

Op eenhoornjacht

In de middeleeuwen zag men de eenhoorn als een wild, paardachtig wezen. Het dier leefde in de bossen. De hoorn zuiverde vergiftigd water en genas ziekten. Maar alleen een maagd was in staat het dier te vangen.

Inmiddels weten we beter. Een eenhoorn is, natuurlijk, een technologiebedrijf dat net begonnen is en toch al meer dan een miljard waard is. Ze leeft vooral in eenhoornvriendelijke valleien aan de Amerikaanse westkust en ook wel in Azië, en gaat door het leven onder namen als Cloudera, Flipkart, Uber en Xiaomi. De hoorn biedt verlossing van economische pijnen. En het is de Europese Commissie die de eenhoorn, als fenomeen dan, probeert te vangen, zodat ze ook hier in Europa meer ter wereld komen.

Deels richt de Commissie haar pijlen op de ecosystemen waarbinnen productief ondernemerschap kan floreren. Het geheel aan wisselwerkingen van ondernemers met overheden, kennisinstellingen, bedrijven en investeerders is nog steeds niet productief genoeg om eenhoorns uit te broeden zoals in Silicon Valley. Er is te weinig durfkapitaal, te veel regeldruk, te weinig toegang tot hoogwaardige kennis en van iets anders weer te veel. Al deze gebreken werpt de Europese Commissie op in haar nieuwe rapport *How to catch a unicorn*. Maar deels ook stuurt de Commissie haar pijlen in een nieuwe richting, het falende Europese technologiebeleid, dat veel te weinig oog heeft voor de wensen van de consument.

De aanval op het Europese technologiebeleid begint met de constatering dat het aanbodbeleid verkeerd gericht is. De focus van beleidsmakers ligt al jaren op breedbandtechnologie voor vast internet. In 2010 ontvouwde de Europese Unie de Digital Agenda, een programma gericht op de ontwikkeling van een ultrasnel breedbandnetwerk. Europa had qua breedbandinfrastructuur dan ook een achterstand in te halen op landen als Australië, Zuid-Korea en de Verenigde Staten. Maar naar nu blijkt, drijft het merendeel van de huidige eenhoorns op technologie voor *mobiel* internet. Dit is, in de woorden van de Europese Commissie, *the technological wave of the decade*. Mobiel internet biedt bedrijven een ongekend potentieel aan consumenten en nieuwe verdienmodellen. Hier komen eenhoorns van, niet van breedbandtechnologie.



GELIJN WERNER

Eindredacteur ESB

gelijn.werner@economie.nl

De oorzaak van de Europese tunnelvisie? Die genegeerde consument. In 2007 kwam de iPhone van Apple uit. Het succes van deze mobiele telefoon, en de applicaties erop, had volgens de Commissie te denken moeten geven over de marktpotentie van mobiele telefonie. Toch vond er amper debat plaats over mobiele technologie en was er weinig beleid dat investering en gebruik stimuleerde. Alleen voor mobiele televisie gingen Europese beleidsmakers destijds harder lopen, maar dat sprak weinig Europeanen aan. Mensen begonnen toen al te ontdekken welke vrijheid mobiele telefonie kan bieden om te kijken wat en wanneer je wilt. Het beleid voor mobiele televisie is wat de Commissie be-

treft dan ook een typisch voorbeeld van aanbodbeleid dat geen rekening houdt met veranderende consumptiepatronen. Ter bevestiging haalt ze resultaten aan uit de Digital Agenda Scoreboard: terwijl de uitrol van ultrasnel vast internet in Europa toeneemt geldt dat voor het gebruik ervan nauwelijks, en neemt het gebruik van mobiel internet zienderogen toe.

Het staat niet vast dat de Europese Commissie het verschijnsel van razendsnel groeiende technologiebedrijven hier bij de hoorn vat. Ook zullen er beleidsmakers zijn die hun neus ophalen voor populaire verschijnselen als eenhoorns en zich liever richten op bredere economische ontwikkeling. Maar de Commissie legt wel de vinger op de zere plek van veel benaderingen van ondernemerschap. Of we het nu clusters, lerende regio's, industriële districten of entrepreneurial ecosystemen noemen: uiteindelijk staat niet de ondernemer centraal maar de consument (!).

Binnenkort begint ESB in samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken een webdossier over ecosystemen voor ondernemers. U kent nog het ESB dossier uit 2014 hierover, maar het webdossier zal een levend dossier zijn. In die zin dat het dossier voortdurend wordt aangevuld met de laatste inzichten, maar ook in de zin dat het laatste woord over ecosystemen voor ondernemers nog niet is gezegd. De ecosysteembenadering zal nog vele nieuwe inzichten en reflecties opleveren waarmee beleidsmakers hun voordeel kunnen doen, en die productieve ondernemers helpen floreren. Gretig zullen we de hoorn leegdrinken...