steeds moeilijker om niet akkoord te gaan met voorwaarden op het gebied van privacy en databescherming die de grote Amerikaanse techbedrijven hanteren. Bedrijven als Facebook en Google introduceren weliswaar steeds meer opties om gegevens af te schermen, maar uit onderzoek naar algemene gebruiksvoorwaarden is bekend dat bijzonder weinig mensen daarvan gebruik maken. Burgers zijn volledig afhankelijk van zwaar onderbemande privacytoezichhouders om hun belangen te beschermen.

Een ander gevaar van monopolies is wat economen *rent-seeking* noemen: het heffen van tol op diensten en producten zonder daar genoeg voor terug te doen. Een voorbeeld: in de appwinkels van Apple en Google heffen de fabrikanten zo'n 30 procent commissie op elke app. Die flinke commissies staan, gezien de winst-

marges van Apple en Google, niet in verhouding tot de werkelijke kosten. Maar ze komen ermee weg: er zijn geen serieuze concurrenten voor hun appwinkels, dus hebben deze bedrijven weinig prikkels om die commissies te verlagen. En hebben ze zonder concurrentie nog wel genoeg prikkels om te blijven vernieuwen?

Voordeliger om marktleider te zijn

Ariel Ezrachi, hoogleraar mededingingsrecht aan Oxford University, zei eerder in NRC dat machtsconcentratie bij enkele techbedrijven er ook toe kan leiden dat het voor die bedrijven makkelijker wordt om prijsafspraken te maken of aan andere concurrentievervalsing te doen. „Eén manier waarop ze dat kunnen doen is door hun algoritmes stiekem op elkaar af te stemmen”, zegt Ezrachi. Volgens hem is het amper te controleren of dit daadwerkelijk gebeurt, vooral omdat niemand toezicht houdt op de algoritmes van techbedrijven.

Bovendien is er de laatste tijd steeds meer onderzoek dat erop wijst dat de machtsconcentratie leidt tot groeiende economische ongelijkheid. Uit recent onderzoek van MIT blijkt dat zogeheten 'supersterbedrijven', waaronder Facebook, Apple en Google, ervoor zorgen dat er steeds minder geld gaat naar arbeid. „Het zijn zeer geavanceerde bedrijven die toekunnen met minder medewerkers”, aldus MIT-hoogleraar economie David Autor. Dat zet de werkende

Supersterbedrijven kopen de potentiële concurrentie al in een vroeg stadium op

middenklasse verder onder druk.

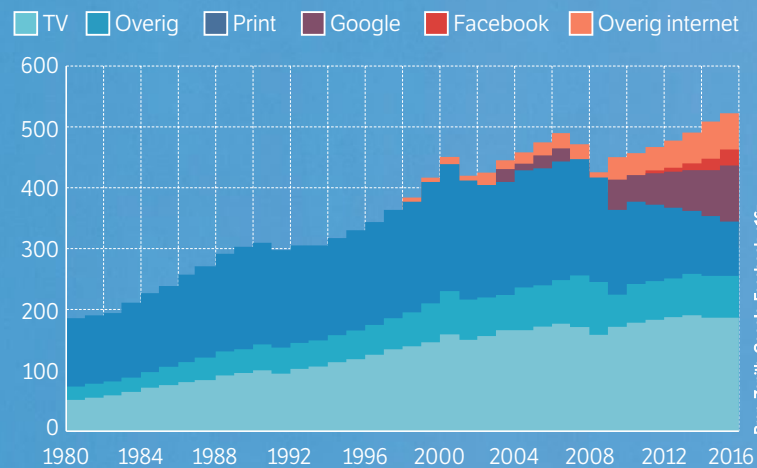
Twee economische adviseurs van de voormalige regering-Obama concludeerden in 2015 al dat het in de interneteconomie „steeds voordeliger is om marktleider te zijn, en steeds minder voordelig om nieuwkomer te zijn”. De supersterren gebruiken hun miljardenwinsten om potentiële concurrenten al in een zeer vroeg stadium op te kopen voor enorme bedragen. Facebook nam de afgelopen jaren WhatsApp en Instagram over, Google onder meer DeepMind (kunstmatige intelligentie) en AdMob (advertenties).

Het verweer van Alphabet op zijn groeiende macht is stevast dat 'de concurrentie slechts één klik weg is'. Maar het is zeer de vraag of dat echt zo werkt in de digitale economie, waarin schaalvoordelen beslissend blijken, en waarin de huidige machthebbers beschikking hebben over superieure data over consumentengedrag waar nieuwe concurrenten niet bij kunnen.

De marktaandelen van de supersterbedrijven groeien inmiddels gewoon door in hun niches: Google heeft op smartphones 97 procent van de zoekmarkt in handen, Facebook is goed voor 77 van al het verkeer naar socialmedia-apps, Amazon verkoopt 74 procent van alle ebooks. Met het groeien van die machtsposities en de bijbehorende miljardenwinsten, zal ook het ongemak van wetgevers over de juichstemming van Amerikaanse technologiebedrijven waarschijnlijk blijven groeien.

Techreuzen als Alphabet en Microsoft zien hun winst enorm stijgen. Maar ook de weerstand tegen hun macht groeit.

Wereldwijde advertentie-inkomsten in 2016, in miljarden dollars



Grootste bedrijven naar beurswaarde in 2016 en 2017, in miljarden dollars

