

## Het juridische gat

Hoe beslist een business innovator? Er zijn talloze management boeken over dat onderwerp verschenen, waarin nauwgezet wordt uitgelegd hoe een groeiemarkt is te herkennen. Een onderwerp dat daarbij dikwijls over het hoofd wordt gezien, is de juridische situatie van de markt. Heeft "het gat in de markt" wellicht juridische oorzaken? En zo ja, kan ik die met mijn business plan overwinnen? Ik noem dit het juridische gat.

Het internet is een ideaal distributiemiddel voor muziek, daar is iedereen het al sinds de opkomst van het net over eens. Toch wordt verreweg de meeste muziek nog steeds door middel van schijfjes gedistribueerd. Dit wordt niet veroorzaakt door een gebrek aan innovatie in de markt. In 1992 werd het bestandformaat MP3 al uitgevonden door de Duitse hoogleraar Karlheinz Brandenburg. Toch mislukten MP3.com en Napster, en heeft het tien jaar moeten duren voordat de eerste "legale" downloadsites werden aangeboden. De reden is dat het auteursrecht gevestigde belangen beschermt en toegang tot de markt afhankelijk maakt van afspraken met de huidige dominante marktpartijen. Die marktpartijen hebben er geen belang bij dat hun ouderwetse, maar winstgevende distributiemodel wordt veranderd. Als gevolg daarvan blijft innovatie op de muziekmarkt al jarenlang uit.

Hoe anders is dat op de telecommarkt. Binnen korte periode wordt de ene na de andere succesvolle innovatie geïntroduceerd, zowel applicaties als diensten. Mobiele telefoons, PDA's, MMS, VoIP en ga zo maar door. Dat is mogelijk omdat telecomwetgeving geen restricties stelt aan toegang tot de markt. Sterker, de telecomwet stimuleert die toegang juist in hoge mate. Onder omstandigheden is KPN verplicht toegang tot haar netwerk te verschaffen.

De jongens van Kazaa, zo noem ik Niklas Zennström en Janus Friis nog altijd, hebben als geen ander kennis gemaakt met het juridische gat. De beoogde samenwerking met de muziekindustrie mislukte in het geval van Kazaa volledig. Eindeloze onderhandelingen liepen uit op een deceptie. Op zoek naar nieuwe innovatieve business kozen zij voor de telecommarkt. Hun nieuwe product, Skype, is inmiddels 20 miljoen keer gedownload.