

winkel met videospelletjes op te zetten voor op de Android- en Apple-telefoons.

Die concurrentie zou wél stevige gevolgen kunnen hebben voor de Apple-omzet. De betalingen die gebruikers via de App Store doen, leveren de Californische telefoonmaker veel geld op: in Apples recentste jaarcijfers is de categorie 'diensten', waarvan de App Store het belangrijkste onderdeel is, goed voor een omzet van 78 miljard dollar. Een andere aanbieder van apps zou kunnen concurreren door ontwikkelaars een lagere commissie te vragen. Ook zouden abonneediensten als Netflix en Spotify de vrijheid krijgen om andere betaalmethoden toe te staan. Zo kunnen zij de App Store-fee ontwijken, de 30 procent die Apple afsnoept van ieder abonnement dat via de iPhone wordt afgesloten.

Sociale netwerken als X, Instagram, Snap en TikTok moeten zich ook aanpassen aan de nieuwe wetten. Meta stelde bijvoorbeeld zelf dat er binnen het bedrijf meer dan 1.000 mensen aan het werk zijn om te voldoen aan de regels die onder de DSA vallen. Gebruikers moeten bijvoorbeeld op een simpele manier toegang krijgen tot een tijdlijn die berichten op chronologische volgorde neerzet in plaats van op basis van een algoritme. Dat terwijl juist zo'n algoritmische tijdlijn ervoor zorgt dat gebruikers veel langer in een app blijven hangen, zo benadrukt Zuckerberg keer op keer. Gebruikers die langer scrollen, zien veel meer reclames – en dat levert weer meer omzet op.

BOETES VOOR ALPHABET

Een ander bedrijf dat de gevolgen zal voelen, is Alphabet. Net als bij Meta zal ook de Google-belegger er rekening mee moeten houden dat advertenties minder doelgericht gaan worden. Dat kan het bedrijf winst kosten. Daarbij heeft Alphabet het sowieso al

jaren aan de stok met de Europese toezichthouders. In de afgelopen tien jaar betaalde het zoek- en advertentieconcern opgeteld ruim 8 miljard euro aan boetes, het gevolg van drie EU-onderzoeken naar zijn bedrijfspraktijken. Tegen alle drie de boetes loopt overigens nog een beroep door het zoekbedrijf. Het is de vraag of het concern de juridische randjes nog wel wil opzoeken, gezien de aanmerkelijk hogere nieuwe boetebedragen.

Net als Meta stelde ook Alphabet de lancering van een nieuwe dienst voor EU-ingezetenen al maanden uit. De AI-chatbot Bard, waarmee Google met Microsofts slimme zoekmachine Bing wil concurreren, kwam in Europa pas maanden later op de markt dan in de VS. Volgens Alphabet deed het dat wegens de vrees dat de technologie de privacyregels zou overtreden.

Dat de Digital Markets Act, die ervoor moet zorgen dat het voor andere bedrijven makkelijker wordt te concurreren met de veelal Amerikaanse techgiganten, pas vanaf komend voorjaar volledig in werking is, betekent niet dat de Europese Commissie tot die tijd stilzit. Zo maakte Eurocommissaris voor competitie, Margrethe Vestager, eind juli bekend dat zij onderzoek gaat doen naar de manier waarop Microsoft het videobelprogramma Teams opneemt in zijn Office-softwarepakket. Dat zou oneerlijk zijn voor concurrenten, zoals de applicatie Slack van Salesforce. De stap had duidelijk effect: binnen een maand na de aankondiging van de Commissie maakte Microsoft al bekend dat het Teams op grotere afstand zet van de rest van zijn software.

HET BRUSSEL-EFFECT

Het zich schikken naar de wensen van de Commissie door Microsoft is een goed voorbeeld van het zogeheten 'Brussel-effect'. Dat stelt dat de regelgeving



**DOOR DE
EUROPESE
WETTEN
MOETEN
TECHBEDRIJVEN
VEEL MEER
MOEITE DOEN
OM HUN PRO-
DUCTEN AAN
VERSCHILLENDE
MARKTEN AAN
TE PASSEN**

die de Europese Unie bedenkt wereldwijd invloed heeft. Bedrijven voeren bijvoorbeeld een strengere Europese richtlijn wereldwijd uit om hun producten uniform te houden, iets wat nu met Teams ook gebeurt. Die variant is het meest tastbaar bij de in september aangekondigde nieuwe iPhones. Onder Europese druk zijn die wereldwijd met een USB-C-oplaadpoort uitgerust in plaats van met Apples eigen systeem.

Een andere manier waarop de Brusselse regels buiten het Europese handelsblok gevolgen hebben, is doordat andere overheden regelmatig besluiten hun eigen regelgeving op de Europese wetten te baseren. Dat heeft bij de privacyregels van de *General Data Protection Regulation* (GDPR) wereldwijd gevolgen.