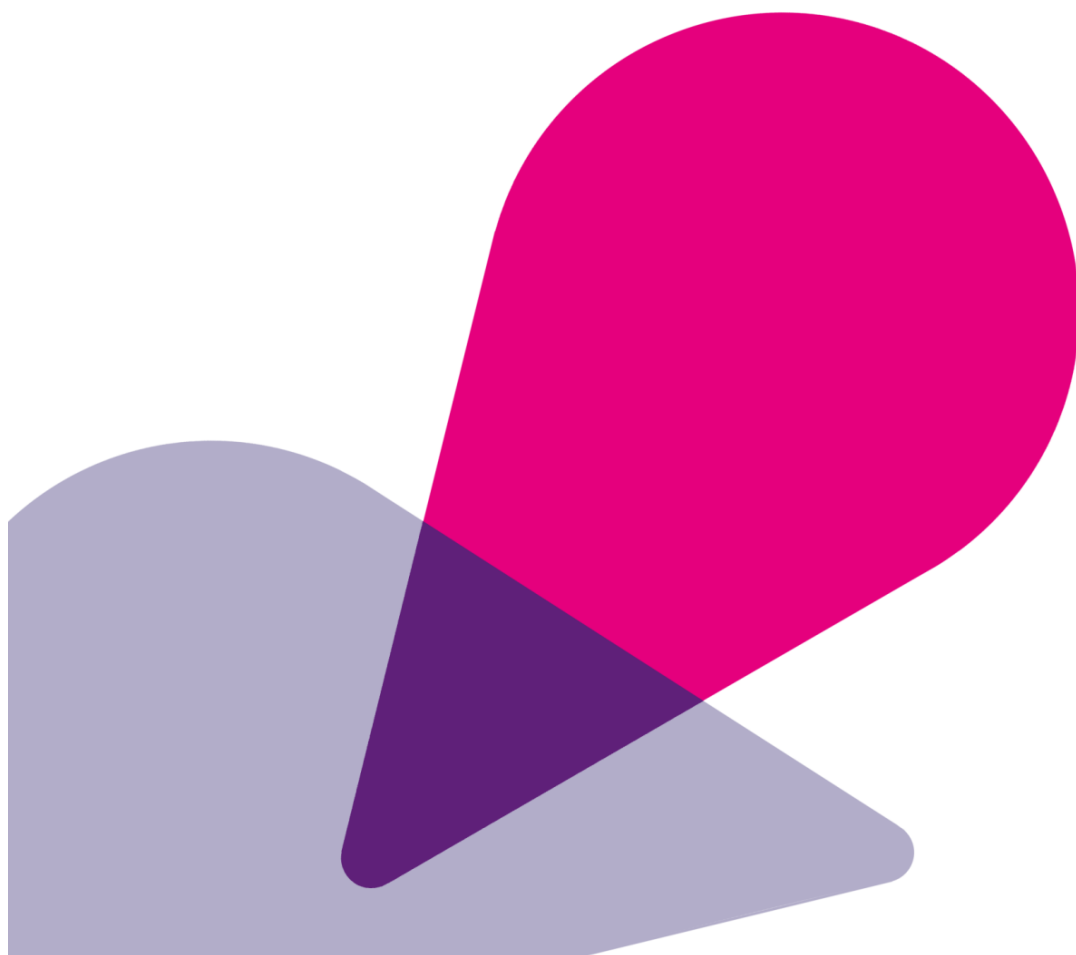




Staat van de Markt 2026



Staat van de Markt 2026

Ons kenmerk : ACM/UIT/657890

Zaaknummer : ACM/25/195745

Datum : 26 januari 2026

Inhoudsopgave

Staat van de Markt 2026	1
1 Marktordening, effectieve concurrentie en publieke belangen	4
1.1 Inleiding	4
1.2 Context	5
1.3 Bevindingen over concurrentie (samenvatting)	7
1.3.1 Concurrentie-indicatoren en bevindingen	7
1.3.2 Richtingen voor toezicht en beleid	8
1.4 Actuele onderwerpen en ontwikkelingen (samenvatting)	9
1.5 Vervolg	10
2 Marktfalen en de rol van de ACM	11
3 Concurrentie in Nederland	13
3.1 Toelichting op de indicatoren voor concurrentie	13
3.2 Marktconcentratie	15
3.2.1 De Herfindahl Hirschman Index	15
3.2.2 Concentratieratio van de vier grootste bedrijven	16
3.3 Bedrijvendynamiek	17
3.3.1 Oprichting- en uittredingpercentage	17
3.3.2 Rangpersistentie	18
3.3.3 Marktaandeelinstabiliteit	19
3.4 Markttuitkomsten van concurrentie	20
3.4.1 Mark-ups	20
3.4.2 Boone-indicator	21
3.5 Algemene beeld	22
3.5.1 Ontwikkeling concurrentie in Nederland en Europa	22
3.5.2 Mogelijke verklaringen voor afnemende concurrentie	23
3.5.3 Concurrentie en productiviteit	24
3.6 Richtingen voor toezicht en beleid	25
4 Actuele onderwerpen en ontwikkelingen	28
4.1 Private equity	28
4.1.1 Kansen en risico's van private equity	29
4.1.2 Waarborgen voor goede markttuitkomsten	30
4.2 Clouddiensten en concurrentiebeleid	31
4.2.1 Amerikaanse hyperscalers domineren de cloudsector	31
4.2.2 Marktmacht en negatieve externe effecten in relatie tot weerbaarheid	32
4.2.3 Overheidsregie in combinatie met mededingingstoezicht en regulering nodig om de cloudsector beter laten werken	33
4.3 Concurrentie om aandacht	35
4.3.1 Diverse en grote risico's voor consument en maatschappij	35
4.3.2 Markttoezicht belangrijk maar niet voldoende	36
4.3.3 Inzicht, daadkracht en coördinatie nodig	37
Literatuurlijst	38
Appendix A	47
Appendix B	48
Appendix C	52

1 Marktordening, effectieve concurrentie en publieke belangen

1.1 Inleiding

De Staat van de Markt is een nieuwe, jaarlijkse publicatie van de ACM die een algemeen inzicht geeft in het functioneren van markten in Nederland. Het brede perspectief in dit rapport vult andere ACM-publicaties aan. Die betreffen in de regel onderzoeken naar en toezicht op specifieke markten. De Staat van de Markt belicht de ruimere context van de missie van de ACM: markten goed laten werken voor alle mensen en bedrijven, nu en in de toekomst. Ook draagt de Staat van de Markt bij aan het bredere beleidsdebat over marktordening, effectieve concurrentie en publieke belangen.¹ In het huidige tijdsgewricht, waarin economische, technologische en geopolitieke ontwikkelingen dwars door elkaar heenlopen, wint zo'n ruimere invalshoek aan relevantie.

De Staat van de Markt bevat een verkenning van (i) de concurrentie op sectorniveau, en (ii) enkele actuele onderwerpen. Het eerste deel betreft een onderzoek naar concurrentie-indicatoren gedurende 2011-2023, dat elk jaar geactualiseerd zal worden. Daarmee sluit een jaarlijkse Staat van de Markt aan bij de toegenomen aandacht voor concurrentie, prijsontwikkelingen en marktmacht in het publieke debat. Een globaal beeld van de concurrentie geeft daarvoor een nuttige achtergrond. Diverse andere mededingingsautoriteiten doen dat ook, zoals in Duitsland (Monopolkommission, 2025), Ierland (CCPC, 2025), het VK (CMA, 2024) en Canada (Competition Bureau Canada, 2023).

Het eerste deel geeft nog geen zicht op specifieke markten of thema's. Ter aanvulling belicht het tweede deel daarom enkele actuele onderwerpen en ontwikkelingen, mogelijk met andere raakvlakken dan enkel concurrentie.² Voor een goed werkende markt is immers meer nodig dan alleen effectieve concurrentie. Wanneer concurrentie effectief is, ervaren bedrijven voortdurend prikkels om prijzen laag te houden, kwaliteit te verhogen en nieuwe producten en diensten te ontwikkelen. Afnemers profiteren daarvan op korte en lange termijn. Tegelijkertijd kunnen er vormen van marktfalen optreden die niet direct met concurrentie te maken hebben, zodat diverse publieke belangen in het geding kunnen komen. In dat licht bespreken we in deze editie van de Staat van de Markt private equity, de markt voor clouddiensten en de 'aandachtseconomie', ofwel concurrentie om aandacht van consumenten. De selectie van onderwerpen reflecteert het maatschappelijk belang daarvan, terwijl het denken over oplossingen nog volop in beweging is. Zo'n selectie is uiteraard nooit compleet, en ook enigszins arbitrair. De besprekingen zijn dan ook eerder verkennend en agenderend dan volledig. Voor een grondig inzicht in het functioneren van specifieke markten verricht de ACM (bijvoorbeeld) jaarlijks meerdere marktonderzoeken.³

De structuur van dit rapport is als volgt:

- Het resterende deel van **hoofdstuk 1** bespreekt de context van dit rapport (paragraaf 1.2), gevolgd door een samenvatting van de bevindingen over concurrentie, inclusief algemene implicaties voor markttoezicht en economisch beleid (paragraaf 1.3), en een samenvatting van de bevindingen over de actuele onderwerpen en ontwikkelingen (paragraaf 1.4).
- **Hoofdstuk 2** beschrijft de rol van de ACM als markttoezichthouder en de verschillende typen marktfalen relevant voor het toezicht van de ACM.
- **Hoofdstuk 3** introduceert de concurrentie-indicatoren (paragraaf 3.1) en bevat de empirische analyse op basis van die indicatoren (paragrafen 3.2, 3.3 en 3.4), die gezamenlijk een beeld van de concurrentie geven. Daarna volgt een bespreking van gerelateerde studies, de ontwikkeling van concurrentie in Europa en mogelijke verklaringen (paragraaf 3.5). Het hoofdstuk sluit af met algemene richtingen voor markttoezicht en economisch beleid (paragraaf 3.6).

¹ De Staat van de Markt vormt daarmee een aanvulling op publicaties van bijvoorbeeld het CPB, CBS, DNB en de AFM, elk met hun eigen invalshoeken.

² De ACM houdt niet alleen toezicht op concurrentie, maar ook op consumentenbelangen en op de sectoren energie, telecom, vervoer en post, en richt zich daarom ook op andere vormen van marktfalen dan concurrentieproblemen.

³ Zoals de marktonderzoeken van de ACM. [Marktonderzoeken | ACM](#).

- **Hoofdstuk 4** belicht drie actuele onderwerpen en ontwikkelingen, te weten private equity (paragraaf 4.1), clouddiensten (paragraaf 4.2) en de aandachtseconomie (paragraaf 4.3).

1.2 Context

Geopolitieke schokken, een verschuiving naar macht- en soevereiniteitsdenken, en de uitdijende macht van zeer grote bedrijven van buiten Europa onderstrepen het belang van strategische autonomie en weerbaarheid.⁴ Tegelijkertijd zijn er zorgen over een Europese achterstand in innovatie en productiviteit – zie bijvoorbeeld het Draghi-rapport (Draghi, 2024ab). De laatste jaren ging het economische beleidsdebat dan ook steeds meer over de concurrentiekracht en economische weerbaarheid van landen, regio's en zelfs werelddelen. Concurrentie en innovatie vormen daarvan belangrijke bestanddelen en dragen bij aan de positie van Nederland en Europa in de wereld.

De toekenning van de Nobelprijs voor Economie in 2025 onderstreept het belang van goed functionerende markten en effectieve concurrentie (Royal Swedish Academy of Sciences, 2025). Laureaten Philippe Aghion, Peter Howitt en Joel Mokyr hebben in hun onderzoek laten zien dat onze welvaart niet vanzelfsprekend is. Gedurende het grootste deel van de geschiedenis was economische stagnatie, en niet groei, de norm. Daarom moeten we onze (brede) welvaart, die mede voorkomt uit die groei, voortdurend beschermen tegen bedreigingen zoals het domineren van markten door bedrijven, belemmeringen voor toetreders die gevestigde spelers uitdagen, en algemener, beperkingen op de ontwikkeling en verspreiding van kennis. Zulke bedreigingen ondermijnen het opbloeien van nieuwe ideeën en daarmee de 'creatieve destructie', het proces dat de economie voortdurend blootstelt aan vernieuwing en welvaart aanjaagt.

De inzichten uit onderzoek naar innovatieprocessen die bijdragen aan onze brede welvaart zijn direct relevant voor beleid, ook in Nederland (Bolt en Inklaar, 2025). Zo is kennis voor een belangrijk deel plaatsgebonden en hebben kennisnetwerken baat bij nabijheid en interactie. Innovatie vereist een kennisinfrastructuur. Concurrentie vormt daarbij een belangrijke schakel: het zet bedrijven en ondernemers ertoe aan om continu nieuwe ideeën te bedenken en de laatste kennis toe te passen. Daarmee onderscheiden ze zich van elkaar ten gunste van hun afnemers.

Het onderzoek van de Nobellaureaten laat een duidelijk verband zien tussen het microniveau van concurrentie in een specifieke markt (waar de ACM op toeziet), en het macroniveau van de concurrentiekracht van de Nederlandse economie. In het bijzonder werpt hun onderzoek licht op de oorzaken van de achterblijvende concurrentiekracht en productiviteit in Europa. Het rapport van Draghi (2024a/b) sloeg daarover alarm. Draghi wees erop dat nationale kampioenen te lang bescherming krijgen, nieuwkomers stuiten op hinderpalen, de verspreiding van kennis tekortschiet, en de kennisinfrastructuur te versnipperd is (zie ook Bolt en Inklaar, 2025). Dat gaat ten koste van concurrentie en innovatie, en daarmee van de concurrentiekracht.

Het rapport Wennink (2025) draagt bij aan een vertaling van het Draghi-rapport naar de Nederlandse context, en onderstreept de relatie tussen concurrentievermogen en de snelle veranderingen in technologie en geopolitiek. Ook benadrukt het rapport dat onze toekomstige welvaart vraagt om maatschappelijke veerkracht en het kunnen omgaan met uitdagingen in onder meer digitalisering, klimaat en veiligheid. Waarbij de economie (inclusief innovatie-ecosystemen) en maatschappij bestand moeten zijn tegen bedreigingen als politieke beïnvloeding, ondermijning van de democratie, sabotage, enzovoorts. De rapporten van Draghi en Wennink weerspiegelen dat marktordening en markttoezicht niet op zichzelf staan.⁵ Een wisselwerking met andere vraagstukken was er natuurlijk altijd al, maar is nu meer prominent en grillig. Zie het omhoogschieten van energieprijzen na de inval van Oekraïne, de kwetsbaarheid van bedrijven bij uitval van stroom of telecom,⁶ en de afhankelijkheid van bedrijfsleven en overheid tegenover

⁴ Zie bijvoorbeeld Denkwerk (2026) en Gaastra (2026).

⁵ Vergeleken met de periode waarin het markttoezicht volwassen werd, inclusief de oprichting van de OPTA in 1997; de oprichting van de NMa in 1998, de oprichting van de Consumentenautoriteit in 2007, en de samenvoeging daarvan in de ACM in 2013.

⁶ Onderzoek door ACBI/UvA en SEO Economisch Onderzoek (Universiteit van Amsterdam, 2025).

enkele zeer grote cloudbaanbieders. Nederland is te klein om dergelijke problemen op eigen houtje op te lossen. Dat maakt het des te belangrijker om, vanuit de EU, samen op te trekken.⁷

Innovatie staat of valt dus met veerkracht en weerbaarheid, en effectieve concurrentie draagt daaraan bij. Dat maakt concurrentie – als proces dat bedrijven aanzet om continu te innoveren – beschermenswaardig, naast het directe belang voor consumenten. Draghi bepleit in dat licht dat Europees mededingingsbeleid, met name fusiecontrole, meer gewicht moet geven aan innovatie. Het idee is dat fusies in voorkomende gevallen gunstig zijn voor innovatie door de bedrijven die samengaan. Een kanttekening hierbij is dat opschaling door fusies niet per se innovatie stimuleert. Een dergelijke opschaling laat marktmacht toenemen terwijl de impact op innovatie onzeker is. Schaalvergroting die dat bijvoorbeeld wél doet bestaat uit de vorming van regionale en Europese ecosystemen van bedrijvigheid rondom bepaalde waardeketens. Met gelijktijdige innovatie door concurrerende bedrijven en florerende start-ups – zodat kennis-spillovers ruim baan krijgen, zonder regie door machtige spelers. Een concurrerend innovatie-ecosysteem stimuleert de diversiteit van nieuwe ideeën en vergroot de kans op onverwachte doorbraken vanuit verschillende hoeken. Met betere ideeën en bedrijfsvoering groeit een bedrijf door aanwas van nieuwe klanten. Daarom biedt autonome groei meer garanties voor innovatie dan groei door fusies. (De volgende paragraaf gaat nader in op schaalgrootte.)

Bovenstaande observaties hangen samen met de oproep in het rapport Wennink om regionaal ingebedde innovatie-ecosystemen te versterken. Het is aan de overheid (op centrale en decentrale niveaus) om dat te faciliteren en ondersteunen, en wel zonder dat gevestigde belangen (bestaande bedrijven en sectoren) een rem zetten op de benodigde verandering en vernieuwing. Wennink gaat overigens niet expliciet in op concurrentie, maar het pleidooi voor versterking van innovatie-ecosystemen vraagt om een competitief bedrijfsleven, waarvoor effectieve concurrentie onmisbaar is.

Vergroting van de Europese slagkracht vereist meer Europese investeringen, samenwerking en harmonisatie, zoals bepleit door Gaastra (2026). Groei in schaalgrootte om Europa sterker te maken gaat dan samen met minder fragmentatie van de interne markt, zodat bedrijven groeien zonder automatische terugval in de concurrentie. Gaastra wijst ook op de kwetsbaarheid van enkel sturen op efficiëntie. Een dergelijke sturing kan optimaal zijn in een stabiele omgeving, ofwel op korte termijn, maar onderkent dat 'just-in-case' overcapaciteit van onschatbare waarde is bij onvoorziene schokken. Voorbeelden zijn strategische voorraden en redundantie in infrastructuur: wanneer een component uitvalt kan een ander (deel van een) netwerk zorgen dat vitale functies overeind blijven. Zo gaan effectieve concurrentie en weerbaarheid in telecom samen wanneer meerdere aanbieders met eigen netwerken actief zijn in de markt.

Regie en coördinatie door de overheid zijn onmisbaar voor een vergroting van de concurrentiekracht en innovatievermogen. Economen wijzen erop dat effectief economisch beleid keuzes vereist ten aanzien van sectoren en technologie, zodat innovatie zich kan richten op grote maatschappelijke uitdagingen.⁸ De cloudsector illustreert dat: zonder Europees industriebeleid, inclusief Europese regelgeving, laten de grote coördinatie- en 'lock-in' problemen zich zo goed als niet verhelpen. Industriebeleid dient daarbij de klassieke valkuil van 'picking winners' te vermijden – bescherming van de concurrentiedynamiek is cruciaal.

Wet- en regelgeving krijgen vaak het stempel van obstakel voor ondernemerschap en opschaling van bedrijven, maar dat dekt niet helemaal de lading. Niemand is gebaat bij overbodige of nodeloos ingewikkelde regels. Tegelijkertijd vervult regelgeving essentiële functies: het zorgt voor een gelijk speelveld voor bedrijven en draagt bij aan publieke belangen wanneer de markt daar onvoldoende in voorziet, zoals milieubescherming en consumentenveiligheid. Ondernemers hebben er alle belang bij dat markten binnen heldere kaders goed functioneren, en ontlenen daar ook draagvlak aan. Zonder handhaving van effectieve regels worden concurrentieverhoudingen verstoord, nemen onzekerheden toe en komt het vertrouwen van investeerders onder druk te staan. Dat ondermijnt het ondernemingsklimaat en de welvaartsgroei. Wet- en regelgeving dient daarom bovenal duidelijk, stabiel en voorspelbaar te zijn.

⁷ Zie ook Gaastra (2026).

⁸ Zie bijvoorbeeld Coyle (2025).

Een overheid die koers houdt en stakeholders – inclusief nieuwkomers die nog niet ‘aan tafel zitten’ en afnemers – betreft bij beleid dat vernieuwing stimuleert, schept vertrouwen. Bedrijven kunnen dan langetermijnbeslissingen nemen, investeren en zich voorbereiden op de toekomst. In lijn met deze observaties blijft het belangrijk om alert te zijn op overtollige regels, en onnodige of bovenmatige regeldruk continu te verminderen.

1.3 Bevindingen over concurrentie (samenvatting)

1.3.1 Concurrentie-indicatoren en bevindingen

Hoe het gaat met de concurrentie in Nederland laat zich niet in één getal of zin vatten. Concurrentieanalyse gaat in de regel over een gegeven markt, namelijk het empirisch vastgestelde speelveld waar concurrenten daadwerkelijk met elkaar wedijveren om klanten (de 'relevante markt', zoals bijvoorbeeld de markt voor accountantsdiensten, of frisdrank). Voor een economie-breed onderzoek met dat detailniveau ontbreken de benodigde fijnmazige data. Bovendien zijn markten voortdurend in beweging: innovaties en de ontwikkeling van nieuwe businessmodellen verleggen bestaande marktafbakeningen en creëren nieuwe markten. Data over bestaande sectoren kunnen dat niet vangen. Wat wel mogelijk is, is een doorkijk in en over economische sectoren. Dit rapport gebruikt daarvoor data van het CBS en CompNet (2025). Voor de volledigheid: deze analyses op sector- en macroniveau doen geen uitspraken over concurrentie in individuele markten (wat concentratiebeoordelingen en marktonderzoeken van de ACM wel doen), maar kijken naar algemene ontwikkelingen. Zo'n macroperspectief biedt inzicht in trends over de tijd, en geeft context bij de duiding van ontwikkelingen in specifieke markten.

Op hoofdlijnen laten de bevindingen in hoofdstuk 3 het volgende beeld zien over de ontwikkeling van belangrijke, gangbare indicatoren voor effectieve concurrentie gedurende 2011-2023:

1. De marktconcentratie, gemiddeld voor Nederlandse sectoren, is toegenomen, met name in sectoren die al sterk geconcentreerd zijn.
2. De bedrijvendynamiek is afgenomen, wat blijkt uit afgenomen oprichting- en uittredingpercentages. Dit beeld hangt samen met de mate van sectorconcentratie en is in lijn met recent onderzoek door het CPB (2025).
3. Mark-ups (het verschil tussen prijs en marginale kosten) zijn gemiddeld gestegen, vooral in sectoren waar zij gemiddeld al relatief hoog waren. Een hogere mark-up is een indicatie van meer marktmacht. De Boone-indicator, die concurrentie meet via de mate waarin een efficiënter bedrijf meer winst kan toe-eigenen, is voor het merendeel van de sectoren gestegen, wat wijst op minder concurrentie.

Welke algemene boodschap volgt hieruit? Op basis van de bevindingen is het waarschijnlijk dat de concurrentie in Nederland, gemiddeld en vanuit een macroperspectief, is afgenomen gedurende 2011-2023, vooral in sterk geconcentreerde sectoren. De diverse indicatoren voor concurrentie bewegen gezamenlijk een ongunstige kant op. Dit algemene beeld onderstreept een toegenomen belang van het beschermen van concurrentie, wat cruciaal is voor onze concurrentiekracht en innovatievermogen, zoals besproken in paragraaf 1.2. Meer dan voorheen is waakzaamheid over concurrentie en marktdynamiek nodig.

Het beschermen van concurrentie is overigens geen doel op zich. Het ontleent relevantie aan de publieke belangen die ermee worden gewaarborgd, waaronder welvaartsgroei, innovatie en dynamiek door nieuwe ideeën, ondernemerschap en opschaling. De belangen van gevestigde spelers, die (logischerwijs) hun opgebouwde posities wensen te beschermen, vormen daarbij een belangrijk aandachtspunt, vooral in sectoren die al sterk geconcentreerd zijn. Beleid en toezicht moeten zich daarom vooral richten op marktuitskomsten die niet enkel gunstig zijn voor gevestigde spelers maar juist ook voor nieuwkomers. Dan staan marktpartijen continu bloot aan druk om te innoveren ten gunste van een rijk aanbod voor afnemers (Tirole, 2024; Scott Morton, et al., 2023). De resulterende opschaling, via uitfiltering van de beste ideeën

en uitvoering, stimuleert daarbij de autonome groei van bedrijven. Zo ondersteunt effectieve concurrentie ook de 'grotere' uitdagingen voor economie en maatschappij uit de rapporten van Draghi en Wennink.

Vanwege het macroperspectief zijn conclusies over specifieke markten niet mogelijk. Ook volgt uit de analyse niet per se dat de concurrentie op het niveau van specifieke markten is afgenomen: (i) per definitie geven de indicatoren geen eenduidig of volledig beeld van de concurrentie; (ii) de bevindingen betreffen sectoren die (voor concurrentie relevante) markten overstijgen; (iii) de economie staat bloot aan technologische ontwikkelingen die doorwerken op kosten van bedrijven, marktstructuur en wijze van concurreren; en (iv) de data houden geen rekening met im- en export, ofwel met concurrentie vanuit en richting andere landen. Het laatste punt is voor een open economie als Nederland relevant. Voor markten die blootstaan aan concurrentie uit het buitenland is een hoge concentratiegraad binnen Nederland minder problematisch, maar het omgekeerde is het geval voor markten met weinig concurrentie uit het buitenland.

Voor het beeld dat de indicatoren laten zien zijn diverse verklaringen mogelijk. Die kunnen per sector (en markt) sterk verschillen. Een eerste verklaring ligt in hogere vaste kosten en netwerkeffecten door digitalisering en meer gebruik van informatietechnologie. Deze ontwikkelingen versterken verschillen in efficiëntie en geleverde afnemerswaarde tussen bedrijven, waardoor concentratie toeneemt. Een tweede oorzaak kan liggen in veranderende consumentenvoorkeuren, zoals minder prijsgevoeligheid door een sterkere merkbinding. Een derde verklaring betreft een groeiende omvang van bedrijven door globalisering, wat bijvoorbeeld vraagt om grensoverschrijdende distributieketens en hogere vaste kosten. Tot slot loopt mededingingstoezicht niet synchroon mee met de tijd – vandaar de toerusting met extra gereedschap zoals een New Competition Tool en een inroepbevoegdheid in een groot aantal lidstaten. Nederland overweegt dat ook.⁹

Oorzaken gerelateerd aan hogere vaste kosten vragen vaak om meer schaalgrootte, zodat kosten over een groter volume gespreid kunnen worden. In dat licht lijkt het beeld van afgenomen concurrentie samen te hangen met structurele economische verschuivingen over de tijd. De bespreking van implicaties voor beleid en toezicht (paragraaf 1.3.2) gaat nader in op schaalgrootte.

De bevindingen voor de concurrentie in Nederlands staan niet op zichzelf. De Europese Commissie (2024a) rapporteerde in 2024 dat de concurrentieomstandigheden in de EU de afgelopen 25 jaar ongunstiger zijn geworden, afgemeten aan toegenomen concentratie, gestegen marges en winsten, een grotere kloof in marges, winst en productiviteit tussen industrieleiders en volgers, en afgenomen bedrijfsdynamiek. De Duitse Monopolkommission (2025) wees in haar Hoofdverslag over 2024 op een lichte stijging in concentratie onder de grootste bedrijven en een kleine stijging van marktmacht in enkele sectoren. De Competition and Markets Authority (CMA, 2024) concludeerde in haar State of UK Competition Report 2024 dat de concurrentie in de Britse economie is verzwakt, met gestegen winstmarges en een afname van bedrijfsdynamiek. De Ierse Competition and Consumer Protection Commission (CCPC, 2025abcd) onderzocht de Ierse (niet-financiële) dienstensector gedurende 2008-2022 en rapporteerde in een reeks publicaties getiteld State of Competition in Ireland dat de concurrentie op diverse gebieden is verzwakt. Buiten Europa concludeerde de Canadese mededingingsautoriteit (Competition Bureau Canada, 2023) dat de concurrentie-intensiteit in Canada tussen 2000 en 2020 is afgenomen, wat blijkt uit toegenomen concentratie, verminderde marktdynamiek, minder nieuwkomers en hogere winstmarges.

1.3.2 Richtingen voor toezicht en beleid

Wat zijn de beleidsmatige implicaties van de algemene conclusie dat de concurrentie-intensiteit, gemiddeld gezien, waarschijnlijk is afgenomen? In aansluiting op de bespreking van de context (paragraaf 1.2), spitsen we ons toe op schaalgrootte, een regelmatig geopperd recept voor concurrentiekracht en innovatievermogen. Dat punt is minder zwart-wit dan de indruk die het beleidsdebat kan geven. Er is een

⁹ [Kamerbrief over vervolg toekomst mededingingsbeleid | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl](#).

diversiteit aan routes om de concurrentiekracht en het innovatievermogen te bevorderen via verschillende vormen van schaalgrootte:

Ten eerste, stevig mededingingstoezicht met oog voor dynamische efficiëntie. Het toestaan van fusies die op korte termijn de mededinging beperken kan in voorkomende gevallen de innovatie stimuleren op een manier waar afnemers uiteindelijk van profiteren (Jullien en Lefouili, 2018). Mededingingsautoriteiten dienen daar vanzelfsprekend oog voor te hebben. Een algemene versoepeling van het fusietoezicht zou de productiviteitsgroei schaden. Concurrentie draagt bij aan productiviteitsgroei omdat het bedrijven dwingt om hun aanbod te vernieuwen en efficiënter te werken, ten gunste van hun afnemers. Ook remt marktmacht de bedrijfsdynamiek af, bijvoorbeeld omdat grote bedrijven drempels opwerpen voor succesvolle kleine bedrijven.

Ten tweede, obstakels wegnemen die succesvolle bedrijven verhinderen om door te groeien. Het CPB (CPB, 2025) noemt bijvoorbeeld het vergroten van toegang tot kapitaal voor *scale-ups*, versoepeling van faillissementswetgeving, en vergroting van de arbeidsmobiliteit. Naast een verbeterde mogelijkheid tot schaalvergroting leveren zulke maatregelen meer kennisverspreiding tussen bedrijven op, wat ook ten goede komt aan productiviteitsgroei.

Ten derde, relevante markten (empirisch vastgestelde markten waarop concurrentie daadwerkelijk plaatsvindt) vergroten, vooral door verdergaande Europese integratie.¹⁰ Succesvolle bedrijven kunnen dan binnen Europa schaal opbouwen en zo ook mondiale concurrentie aangaan. Bovendien zijn bedrijven die in Europa blootstaan aan meer concurrentie eerder mondiaal concurrerend. Deze route biedt ook ruimte voor schaalvergroting door fusies. Een fusie tussen Nederlandse grootbanken zou de concurrentie bijvoorbeeld ondermijnen, in tegenstelling tot een overname van een binnenlandse bank door een buitenlandse speler. Een versterking van de interne markt maakt zo'n internationale fusie aantrekkelijker.

Tot slot, schaalvergroting realiseren door de totstandkoming van regionale en Europese ecosystemen rondom technologische waardeketens te stimuleren. Zulke ecosystemen geven ruimte aan kennis-spillovers en een veelvoud aan inspanningen gericht op innovatie door concurrerende bedrijven en start-ups. Dat stimuleert de diversiteit van (nieuwe) ideeën en vergroot de kans op onverwachte doorbraken. Ook zonder (individuele) Europese 'kampioenen' is dan volop innovatie en dynamiek mogelijk, met een evenwichtigere machtsverdeling in de toeleveringsketen, en eerlijke kansen voor nieuwkomers.

1.4 Actuele onderwerpen en ontwikkelingen (samenvatting)

Naast een analyse van concurrentie-ontwikkelingen belicht de Staat van de Markt enkele actuele onderwerpen en ontwikkelingen met maatschappelijke relevantie, die raken aan het toezicht van de ACM. Daarmee vullen we de analyse van concurrentie-ontwikkelingen aan. De actuele thema's in deze editie zijn private equity, clouddiensten en concurrentiebeleid, en concurrentie om aandacht, ofwel de 'aandachtseconomie'. Deze selectie reflecteert het belang van die thema's terwijl het denken over oplossingen nog volop in beweging is. Een onderwerpkeuze is uiteraard niet compleet, en ook enigszins arbitrair. De besprekingen zijn dan ook eerder verkennend en agenderend bedoeld dan dat zij volledigheid nastreven. De gekozen onderwerpen reflecteren diverse vormen van marktfalen, waaronder een gebrek aan effectieve keuzemogelijkheden voor afnemers, die daardoor niet in staat zijn om gevestigde of dominante aanbieders te disciplineren, en situaties waarin concurrentie belangrijke publieke belangen niet automatisch beschermt.

Private equity. Private equity partijen (investeerders die kapitaal verstrekken aan bedrijven die niet beursgenoteerd zijn, met het doel deze over een aantal jaar weer te verkopen) zijn behoorlijk actief in Nederland. Dat kan bijdragen aan productiviteitsgroei en investeringen. Tegelijkertijd kunnen te sterke korte-termijn winstprikkel nadelig uitpakken voor consumenten en de samenleving zoals in de aanwezigheid van marktmacht, informatieasymmetrie of gedragsvalkuilen. De komst van private equity

¹⁰ NB eenvoudigweg beweren of definiëren dat een markt Europees en niet nationaal is, verslechtert de dynamische concurrentie eerder dan dat het innovatie en investeringen aanjaagt.

kan zulke marktimperfections extra aanzetten. Een voorbeeld is een situatie waarin sterke prikkels om snel kosten te besparen ten koste gaan van kwaliteitsdimensies die zich niet laten beschermen met wet- en regelgeving. Dat holt 'niet-contracteerbare' publieke belangen uit. Een ander voorbeeld treedt op wanneer consumenten kwetsbaar zijn voor uitbuiting door sterk op winst gerichte spelers wanneer zij moeite hebben om weloverwogen keuzes te maken. Een oplossingsrichting ligt in (proportionele) sectorspecifieke maatregelen die ongewenste neveneffecten en ondermijning van publieke belangen helpen voorkomen, en waar mogelijk evengoed de voordelen van private equity in stand houden.

Clouddiensten en concurrentiebeleid. Clouddiensten zijn ondertussen onmisbaar in de economie en maatschappij. We raken in toenemende mate afhankelijk van deze diensten, die een groeiend infrastructureel karakter krijgen in een gedigitaliseerde samenleving. De markt voor clouddiensten kenmerkt zich door sterke afhankelijkheid van enkele bijzonder grote, niet-Europese aanbieders. Het gebrek aan diversificatie, in combinatie met de enorme drempels voor afnemers om naar een andere aanbieder over te stappen, leidt tot marktmacht. Deze manifesteert zich in toenemende mate ook politiek, via beïnvloeding van beleid, alsmede in geopolitieke en strategische risico's vanwege de afhankelijkheid. Actieve overheidsregie op nationaal en Europees niveau, gecombineerd met mededingingstoezicht en sectorspecifieke maatregelen, is noodzakelijk om stapsgewijs het leveranciersrisico te verminderen, de diversificatie van leveranciers te vergroten, en zo geopolitieke en strategische kwetsbaarheden te verminderen.

Concurrentie om aandacht. In de 'aandachtseconomie' concurreren onder meer sociale media- en *gaming*-platforms om aandacht (en data) van consumenten. Die kunnen zij verhandelen, bijvoorbeeld aan adverteerders. Door marktmacht van dominante platforms hebben consumenten dikwijls weinig inzicht in, en grip op, de waarde daarvan. Dat geldt vooral voor minderjarigen. Daarbovenop houden platforms vaak onvoldoende rekening met negatieve externe effecten op de samenleving. Deze asymmetrie in machtsverhoudingen en informatie tussen platform en consument, en de negatieve impact op de samenleving, schaden de welvaart en het welzijn van consumenten en burgers. De ernst daarvan maakt regelgeving onvermijdelijk. Meer kennis van en empirisch onderzoek naar technieken en ontwerpkeuzes van platforms helpt om risico's te prioriteren voor (nieuw) toezicht en beleid. Gezien de potentiële omvang van verdere schade leidt wachten op nader 'bewijs' over de precieze impact bovenal tot vertraging en uitstel; zo probeerde de tabaksindustrie in het verleden maatregelen tegen roken af te wenden. Wanneer bedrijven verantwoordelijkheid uit de weg gaan voor schade door het gebruik van hun diensten en technologie, blijven strenge regels en handhaving over als noodzakelijke en urgente oplossing. Daarbij is coördinatie met andere toezichthouders en beleidsmakers onmisbaar, ook internationaal.

1.5 Vervolg

De Staat van de Markt is een jaarlijkse publicatie van de ACM. Dit rapport is de eerste editie. In volgende edities zal de ACM de concurrentie-indicatoren actualiseren en waar mogelijk aanvullen met indicatoren over andere aspecten gerelateerd aan het functioneren van markten. Ook zullen de indicatoren in de toekomst toegankelijk worden gemaakt via een dashboard met fijnmazigere niveaus van data. De keuze van actuele onderwerpen kan per jaar verschillen, in aansluiting op actuele ontwikkelingen met betrekking tot economie, maatschappij en technologie.

2 Marktfalen en de rol van de ACM

Het marktmechanisme (ofwel 'de markt') speelt een belangrijke rol in veel economische processen. Goed werkende markten leveren dan ook aanzienlijke baten op, zowel door lagere prijzen en hogere kwaliteit, als door meer diversiteit en vernieuwing van het aanbod voor afnemers. Het belang van een goed werkende markt overstijgt vaak de directe voordelen voor de consument. Markten dragen door welvaartscreatie namelijk ook bij aan breder welzijn (Van Damme, 2017). Met een passende marktordening en regulering zijn markten ook inzetbaar om bepaalde publieke belangen te bevorderen, zoals mediapluriformiteit of voedselzekerheid.

Goedwerkende markten zijn evenwel niet vanzelfsprekend; marktfalen is eerder regel dan uitzondering. Daardoor zijn sturing en correctie door de overheid nodig. Uiteraard dienen interventie, zoals door de ACM of een andere overheidsinstantie, proportioneel te zijn gezien de aard en de ernst van de situatie. Dit hoofdstuk zet de rol van de ACM uiteen bij gangbare vormen van marktfalen.¹¹

Ten eerste, bedrijven kunnen *marktmacht* hebben. Concurrentie dwingt bedrijven om efficiënt te produceren, hun prijzen dicht bij de kosten te houden, kwaliteit te leveren en te blijven innoveren. Als er onvoldoende concurrentie is, bijvoorbeeld door kartelvorming of het hinderen van concurrenten door een dominante aanbieder, werkt dit mechanisme niet. Consumenten worden dan afhankelijk van één of enkele partijen die hun eigen voorwaarden kunnen stellen. Dat levert schade op voor consumenten, welvaart en maatschappelijk welzijn. Marktmacht kan zich, bijvoorbeeld door middel van lobbyactiviteiten, ook vertalen in politieke macht, zoals onevenredige invloed op democratische besluitvorming (Cowgill, et al., 2024; Aizenberg en Hanegraaff, 2020; Berkhout, et al., 2017). Ook kan marktmacht bijdragen aan ongelijkheid (Aghion et al., 2021). De ACM houdt op grond van de Mededingingswet toezicht om het ontstaan en misbruik van marktmacht tegen te gaan. Voor een aantal sectoren met structureel onvoldoende concurrentie (telecom, openbaar vervoer, post, energiedistributie en digitale platforms) houdt de ACM daarnaast toezicht op basis van sectorspecifieke regulering om de negatieve gevolgen van marktmacht in te perken.

Ten tweede, er kan sprake zijn van *asymmetrische informatie* waarbij afnemers onvoldoende geïnformeerd zijn over de prijs of kwaliteit van het aanbod. Als toezichthouder voor consumentenbescherming heeft de ACM een rol om dat tegen te gaan. De ACM treedt onder andere op tegen misleidende handelspraktijken (ACM, 2025a) en handhaaft transparantieplichtingen (ACM, 2023a). Ook houdt de ACM toezicht op regels die oneerlijke handelspraktijken tegengaan in de verhouding tussen agrarische bedrijven en grote afnemers, zoals kaasproducenten (ACM, 2024d). Daarnaast zijn sommige producten dusdanig complex of tijdrovend dat het voor consumenten ondoenlijk is om te monitoren of een aanbieder aan alle relevante kwaliteitseisen voldoet. Dit geldt bijvoorbeeld voor energie-aanbieders, waarvoor de ACM daarom strenge vergunningseisen stelt.¹²

Ten derde, consumenten kunnen gehinderd worden door *gedragsvalkuilen*. Consumenten kiezen niet altijd 'rationeel', of vinden het ingewikkeld om relevante informatie te verwerken. Dan betalen zij meer dan nodig is, bijvoorbeeld omdat zij niet overstappen naar een aanbieder met een betere waardepropositie. Dit marktfalen wordt versterkt als bedrijven ten koste van de consument inspelen op deze gedragsvalkuilen. Het consumentenrecht stelt grenzen aan de mate waarin dat geoorloofd is. De ACM beschermt consumenten tegen onrechtmatige beïnvloeding op basis van gedragsvalkuilen, zoals door het ontwerp van misleidende online omgevingen (ACM, 2020).

Ten vierde, marktuitskomsten kunnen van invloed zijn op derden die niet bij de markttransactie betrokken zijn. Marktdeelnemers houden te weinig rekening met deze zogenoemde *externe effecten* (of externaliteiten). Daardoor levert de markt geen uitkomst op die voor de samenleving als geheel het beste is. Zulke externe effecten kunnen nadelig zijn, zoals CO₂-uitstoot die vrijkomt bij productie, maar ook voordelig, zoals wanneer een bedrijf investeert in kennis die ook ten goede komt aan andere bedrijven.

¹¹ Het volgende overzicht van marktfalens heeft de ACM ontleend aan Tirole (2017), Coyle (2020) en Stiglitz (2024).

¹² Zie [Energievergunning aanvragen | ACM](#).

De overheid kan dan in principe betere marktuitskomsten bewerkstelligen, onder andere door normering, subsidies en belastingen. De ACM houdt waar mogelijk rekening met externe effecten. Zo kunnen concurrenten onder voorwaarden ruimte krijgen voor afspraken die negatieve externe effecten op het gebied van duurzaamheid verminderen (ACM, 2023b). Ook mag Schiphol bijvoorbeeld lagere tarieven rekenen aan vliegtuigen die voor minder geluidsoverlast zorgen (ACM, 2025b).

Ten vijfde, door gebrekkige coördinatie komen sommige marktuitskomsten niet tot stand, zelfs niet als iedereen daar baat bij heeft. Zo migreren veel Nederlandse ondernemingen niet van Amerikaanse naar Europese cloudaanbieders vanwege ontbrekende functionaliteiten, terwijl Europese aanbieders schaal nodig hebben om die functionaliteiten te kunnen ontwikkelen. De ACM houdt waar mogelijk rekening met coördinatieproblemen, bijvoorbeeld door 'guidance' voor bedrijven kip-en-eiproblemen willen oplossen (ACM, 2025c).

Een zesde vorm van marktfalen treedt op als er niet of slechts in beperkte mate een markt tot stand komt. Stiglitz (2024) geeft als voorbeeld de afwezigheid van een (private) markt voor verzekeringen voor mensen met een hoog risico op medische zorg.¹³ Ook komt een markt soms niet tot stand wanneer aanbieders geen vergoeding voor hun dienst kunnen afdwingen. Dat speelt bij *publieke goederen*, zoals defensie. Dan kan de overheid inspringen, door de productie zelf op te pakken, of door een nieuwe markt te creëren. Een voorbeeld is het Europese ETS waarin emissierechten en -plichten zijn gecreëerd, inclusief de belofte van een afnemend aanbod van emissierechten. Ook in geval van een natuurlijk monopolie kan een markt tekortschieten om voldoende betaalbaar aanbod te leveren. Een voorbeeld is een (zelf uitgevoerde dan wel aanbestede) publieke nutsvoorziening zoals openbaar vervoer en water.

Tot slot kan een markt tot uitkomsten leiden die de samenleving als onrechtvaardig beschouwt. Een marktproces kan weliswaar veel output en waarde genereren (en in die betekenis efficiënt zijn), de verdeling daarvan kan evengoed ongewenst zijn. Zo kunnen markten bijdragen aan groeiende ongelijkheid. De ACM heeft oog voor verdelingseffecten van marktuitskomsten maar geen direct instrumentarium om daarin te sturen. Herverdeling van uitkomsten is vooral een taak voor de politiek en overheidsinstanties als de Belastingdienst en het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Wel kan de ACM in voorkomende gevallen benoemen hoe marktprocessen uitpakken voor verschillende groepen in de samenleving (ACM, 2024a).

Alles overziend is de rol van ACM het grootst in bestrijden en terugdringen van marktmacht, asymmetrische informatie en gedragsvalkuilen. Bij externe effecten en coördinatieproblemen, in het bijzonder wanneer gewenste markten niet tot stand komen, kan de ACM een bijdrage leveren aan het creëren van markten, waaronder een geschikte marktordening. Ook kan de ACM verschillende vormen van marktfalen en mogelijke handelingsperspectieven in kaart brengen.

¹³ Daarnaast zijn er macro-economische vormen van marktfalen. Ten eerste overmatige macro-economische fluctuaties zoals fikse schommelingen in werkgelegenheid. Ten tweede een kloof tussen het potentiële en feitelijke outputniveau van een economie (Stiglitz, 2024).

3 Concurrentie in Nederland

Concurrentie is het proces van rivaliteit tussen bedrijven die wedijveren om de gunst van de afnemers. Wanneer concurrentie effectief is, ervaren bedrijven voortdurend prikkels om hun aanbod te verbeteren. Afnemers profiteren daarvan op de korte en lange termijn. Effectieve concurrentie zet bedrijven ertoe aan om de prijzen laag te houden, de kwaliteit te verbeteren en in te spelen op afnemersvoorkeuren. Daarnaast stimuleert effectieve concurrentie bedrijven om te investeren en innoveren, zodat nieuwe en verbeterde producten en productieprocessen beschikbaar komen.

Effectieve concurrentie vereist dat afnemers daadwerkelijk kunnen kiezen. Wanneer dat niet of slechts beperkt kan, bijvoorbeeld door overstapkosten, een gebrek aan transparantie of consumenteninertie, zwakt de disciplinerende werking van concurrentie af. Ook komen de voordelen van concurrentie dan niet of beperkt bij deze afnemers terecht.

Bij effectieve concurrentie winnen bedrijven met een beter aanbod marktaandeel van concurrenten. Succesvolle bedrijven maken dan meer winst, maar deze beloning is tijdelijk. Het vooruitzicht op een hogere winst zet concurrenten aan tot verbetering en trekt nieuwe toetreders aan. Gevestigde bedrijven behouden hun positie uitsluitend door hun verdiensten wanneer de concurrentie goed werkt.

Effectieve concurrentie dient niet alleen het belang van de afnemers maar jaagt ook welvaart aan door een bevordering van productiviteit en innovatie. Daarom is het zinvol om de concurrentie structureel te monitoren. De Staat van de Markt biedt, aan de hand van een reeks indicatoren, een globaal inzicht in de actuele stand van de concurrentie in Nederland.

Concurrentie laat zich niet in één indicator vangen. Daarom belichten we de concurrentie met drie groepen indicatoren. We beginnen met een beschrijving daarvan (paragraaf 3.1). De eerste groep indicatoren ziet op concentratie (paragraaf 3.2), de tweede groep op bedrijvendynamiek (paragraaf 3.3) en de derde groep op markttuitkomsten (paragraaf 3.4). De ontwikkeling van de indicatoren geven gezamenlijk een beeld van de ontwikkeling van de concurrentie (paragraaf 3.5). We sluiten dit hoofdstuk af met routes voor toezicht en beleid (paragraaf 3.6).

3.1 Toelichting op de indicatoren voor concurrentie

We maken gebruik van berekeningen en data van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en Compnet.¹⁴ De data loopt van 2011 tot en met 2023. We tonen de indicatoren op het niveau van de standaard bedrijfsindeling (SBI) van het CBS, meer specifiek op SBI-2 niveau. De indicatoren geven een geaggregeerd beeld van de niveaus en ontwikkelingen van concurrentie in sectoren van de Nederlandse economie.¹⁵ Bedrijven die buiten Nederland gevestigd zijn en omzet genereren in Nederland, zijn niet in de statistieken meegenomen.

De groepen indicatoren zijn: (i) concentratie, (ii) bedrijvendynamiek en (iii) markttuitkomsten. Deze indicatoren zijn gangbaar in soortgelijke rapporten die de ontwikkeling van concurrentie duiden.

- i. **Indicatoren over concentratie** beschrijven de marktstructuur via verdeling van de omzet over bedrijven. Een geconcentreerde markt houdt in dat een klein aantal bedrijven samen veel marktaandeel (in termen van omzet) hebben. In een niet-geconcentreerde markt hebben veel bedrijven kleine marktaandelen. In een monopolie – de meest geconcentreerde marktstructuur – heeft één bedrijf 100% marktaandeel. Een hoge concentratie is een indicatie dat concurrentie

¹⁴ Het CBS heeft voor de ACM berekeningen uitgevoerd voor de Herfindahl Hirschmann Index, CR4, Rangpersistentie, Marktaandeelinstabiliteit en de Boone-indicator. Voor mark-ups hebben we gebruik gemaakt van de berekeningen en gegevens van CompNet (2025). Voor het oprichting- en uittredingpercentage hebben we gebruik gemaakt van CBS data beschikbaar in Statline. Voor een uitgebreidere bespreking van manier waarop de indicatoren berekend worden, zie Appendix B.

¹⁵ Zie Appendix A voor een overzicht van SBI-sectoren die zijn meegenomen in de analyse.

beperkt is omdat afnemers weinig keuzemogelijkheden hebben.¹⁶ In geconcentreerde markten met weinig ondernemingen is het vaak gemakkelijker om prijzen (stilzwijgend) af te stemmen. We meten concentratie met de *Herfindahl Hirschman Index* (HHI) en de *concentratieratio* van de vier grootste bedrijven (CR4).

- ii. **Indicatoren over bedrijvendynamiek** beschrijven de concurrentiedynamiek. In een concurrerende markt verliezen minder efficiënte bedrijven marktaandeel aan efficiëntere bedrijven en vervangen nieuwe bedrijven bestaande bedrijven: het proces van 'creatieve destructie'. We gebruiken drie indicatoren. Ten eerste de *oprichting- en uittredingpercentages* van bedrijven. Meer oprichting en uittreding wijzen op meer concurrentie omdat nieuwe bedrijven bestaande bedrijven vervangen. Het oprichtingspercentage zegt ook iets over toetredingsbarrières, omdat een hoger aantal nieuw opgerichte bedrijven wijst op lagere toetredingsdrempels. Het uittredingspercentage toont de mate waarin ondernemingen de markt verlaten en er schaarse productiemiddelen vrij komen voor andere ondernemingen.

Marktleiders in geconcentreerde markten met beperkte toe- en uittreding kunnen evengoed blootstaan aan concurrentie en dynamiek. Een tweede indicator is daarom de *rangpersistentie*, dat is de mate waarin de grootste bedrijven zich weten te handhaven. Een hogere rangpersistentie wijst op minder concurrentie omdat andere spelers hen minder weten uit te dagen. Ook als ondernemingen zich in de top weten te handhaven, kan er concurrentie zijn waardoor hun marktaandelen veranderen. Daarom is een derde indicator de *marktaandeelinstabieliteit* in de top. Een lage marktaandeelinstabieliteit wijst op zwakkere concurrentie.

- iii. **Indicatoren over marktuitskomsten** meten concurrentie uitkomsten van concurrentie. De prijs is een belangrijk voorbeeld, als determinant van omzet en winst. De *mark-up* geeft inzicht in de mate waarin de prijs hoger is dan de kosten. Hoe groter de mark-up, des te meer marktmacht ondernemingen hebben en des te meer ruimte om een prijs hoger dan (marginale of variabele) kosten te vragen. Hoge mark-ups zijn daarom een indicatie van zwakke concurrentie.

De *Boone-indicator* meet in hoeverre de winsten veranderen als de kosten van bedrijven veranderen. Hoe meer de winst van een bedrijf daalt bij stijgende kosten, hoe concurrerder de markt. De reden is dat in een concurrerende markt efficiëntere ondernemingen meer concurrentiedruk uitoefenen op minder efficiënte ondernemingen. Door concurrentie hebben minder efficiënte ondernemingen minder ruimte om een kostenstijging aan afnemers door te berekenen. Daardoor daalt hun winst sterker als de kosten stijgen.

Bij de interpretatie van de indicatoren zijn enkele aandachtspunten van belang. Ten eerste, geen enkele indicator geeft uitsluitend over de concurrentie-intensiteit. Bij wijze van voorbeeld: een markt kan concurrerend zijn ondanks concentratie. Die concurrentiedruk zou dan kunnen blijken uit lage mark-ups of veel toe- en uittreding. Daarom gebruiken we verschillende indicatoren. Bovendien kunnen indicatoren niet tussen verschillende markten vergeleken worden: elke markt heeft kenmerken die kunnen uitmonden in een voor een markt karakteristieke bandbreedte voor een indicator.

Ten tweede, indicatoren op basis van de SBI geven inzicht in trends, maar sluiten niet aan op zogenoemde relevante markten in mededingingsanalyses. Een relevante markt is de kleinste mogelijke groep producten die in de ogen van afnemers substitueerbaar zijn. In de praktijk betreft dat kleinere productgroepen dan de sectoren uit de SBI. Dit betekent dat een gegeven SBI-sector producten zal bevatten die niet met elkaar concurreren. Zo bevat de sector '*Vervaardiging van computers en randapparatuur*' (SBI - 2620) zowel printers als geldwisselautomaten. Voor afnemers zijn dat geen substituten. Het kan ook voorkomen dat nabije substituten onder een verschillende SBI-sector vallen.

¹⁶ Vooral bij toetredingsdrempels. Wanneer vlotte toetreding mogelijk is zonder een relatief groot kostennadeel ten opzichte van gevestigde spelers, werkt potentiële toetreding disciplinerend op aanbieders in een geconcentreerde markt.

Tot slot, een mededingingsanalyse bakent een relevante markt af voor een specifiek geografisch gebied, zoals lokaal, regionaal, nationaal of grensoverschrijdend. De SBI gaat ervan uit dat markten nationaal zijn. Omdat Nederland stevige import- en exportposities heeft leidt dit er toe dat meerdere markten concurrentiedruk uit het buitenland ervaren. Hierdoor ontstaat een overschatting van concentratiemaatstaven voor dergelijke markten. Tegelijkertijd kan een onderschatting van de concurrentiemaatstaven ontstaan van markten waarbij concurrentie op lokaal of regionaal niveau plaatsvindt.

Het bovenstaande impliceert dat de indicatoren inzicht geven in trends binnen sectoren, maar niet direct vertaald kunnen worden naar concrete markten. Er is wel een verband tussen indicatoren op SBI-niveau en marktniveau. Wetenschappelijk onderzoek laat zien dat de trend van concentratiemaatstaven op SBI-niveau sterk gecorreleerd zijn met het niveau en de trends op concentratie op productmarktniveau van onderliggende markten (Europese Commissie, 2024a). Ook toont onderzoek dat de gemiddelde concentratie op de relevante markt vaak significant hoger is dan de concentratie op SBI-niveau (Shapiro en Yurukoglu, 2026). Dat ligt voor de hand omdat relevante markten alleen substituten bevatten, terwijl de SBI mede gebaseerd is op overeenkomsten in het productieproces. De analyses op SBI-niveau vormen daarom vaak een onderschatting van de concentratie op productmarktniveau. Uiteindelijk geven de indicatoren in samenhang een beeld van de ontwikkeling van de concurrentie in Nederland (paragraaf 3.5).

3.2 Marktconcentratie

De marktconcentratie is gedurende 2011 tot en met 2023 toegenomen in Nederland. Deze stijging lijkt vooral gedreven te worden door een concentratietoename in sectoren die reeds al sterk geconcentreerd zijn. Dat blijkt uit een toename van de Herfindahl Hirschman Index (HHI) en de concentratie-ratio van de vier grootste bedrijven (CR4) in betreffende sectoren. Tegelijkertijd heeft het merendeel van de sectoren een relatief lage concentratie. Een hogere concentratie wijst op zwakkere concurrentie.

De concentratie is gemeten aan de hand van de Herfindahl Hirschman Index (HHI) en de concentratie-ratio van de vier grootste bedrijven (CR4). Beide methodes gebruiken marktaandelen op basis van de omzet van een onderneming in een sector ten opzichte van de totale omzet in de sector.

3.2.1 De Herfindahl Hirschman Index

De Herfindahl Hirschman Index (HHI) is een maatstaf voor concentratie die inzicht geeft in hoe de marktaandelen binnen een sector verdeeld zijn. De HHI wordt berekend door de marktaandelen van bedrijven te kwadrateren en bij elkaar op te tellen. De index loopt van 0 (veel kleine spelers met verwaarloosbaar klein marktaandeel als theoretisch referentiepunt van perfecte concurrentie) tot 10.000 (monopolie). Doordat marktaandelen worden gekwadrateerd leidt een groter marktaandeel tot een kwadratisch hogere bijdrage aan de index.

De gemiddelde HHI van de sectoren op SBI-2 niveau is toegenomen gedurende 2011-2023. Deze stijging betekent dat sectoren in deze periode meer geconcentreerd zijn geworden.

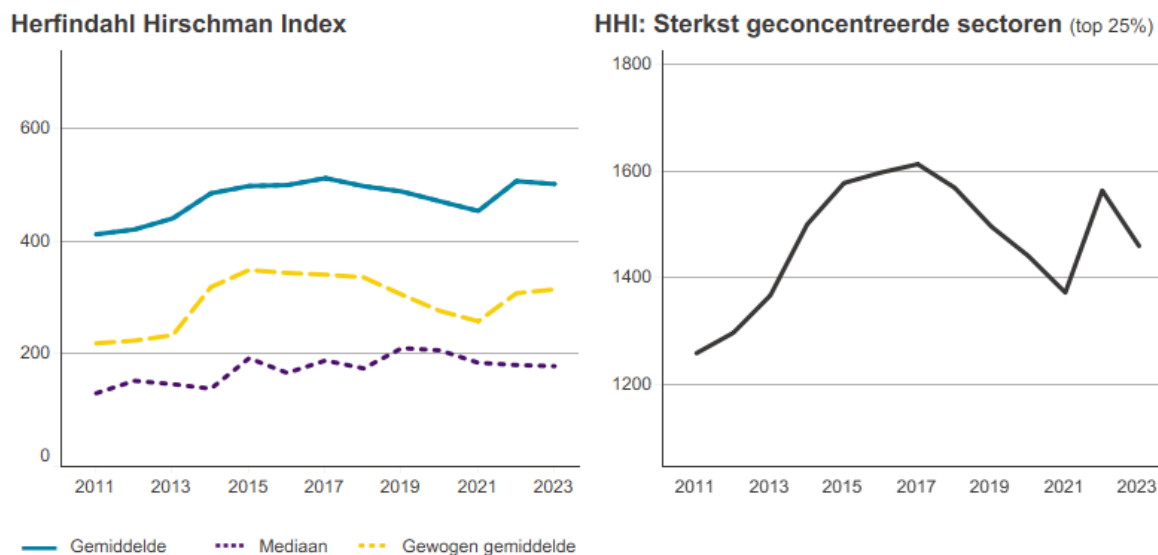
Figuur 1 toont deze ontwikkelingen. Het linker paneel toont de ontwikkelingen van het gemiddelde, de mediaan en het gewogen gemiddelde van de HHI.¹⁷ De gemiddelde HHI is met 22% gestegen van 412 naar 501. De mediaan is relatief laag, gestegen met 37% van 130 naar 178. Een lage mediaan betekent dat een groot deel van de sectoren op SBI-2 niveau een lage concentratiegraad hebben. Het gewogen gemiddelde is met 43% gestegen van 219 naar 314. Sectoren met een relatief hoge omzet hebben dus vaak een lagere concentratiegraad. De mediaan ligt (flink) lager dan het gemiddelde, wat betekent dat er op SBI-2 niveau veel sectoren met een lage concentratie zijn, en een klein aantal sterker geconcentreerde sectoren.

¹⁷ Het gewogen gemiddelde is berekend op basis van de omzetten per sector.

Het rechter paneel van

Figuur 1 toont dat de concentratie in de meest geconcentreerde sectoren het sterkste is toegenomen.¹⁸ Het rechter paneel toont de ontwikkeling van de gemiddelde HHI van de top 25% van sectoren met de hoogste HHI. De HHI is met 16% toegenomen van 1258 naar 1460. In 2019, 2020 en 2021 zien we een daling in de HHI, gevolgd door een stijging in 2022.

Figuur 1: De concentratie gemeten aan de hand van de Herfindahl Hirschman Index neemt toe (links), met name voor sterkst geconcentreerde sectoren (rechts)



Bron: CBS en bewerking ACM

3.2.2 Concentratieratio van de vier grootste bedrijven

De concentratieratio (CR) is de som van de gezamenlijke marktaandeelen van de grootste bedrijven binnen een sector. De CR4 betreft de vier grootste bedrijven en schetst een algemeen beeld van de concentratie aan de top van een sector.

Figuur 2 toont de ontwikkelingen van de CR4 op SBI-2 niveau, waarbij het linker paneel de ontwikkeling van het gemiddelde, gewogen gemiddelde en de mediaan toont. De ontwikkelingen van de CR4 komen in grote mate overeen met de ontwikkelingen van de HHI. De gemiddelde CR4 van sectoren op SBI-2 niveau is toegenomen gedurende 2011- 2023. De gemiddelde CR4 is met een stijging van 2 procentpunt toegenomen van 25,1% naar 27,1%. Het gewogen gemiddelde is met 2,8 procentpunt toegenomen van 18,5% tot 21,3%. De mediaan is toegenomen met 2 procentpunt van 18% naar 20%.

De ontwikkelingen laten zien dat het marktaandeel van de grootste vier ondernemingen in sectoren op SBI-2 niveau is toegenomen. Een mediaan van 20% betekent dat in de helft van de sectoren de CR4 gelijk of lager is dan 20%, wat betekent dat de concentratie in een groot aantal sectoren beperkt is. Omdat de gemiddelde CR4 boven de mediaan ligt, is dit een indicatie van een beperkt aantal (sterk) geconcentreerde sectoren. Sectoren met een relatief hogere omzet lijken ook minder geconcentreerd te zijn, doordat het gewogen gemiddelde onder het gemiddelde ligt.

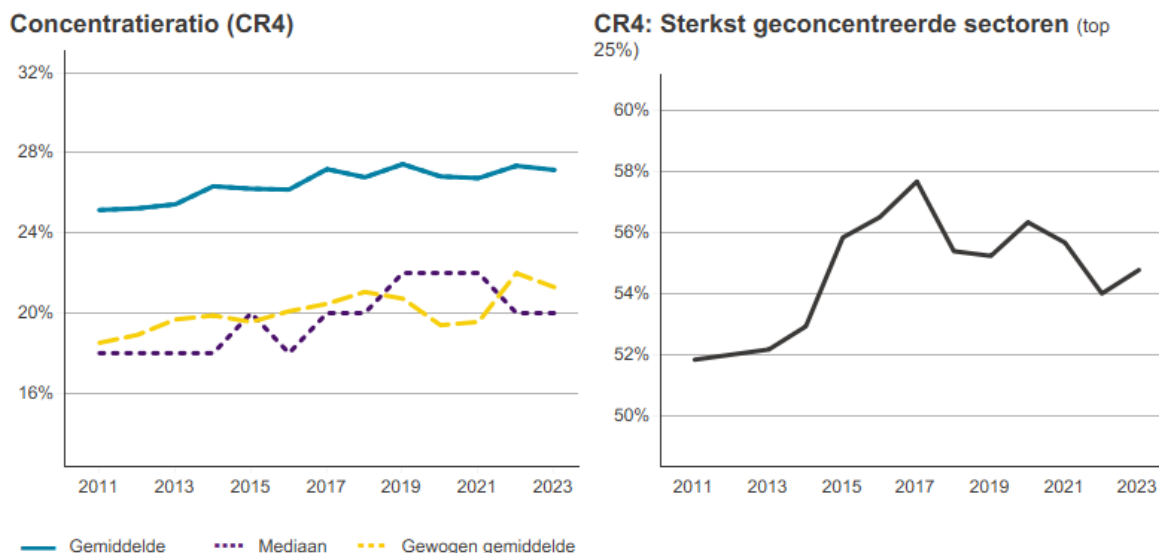
Het rechter paneel van Figuur 2 toont de ontwikkeling CR4 van de meest geconcentreerde sectoren op SBI-2 niveau. Het toont de ontwikkeling van het gemiddelde van de top 25% van sectoren met de hoogste CR4. Het niveau in de top 25% ligt met zo'n 54% een stuk hoger dan het niveau van het gemiddelde en de mediaan. De CR4 is voor deze subgroep gestegen met 2,9 procentpunt van 51,8% naar 54,8%.¹⁹ Die stijging is in absolute termen hoger dan de ontwikkeling voor de gemiddelde CR4. Dit suggereert dat het

¹⁸ Voor de 25% minst geconcentreerde sectoren is de HHI afgenomen met 3,7 (-7,4%) van 49,7 naar 46,0.

¹⁹ Voor de 25% minst geconcentreerde sectoren is de CR4 afgenomen met 1,3 procentpunt van 9,6 naar 8,3.

merendeel van de toename in de gemiddelde CR4 te verklaren is door een toename in CR4 in sectoren die al relatief sterk geconcentreerd zijn.

Figuur 2: De concentratie ratio neemt toe (links) met name voor de sterkst geconcentreerde sectoren (rechts)



Bron: CBS en bewerking ACM

3.3 Bedrijvendynamiek

De bedrijvendynamiek in Nederland lijkt gedurende 2011 tot en met 2023 te zijn verzwakt. De oprichting- en uittredingspercentages zijn afgenomen. De rangpersistentie is gemiddeld gezien relatief vlak gebleven, maar voor geconcentreerde sectoren gestegen. Dat betekent dat de grootste bedrijven in de meest geconcentreerde sectoren hun posities beter weten te handhaven. Tegelijkertijd zijn marktaandelen iets instabieler geworden, al is het beeld aan de top diffuus. Zwakkere bedrijvendynamiek betekent dat nieuwe ondernemingen minder doorgroeien en gevestigde spelers minder uitdagen, terwijl ondernemingen aan de top hun posities beter weten te handhaven. Afnemende bedrijvendynamiek is een signaal dat concurrentie verzwakt.

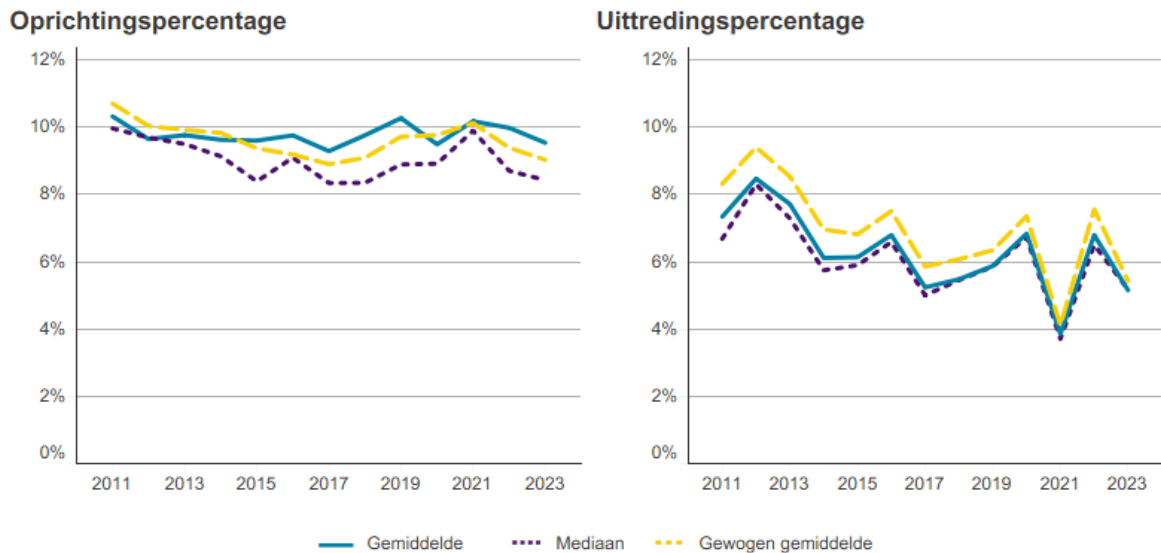
3.3.1 Oprichting- en uittredingspercentage

Het oprichtingspercentage is het aantal oprichtingen van ondernemingen per jaar binnen een sector, als percentage van het totaal aantal ondernemingen in de sector. Het uittredingspercentage is het aantal opheffingen per jaar in een sector als percentage van het totaal aantal ondernemingen in de sector.

Figuur 3 toont de ontwikkelingen van oprichting- en uittredingspercentages voor sectoren op SBI-2 niveau gedurende 2011 tot en met 2023. Het linker paneel toont de ontwikkeling van het gemiddelde, het gewogen gemiddelde en de mediaan van het oprichtingspercentage. Het oprichtingspercentage is afgenomen, maar in vergelijking met het uittredingspercentage relatief vlak. Het gemiddelde is afgenomen met 0,8 procentpunt (-7,6%) van 10,3% naar 9,5% en de mediaan met 1,5 procentpunt (-15,4%) van 10,0% naar 8,5%. Het oprichtingspercentage voor het omzet-gewogen gemiddelde is afgenomen met 1,7 procentpunt (-15,6%) van 10,7% naar 9,0%.

Het rechter paneel van Figuur 3 toont de ontwikkeling van het uittredingspercentage. Uittreding is voor zowel het gemiddelde, het gewogen gemiddelde en de mediaan afgenomen. Gemiddelde uittreding is afgenomen met 2,2 procentpunt (-29,8%) van 7,3% naar 5,2% en de mediaan met 1,5 procentpunt (-22,5%) van 6,7% naar 5,2%. Het gewogen gemiddelde ligt boven het gemiddelde, wat een indicatie is dat met name sectoren met een hogere omzet een hoger uittredingspercentage hebben. De afname voor het gewogen gemiddelde is 2,9 procentpunt (-34,7%) van 8,3% naar 5,4%.

Figuur 3: Het oprichtingspercentage (links) en het uittredingspercentage (rechts) nemen af



Bron: CBS en bewerking ACM

3.3.2 Rangpersistentie

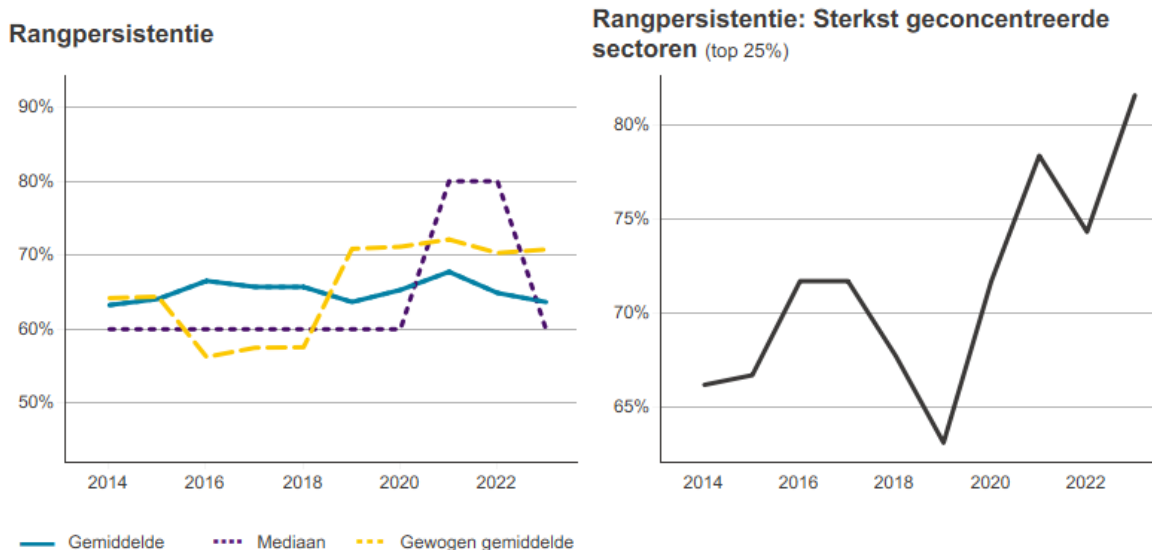
De rangpersistentie meet welk deel van de grootste bedrijven hun positie in de top van een sector gedurende de tijd weten te behouden. Dit doen we voor de top-5 ondernemingen in een sector. Posities worden per bedrijfstak bepaald aan de hand van de omzet, en de rangpersistentie betreft een periode van 3 jaar. De rangpersistentie loopt van 0% (geen enkele onderneming staat meer in de top-5) tot 100% (alle ondernemingen blijven in de top-5). Een rangpersistentie van 60% betekent dat 3 ondernemingen in de afgelopen 3 jaar ook in de top stonden. Een lage rangpersistentie wijst op dynamiek in de top, terwijl een hoge waarde een teken is dat ondernemingen zich in de top weten te handhaven.

Figuur 4 toont de ontwikkeling van de rangpersistentie voor SBI-2 sectoren gedurende 2014 tot en met 2023. Het linker paneel toont het gemiddelde, het gewogen gemiddelde en de mediaan van de rangpersistentie. De ontwikkeling van het gemiddelde is zo goed als vlak, rond de 65%. Iets meer dan drie op de vijf ondernemingen stonden in de drie jaren daarvoor ook in de top 5. In 2021 en 2022, tijdens de coronamaatregelen, nam dit percentage toe, wat ook blijkt uit de ontwikkeling van de mediaan. Gemiddeld genomen hebben sectoren met een hogere omzet een hogere rangpersistentie. Deze is toegenomen met 6,6 procentpunt (+10%) van 64,2% naar 70,8%.

Het rechter paneel van Figuur 4 toont de ontwikkeling van de rangpersistentie in de meest geconcentreerde sectoren. Het betreft de 25% sterkst geconcentreerde sectoren op basis van de concentratie ratio (CR4). De gemiddelde rangpersistentie voor de meest geconcentreerde sectoren is toegenomen met 15,4 procentpunt (+23,3%) van 66,2% naar 81,5%. De sterkst geconcentreerde sectoren tonen een hoger dan gemiddelde rangpersistentie, met name gedurende 2020 tot en met 2023.²⁰

²⁰ Voor de 25% minst geconcentreerde sectoren (o.b.v. CR4) is de rangpersistentie afgenomen met 1,7 (-3,0%) van 55,0 naar 53,3.

Figuur 4: Rangpersistentie blijft relatief vlak (links), maar neemt toe voor de sterkst geconcentreerde sectoren (rechts)



Bron: CBS en bewerking ACM

3.3.3 Marktaandeelinstabiliteit

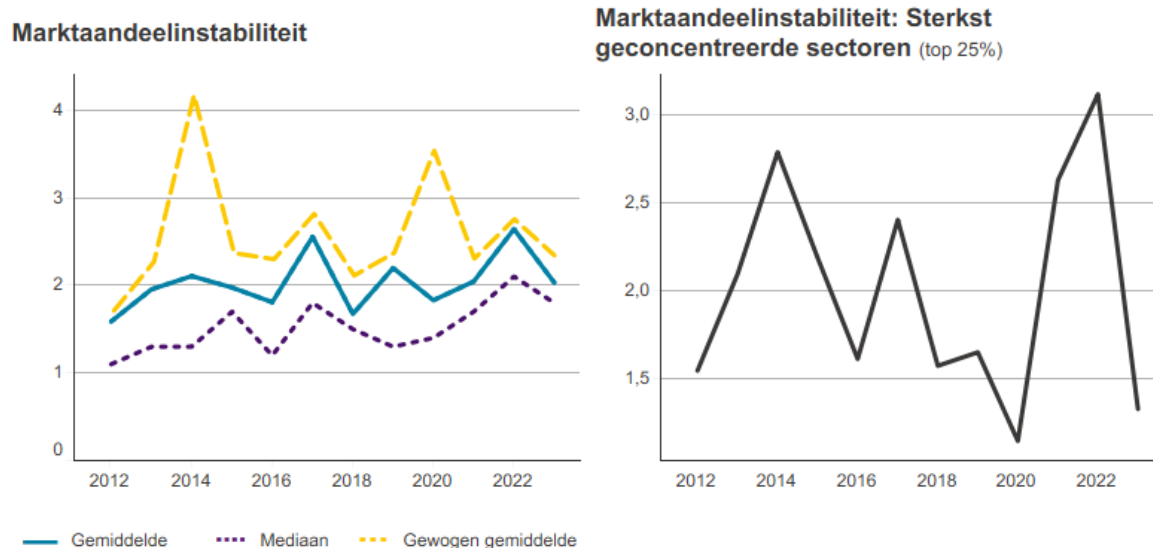
Marktaandeelinstabiliteit betreft veranderingen van marktaandelen van de grootste 5 ondernemingen in een sector, voor jaar t berekend als gemiddelde absolute waarde van de verandering van marktaandelen in procentpunten tussen jaar t en jaar $t - 1$ voor de grootste 5 ondernemingen. De indicator meet hoe persistent marktaandelen aan de top zijn. Een hoge waarde suggereert een significante verandering tussen marktleaders. Een verlaging van de marktaandeelinstabiliteit wijst op minder verandering, ofwel een lagere bedrijfsdynamiek.

Figuur 5 toont de ontwikkeling van marktaandeelinstabiliteit voor sectoren op SBI-2 niveau gedurende 2012 tot en met 2023. De algemene trend lijkt stijgend, al schommelt de indicator per periode. De mediaan ligt onder het gemiddelde, wat wijst op een lage marktaandeelinstabiliteit in een relatief groot aantal sectoren, en een relatief hoge instabiliteit in een beperkt aantal sectoren. Het gemiddelde is toegenomen met 0,44 (+28,0%) van 1,59 naar 2,03. Het gewogen gemiddelde is toegenomen met 0,48 (+36,9%) van 1,30 naar 1,78. De mediaan is het sterkst toegenomen, met 0,7 (+63,6%) van 1,1 naar 1,8.

Het rechter paneel van Figuur 5 toont de ontwikkeling van de marktaandeelinstabiliteit in de sectoren die het sterkst geconcentreerd zijn. De gemiddelde marktaandeelinstabiliteit betreft de 25% sectoren met de hoogste concentratie ratio (CR4). De marktaandeelinstabiliteit voor de sterkst geconcentreerde sectoren schommelt. Voor de periode 2012 tot en met 2022 geldt een toename van 1,57 (+102,0%) van 1,54 naar 3,11, terwijl de periode 2012 tot en met 2023 een afname toont van 0,22 (-14,1%) van 1,57 naar 1,32.²¹

²¹ Voor de 25% minst geconcentreerde sectoren (o.b.v. CR4) is de marktaandeelinstabiliteit toegenomen met 1,45 (+170,3%) van 0,85 naar 2,31. Zoals aangegeven schommelt de marktaandeelinstabiliteit sterk, waardoor de vergelijking tussen twee jaren een vertekend beeld kan geven.

Figuur 5: Marktaandeelinstabiliteit neemt toe (links) maar neemt licht af voor de sterkst geconcentreerde sectoren (rechts)



Bron: CBS en bewerking ACM

3.4 Marktuitlekomsten van concurrentie

De marktuitlekomsten van het concurrentieproces in Nederland lijken gedurende 2011 tot en met 2023 te zijn verslechterd. De gemiddelde mark-up is licht toegenomen, wat wijst op meer marktmacht. Deze lijkt vooral te worden gedreven door een stijging van mark-ups in sectoren waar die al relatief hoog waren. Ook de Boone-indicator is gemiddeld toegenomen, wat eveneens wijst op een lagere concurrentie-intensiteit.

3.4.1 Mark-ups

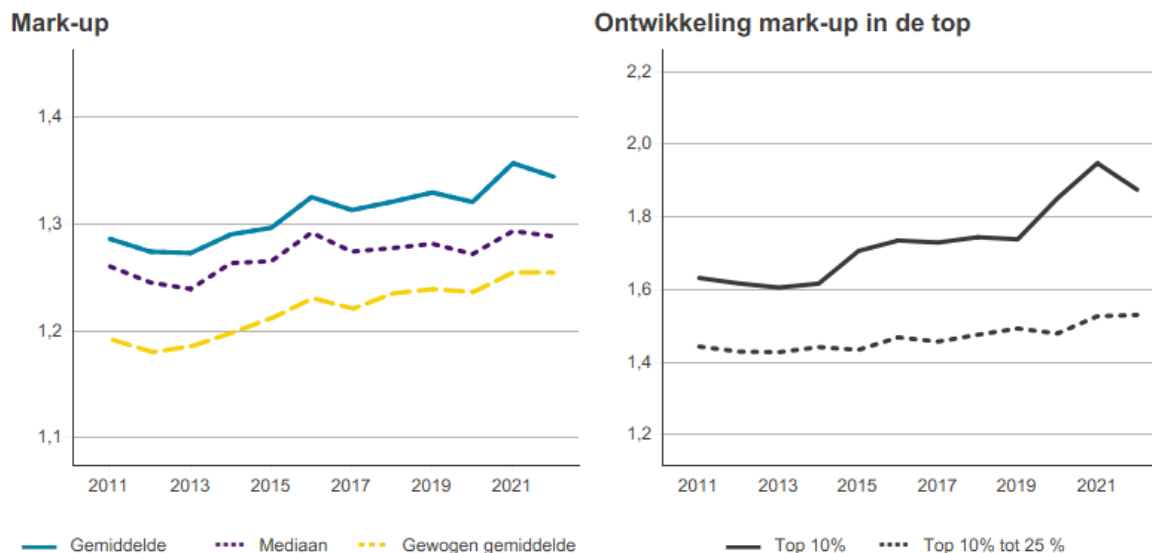
De mark-up is het verschil tussen de prijs die een bedrijf vraagt voor een goed of dienst en zijn marginale kosten. Deze wordt vaak uitgedrukt als de ratio tussen de prijs en marginale kosten. Ondernemingen met marktmacht kunnen een hogere marge bovenop de marginale kosten zetten. Concurrentie zet druk op prijzen en leidt zo tot lagere mark-ups. Prijzen en marginale kosten zijn niet altijd waarneembaar maar kunnen worden benaderd (bijvoorbeeld met variabele kosten) of geschat (met econometrische technieken). Wij hanteren schattingen van Compnet (2025).

Figuur 6 toont de ontwikkeling van mark-ups van sectoren op SBI-2 niveau gedurende 2011 tot en met 2022. De gemiddelde mark-up is met 0,06 (+4,5%) gestegen van 1,29 naar 1,34. De mediaan is toegenomen met 0,03 (2,2%) van 1,26 naar 1,29. De mediaan ligt onder het gemiddelde, wat betekent dat de mark-up voor een relatief groot deel van de sectoren lager ligt dan gemiddeld. Het gewogen gemiddelde is met 0,06 (+5,3%) toegenomen van 1,19 naar 1,25.

Het rechter paneel van Figuur 6 toont de ontwikkeling van de mark-up voor de sectoren met de hoogste mark-ups. Het toont de ontwikkeling van de top 10% sectoren met hoogste mark-ups, en de subtop voor de bandbreedte 25% tot 10%. De gemiddelde stijging lijkt sterk te worden gedreven door sectoren met de hoogste mark-up. De mark-up voor de top 10% is toegenomen met 0,24 (+14,9%) van 1,63 naar 1,87 en is toegenomen voor de subtop 10% tot 25% met 0,09 (+6,0%) van 1,44 naar 1,53.²²

²² Voor de laagste 10% is de mark-up toegenomen met 0,09 (+8,7%) van 1,08 naar 1,17 en voor de laagste 10% tot 25% is de mark-up toegenomen met 0,06 (+5,3%) van 1,16 naar 1,22.

Figuur 6: De mark-up neemt licht toe (links), en stijgt relatief sterk voor sectoren met de hoogste mark-up (rechts)²³



Bron: Compnet en bewerking ACM

3.4.2 Boone-indicator

De Boone-indicator (Boone, 2008) meet de concurrentie-intensiteit via de winstelasticiteit ten opzichte van kosten. Die elasticiteit reflecteert hoeveel de winst verandert door een kostenverandering: hoe meer concurrentie, hoe minder ruimte om een kostenstijging door te geven aan afnemers. Bij meer concurrentie daalt de winst daarom harder wanneer de kosten toenemen. De winstelasticiteit heeft een waarde tussen $-\infty$ (min oneindig) en 1, waarbij een lager (of sterker negatief) getal wijst op meer concurrentie. De Boone-indicator wordt geschat met een regressievergelijking die veranderingen in de winst verklaart door veranderingen in gemiddelde variabele kosten. De Boone-indicator is sectorspecifiek waardoor het vergelijken van niveaus tussen verschillende sectoren tot verkeerde interpretaties kan leiden. Daarom kijken we naar trends van de Boone-indicator en tonen we een gemiddelde trend van de Boone-indicator.

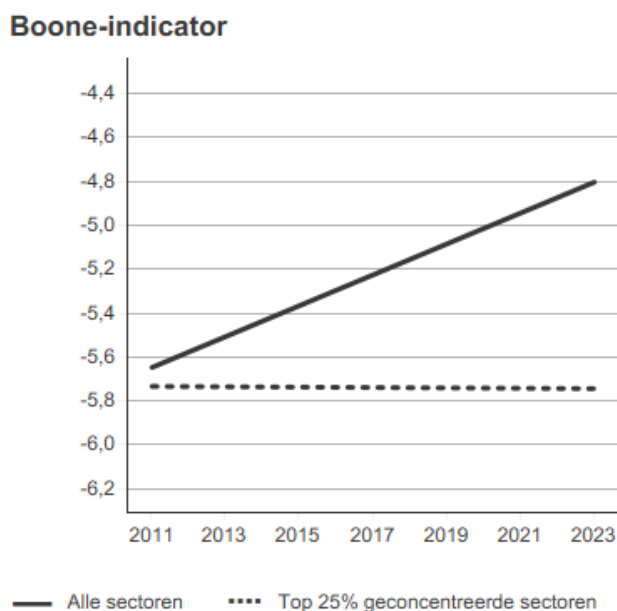
Figuur 7 toont de gemiddelde trend van de Boone-indicator van sectoren op SBI-2 niveau gedurende 2011 tot en met 2023. De Boone-indicator is voor de gemiddelde trend toegenomen met 0,84 (+15,0%) van -5,64 naar -4,80. De indicator is voor 31 van de 48 sectoren gestegen, en voor de overige 17 sectoren afgenomen.

De stippellijn in Figuur 7 toont de gemiddelde trend van de Boone-indicator voor de 25% meest geconcentreerde sectoren.²⁴ Deze trendlijn is zo goed als vlak. De Boone-indicator is (zeer licht) afgenomen met 0,01 (-0,0%) van -5,73 naar -5,74.²⁵

²⁴ Op basis van de gemiddelde concentratieratio (4) over de gehele periode. Deze selectie wijkt af van de selectie van de meest geconcentreerde sectoren voor de andere indicatoren, die per jaar naar de top 25% kijken. Voor de Boone-indicator zijn niveaus tussen sectoren niet te vergelijken en is de trend relevant. Daarom werken we hier met een vaste selectie.

²⁵ Voor de 25% minst geconcentreerde sectoren (o.b.v. CR4) is de Boone-indicator toegenomen met 1,86 (+30,2%) van -6,19 naar -4,32.

Figuur 7: De gemiddelde trend van de Boone-indicator toont een toename en de gemiddelde trendlijn van de top 25% geconcentreerde sectoren is vlak.



Bron: CBS en bewerking ACM

3.5 Algemene beeld

Deze paragraaf bespreekt het algemene beeld van de concurrentie in Nederland waar de concurrentie-indicatoren op wijzen, ook in relatie tot studies. Ook plaatsten we het beeld in een Europees perspectief. Ten eerste bespreken we het beeld dat de concurrentie in Nederland lijkt te zijn afgenomen in de afgelopen periode (paragraaf 3.5.1). Ten tweede zetten we mogelijke verklaringen daarvoor uit de wetenschappelijke literatuur op een rij (paragraaf 3.5.2). Ten derde bespreken we het verband tussen concurrentie en productiviteitsgroei (paragraaf 3.5.3). Dat vormt een opmaat voor de richtingen voor toezicht en beleid (paragraaf 3.6).

3.5.1 Ontwikkeling concurrentie in Nederland en Europa

Het gezamenlijke beeld van de concurrentie-indicatoren is dat de concurrentie in Nederland in de afgelopen jaren lijkt te zijn afgenomen. De indicatoren voor marktconcentratie zijn gestegen, die voor bedrijvendynamiek afgenomen, en die voor markuitkomsten (licht) verslechterd. Dat beeld verschilt tussen sectoren. In sectoren die al minder concurrerend lijken te zijn, lijkt een verdere verslechtering op te treden. Sectoren met de hoogste concentratieniveaus tonen de grootste toename in marktconcentratie en de grootste afname in bedrijvendynamiek (rangpersistentie), en sectoren met de hoogste mark-ups tonen de grootste toename in mark-ups.

Het beeld van toegenomen marktconcentratie verhoudt zich als volgt tot andere studies. Eerder onderzoek naar de ontwikkeling van marktconcentratie in Nederland laat een gemengd beeld zien. Colciago et al. (2020) laten een lichte stijging op SBI-4 niveau voor 2006-2016 zien, terwijl Bighelli et al. (2023) een lichte daling op SBI-2 niveau tonen voor 2007-2017.²⁶ Algemener is er een bredere trend van toenemende marktconcentratie in de EU (Europese Commissie, 2024a; Bajgar et al., 2025 Koltay et al., 2023).

Onze resultaten voor bedrijvendynamiek zijn in lijn met ander onderzoek over bedrijvendynamiek in Nederland. Onderzoek van het CPB (2025) toont dat de economische dynamiek is afgenomen tussen

²⁶ Bighelli, T., F. di Mauro, M.J. Melitz en M. Mertens (2023) European firm concentration and aggregate productivity. Journal of the European Economic Association

2007 en 2023. Het CPB constateert onder andere afnemende oprichting- en opheffingsratio's van ondernemingen en afnemende banendynamiek. Ook elders in Europa is er een trend van afnemende bedrijvendynamiek door onder andere beperkte toe- en uittreding en rangpersistentie aan de top (Bajgar, et al., 2025; Calvino, et al., 2020; Europese Commissie, 2024a). Een lagere bedrijvendynamiek hoeft echter geen toenemende mark-up te betekenen (Albrecht en Decker, 2026).

Bestaande literatuur toont een ogenschijnlijk vlakke ontwikkeling van mark-ups in Nederland tot 2016, gevolgd door een mogelijke stijging. Calligaris et al. (2024) toont de ontwikkeling van mark-ups voor verschillende Europese landen waaronder Nederland, waarbij de ontwikkeling stabiel was gedurende 2000-2012. In een studie naar marktmacht en mark-ups wereldwijd tonen De Loecker en Eeckhout (2018) dat mark-ups in Nederland zijn toegenomen gedurende 1980-2016. CPB (2019) laat zien dat de mark-ups tussen 2006-2015 voor de meeste Nederlandse industrieën stabiel waren. In aanvulling daarop benoemen Van Heuvelen et al. (2021) dat de modelspecificatie bepalend is voor trends in mark-ups. Een andere specificatie (van 'vrije input') resulteert mogelijk in toenemende winstmarges in Nederland. CPB (2023) toont dat winstmarges bij ondernemingen toenamen na de coronacrisis (2021-2023). Een breed scala aan onderzoeken (Calligaris, et al., 2024; Koltay, et al., 2023; Loecker en Eeckhout 2018) documenteert gestegen mark-ups en winstmarges in Europa.

De Europese Commissie (2024a) onderzoekt hoe de Europese concurrentieomstandigheden de afgelopen 25 jaar zijn veranderd. Die bevindingen suggereren dat, gemiddeld en in een breed scala aan sectoren, (i) de concentratie op sector- en marktniveau is toegenomen, (ii) marges en winsten vooral aan de top van de verdeling zijn gestegen, (iii) de kloof tussen industrieleiders en volgers met betrekking tot marges, winsten en productiviteit is toegenomen, en (iv) de bedrijfsdynamiek is afgenomen. Daarbij zijn de gemiddelde winstpercentages van 'mondiale supersterren' gestegen van 11% in 1998 tot 20% in 2022. Hoewel de trends en combinaties van onderliggende krachten per sector variëren, lijkt de concurrentie-intensiteit in de EU gemiddeld en per saldo zwakker dan voorheen, terwijl de marktmacht van bedrijven aan de top van de marge- en winstdistributie zich meer aftekent.

De bevindingen in dit rapport en andere studies wijzen gezamenlijk op een afname van de concurrentie in Nederland, ofwel dat zo'n afname waarschijnlijk is, vooral in sectoren waarin concurrentie-indicatoren al een ongunstig beeld gaven. Deze bevindingen zijn in lijn met het beeld in Europa.

3.5.2 Mogelijke verklaringen voor afnemende concurrentie

Voor een verzwakking van de concurrentie zijn verschillende verklaringen mogelijk, zowel structureel als institutioneel. Zowel de ontwikkeling van de concurrentie als de onderliggende oorzaken kunnen per sector verschillen. We bespreken de volgende mogelijke verklaringen: (i) technologische veranderingen, (ii) veranderingen in de vraagzijde van de economie, (iii) globalisering die leidt tot grotere ondernemingen, en (iv) institutionele veranderingen. Al deze verklaringen gaan doorgaans samen met schaalvergroting bij ondernemingen.

De eerste verklaring is technologische verandering, in het bijzonder digitalisering (De Loecker, et al., 2020). Immateriële activa zoals software en data spelen een belangrijkere rol en verhogen vaak de vaste kosten. De minimum efficiënte schaal, de kleinste productieomvang waarbij een bedrijf kan produceren tegen de laagste gemiddelde kosten in de sector, neemt hierdoor toe. Het toegenomen belang van immateriële activa kan ertoe leiden dat grote bedrijven nog meer marktaandeel naar zich toetrekken ten koste van kleinere bedrijven (Bajgar, Criscuolo en Timmis, 2025). Zo stelt Bessen (2020) dat de intrede van informatietechnologie met hoge vaste kosten grote bedrijven bevoordeelt. Daarnaast heeft digitalisering in sommige sectoren geleid tot sterkere netwerkeffecten, die ook in het voordeel zijn van grotere bedrijven (Europese Commissie, 2024a).

Een tweede verklaring betreft veranderingen aan de vraagzijde van de economie. Veranderende consumentenvoorkeuren kunnen ervoor zorgen dat producten van verschillende aanbieders minder goede alternatieven voor elkaar zijn, wat leidt tot meer marktmacht voor de aanbieders (Döpfer, et al., 2025). Zo is in sommige sectoren een sterkere merkbinding bij consumenten ontstaan, mogelijk gedreven door marketinguitgaven. Hierdoor zijn consumenten minder prijsgevoelig geworden.

Een derde verklaring is toegenomen globalisering, met als gevolg grotere bedrijven (De Loecker en Eeckhout, 2025). Zo brengt het opzetten van mondiale distributieketens hoge vaste kosten met zich mee die bedrijven moeten kunnen spreiden over een groot volume om concurrerend te kunnen blijven.

Een vierde verklaring is institutioneel van aard. Zo is mededingingstoezicht mogelijk onvoldoende effectief geweest in de afgelopen decennia (Baker, 2019). Grote bedrijven zouden door schadelijke fusies en overnames, zoals van potentiële concurrenten (Cunningham, 2021) en ander anticompetitief gedrag (Europese Commissie, 2024a) hun marktmacht hebben versterkt. Ook deregulering (De Loecker, et al., 2020) en toegenomen invloed van bedrijfslobby's op regulering (Europese Commissie, 2024a) hebben mogelijk geleid tot een afname van de concurrentie.

De Europese Commissie ziet dergelijke oorzaken als drijvende kracht achter een 'winner takes most'-dynamiek waardoor bedrijven steeds groter worden. Afnemende marktdynamiek leidt enerzijds tot marktconcentratie en anderzijds tot meer toetredings- en uitbreidingsbarrières, omdat nieuwe uitdagers hogere vaste kosten ervaren. Voor gevestigde aanbieders zijn dat verzonken kosten, wat hun positie in de top versterkt en de dynamiek verder verkleint.

3.5.3 Concurrentie en productiviteit

Productiviteitsgroei is bepalend voor onze welvaartsontwikkeling, zoals benadrukt in Draghi (2024) en Wennink (2025). Door meer productiviteit kan met dezelfde hoeveelheid arbeid, kapitaal en grondstoffen meer waarde worden gecreëerd. Het CPB laat zien dat Nederland tot de meest productieve landen in de wereld behoort maar dat de productiviteitsgroei laag is (Van der Plaat, et al., 2025). In Nederland was de gemiddelde jaarlijkse productiviteitsgroei in de jaren negentig nog 1,5% per jaar, terwijl dit cijfer van 2014 tot en met 2023 gemiddeld slechts 0,4% bedroeg.²⁷ DNB wijst erop dat de Nederlandse economie tussen 2003-2023 met 35% groeide: meer dan het eurogebied (24%) maar minder dan de VS (50%) (DNB, 2025). In de VS kwam 34%-punt daarvan uit productiviteitswinst, in Nederland slechts 13%-punt. In Nederlandse sectoren zonder meetproblemen (ongeveer twee derde van de economie) presteert Nederland beter, met een productiviteitsgroei van 1,1% per jaar gedurende 2013-2023 – net boven het eurogebied (1,0%) maar onder de VS (1,7%). Het verschil met de VS zit vooral in technologische sectoren, die grofweg de helft van het productiviteitsverschil tussen VS en eurogebied verklaren. Wereldwijd stond Nederland in 2024 op de tiende plaats qua productiviteit en behoort het tot de top-3 in landbouw, industrie en logistiek.

De dalende productiviteitsgroecijfers zijn geen uniek Nederlands of Europees fenomeen. Cijfers van de OESO tonen dat de productiviteitscijfers van de EU, het Verenigd Koninkrijk, Japan en de Verenigde Staten sinds 2001 afvlakken (Europese Commissie, 2024a). Daarnaast zijn er sterke aanwijzingen dat groei door creatieve destructie ook in andere OESO-landen terugloopt (Europese Commissie, 2024a).

Hoewel niet-Europese landen ook te kampen hebben met teruglopende productiviteitsgroei, merkt Draghi (2024) op dat de Europese arbeidsproductiviteit achterblijft op die in de Verenigde Staten en China. De gemiddelde jaarlijkse productiviteitsgroei in de EU sinds 2020 is ongeveer 20% lager dan in de VS. Een kanttekening daarbij is dat Europa een grotere publieke sector heeft die bijdraagt aan de welvaart maar lastig te vatten is in productiviteitscijfers (Baarsma, 2025). Ook houden de statistieken geen rekening met klimaatschade door productie (De Ridder en Rachel, 2025). Verder is het inzichtelijk om de boodschap van Draghi te bezien in het licht van verschillen in de productiviteitsgroei tussen Californië (waar het zwaartepunt van de technologieontwikkeling in de VS ligt) en andere Amerikaanse staten, en verschillen in levensstandaard tussen de EU en de VS (Krugman, 2025). Zulke perspectieven laten vooralsnog zien dat de situatie in Europa minder dramatisch is dan vaak gesteld. Dat neemt niet weg dat krachtige sturing door de politiek noodzakelijk is om onze internationale concurrentiepositie veilig te stellen in het licht van geopolitieke en technologische ontwikkelingen.

De wetenschappelijke literatuur onderscheidt drie manieren waarop concurrentie leidt tot een hogere productiviteitsgroei (zie onder meer Syverson, 2011). Ten eerste, concurrentie zorgt ervoor dat bedrijven

²⁷ [1.3.1 Stand van zaken | Ministerie van Financiën - Rijksoverheid](#) (17 september 2024, geraadpleegd 5 januari 2025).

met een hogere productiviteit hun marktaandeel vergroten ten koste van minder productieve bedrijven. Schaarse productiefactoren als arbeid en kapitaal verschuiven dan van laag- naar hoogproductieve bedrijven. Dat vergroot de efficiëntie van de benutting van productiefactoren, waardoor de gemiddelde productiviteit stijgt. Een efficiëntere allocatie van productiefactoren binnen sectoren draagt bij aan productiviteitsgroei (OECD, 2025), maar dit proces stopt in Nederland, zoals blijkt uit een achterblijvende herschikking van arbeid (Adema, et al., 2025).

Ten tweede, concurrentie zet bedrijven ertoe aan om efficiënter te werken. De dreiging van verlies aan marktaandeel of faillissement geeft bedrijven prikkels om verspilling te voorkomen. Als de concurrentie daarentegen zwak is, komen bedrijven weg met inefficiënties. Zo tonen Bloom et al. (2012) aan dat de kwaliteit van het management van een bedrijf positief samenhangt met de concurrentie waaraan het bedrijf wordt blootgesteld.

Ten derde, over het algemeen stimuleert concurrentie productiviteitsgroei door innovatie. De relatie tussen concurrentie en innovatie is evenwel niet eenduidig. Meer concurrentie versterkt de prikkel om te innoveren doordat een bedrijf zo aan de concurrentie kan ontsnappen. Daarentegen verzwakt een toename van concurrentie de innovatieprikkel wanneer winst door innovatie wordt weggeconcurrereerd. Aghion et al. (2005) laten zien dat het eerste effect sterker is in markten met weinig concurrentie, en dat het tweede effect domineert in markten met veel concurrentie. Gemiddeld gezien is het effect van concurrentie op innovatie positief (Shu en Steinwender, 2019; Griffith en Van Reenen, 2023). Ook leidt concurrentie tot meer diversiteit in innovaties (CMA, 2023).

3.6 Richtingen voor toezicht en beleid

De concurrentie-indicatoren wijzen op een afname van de concurrentie in Nederland over de afgelopen jaren, met name in sectoren waar het beeld al minder gunstig was. Een vergelijkbare trend tekent zich af in Europa. Wat betekent dat, op hoofdlijnen, voor markttoezicht en economisch beleid?

Vooropgesteld is een afname van concurrentie zorgelijk omdat concurrentie bedrijven dwingt om prijzen dicht bij de kosten te houden, continu de kwaliteit te verbeteren en te blijven innoveren. Een gebrek aan concurrentie kan zich via lobbyactiviteiten ook vertalen in politieke macht en een onevenredige invloed op democratische besluitvorming (Cowgill, et al., 2024; Aizenberg en Hanegraaff, 2020; Berkhout, et al., 2017). Ook kan marktmacht bijdragen aan meer ongelijkheid (Aghion, et al., 2021). Momenteel is het belang van concurrentie niet los te zien van de geopolitieke onrust, zoals besproken door Draghi (2024) en voor de Nederlandse context verder uitgewerkt door Rapport Wennink (2025). Draghi's rapport bevat aanbevelingen om Europa economisch en geopolitiek steviger op de kaart te zetten, ter bescherming van onze brede welvaart en vrijheid. Om dat ook in de toekomst te kunnen blijven doen is productiviteitsgroei nodig. Dat draagt bijvoorbeeld bij aan de financiering van de verzorgingsstaat, dempt negatieve gevolgen van vergrijzing en ondersteunt de energietransitie. Op zijn beurt is concurrentie een drijvende kracht achter productiviteitsgroei.

Een vaak aangevoerde verklaring voor afname van de concurrentie is het toenemende en onvermijdelijke belang van schaalgrootte. Technologische vooruitgang, met name op het gebied van informatietechnologie, vereist steeds grotere investeringen. De resulterende hogere vaste kosten impliceren dan dat grotere ondernemingen efficiënter zijn waardoor ze makkelijker een groot deel van de markt kunnen bedienen. Het belang van schaalgrootte komt ook terug in Draghi's analyse van de achterstand van Europa qua productiviteitsgroei. Volgens Draghi (2024) is één van de oorzaken daarvan de geringe omvang van de meeste Europese bedrijven, waardoor zij niet mondiaal kunnen concurreren. Schaalgrootte lijkt dus nodig voor productiviteitsgroei, maar kan op gespannen voet staan met concurrentie. Schaalgrootte en concurrentie kunnen evenwel samengaan. Wij bespreken vier mogelijke routes daartoe.

Ten eerste, stevig mededingingstoezicht met oog voor dynamische efficiëntie. Het is denkbaar dat bedrijven schaal kunnen vergroten door versoepeling van de mededingingsregels, met name

fusiecontrole. In 2019 riepen Duitsland en Frankrijk de Europese Commissie op om te onderzoeken of een aanpassing van het concentratietoezicht nodig is om Europese bedrijven te laten opschalen.²⁸ Ook Draghi (2024) spoort mededingingsautoriteiten aan om bij de beoordeling van fusies meer gewicht toe te kennen aan voordelen van schaalvergroting, met name in sectoren met hoge vaste kosten. Concreet oppert Draghi (2024) een 'innovatieverweer' voor fusiepartijen. Fusies die de concurrentie verzwakken zijn dan mogelijk wenselijk wanneer een fusie de innovatie zodanig verbetert dat consumenten per saldo beter af zijn. Dit innovatieverweer past al binnen het bestaande kader van het concentratietoezicht: de mogelijkheid van een 'efficiëntieverweer' omvat mogelijke voordelen door innovatie. Wel ontbreekt het aan duidelijke criteria waaraan zo'n verweer moet voldoen. De Europese Commissie werkt deze criteria momenteel uit.

Het toestaan van fusies die de mededinging beperken kan dus in voorkomende gevallen de innovatie stimuleren (Jullien en Lefouili, 2018; Lefouili en Madio, 2025), en mededingingsautoriteiten dienen daar vanzelfsprekend aandacht voor te hebben. Een algemene versoepeling van het fusietoezicht zou de productiviteitsgroei echter schaden. Het toestaan van meer marktmacht benadeelt (in ieder geval op korte termijn) afnemers, en kan ook de bedrijfsdynamiek afremmen, bijvoorbeeld omdat grote bedrijven drempels opwerpen voor succesvolle kleine bedrijven, waardoor zij moeilijker kunnen doorgroeien (De Ridder, 2025). Zoals de vorige paragraaf uiteenzette, staat concurrentie niet op gespannen voet met productiviteitsgroei maar draagt daar juist aan bij. Productiviteitsgroei is daarom gebaat bij sterk mededingingstoezicht (Adema, et al., 2025; De Ridder, 2025; De Loecker en Eeckhout, 2025). Het feit dat technologische ontwikkeling tot meer marktmacht leidt impliceert ook dat stevig mededingingstoezicht onmisbaar is. Een bijkomend gevolg van technologische verandering kan zijn dat marktmacht toeneemt, maar dan is het des te belangrijker dat er ruimte blijft voor nieuwe uitdagers. Mogelijk is dan extra toezicht nodig om meer concurrerende uitkomsten te bereiken (Baker en Scott Morton, 2024). Zie in dit verband ook de discussie over voorstellen om het mededingingstoezicht in Nederland beter te laten aansluiten bij de huidige ontwikkelingen.²⁹

Ten tweede, schaalvergroting voor bedrijven kan gerealiseerd worden door obstakels weg te nemen die succesvolle bedrijven verhinderen om door te groeien. Het CPB draagt daarvoor opties aan (Adema, et al., 2025). Beleid kan zich richten op het wegnemen van financiële belemmeringen voor succesvolle bedrijven. In Nederland hebben met name *scale-ups* moeite met het aantrekken van het kapitaal dat zij nodig hebben om door te groeien (IBO Bedrijfsfinanciering, 2024). Ook grotere Europese bedrijven hebben gebrek aan financiering (Adilbish, et al., 2025). Ook Draghi (2024) pleit voor een geïntegreerde Europese kapitaalmarktunie om bedrijven in Europa betere toegang tot kapitaal te bieden. Verder is het voor laagproductieve, niet-levensvatbare bedrijven vaak te kostbaar om te stoppen. Een versoepeling van de faillissementswetgeving verbetert de allocatie van arbeid en kapitaal en ondersteunt zo een opschaling van productievare bedrijven. Tot slot noemt het CPB maatregelen die de arbeidsmobiliteit vergroten zodat werknemers sneller overstappen van laag- naar hoogproductieve bedrijven. Naast een verbeterde mogelijkheid tot schaalvergroting leveren dergelijke maatregelen meer kennisverspreiding tussen bedrijven op, wat ook ten goede komt aan productiviteitsgroei.

Ten derde, bedrijven kunnen ook makkelijker een efficiënte schaal behalen als hun afzetmarkt wordt vergroot door verdergaande Europese marktintegratie. Succesvolle Europese bedrijven kunnen dan schaal opbouwen op Europees niveau en vervolgens de mondiale concurrentie aangaan (Scott Morton, 2024). Het IMF (2024) laat zien dat er met Europese marktintegratie nog veel te winnen is aangezien de impact van belemmeringen op de interstatelijke handel vergelijkbaar is met een invoerheffingen olopend tot 110%. Marktintegratie heeft ook als voordeel dat Europese bedrijven meer worden uitgedaagd. Bedrijven die in Europa blootstaan aan intensievere concurrentie zijn ook eerder mondiaal concurrerend (Europese Commissie, 2024a).

²⁸ Zie bijvoorbeeld het Franco-Germaans manifest voor Europees Industriebeleid, via [franco-german-manifesto-for-a-european-industrial-policy.pdf](#).

²⁹ Zie een speech van Martijn Snoep over de New Competition Tool (ACM, 2025o) en het wetsvoorstel van Kamerlid Bushoff (Bushoff, 2025)

Ten vierde, een route naar schaalgrootte die de concurrentie niet hindert loopt niet via individuele opschaling maar via regionale en Europese ecosystemen rondom technologische waardeketens. Zulke ecosystemen geven ruimte aan kennis-spillovers en gelijktijdige inspanningen gericht op innovatie door concurrerende bedrijven en start-ups. Dat stimuleert de diversiteit van (nieuwe) ideeën en vergroot de kans op onverwachte doorbraken. Ook zonder (individuele) Europese 'kampioenen' is volop innovatie en dynamiek mogelijk, met een evenwichtigere machtsverdeling in de toeleveringsketen, en eerlijke kansen voor nieuwkomers. Dat sluit aan bij Wennink's oproep om regionaal ingebedde innovatie-ecosystemen te versterken, en ook bij bevindingen van het IMF over de Nederlandse economie (IMF, 2025). Deze oplossingsrichting heeft baat bij opvolging van Draghi's oproep tot open toegang (bijvoorbeeld tot data), interoperabiliteit (het aan elkaar kunnen koppelen en combineren van apparaten, diensten en data) en aansluiting bij Europese (technologische) standaarden. Openheid en interoperabiliteit zetten de deur open voor innovatie via een diversiteit en veelheid aan 'mix-and-match' strategieën en businessmodellen die bestaande technologie verrijken (Scott Morton, et al., 2023). Het gebruik van Europese standaarden stimuleert het behoud van technologische expertise, met als nevenvoordeel minder afhankelijkheid van anderen.

4 Actuele onderwerpen en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk beschrijven we drie actuele onderwerpen en ontwikkelingen, mogelijk met andere raakvlakken dan enkel concurrentie. Voor een goed werkende markt is immers meer nodig dan alleen effectieve concurrentie. Er kunnen namelijk vormen van marktfalen optreden die niet direct met concurrentie te maken hebben, zodat diverse publieke belangen in het geding kunnen komen. Daarnaast geeft een analyse op sectorniveau geen inzicht in specifieke markten, terwijl het wel de moeite waard is om enkele ontwikkelingen op meer microniveau te belichten. In dat licht bespreken we in deze editie van de Staat van de Markt private equity, de markt voor clouddiensten en concurrentie om aandacht, ofwel de 'aandachtseconomie'. De selectie van onderwerpen reflecteert het maatschappelijk belang daarvan, terwijl het denken over oplossingen nog volop in beweging is. Zo'n selectie is uiteraard nooit compleet, en ook enigszins arbitrair. De besprekingen zijn dan ook eerder verkennend en agenderend dan volledig.

Paragraaf 4.1 beschrijft de groeiende rol van private equity in de Nederlandse economie. Private equity partijen brengen voordelen, zoals productiviteitsgroei door professionalisering van de bedrijfsvoering. Tegelijkertijd bestaan er risico's, zoals (lokale) marktmacht door een *koop-en-consolideer* strategie. Een eenzijdige focus op financieel resultaat kan nadelig uitpakken wanneer consumenten moeilijk aanbieders kunnen disciplineren, of wanneer aanbieders bezuinigingen op kwaliteitsaspecten die belangrijk zijn voor de maatschappij.

Paragraaf 4.2 bespreekt clouddiensten. Decennialang beleid gericht op geglobaliseerde vrije handel heeft geleid tot een extreme afhankelijkheid van internationale (niet-Europese) techreuzen. Voor een kleine, open economie als Nederland is de impact daarvan extra groot, niet alleen qua marktmacht van aanbieders, maar ook vanwege geopolitieke en strategische afhankelijkheden.

Tot slot gaat paragraaf 4.3 in op de aandachtseconomie. Sociale media- en gamingplatforms jagen op aandacht van gebruikers. Dergelijke concurrentie is niet zonder meer gunstig. Integendeel, omdat de waarde van aandacht voor het platform elders ligt, bijvoorbeeld op advertentie- en datamarkten, gebruiken platforms vaak ondoorzichtige technieken om aandacht vast te houden. Dit brengt niet alleen risico's met zich mee voor de welvaart en het welzijn van consumenten, maar ook voor de maatschappij.

4.1 Private equity

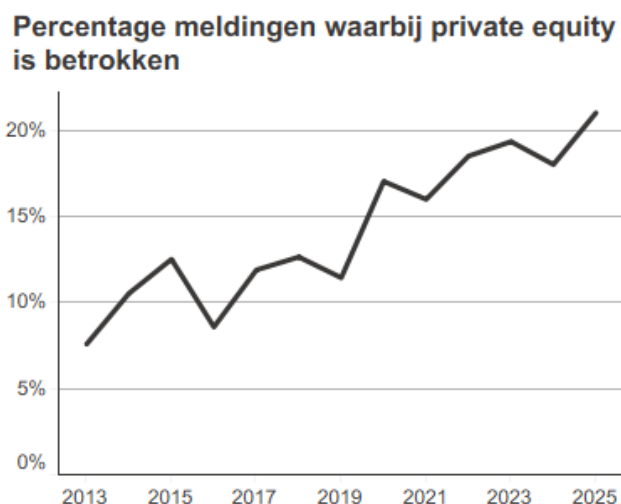
Private equity partijen zijn steeds actiever in Nederland. Zij kunnen bijdragen aan productiviteitsgroei en investeringen. Tegelijkertijd kunnen sterke korte-termijn winstprikkels nadelig uitpakken voor consumenten en de samenleving, vooral in de aanwezigheid van marktmacht, informatieasymmetrie of gedragsvalkuilen. Private equity kan marktimperfecties dan extra aanzetten, bijvoorbeeld door te besparen op kosten ten koste van kwaliteitsdimensies die geen effectieve bescherming door wet- en regelgeving genieten. Dan kan een eenzijdige focus op winst publieke belangen uithollen. Dit vraagt om (proportionele) sectorspecifieke maatregelen om de maatschappelijke waarde van private equity te maximaliseren.

Een private equity fonds haalt kapitaal op bij (institutionele) investeerders zoals pensioenfondsen, verzekeraars en banken, en bij vermogende partijen. Het fonds investeert dat kapitaal door aandelen in niet-beursgenoteerde ondernemingen te kopen, vaak in combinatie met operationele betrokkenheid. Het doel is dan om een bedrijf na drie tot zeven jaar met winst door te verkopen en zo rendement voor de investeerders te realiseren.

De rol van private equity in de Nederlandse economie is de afgelopen jaren toegenomen. Inmiddels is 5 tot 10% van de Nederlandse ondernemingen met meer dan twintig werknemers eigendom van private equity investeerders (Aeternus, 2024). Het door hen ingelegde kapitaal steeg gedurende 2018-2023 met 50%, tot € 27,5 miljard (FD, 2023). Ook het aantal overnames met betrokkenheid van private equity is toegenomen. Dat blijkt uit het aantal overnames gemeld bij de ACM (Figuur 8). Dat aandeel overnames

steeg van 7% in 2013 tot 21% in 2025. Ook in Europa is private equity gegroeid, met 160% in de afgelopen 10 jaar, al is de positie ten opzichte van traditionele financiering nog beperkt (ECB, 2025).

Figuur 8: Ontwikkeling van het percentage meldingen bij de ACM waarbij ten minste één van de ondernemingen private equity is.³⁰



Bron: Meldingen ACM, Staatscourant

Private equity partijen voeren bij beheerde ondernemingen wijzigingen door op financieel, bestuurlijk en operationeel niveau (Kaplan en Strömberg, 2009). Die zien op het doorvoeren van sterkere winstprikkels voor het management, het snijden in kosten, en daarmee het vergroten van de winst. Het uiteindelijke doel is om de verkoopwaarde bij een 'exit' te vergroten (Gompers en Kaplan, 2016). Private equity partijen doen vaak meerdere gerelateerde overnames mede omdat de verkoopwaarde van losse ondernemingen toeneemt als zij gebundeld doorverkocht worden (Bain & Company, 2019). Na een overname wordt ook vaak de balans van een onderneming geherstructureerd. Een verkleining van het eigen vermogen, gecombineerd met het aangaan van meer en grotere schulden, creëert een grotere hefboom en daarmee meer rendement op eigen vermogen (Axelson, et al., 2013). In het algemeen biedt private equity toegang tot meer kapitaal, wat ondernemingen ruimte geeft voor investeringen (Kaplan en Strömberg, 2009). Het nieuwe management heeft daarnaast ervaring en specialistische kennis met het implementeren van veranderingen.

4.1.1 Kansen en risico's van private equity

Uit onderzoek blijkt dat bedrijfsvoering door private equity bedrijfsmatige voordelen heeft. De (in geld meetbare) productiviteit neemt toe doordat kapitaal en arbeid efficiënt worden gealloceerd (Davis, et al., 2014; Bernstein, et al., 2017). Zij voorzien daarnaast in een investeringsbehoefte van ondernemingen door kapitaal beschikbaar te stellen, bijvoorbeeld in de uitrol van glasvezel. Tegelijkertijd laat empirie in specifieke markten risico's zien. Private equity geeft haar sterke winstprikkels door aan het management via bonus- en uitkoopregelingen. Die regelingen staan aan de basis van zowel de voordelen als nadelen van private equity. Op die mogelijke nadelen gaan we hieronder in. Het empirische beeld over de nadelen is gemengd, in de zin dat deze risico's zich niet automatisch manifesteren.³¹

Vergroting van marktmacht. Door in één markt meerdere ondernemingen op te kopen en die te consolideren kan marktmacht ontstaan (OECD, 2023). Elk type onderneming kan marktmacht creëren door overnames, maar bij private equity is dat risico prominenter vanwege de gangbare *koop en*

³⁰ Ondernemingen moeten hun fusie of overname bij de ACM wanneer beide ondernemingen een individuele omzet in Nederland behalen van minstens € 30 miljoen en een gezamenlijke omzet van minstens € 150 miljoen.

³¹ Een niet-besproken risico volgt uit de toename in *leverage* na een overname van private equity. Dat verhoogt de kwetsbaarheid van de onderneming voor schokken. Hotchkiss et al (2021) vinden voor de VS en Tykvová en Borell (2012) voor de EU dat deze risico's niet groter zijn dan bij vergelijkbare (niet private equity) ondernemingen. De studies vinden dat bij een eventueel faillissement zij relatief effectiever in staat zijn op te treden om insolventie op te lossen.

consolideer-strategie. Daarin richt een overnemende partij zich op een reeks van overnames in één sector (M&A, 2023). Zo'n strategie is aantrekkelijk vanwege een grotere verkoopwaarde van een bundel van ondernemingen en meer efficiëntie in de gezamenlijke *overhead*. Voorbeelden zijn huisdierenzorg, waar de keuzemogelijkheden in een aantal risicogebieden zijn afgenomen (ACM, 2025d) en kinderopvang, een markt die inmiddels sterk geconcentreerd is (Eijkel, 2023).

Het versterken van marktmacht is met name relevant op lokale of geconcentreerde markten. De keuzemogelijkheden voor de consument komen dan extra onder druk te staan door overnames en samenvoeging van bedrijven. Met als risico fors hogere prijzen of bezuinigingen op kwaliteit. Dat kan doorwerken in de hele sector (Dafny, et al., 2019).

Gebruik van informatie-asymmetrie en gedragsvalkuilen. Sterke winstprikkels kunnen ertoe leiden dat private equity partijen de winst vergroten ten koste van consumenten. Dit is bijvoorbeeld relevant in markten waar consumenten niet in staat zijn om een weloverwogen keuze te maken, door informatiegebrek, gedragsvalkuilen en het ontbreken van tijd of rust voor een goede beslissing. Typische voorbeelden zijn *'credence goods'* (vertrouwensgoederen), waarbij een consument ook na aankoop de kwaliteit niet of slechts ten dele kan beoordelen – zoals in diverse deelmarkten in de zorg waaronder tandartszorg (NOS, 2025). Consumenten zijn dan sterk afhankelijk van de intrinsieke motivatie van medewerkers bij aanbieders om kwaliteit te leveren. Die intrinsieke motivatie kan door financiële prikkels – bewust en onbewust – onder druk komen te staan. Informatiegebreken creëren ook een risico op overbehandeling, waarbij een consument op advies meer (of een hogere kwaliteit) koopt dan nodig is. Meer marktmacht in combinatie met een uitholling van intrinsieke motivatie kan verder resulteren in een prijsniveau dat zich richt op betalingsbereidheid – in tegenstelling tot een kosten-georiënteerd niveau. ACM (2025d) vindt bijvoorbeeld dat prijzen van dierenzorg stijgen na overnames door private equity, met name bij medicatie.

Uitholling van publieke belangen. In sectoren met een maatschappelijk karakter spelen niet alleen prijs en kwaliteit een rol, maar ook publieke belangen als toegankelijkheid, veiligheid en solidariteit. Bijvoorbeeld in de zorg of kinderopvang. In dit soort markten opereren mogelijk zowel aanbieders met een winstmotief als niet op winst gerichte partijen.

Een winststreven geeft een prikkel om de krenten uit de pap te halen, zoals het aantrekken van 'goede risico's' in zorg- en verzekeringsmarkten (Borsa, et al., 2023). In zorgmarkten zijn dit bijvoorbeeld patiënten die vermoedelijk geen complexe zorg nodig hebben en tegen lagere kosten behandeld kunnen worden. Het gevolg van dergelijke risicoselectie is dat de 'duurdere' cliënten (met een hoger risico op complexe behandelingen) overblijven voor de *non-profits*. Dit kan leiden tot slechtere kwaliteit en langere wachtlijsten. Een sterkere focus op winst bij een deel van de aanbieders kan daarnaast de toegankelijkheid verslechteren. Dit speelt bijvoorbeeld in de kraamzorg, waar commerciële partijen zich hebben teruggetrokken uit wijken met een meer complexe zorgvraag (NOS, 2025b). Vanuit een maatschappelijk oogpunt zijn het vaak juist deze gevallen die kraamzorg het hardste nodig hebben. Op deze wijze kan een commerciële strategie die voor een individuele aanbieder volstrekt rationeel is, schade toebrengen aan het collectief.

Wet- en regelgeving om kwaliteit of toegankelijkheid te beschermen volstaat vaak niet om het tij te keren. De reden is dat commerciële aanbieders mogelijk bezuinigen op kwaliteitsdimensies die zich niet laten vangen in meetbare of financiële indicatoren (en niet verifieerbaar door externe arbiters), of op minder rendabele afnemers, maar wel cruciaal zijn voor de geleverde kwaliteit (of kwaliteitsbeleving) en toegankelijkheid. Kwaliteit is dan niet 'contracteerbaar', ofwel niet afdwingbaar met harde afspraken of regulering, en daarmee overgeleverd aan reputatiemechanismen en de intrinsieke motivatie van het personeel (Speckbacher, 2013). En juist die oplossingen blijken aan effectiviteit te verliezen wanneer nieuwe eigenaren sterker en eenzijdiger op winst gaan sturen, of de dienstverlening aan relatief minder rendabele afnemers (of in relatief minder rendabele gebieden) terugschroeven (Moynihan, 2010).

4.1.2 Waarborgen voor goede marktuitskomsten

Private equity heeft, zoals besproken, zowel voor- als nadelen. De kans op daadwerkelijke schade is afhankelijk van de marktcontext (Davis, et al., 2025). Empirisch onderzoek naar de impact van private equity in Nederland geeft een gemengd beeld. Overnames door private equity in de huisdierenzorg leveren prijsstijgingen op, vooral bij medicatie (ACM, 2025d). In de dementiezorg zijn er geen aanwijzingen voor overbehandeling, kwaliteitsverslechtering en risico-selectie door de komst van private equity (Krabbe-Alkemade, et al., 2025).

De relevantie van de marktcontext maakt dat generieke oplossingen hun doel voorbij kunnen schieten, en dat proportionele sectorspecifieke maatregelen te prefereren zijn in markten waar de concurrentie niet effectief is of publieke belangen onder druk komen te staan vanwege de komst van private equity. Momenteel loopt er bijvoorbeeld een wetgevingsprocedure over een inroepbevoegdheid voor de ACM. Zo'n bevoegdheid maakt het mogelijk om selectief overnames die onder de omzetrempel vallen te beoordelen wanneer er zorgen zijn over het ontstaan van marktmacht in een sector. Verder kunnen sectorspecifieke waarborgen aansturen op meer concurrentie en een sterkere positie voor afnemers. Bijvoorbeeld door toetredingsdrempels weg te halen en overstapmogelijkheden voor consumenten te verbeteren. Aanvullende maatregelen kunnen inzetten op de bescherming van consumenten, bijvoorbeeld met transparantie over prijzen, het verstevigen van de autonomie van behandelaars en professionals, en een verbod op financiële prikkels voor behandelaars of experts. Een andere route bestaat uit een leidraad voor een sector, als opmaat naar afdwingbare gedragsregels. Zo'n leidraad geeft aan welk gedrag onwenselijk is en geeft ruimte voor handhaving (Canoy en De Jong, 2025). Een sectorspecifieke toezichthouder of brancheorganisatie die toezicht houdt op professionele standaarden en beroepsethiek kan daarbij een rol spelen.

4.2 Clouddiensten en concurrentiebeleid

Clouddiensten zijn onmisbaar in de economie en maatschappij, met een groeiend infrastructureel karakter in de gedigitaliseerde samenleving. De markt kenmerkt zich door een sterke afhankelijkheid van enkele zeer grote, niet-Europese aanbieders. Het gebrek aan diversificatie, in combinatie met grote overstapdrempels, resulteert in marktmacht, en daarnaast in geopolitieke en strategische kwetsbaarheden. Actieve overheidsregie op nationaal en Europees niveau, gecombineerd met mededingingstoezicht en handhaving van Europese digitale regelgeving, is noodzakelijk om de afhankelijkheid stapsgewijs te verminderen, de diversificatie van leveranciers te vergroten, en zo geopolitieke en strategische kwetsbaarheden te verminderen.

Clouddiensten zijn digitale diensten die toegang bieden tot een schaalbare en flexibele pool van gedeelde computercapaciteit zoals netwerken, servers, opslag en applicaties (ACM 2022). Dankzij clouddiensten kunnen gebruikers hun IT-infrastructureel snel aanpassen aan hun behoeften, zonder zelf te hoeven investeren. Clouddiensten zijn essentieel voor de digitale economie. Cloud computing maakt geavanceerde digitale diensten toegankelijker en bevordert innovatie en productiviteit (Duso en Schiersch, 2025). Het merendeel van de Nederlandse bedrijven en overheden vertrouwt voor hun dataopslag en rekenkracht op cloudoplossingen (Eurostat, 2026; Six Dijkstra en Kathman, 2024). Ook consumenten maken dagelijks gebruik van digitale diensten die in de cloud draaien. Daarnaast is cloud computing van groot belang voor de ontwikkeling en toepassing van AI- en IoT-diensten, zoals chatbots en slimme energiemeters.

4.2.1 Amerikaanse hyperscalers domineren de cloudsector

Clouddiensten worden doorgaans onderverdeeld in drie categorieën: Infrastructure-as-a-Service (IaaS), Platform-as-a-Service (PaaS) en Software-as-a-Service (SaaS). Deze categorieën verschillen in de mate waarin gebruikers controle uitoefenen over de onderliggende technologie (OECD, 2025b). IaaS biedt toegang tot rekenkracht, opslag en netwerken en is de bouwsteen van veel digitale diensten. Afnemers van IaaS laten de cloudinfrastructuur beheren door de cloudaanbieder maar zij behouden de controle over de configuratie van hun IT-omgeving, zoals het beheer van besturingssystemen, applicaties en software. PaaS biedt (bovenop IaaS) een ontwikkel- en beheerslaag die afnemers in staat stelt om applicaties te

bouwen en beheren. PaaS-diensten omvatten onder meer databases, middleware, ontwikkeltools en machine-learningomgevingen. Afnemers hebben controle over hun applicaties en configuraties. De verantwoordelijkheid voor netwerken, servers, opslag en besturingssystemen ligt bij de cloudbaanbieder. Afnemers van SaaS nemen kant-en-klare applicaties af, zonder controle over infrastructuur, 'platformlaag' en softwarefunctionaliteiten.

Drie grote Amerikaanse aanbieders, de "hyperscalers", nemen het grootste deel van het aanbod van clouddiensten voor hun rekening. Het IaaS-segment is zeer geconcentreerd. Wereldwijd is Amazon de grootste aanbieder van IaaS-diensten met een marktaandeel van 38%, gevolgd door Microsoft en Google met een marktaandeel van, respectievelijk, 24% en 9% (CMA, 2025). Ook in Europa is het IaaS-segment zeer geconcentreerd, met Microsoft als grootste aanbieder (30-40% marktaandeel), gevolgd door Amazon (30-40% marktaandeel) en op enige afstand Google (5-10% marktaandeel). In het PaaS-segment ligt de concentratiegraad hoog maar minder dan in het IaaS-segment, vanwege de aanwezigheid van enkele kleinere aanbieders. Ook hier zijn Microsoft (20-30% marktaandeel) en Amazon (10-20% marktaandeel), gevolgd door Google (5-10% marktaandeel), de grootste aanbieders in Europa. Het SaaS-segment kent een lagere concentratiegraad en een groot aantal verschillende aanbieders. Microsoft is wereldwijd de grootste aanbieder van SaaS-diensten (Wereldbank, 2024). Gerekend over alle cloudsegmenten hadden de hyperscalers in Nederland, ten tijde van de ACM-marktstudie over clouddiensten uit 2022, 70 tot 85 procent marktaandeel in handen (ACM, 2022a).

4.2.2 Marktmacht en negatieve externe effecten in relatie tot weerbaarheid

Een eerste bron van marktmacht voor cloudbaanbieders vloeit voort uit het bestaan van overstapdrempels voor cloudbaanbieders. Gebruikers die willen overstappen stuiten op significante, en mogelijk onvoorziene, overstapdrempels (ACM, 2022a; Adlc, 2023; CMA 2025; Ofcom, 2023). Deze overstapkosten omvatten monetaire kosten, de kosten van de benodigde tijdsinvestering voor migratie, technische barrières die afnemers moeten overwinnen, en noodzakelijke aanpassingen van bedrijfsprocessen die verweven zijn met de gebruiksomgeving van clouddiensten. Deze hoge overstapdrempels zijn problematisch omdat zij aanbieders in staat stellen hogere prijzen te vragen bij contractverlenging of voor aanvullende diensten die niet voorzien waren in het initiële contract. Dat geeft cloudbaanbieders, wanneer een contract eenmaal is afgesloten, substantiële marktmacht ten opzichte van afnemers. Zelfs wanneer afnemers worden geconfronteerd met een hoge prijs of lage kwaliteit, zijn zij minder geneigd om van aanbieder te veranderen. Er is dan sprake van *vendor lock-in*.

Het blijkt dat de overstapdrempels dusdanig zijn dat de voordelen van een overstap vaak niet opwegen tegen de nadelen. Overstappen is daarom zeldzaam. De Britse mededingingsautoriteit vond in 2025 dat minder dan 1% van de afnemers van IaaS- en PaaS-diensten van aanbieder verandert (CMA, 2025). In het SaaS-segment is overstappen voor sommige toepassingen vermoedelijk gangbaarder.

Concurrentie in markten met overstapdrempels hoeft niet noodzakelijkerwijs minder effectief te zijn. Als contracten 'compleet' zijn – in de zin dat de aanbieder en afnemer alle voorwaarden voor de volledige toekomstige relatie vastleggen – kan intensieve concurrentie om nieuwe klanten ertoe leiden dat overwinsten die ontstaan zodra afnemers eenmaal gebonden zijn, worden weggeconcentreerd (Farrell en Klemperer, 2007). In de cloudmarkt vindt concurrentie echter plaats op basis van incomplete contracten. Afnemers die een nieuw contract aangaan, kunnen niet volledig overzien hoe toekomstige prijzen en overstapkosten zich zullen ontwikkelen (ACM, 2022a; Ofcom, 2023; CMA, 2025). Bovendien is het voor afnemers vaak lastig om alle contractbepalingen te doorgronden, bijvoorbeeld waar het gaat om technische beperkingen bij overstappen als rechtvaardiging voor *egress fees*. Dan blijven overwinsten die voortvloeien uit *vendor lock-in* in stand (Farrell en Klemperer, 2007). De Britse mededingingsautoriteit stelde in 2025 vast dat Amazon en Microsoft daadwerkelijk overwinsten maken (CMA, 2025).

Een tweede bron van marktmacht voor *hyperscalers* komt voort uit toe- en uitbreidingsdrempels voor kleinere aanbieders (ACM, 2022a; CMA, 2025). Voor datacenters, netwerken en servers zijn grote kapitaalinvesteringen nodig. Daarnaast profiteren de hyperscalers (dankzij schaalvoordelen) van lagere

gemiddelde kosten dan kleinere aanbieders. Ook hebben kleinere aanbieders minder uitgebreide dienstenportfolio's. Hierdoor kunnen zij geen totaalpakket bieden, wat hun aanbod minder aantrekkelijk maakt. Door deze factoren krijgen kleinere cloudaanbieders in het IaaS- en PaaS-segment lastig voet aan de grond.

Naast marktmacht leidt de sterke afhankelijkheid van hyperscalers ook tot risico's op het gebied van digitale autonomie en weerbaarheid. Deze afhankelijkheid raakt niet alleen individuele afnemers, maar heeft ook bredere maatschappelijke gevolgen: de keuze van afzonderlijke organisaties voor een hyperscaler kan leiden tot negatieve externe effecten voor de samenleving. In dit verband waarschuwen AFM en DNB voor systeemrisico's omdat financiële instellingen voor hun IT-infrastructuur grotendeels leunen op hyperscalers (AFM en DNB, 2025). Als hun aanbod weg- of uitvalt, komt de stabiliteit van de financiële sector acuut in gevaar, en daarmee de hele economie en samenleving. Dit soort risico's zijn ook zichtbaar in andere delen van de economie, zoals de gezondheidszorg, het onderwijs en overheidsdienstverlening (Rathenau Instituut, 2025). Meer dan twee derde van de Nederlandse bedrijven geeft aan dat zij binnen een dag niet meer kunnen functioneren bij uitval van hun IT-systeem (SEO, 2025). Een verstoring bij één aanbieder kan dus gelijktijdig een groot deel van de economie raken.

Geopolitieke spanningen onderstrepen de grote kwetsbaarheid van Europa door wijdverbreide afhankelijkheid van cloudaanbieders van buiten Europa.³² Het rapport Wennink (2025) wijst erop dat digitalisering een geopolitiek vraagstuk is geworden. Toegang tot en controle over clouddiensten zijn van invloed op de mondiale verdeling van economische en strategische macht. Zo zou de dreiging met beperkingen op de toegang tot clouddiensten kunnen worden ingezet als pressiemiddel om Europese digitale regelgeving te versoepelen (Politico, 2025).

Ook zijn er risico's verbonden aan data-opslag (binnen en buiten Europa) wanneer daar wetgeving van buiten de EU op van toepassing is (Gomes en Okano-Heijmans, 2024). Wanneer data bij niet-Europese cloudaanbieders staan, vallen deze onder buitenlandse wetgeving, zoals de Amerikaanse *CLOUD Act*. Dat kan betekenen dat (Amerikaanse) cloudaanbieders juridisch verplicht worden om data van Europese bedrijven en overheden te delen met de Amerikaanse autoriteiten, ook als dit niet in overeenstemming is met Europese regels op het gebied van veiligheid en gegevensbescherming (Nationaal Cyber Security Centrum, 2025).

4.2.3 Overheidsregie in combinatie met mededingingstoezicht en regulering nodig om de cloudsector beter laten werken

De Nederlandse overheid wil de afhankelijkheid van niet-Europese aanbieders van clouddiensten afbouwen en de ontwikkeling, beschikbaarheid en het gebruik van Europese alternatieven bevorderen (Rijksoverheid, 2025). Een goedwerkende markt is hiervoor onontbeerlijk en markttoezicht, zoals in het kader van de Mededingingswet en digitale regulering, draagt daar aan bij. Gelet op de omvangrijke risico's en negatieve externe effecten is overheidsregie nodig.

Mededingingstoezicht op zichzelf kan de Europese afhankelijkheid niet significant terugdringen, maar helpt wel om concurrentiebeperkend gedrag, zoals het actief opwerpen van overstapdrempels door cloudaanbieders met een dominante positie, terug te dringen.

Digitale regulering kan de afhankelijkheid verminderen. In 2022 pleitte de ACM voor een wettelijk verbod op *egress fees*, die overstapdrempels voor cloudafnemers vergroten en de markt minder goed laten werken (ACM, 2022b). Dit verbod is opgenomen in de Data Act. Vanaf 2024 mogen *egress fees* niet hoger zijn dan de rechtstreekse kosten van overstap, en vanaf 2027 zijn deze tarieven verboden (Europese Commissie, 2025). Daarnaast bevat de Data Act verplichtingen over dataportabiliteit (de mogelijkheid om data bij een overstap mee te nemen naar de nieuwe leverancier) en interoperabiliteit (het vermogen om verschillende clouddiensten met elkaar te laten samenwerken). De ACM en de Europese Commissie onderzoeken momenteel of Amazon en Microsoft op grond van de Digital Markets Act (DMA)

³² Zo waarschuwen Laura van Geest (AFM) en Steven Majoor (DNB) dat Europa een digitale kolonie dreigt te worden. Zie [Toezichthouders waarschuwen: Europa dreigt digitale kolonie te worden door techafhankelijkheid - NRC](#).

moeten voldoen aan aanvullende verplichtingen, zoals een verbod op bundeling van diensten, om belemmeringen voor kleinere cloudaanbieders weg te nemen (ACM, 2025e). Lagere overstapdrempels en interoperabiliteit maken het gemakkelijker om meerdere clouddiensten naast elkaar te gebruiken, wat de marktmacht van hyperscalers vermindert en de impact van verstoringen bij individuele aanbieders beperkt. Ook het voorstel van de Europese Commissie om het gebruik van opensource-software te stimuleren draagt hieraan bij (Europese Commissie, 2025b).

Hoewel onder bedrijven de vraag naar meer autonome cloudoplossingen toeneemt (Gartner, 2025), is het onwaarschijnlijk dat de afhankelijkheid van hyperscalers zonder overheidsregie af te bouwen is. Overstappen naar Europese aanbieders brengt, in ieder geval op korte termijn, behoorlijk grote kosten met zich mee (Meyers, 2025). Zo zijn Europese opties momenteel vaak duurder, of bieden minder functionaliteiten. Daarnaast overstijgen de maatschappelijke voordelen van Europees cloudgebruik de private voordelen voor afnemers van clouddiensten. Bedrijven zijn daarom minder geneigd om afhankelijkheid van Amerikaanse cloudaanbieders te verminderen dan maatschappelijk gewenst is. Dit rechtvaardigt een actieve rol van de overheid om afhankelijkheden af te bouwen.

Publieke aanbestedingen zijn een instrument om de bescherming van publieke belangen te bevorderen (OESO, 2024). Een aanbesteding met objectieve en transparante criteria voor weerbaarheid en diversificatie kan geopolitieke kwetsbaarheden verminderen en tegelijkertijd concurrentie door kleinere (Europese) aanbieders mogelijk maken. De Europese Commissie heeft ondertussen criteria opgesteld voor de aanbesteding van clouddiensten, waarin inschrijvers gebruik moeten maken van opensource-software en data in Europa moeten opslaan (Europese Commissie, 2025c). De criteria houden geen verbod op het gebruik van niet-Europese aanbieders in, maar dwingen af dat ook de gevolgen voor strategische autonomie en gevoelige data worden gewogen. De Nederlandse overheid kan deze criteria opleggen voor publieke aanbestedingen op alle niveaus, in het bijzonder voor essentiële diensten en toepassingen van gevoelige data (Meyers, 2025; Gomes en Okano-Heijmans, 2024). Dit sluit aan bij de Nederlandse Digitaliseringsstrategie, gericht op het inkopen cloudoplossingen voor alle overheidslagen onder de dezelfde voorwaarden (Rijksoverheid, 2025a). Sectorale regelgeving kan vergelijkbare eisen stellen in gereguleerde sectoren met een hoog risicoprofiel voor de samenleving, zoals de financiële sector en pensioenen.

Een herziening van het aanbestedingsbeleid kan de vraag naar Europese clouddiensten op gang brengen. Momenteel koopt de Rijksoverheid meer dan de helft van zijn clouddiensten in bij de Amerikaanse hyperscalers (Algemene Rekenkamer, 2025). Met de overheid als klant kunnen Europese aanbieders opschalen, wat hun diensten, kennis en mogelijkheden om financiering aan te trekken verbetert (Okano-Heijmans, 2024). Daarnaast spreekt overheidsgebruik van Europese clouddiensten vertrouwen uit, wat helpt om bedrijven over de streep te trekken.

Een initiatief vanuit nationale overheden vereist coördinatie, ook op Europees niveau (Rijksoverheid, 2025). Binnen een lidstaat kunnen overheden zich bijvoorbeeld gezamenlijk committeren om het *Cloud Sovereignty Framework* van de Europese Commissie te gebruiken in aanbestedingen. Dit verbetert de businesscase voor Europese aanbieders door een toename van de vraagzekerheid, waardoor zij kunnen doorgroeien en op termijn meer kunnen profiteren van schaalvoordelen. Vraagcoördinatie die leidt tot grote, gebundelde aanbestedingskavels verbetert wel de Europese onderhandelingspositie ten opzichte van hyperscalers maar leidt niet tot meer concurrentie omdat Europese aanbieders dan onvoldoende schaal hebben om mee te dingen. In de onderhandelingen met hyperscalers creëert een commitment om jaarlijks een bepaald percentage aan Europese inkoop te realiseren, al snel een hefboomwerking, namelijk via de mogelijkheid om meer data op eigen bodem te houden en via een vergroting van technologische expertise en inzicht in veiligheidsrisico's. Daarbij is het van belang dat deze aanpak niet leidt tot nieuwe afhankelijkheden van slechts enkele Europese aanbieders en dat overheidsregie niet onttaardt in afscherming van deze aanbieders van concurrentie.

4.3 Concurrentie om aandacht

In de ‘aandachtseconomie’ concurreren bijvoorbeeld sociale media, gamingplatforms en streamingdiensten om aandacht (en data) van consumenten. Bedrijven kunnen die verhandelen, bijvoorbeeld aan adverteerders. Consumenten hebben vaak weinig inzicht in, en controle over, de waarde van hun aandacht. Dat geldt met name voor minderjarigen. Deze asymmetrie in machtsverhouding en informatie tussen platform en consument, en de negatieve impact op de samenleving, schaden de welvaart en het welzijn van consumenten en burgers. Overheidsingrijpen is daarom nodig. Markttoezicht is daarbij belangrijk, maar niet voldoende. Gezien de potentiële omvang van verdere schade leidt wachten op nader ‘bewijs’ over de precieze impact bovenal tot vertraging en uitstel. De urgentie vraagt daarom om daadkracht. Om de risico’s te kunnen ondervangen zijn inzicht in technieken en ontwerpkeuzes van platforms nodig. Daarbij is coördinatie met andere toezichthouders en beleidsmakers onmisbaar, ook internationaal.

Aandacht is schaars. Sommigen vergelijken aandacht met productiefactoren zoals arbeid, kapitaal en technologie (Loewenstein en Wojtowicz, 2025). Anderen zien aandacht (ook) als verhandelbaar product (Wu, 2018) of als een betaalmiddel (Davenport en Beck, 2002; Heitmayer, 2025). Voor al deze perspectieven is wat te zeggen. In de kern gaat het erom dat aandacht een schaarse, mentale bron is waarmee we informatie (inhoud) verwerken. Aandacht is bovendien rivaliserend: als consumenten aandacht aan het ene besteden, gaat dat ten koste van aandacht voor het andere.³³ Nobelprijslauraat Herbert Simon zei daarover: “A wealth of information creates a poverty of attention and the need to allocate that attention efficiently.” (Simon, 1971).

Recent onderzoek laat zien dat aandacht gestuurd en gemanipuleerd kan worden (Loewenstein en Wojtowicz, 2025; Wu, 2018). Dit onderscheidt aandacht van andere productiefactoren, producten en geld, omdat consumenten niet weten wat hun aandacht voor bedrijven waard is, en beperkt controle hebben over hoeveel en waaraan ze aandacht besteden – laat staan hoe hierdoor hun economische beslissingen, welzijn en politieke voorkeuren kunnen worden beïnvloed. Dat nog los van mogelijke effecten op de samenleving.

4.3.1 Diverse en grote risico’s voor consument en maatschappij

We onderscheiden drie typen risico’s in de aandachtseconomie (Graef, 2025).³⁴ Ten eerste voor het functioneren van markten, en daarmee voor consumenten. Zo kunnen dominante platforms technieken inzetten waardoor consumenten (nog) minder geneigd zijn om naar een ander platform over te stappen. Voorbeelden daarvan zijn zelfbeoordeling³⁵ en het preventief opkopen van kleine (potentiële) concurrenten (Gautier en Lamesch, 2021). Daarnaast maken consumenten vanwege sturende technieken en platformontwerpen (*‘deceptive design’*) mogelijk andere keuzes maken dan ze anders zouden doen. Bijvoorbeeld door een te sterk gewicht te geven aan de prijs van een app of game, zonder oog voor bijkomende kosten (voor extra functies). Of door meer aankopen te doen in reactie op kunstmatig gecreëerde schaarste, zoals ‘exclusieve’ video’s of tijdelijk beschikbare functies in apps en games.

Een tweede risico betreft de gevolgen voor het welzijn van consumenten. Om hun aandacht te trekken en zo lang mogelijk vast te houden, krijgen zij mogelijk extreme of beladen inhoud te zien in combinatie met technieken als pushnotificaties en ‘oneindig’ scrollen. Dat werkt verslavend. Dergelijke ontwerpkeuzes en technieken spelen in op psychologische kwetsbaarheden van mensen (sommigen zijn daar meer gevoelig voor dan anderen, bijvoorbeeld minderjarigen). Met als mogelijke gevolgen een verminderde productiviteit, sociale isolatie en verminderd mentaal welzijn (Braghieri, et al., 2022). Daarnaast kan de autonomie van consumenten, ofwel het vermogen om zelf na te denken en beslissingen te nemen,

³³ Een bekende illustratie is het ‘Invisible gorilla-experiment’, waarin deelnemers zich zodanig focusten op hun taak (het aantal keren tellen dat een basketbal werd overgegooid binnen een team) dat ze geheel niet opmerkten dat er iemand in een gorillapak door het beeld liep (Simons en Chabris, 1999; Chabris en Simons, 2010).

³⁴ Graef onderscheidt op vergelijkbare manier de macht van big tech-bedrijven over markten, individuen en de samenleving.

³⁵ Zo is Google in 2017 door de Europese Commissie beboet voor het bevoordelen van zijn eigen shopping service en in 2025 voor het bevoordelen van zijn eigen advertentiediensten. Zie respectievelijk arrest van het Hof van 10 september 2024 in zaak C-48/22 P en [Commission fines Google €2.95 billion over abusive practices in online advertising technology](#).

worden aangetast wanneer zij niet weten hoe en waarvoor hun data wordt gebruikt en wat dit betekent voor de inhoud die ze te zien krijgen en hoe die hun (politieke) voorkeuren beïnvloedt (Zuboff, 2019). En zelfs als ze daar al enig idee van hebben, kunnen netwerkeffecten individuele consumenten belemmeren om hun gebruik van sociale media te beperken; overstappen zou je met je hele groep van contacten moeten doen (Badir, et al., 2025). Een recent antwoord op risico's voor het persoonlijk welzijn is het verbod op sociale media voor kinderen tot 16 jaar dat door het Australische parlement is aangenomen.³⁶

³⁷

Ten slotte is er een risico op bredere maatschappelijke gevolgen, omdat het gedrag van consumenten doorwerkt op anderen, en op de hele maatschappij (externe effecten). Het consumeren en delen van misinformatie, en de verwaarlozing van relaties met anderen, dragen bij aan polarisatie en verminderde sociale cohesie (SCP, 2022). Wat vervolgens weer bij kan dragen aan maatschappelijke onrust, verminderd vertrouwen in overheid, wetenschap en media, en ondermijning van democratie. Daarnaast is er een mogelijke impact op arbeidsproductiviteit door concentratieproblemen (Loewenstein en Wojtowicz, 2025).

4.3.2 Markttoezicht belangrijk maar niet voldoende

De risico's in de aandachtseconomie vragen om een multidisciplinaire benadering, waarbij meer nodig is dan enkel mededingingstoezicht en consumentenbescherming. Die vormen van toezicht beschermen de concurrentie en welvaart van consumenten, met oog voor publieke belangen, maar richten zich niet primair op de hierboven besproken maatschappelijke risico's. Zo kan de ACM met het mededingingstoezicht misbruik van marktmacht aanpakken (bijvoorbeeld door excessieve prijzen of onbillijke voorwaarden van platforms tegen te gaan, Rechtbank Rotterdam, 2025; ACM, 2025f), problematische fusies tegenhouden (in voorkomende gevallen ook in relatie tot mediapluriformiteit, ACM, 2025f) en verboden afspraken tussen concurrenten bestraffen. En consumentenbescherming helpt om manipulatie van aandacht en consumentenbeslissingen terug te dringen (bijvoorbeeld in games populair onder kinderen (ACM, 2023c).

De recente uitbreiding van de Europese consumentenbeschermingsregels biedt de ACM meer ruimte om in te grijpen wanneer het welzijn van consumenten lijdt, of dreigt te lijden, onder het gedrag van digitale platforms. Concreet houdt de ACM sinds kort toezicht op naleving van de Digital Services Act (DSA), de Europese verordening die grote online platforms verplichtingen oplegt die moeten bijdragen aan een veilige, voorspelbare en betrouwbare online omgeving voor mensen en bedrijven (ACM, 2024c). Platforms moeten zelf maatregelen treffen om risico's te beperken ten aanzien van (onder andere) verkiezingsprocessen, (mentale) gezondheid van gebruikers en aantasting van grondrechten. Tevens moeten ze maatregelen nemen om de online veiligheid en bescherming van kinderen te versterken, bijvoorbeeld via leeftijdsverificatie en maatregelen tegen 'grooming'. Verder denkt de ACM mee over de voorgenomen Digital Fairness Act (DFA), die onder andere gericht is op het terugdringen van manipulatieve online technieken en ontwerpkeuzes, met name wanneer die gericht zijn op kinderen (ACM, 2025hi). Naarmate de risico's groter zijn of in de toekomst toenemen, moet een platform meer maatregelen treffen. Voor de volledigheid: het welzijn van consumenten en burgers is van veel meer factoren afhankelijk dan wat binnen het bereik van markttoezicht valt (RIVM, 2025).

Markttoezicht draagt niet alleen bij aan goedwerkende markten en de welvaart en welzijn van consumenten, maar (daarmee) ook aan onderliggende publieke belangen. De aandachtseconomie illustreert dat, maar laat – zoals hierboven besproken – ook zien dat de bescherming van publieke belangen om meer vraagt dan markttoezicht, namelijk om concreet beleid en afstemming met andere toezichthouders.

³⁶ Online Safety Amendment (Social Media Minimum Age) Bill 2024.

³⁷ Ook rechterlijke uitspraken kunnen consumenten helpen om beter met sociale media om te gaan. Zo beval de voorzieningenrechter in Nederland onlangs Meta om de keuzes van individuele consumenten rondom hun aanbevelingssysteem (dat wil zeggen welke inhoud zij te zien krijgen en in welke volgorde) "persistent te maken, inhoudende dat een door gebruikers ingestelde keuze voor een niet-geprofileerd aanbevelingssysteem behouden blijft, ook als de gebruiker binnen het platform naar andere secties navigeert, en ook als de gebruiker de apps en/of website van de platforms heeft afgesloten en deze vervolgens heropent". Rechtbank Amsterdam, 2 oktober 2025, ECLI:NL:RBAMS:2025:7253.

4.3.3 Inzicht, daadkracht en coördinatie nodig

Effectief toezicht op de naleving van mededingings- en consumentenwetten vereist inzicht over wat er onder de motorkap gebeurt bij platforms en andere aanbieders in de aandachtseconomie. Om de verdienmodellen te doorgronden is begrip nodig van algoritmes en de technieken en ontwerpkeuzes gericht op gedrag van en keuzes door consumenten. Dat maakt het mogelijk om risico's te kunnen identificeren en prioriteren, en helpt daarnaast om rekening te houden met (waardevolle) innovatie door bedrijven die om aandacht concurreren (van der Stigchel, et al., 2024). Verder dragen empirische inzichten (ook uit wetenschappelijk onderzoek) bij aan de totstandkoming van nieuwe wetgeving zoals de DFA.

Omdat aanbieders continu werken aan nieuwe technieken en gebruikersomgevingen, is empirisch onderzoek in de regel te laat om risico's voor consumenten en maatschappij tijdig te kunnen ondervangen. Voor een deel is er al veel bekend, bijvoorbeeld voor het mentale welzijn van jongeren. En wanneer het gaat om kwetsbare consumenten zoals kinderen, is het verstandig om risico's voorzichtigheidshalve uit te sluiten met strengere wetgeving, of actuele interpretaties van bestaande wetgeving (ACM, 2024b), bijvoorbeeld ten aanzien van beïnvloedende technieken in videogames.³⁸ Daadkracht dus, in plaats van wachten met het dempen van de put tot het kalf verdrongen is. Voor bedrijven zijn transparantie en harmonisatie van nieuwe wetgeving daarbij belangrijk, zodat ze weten waar ze aan toe zijn (ACM, 2025k). Dan kunnen zij zich inzetten om consumenten op eerlijke wijze te bedienen.

Ten slotte is coördinatie met andere verantwoordelijke toezichthouders en beleidsmakers cruciaal, ook internationaal. Vooral de bescherming van publieke belangen en bescherming van het welzijn van consumenten vergen meer dan markttoezicht. De ACM werkt bijvoorbeeld samen met de Autoriteit Financiële Markten, de Autoriteit Persoonsgegevens en het Commissariaat voor de Media binnen het Samenwerkingsplatform Digitale Toezichthouders (SDT, Toezine, 2025b). Ook werkt de ACM geregeld samen met Europese en andere nationale autoriteiten op het gebied van mededinging, consumentenbescherming en de DSA.³⁹ Experts stellen daarnaast verdergaande samenwerking en coördinatie voor, zoals gezamenlijke vaststelling van prioriteiten en het systematisch betrekken van elkaars expertise in onderzoeken, of het beleggen van het toezicht over platforms bij één toezichthouder (Graef en Bostoen, 2025). Meer samenwerking tussen autoriteiten in Europa is eveneens gewenst, bijvoorbeeld via gezamenlijke onderzoeken en besluiten.⁴⁰

³⁸ Zie bijvoorbeeld de uitspraak van de Rechtbank Rotterdam in de zaak Fortnite (Rechtbank Rotterdam, 2026) en de position paper van de ACM m.b.t. consumentenbescherming in videogames (ACM, 2025j)

³⁹ Zie bijvoorbeeld Consumer Protection Cooperation Network (2025).

⁴⁰ Een concreet voorbeeld is het ACM-onderzoek naar Snapchat op grond van de DSA, waarbij ze in nauw contact staat met de Europese Commissie (ACM, 2025l), maar oproepen van de ACM voor meer internationale samenwerking (ACM, 2025mn).

Literatuurlijst

ACM (2020) Leidraad Bescherming online consument. 11 februari 2020, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/leidraad-bescherming-online-consument>

ACM (2022a) Marktstudie clouddiensten. 5 september 2022, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/marktstudie-clouddiensten>

ACM (2022b) ACM: amendments to Data Act necessary for promoting competition among cloud providers. 5 september 2022, via <https://www.acm.nl/en/publications/acm-amendments-data-act-necessary-promoting-competition-among-cloud-providers>

ACM (2023a) Uitgangspunten voor effectieve online transparantie. 24 maart 2023, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/uitgangspunten-voor-effectieve-online-transparantie>

ACM (2023b) Beleidsregel Toezicht ACM op duurzaamheidsafspraken. 4 oktober 2023, via <https://www.acm.nl/nl/beleidsregel-duurzaamheidsafspraken>

ACM (2023c) Sanctiebesluit in zaak ACM/22/179622, 18 december 2023, via <https://www.acm.nl/system/files/documents/sanctiebesluit-fortnite.pdf>

ACM (2024a) Beleidsopties voor aanpak energiearmoede bij kwetsbare huishoudens. 4 april 2024 via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/beleidsopties-voor-aanpak-energiearmoede-bij-kwetsbare-huishoudens>

ACM (2024b) Leidraad bescherming online consument 2024. 'Grenzen aan online beïnvloeding: Voorkom misleiding in een online omgeving.' [Leidraad Bescherming Online Consument](#)

ACM (2024c) Leidraad over Digital Service Act (DSA) voor aanbieder van online diensten. 12 september 2024, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/leidraad-over-digital-service-act-dsa-voor-aanbieder-van-online-diensten>

ACM (2024d) ACM: kaasproducent Royal Lactalis Leerdammer moet systeem voor vaststelling melkprijs bepalen in onderhandeling met melkveehouders. 23 september 2024, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-kaasproducent-royal-lactalis-leerdammer-moet-systeem-voor-vaststelling-melkprijs-bepalen-onderhandeling-met-melkveehouders>

ACM (2025a) Leidraad prijsweergave en -vergelijkingen. 19 september 2025, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/leidraad-prijsweergave-en-vergelijkingen>

ACM (2025b) ACM: tariefverhoging Schiphol niet onredelijk. 4 juni 2025, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-tariefverhoging-schiphol-niet-onredelijk>

ACM (2025c) Blog Martijn Snoep: Mededingingsautoriteiten hebben rol bij wegnemen drempels voor nieuwe Europese aanbieders. 25 april 2025, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/blog-martijn-snoep-mededingingsautoriteiten-hebben-rol-bij-wegnemen-drempels-voor-nieuwe-europese-aanbieders>

ACM (2025d), Conceptrapport Marktonderzoek Medische zorg huisdieren. 18 december 2025, via <https://www.acm.nl/system/files/documents/conceptrapport-marktonderzoek-medische-zorg-huisdieren-acm.pdf>

ACM (2025e) ACM werkt samen met Europese Commissie aan onderzoek naar clouddiensten, nieuwsbericht. 18 november 2025, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-werkt-samen-met-europese-commissie-aan-onderzoek-naar-clouddiensten>

ACM (2025f) Rechtbank bevestigt oordeel ACM: Apple maakt misbruik van machtspositie bij datingapps, nieuwsbericht via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/rechtbank-bevestigt-ordeel-acm-apple-maakt-misbruik-van-machtspositie-bij-datingapps>

- ACM (2025g) Verlening vergunning onder voorschriften voor concentratie DPG Media en RTL Nederland, ACM/UIT/652001. 27 juni 2025, via <https://www.acm.nl/system/files/documents/concentratiebesluit-dpg-media-mag-rtl-nederland-onder-voorwaarden-overnemen.pdf>
- ACM (2025h) Align consumer law with developments in the digital economy and simplify digital legislation, ACM Position Paper on Digital Fairness. Oktober 2025, via <https://www.acm.nl/system/files/documents/acm-position-paper-on-digital-fairness.pdf>
- ACM (2025i) ACM reactie op de EU consultatie Digital Fairness Act, 30 oktober 2025, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-reactie-op-de-eu-consultatie-digital-fairness-act>
- ACM (2025j) Better protection for players of video games – A specific response on gaming to the European Commission’s public consultation on the Digital Fairness Act. ACM position paper. Oktober 2025, via [ACM Position Paper - Better protection for players of video games](#)
- ACM (2025k). ACM Position Paper on Digital Fairness – Align consumer law with developments in the digital economy and simplify digital legislation. October 2025. Oktober 2025, via [ACM position paper on digital fairness](#)
- ACM (2025l) ACM start DSA-onderzoek naar Snapchat vanwege illegale handel vapes aan minderjarigen. 9 september 2025, via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-start-dsa-onderzoek-naar-snapchat-vanwege-illegale-handel-vapes-aan-minderjarigen>
- ACM (2025m) Blog Martijn Snoep: From coordination to cooperation, a step change in EU competition law enforcement. 4 november 2025, via <https://www.acm.nl/en/publications/blog-martijn-snoep-coordination-cooperation-step-change-eu-competition-law-enforcement>
- ACM (2025n) ACM’s input to the Call for evidence Regulation 1/2003. <https://www.acm.nl/system/files/documents/acm-call-for-evidence-reg-12003.pdf>
- ACM (2025o) Speech Martijn Snoep: De New Competition Tool, het waarom en het hoe. 10 februari 2025, via 10-2-2025, <https://www.acm.nl/nl/publicaties/speech-martijn-snoep-de-new-competition-tool-het-waarom-en-het-hoe>
- Adema, Y., Bettendorf, L., van Bezooijen, E., Freeman, D. en Wache, B. (2025) Dynamics, Productivity, and Innovation in the Dutch Economy, CPB
- Adilbish, O., Cerdeiro, D., Duval, R., Hong, G. H., Mazzone, L., Rotunno, L., Toprak, H., & Vaziri, M. (2025). Europe’s Productivity Weakness. IMF Working Papers, 2025(040), 1.
- Adlc, Autorité de la concurrence (2023) On competition in the cloud sector. OPINION 23-A-08, via https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/attachments/2023-09/23a08_EN.pdf
- Aeternus (2024) Private Equity in Nederland 2024, via <https://www.aeternuscompany.nl/kennis/private-equity-in-nederland-in-kaart/>
- AFM en DNB (2025) Digitale afhankelijkheid in de financiële sector, via <https://www.dnb.nl/media/fmmnlf0m/brochure-atlas.pdf>
- Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R., & Howitt, P. (2005). Competition and innovation: An inverted-U relationship. The quarterly journal of economics, 120(2), 701-728.
- Aghion, P., Cherif, R., & Hasanov, F. (2021). Competition, innovation, and inclusive growth. International Monetary Fund.
- Aizenberg, E., & Hanegraaff, M. (2020). Is politics under increasing corporate sway? A longitudinal study on the drivers of corporate access. West European Politics, 43(1), 181-202.
- Albrecht, B. C., Decker, R. A. (2026) Markups and Business Dynamism across Industries. International Journal of Industrial Organization, 103260

Algemene Rekenkamer (2025) Het Rijk in de cloud, januari 2025, via <https://www.rekenkamer.nl/site/binaries/site-content/collections/documents/2025/01/15/het-rijk-in-de-cloud/Het+Rijk+in+de+cloud.pdf>

Axelson, U., Jenkinson, T., Strömberg, P., & Weisbach, M. S. (2013). Borrow cheap, buy high? The determinants of leverage and pricing in buyouts. *The Journal of Finance*, 68(6), 2223-2267.

Baarsma, B. (2025). Grotere publieke sector vertekent productiviteitsvergelijking met VS. *Economisch Statistische Berichten* 110(4843), 20 maart 2025.

Badir, M., van der Vlugt, G. & van der Sluijs, D. (2025). Problematisch gebruik smartphones en sociale media vereist beleidsdebat. *Economisch Statistische Berichten*, nr. 110(4841), pag. 28-31

Bain & Company (2019) MacArthur, H., Burack, R., De Vusser, C., Yang, K., O'Connor T., & Rainey B., Buy-and-Build: A Powerful Strategy... When Done Right., via <https://www.bain.com/globalassets/noindex/2019/bain-brief-private-equity-buy-and-build-how-to-get-it-right.pdf>, bezocht op 22 december 2025.

Bajgar, M., Berlingieri, G., Calligaris, S., Criscuolo, C., & Timmis, J. (2025). Industry concentration in Europe and North America. *Industrial and Corporate Change*, 34(3), 407-424.

Bajgar, M., Criscuolo, C., & Timmis, J. (2025). Intangibles and industry concentration: a cross-country analysis. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 1-17.

Baker, J. B. & Scott Morton, F. (2024). Market Power Has Grown and Antitrust Needs Strengthening, Despite What Shapiro & Yurukoglu and Miller Suggest. ProMarket blog, 1 oktober 2024. Zie [Market Power Has Grown and Antitrust Needs Strengthening, Despite What Shapiro & Yurukoglu and Miller Suggest - ProMarket](#), bezocht op 2 januari 2026..

Baker, J. B. (2019). *The antitrust paradigm: restoring a competitive economy*. Harvard University Press.

Berkhout, J., Hanegraaff, M., & Braun, C. (2017). Is the EU different? Comparing the diversity of national and EU-level systems of interest organisations. *West European Politics*, 40(5), 1109-1131.

Bernstein, S., Lerner, J., Sorensen, M., & Strömberg, P. (2017). Private equity and industry performance. *Management Science*, 63(4), 1198-1213.

Bessen, J. (2020). Industry concentration and information technology. *The Journal of Law and Economics*, 63(3), 531-555.

Bighelli, T., Di Mauro, F., Melitz, M. J., & Mertens, M. (2023). European firm concentration and aggregate productivity. *Journal of the European Economic Association*, 21(2), 455-483.

Bloom, N., Genakos, C., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2012). Management practices across firms and countries. *Academy of management perspectives*, 26(1), 12-33.

Bolt, J. en Inklaar, R. (2025). Nobelprijs economie biedt Europa kritische spiegel. *ESB* 110(4852), 18 december 2025.

Boone, J., van Ours, J. C., & van der Wiel, H. (2013). When is the price cost margin a safe way to measure changes in competition?. *De Economist*, 161(1), 45-67.

Borsa, A., Bejarano, G., Ellen, M., & Bruch, J. D. (2023). Evaluating trends in private equity ownership and impacts on health outcomes, costs, and quality: systematic review. *BMJ*, 382.

Braghieri, L., Levy, R. E., & Makarin, A. (2022). Social media and mental health. *American Economic Review*, 112(11), 3660-3693.

Bushoff, T.J. (2025) Voorstel van wet van het lid Bushoff tot wijziging van de Mededingingswet in verband met de uitbreiding van het concentratietoezicht (Wet inroepbevoegdheid ACM). 25 juni 2025, via

<https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/wetsvoorstellen/detail?qry=wetsvoorstel%3A36774&cfg=wetsvoorstelgegevens>

Calligaris, S., Chaves, M., Criscuolo, C., De Lyon, J., Greppi, A. and Pallanch, O. (2024). Exploring the evolution and state of competition in the EU. https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2024-06/Exploring_the_evolution_and_the_state_of_competition_in_the_EU_launch.pdf

Calvino, F., Criscuolo, C., & Verlhac, R. (2020). Declining business dynamism: Structural and policy determinants (No. 94). OECD Publishing.

Canoy, M., & De Jong, S. (2025). Een leidraad is geen leiband – de voedingsindustrie als illustratie. Markt en Mededinging, 28(3), 138-143.

CCPC (2025a). The State of Competition in Ireland: Launch Paper.

CCPC (2025b). The State of Competition in Ireland: Barriers to Expansion Report.

CCPC (2025c). The State of Competition in Ireland: Barriers to Entry Report.

CCPC (2025d). The State of Competition in Ireland: Services Sector Analysis.

Chabris, C., & Simons, D. (2011). The invisible gorilla: How our intuitions deceive us. Harmony.

CMA (2023). Wider Benefits of Competition Policy and Enforcement.

CMA (2024). The State of UK Competition Report.

CMA, Competition and Markets Authority (2025). Cloud infrastructure services. Final decision report, via https://assets.publishing.service.gov.uk/media/688b8891fdde2b8f73469544/final_decision_report.pdf

Colciago, A., Favoino, D. & de Haan, J., (2020) Omzetconcentratie gaat gepaard met een lagere arbeidsinkomensquote. ESB, 105(4787), 330–332.

Competition Bureau Canada (2023). Competition in Canada from 2000 to 2020: An Economy at a Crossroads.

CompNet (2025). User Guide for the 10th Vintage of the CompNet Dataset. Competitiveness Research Network

Consumer Protection Cooperation Network (2025). The Consumer Protection Cooperation Network's Key Principles on In-game Virtual Currencies. 21 Maart 2025. [Social media, online games and search engines - European Commission](#).

Cowgill, B., Prat, A., & Valletti, T. (2024). Political power and market power (No. w33255). National Bureau of Economic Research.

Coyle, D. (2020). Markets, state, and people: Economics for public policy. Princeton University Press.

Coyle, D. (2025), The Relationship Between Competition Policy and Industrial Policy in an Era of Structural Change, Intereconomics 60(4), 205-209.

CPB (2019). Markups van bedrijven in Nederland. CPB Notitie. <https://www.cpb.nl/markups-van-bedrijven-in-nederland>

CPB (2023). Uitsplitsing van de inflatie in Nederland. <https://www.cpb.nl/system/files/cpbmedia/omnidownload/CPB-PUBLICATIE-Uitsplitsing-van-de-inflatie-in-Nederland.pdf>

CPB (2025). Proces van creatieve destructie verzwakt in Nederland. https://www.cpb.nl/system/files/cpbmedia/CPB_publicatie-proces-creatieve-destructie-verzwakt-in-Nederland.pdf

- Cunningham, C., Ederer, F., & Ma, S. (2021). Killer acquisitions. *Journal of political economy*, 129(3), 649-702.
- Dafny, L., Ho, K., & Lee, R. S. (2019). The price effects of cross-market mergers: theory and evidence from the hospital industry. *The RAND Journal of Economics*, 50(2), 286-325.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2002). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business Review Press.
- Davis, S. J., Haltiwanger, J., Handley, K., Jarmin, R., Lerner, J., & Miranda, J. (2014). Private equity, jobs, and productivity. *American Economic Review*, 104(12), 3956-3990.
- Davis, S. J., Haltiwanger, J., Handley, K., Lipsius, B., Lerner, J., & Miranda, J. (2025). The (heterogeneous) economic effects of private equity buyouts. *Management Science*.
- De Loecker, J. D., & Warzynski, F. (2012). Markups and firm-level export status. *American economic review*, 102(6), 2437-2471.
- De Loecker, J. en Eeckhout, J. (2025). The Macroeconomics of Market Power. *Annual Review of Economics*. te verschijnen
- De Loecker, J., & Eeckhout, J. (2018). Global market power (No. w24768). National Bureau of Economic Research.
- De Loecker, J., Eeckhout, J., & Unger, G. (2020). The rise of market power and the macroeconomic implications. *The Quarterly journal of economics*, 135(2), 561-644.
- De Ridder, M. (2025). Meer marktconcentratie kan goed nieuws zijn voor Nederlandse productiviteit. ESB. 110(4851). 20 november 2025.
- De Ridder, M. en Rachel, M. (2025). Nederlandse productiviteit groeit fors na correctie voor lagere klimaatschade. ESB 110(4849), 17 juni 2025.
- Denkwerk (2026) Markt en Macht – Speler of Speelveld in de Hegemonie strijd. Januari 2026, via <https://denkwerk.online/media/1160/markt-en-macht.pdf>
- DNB (2025). Arbeidsproductiviteit, zo slecht doen we het niet. (2 mei 2025) [Arbeidsproductiviteit, zo slecht doen we het niet | De Nederlandsche Bank](#) (geraadpleegd 22 december 2025)
- Döpfer, H., MacKay, A., Miller, N. H., & Stiebale, J. (2025). Rising markups and the role of consumer preferences. *Journal of Political Economy*, 133(8), 2462-2505.
- Draghi, M. (2024a). The future of European competitiveness: Part A | A competitiveness strategy for Europe. Europese Commissie
- Draghi, M. (2024b). The future of European competitiveness: Part B | In-depth analysis and recommendations. Europese Commissie
- Duso, T., & Schiersch, A. (2025). Let's switch to the cloud: Cloud usage and its effect on labor productivity. *Information Economics and Policy*, 70, 101130.
- ECB (2025) Buch, C., Hidden leverage and blind spots: addressing banks' exposures to private market funds, *The Supervision Blog*, 3 juni 2025. Via <https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/blog/2025/html/ssm.blog20250603~7af4ffc2d7.en.html>
- Eijkel, R. (2023) Overnamestrategie buy-and-build vraagt om aanpassing fusietoezicht kinderopvang, *Economische Statistische Berichten*, via <https://esb.nu/overnamestrategie-buy-and-build-vraagt-om-aanpassing-fusietoezicht-kinderopvang/>
- Europese Commissie (2024a). Protecting competition in a changing world: Evidence on the evolution of competition in the EU during the past 25 years. Directoraat-Generaal voor Mededinging.

Europese Commissie (2024b). Science, research and innovation performance of the EU – 2024 - A competitive Europe for a sustainable future.

Europese Commissie (2025) Data Act Explained, via <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/data-act-explained>

Europese Commissie (2025b) Digital Commons EDIC lanceert om de technologische soevereiniteit van Europa te bevorderen, nieuwsbericht via <https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/news/digital-commons-edic-launches-advance-europes-technological-sovereignty>

Europese Commissie (2025c) Cloud Sovereignty Framework, version 1.2.1, oktober 2025 via 09579818-64a6-4dd5-9577-446ab6219113_en.

Farrell, J., & Klemperer, P. (2007). Coordination and lock-in: Competition with switching costs and network effects. Handbook of industrial organization, 3, 1967-2072.

FD (2023) den Brinker, G., de Groot, G. & Kakebeeke, P., Private equity in Nederland, In de haarvaten van de economie, Financieel Dagblad. Via <https://specials.fd.nl/in-de-haarvaten-van-de-economie>

Gaastra, S. (2026) Geopolitieke macht heeft economische waarde. Economisch Statistische Berichten, 111(4853), 19 januari 2026

Gartner (2025) Gartner Identifies the Top Trends Shaping the Future of Cloud, via <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2025-05-13-gartner-identifies-top-trends-shaping-the-future-of-cloud>

Gautier, A., & Lamesch, J. (2021). Mergers in the digital economy. Information Economics and Policy, 54, 100890.

Gomes, A. & Okano-Heijmans, M. (2024), Too late to act? Europe's quest for cloud sovereignty, maart 2024, Instituut Clingendael, via https://www.clingendael.org/sites/default/files/2024-02/Policy_brief_Cloud_sovereignty.pdf.

Gompers, P., Kaplan, S. N., & Mukharlyamov, V. (2016). What do private equity firms say they do? Journal of Financial Economics, 121(3), 449-476.

Graef, I. en Bostoën, F. (2025). A typology of platform power and its regulation. Information, Communication & Society. Online gepubliceerd 3 juni 2025, [Full article: A typology of platform power and its regulation](#).

Graef, I., (2025) Hoe maken we Nederland minder afhankelijk van de big tech. KVS Preadviezen 2025. [Hoe maken we Nederland minder afhankelijk van de big tech - ESB](#)

Griffith, R. & Van Reenen, J. (2023). Chapter 3 Product Market Competition, Creative Destruction, and Innovation. In Akcigit, U. & Van Reenen, J. The Economics of Creative Destruction: New Research on Themes from Aghion and Howitt (p. 43-76). Cambridge, MA en Londen, Engeland: Harvard University Press.

Heitmayer, M. (2025). The second wave of attention economics. Attention as a universal symbolic currency on social media and beyond. Interacting with Computers, 37(1), 18-29.

Hotchkiss, E. S., Smith, D. C., & Strömberg, P. (2021). Private equity and the resolution of financial distress. The Review of Corporate Finance Studies, 10(4), 694-747.

IBO Bedrijfsfinanciering (2024). Kies voor baten - IBO Bedrijfsfinanciering. <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2024/06/26/kies-voor-baten-ibo-bedrijfsfinanciering>.

IMF (2021). Rising corporate market power: Emerging policy issues. SDN/21/01.

IMF (2024). Regional Economic Outlook for Europe: A Recovery Short of Europe's Full Potential. Washington, DC, October

- IMF (2025). Kingdom of the Netherlands–The Netherlands: Staff Concluding Statement of the 2025 Article IV Mission. 21 mei 2025.
- Jullien B. & Y. Lefouili (2018) Horizontal mergers and innovation. *Journal of Competition Law & Economics*, 14(3), 364–392. Lefouili, Y. en B. Madio (2025) Mergers and Investments: Where Do We Stand? Toulouse School of Economics Working Paper, no. 1617.
- Jullien, B., & Lefouili, Y. (2018). Horizontal mergers and innovation. *Journal of Competition Law & Economics*, 14(3), 364-392.
- Kaplan, S. N., & Strömberg, P. (2009). Leveraged buyouts and private equity. *Journal of Economic Perspectives*, 23(1), 121-146.
- Koltay, G., Lorincz, S., & Valletti, T. (2023). Concentration and competition: evidence from Europe and implications for policy. *Journal of Competition Law & Economics*, 19(3), 466-501.
- Krabbe-Alkemade, Y., Makai, P., Canoy, M., Kemp, R., & Portrait, F. (2025). Market distortions in the Dutch mixed long-term care market: an exploratory analysis. *Health Economics, Policy and Law*, 1-25.
- Lefouili, Y., & Madio, L. (2025). Mergers and Investments: Where Do We Stand?. Toulouse School of Economics Working Paper, no. 1617.
- Loewenstein, G., & Wojtowicz, Z. (2025). The economics of attention. *Journal of Economic Literature*, 63(3), 1038-1089.
- M&A (2023) Kleingeld, J., Buy & build is top driver achter acquisities in 2024. M&A.nl, via <https://mena.nl/artikel/mena-trendonderzoek-2024-grootste-drivers-overnamemarkt-buy-build-consolidatie/>, bezocht op 22 december 2025.
- Meyers, Z. (2025) Can the EU reconcile digital sovereignty and economic competitiveness? CERRE Issue Paper.
- Miljoenennota (2024), via <https://www.rijksfinancien.nl/miljoenennota/2024>
- Monopolkommission (2025). Hauptgutachten XXV: Wettbewerb 2024. <https://www.monopolkommission.de/de/gutachten/hauptgutachten/450-xxv-gesamt.html>
- Moynihan, D. P. (2010). A workforce of cynics? The effects of contemporary reforms on public service motivation. *International Public Management Journal*, 13(1), 24-34.
- Nationaal Cyber Security Centrum (2025), via <https://www.ncsc.nl/cloud/cloud-act-memo>
- NOS (2025) Tandartsketens gebruiken ouderen als melkkoe, via <https://nos.nl/artikel/2598096-tandartsketens-gebruiken-ouderen-als-melkkoe>
- NOS (2025b). Niet meer overal in Nederland gegarandeerde kraamzorg, via <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2590007-niet-meer-overal-in-nederland-gegarandeerde-kraamzorg>.
- OECD (2023). Serial Acquisitions and Industry Roll-ups. Background note
- OECD (2024). Pro-competitive industrial policy, OECD Roundtables on Competition Policy Papers, nr. 309.
- OECD (2025). OECD Compendium of Productivity Indicators 2025. Parijs: OECD Publishing.
- OECD (2025b). Competition in the Provision of Cloud Computing Services, OECD Roundtables on Competition Policy Papers, nr. 323.
- Ofcom (2023) Cloud services market study, via <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/consultations/category-3-4-weeks/244808-cloud-services-market-study/associated-documents/cloud-services-market-study-final-report.pdf?v=330228>

Okano-Heijmans, M. (2024) Position paper t.b.v. rondetafelgesprek Digitale infrastructuur en economie, april 2024, Instituut Clingendael, via [Rondetafelgesprek Digitale infrastructuur en economie | Tweede Kamer der Staten-Generaal](#)

Paul Krugman, "Europe's Tech Lag: Does It Matter?", Substack 16 december 2025
<https://paulkrugman.substack.com/p/europes-tech-lag-does-it-matter>

Politico (2025) Trump can pull the plug on the internet, and Europe can't do anything about it, via <https://www.politico.eu/article/donald-trump-eu-internet-europe-us-trade-war-data-cyber/>

Rapport Wennink (2025). De route naar toekomstige welvaart: Een sterk Nederland in een relevant Europa.

Rathenau Instituut (2025) Samenleving kwetsbaar: digitale afhankelijkheid is meer dan cloud bij de overheid, via <https://www.rathenau.nl/nl/digitalisering/naar-een-nieuwe-verhouding-tot-technologiebedrijven/samenleving-kwetsbaar-digitale-afhankelijkheid-meer-dan-cloud-bij-de-overheid>

Rechtbank Rotterdam (2025) ECLI:NL:RBROT:2025:6961, via <https://uitspraken.rechtspraak.nl/details?id=ECLI:NL:RBROT:2025:6961>

Rechtbank Rotterdam (2026) ECLI:NL:RBROT:2026:171, 14 januari 2026

Rijksoverheid (2025) Strengthening cloud sovereignty of public administrations, via <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2025/07/11/strengthening-cloud-sovereignty-of-public-administrations>

Rijksoverheid (2025a) De Nederlandse Digitaliseringsstrategie – Samen versnellen, via <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2025/07/04/nederlandse-digitaliseringsstrategie>

RIVM, Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (2025). Monitor mentale gezondheid – Landelijke rapportage 2025. RIVM-rapport 2025-0053. [Monitor mentale gezondheid. Landelijke rapportage 2025](#)

Royal Swedish Academy of Sciences (2025). From stagnation to sustained growth. [The Prize in Economic Sciences 2025 – Popular Science Background](#)

Scott Morton, F. (2024). The three pillars of effective European Union competition policy (No. 19/2024). Bruegel Policy Brief.

Scott Morton, F., Crawford, G. S., Crémer, J., Dinielli, D., Fletcher, A., Heidhues, P., & Schnitzer, M. (2023). Equitable Interoperability: The "Supertool" of Digital Platform Governance. *Yale Journal on Regulation*, 40, 1013.

SCP, Sociaal Cultureel Planbureau (2022) Burgerperspectieven Bericht 2. Via [Burgerperspectieven bericht 2 2022 | Sociaal en Cultureel Planbureau](#)

SEO (2025) Nederlandse Innovatie Monitor 2025, via <https://www.seo.nl/wp-content/uploads/2025/11/2025-178-Nederlandse-Innovatie-Monitor-2025.pdf>

Shapiro, C., & Yurukoglu, A. (2026). Trends in competition in the United States: What does the evidence show?. *Journal of Political Economy Microeconomics*, 4(1)

Shu, P., & Steinwender, C. (2019). The impact of trade liberalization on firm productivity and innovation. *Innovation Policy and the Economy*, 19(1), 39-68.

Simon (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World. In *Computers, Communications, and the Public Interest*, pag. 37–72. Johns Hopkins Press

Simons, D. J., & Chabris, C. F. (1999). Gorillas in our midst: Sustained inattention blindness for dynamic events. *perception*, 28(9), 1059-1074.

Six Dijkstra, J.P.S., Kathman, B. (2024) Initiatiefnota van de leden Six Dijkstra en Kathmann over «Wolken aan de horizon», via <https://open.overheid.nl/documenten/080c489f-4fd8-4755-9b35-02f91c5748c8/file>

- Speckbacher, G. (2013). The use of incentives in nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42(5), 1006-1025.
- Stiglitz, J. E. (2024). *The road to freedom: Economics and the good society*. WW Norton & Company.
- Syverson, C. (2011). What determines productivity?. *Journal of Economic literature*, 49(2), 326-365.
- Tirole, J. (2017). *Economics for the common good*. Princeton University Press.
- Tirole, J. (2024). Competition and industrial policy in the 21st century. *Oxford Open Economics*, 3(Supplement_1), i983-i1001.
- ToeZine (2025). Hoe ACM bij verkiezingen waakt over online platforms. 16 december 2025. [Hoe ACM bij verkiezingen waakt over online platforms - ToeZine](#).
- ToeZine (2025). Toezicht in tijden van digitale macht. 7 oktober 2025. [Toezicht in tijden van digitale macht - ToeZine](#)
- Tykvová, T., & Borell, M. (2012). Do private equity owners increase risk of financial distress and bankruptcy?. *Journal of Corporate Finance*, 18(1), 138-150.
- Universiteit van Amsterdam (2025). Nederlandse bedrijfsleven kwetsbaar voor geopolitieke risico's. (25 november 2025) <https://www.uva.nl/content/nieuws/persberichten/2025/11/nederlandse-bedrijfsleven-kwetsbaar-voor-geopolitieke-risicos.html>
- van Damme, E. (2017). Goede marktwerking en overige publieke belangen. *Markt en Mededinging*, 2017(1), 5-17.
- Van der Plaat, M., Sommer, K. & Bettendorf, L. (2025). Productivity trends and policies in the Netherlands. CPB.
- van der Stigchel, S., Vinkers C. & Overbeek G. (2024). We moeten sociale media niet op het podium hijsen als dé zondebok voor mentale problemen bij jongeren. *NRC opinie*, 26 mei 2024.
- van Heuvelen, G. H., Bettendorf, L., & Meijerink, G. (2021). Markups in a dual labour market: The case of the Netherlands. *International Journal of Industrial Organization*, 77, 102762.
- Wereldbank (2024). Advancing Cloud and Data Infrastructure markets, via <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2065-6>.
- Wu, T. (2018). Blind spot: The attention economy and the Law. *Antitrust Law Journal*. Vol. 82. 771-806.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*, edn. PublicAffairs, New York.

Appendix A

Tabel 1: Overzicht van SBI-sectoren per indicator, aangegeven met een x.

Sector	HHI	CR4	Toe- en uitbreiding	Rang persistentie	Marktaandeel instabiliteit	Mark-up	Boone indicator
10 Voedingsmiddelenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
11 Drankenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
13 Textielindustrie	x	x	x	x	x	x	x
16 Houtindustrie	x	x	x	x	x	x	x
17 Papierindustrie	x	x	x	x	x	x	x
18 Grafische industrie	x	x	x	x	x	x	x
20 Chemische industrie	x	x	x	x	x	x	x
21 Farmaceutische industrie	x	x	x	x	x	x	x
22 Rubber- en kunststofproductindustrie	x	x	x	x	x	x	x
23 Bouwmaterialenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
24 Basismetalenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
25 Metaalproductenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
26 Elektrotechnische industrie	x	x	x	x	x	x	x
27 Elektrische apparatenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
28 Machine-industrie	x	x	x	x	x	x	x
29 Auto- en aanhangwagenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
30 Overige transportmiddelenindustrie	x	x	x	x	x	x	x
31 Meubelindustrie	x	x	x	x	x	x	x
32 Overige industrie	x	x	x	x	x	x	x
33 Reparatie en installatie van machines	x	x	x	x	x	x	x
35 Energiebedrijven	x	x	x	x	x		x
38 Afvalbehandeling en recycling	x	x	x	x	x		x
39 Sanering en overig afvalbeheer	x	x	x	x	x		x
41 Algemene bouw en projectontwikkeling	x	x	x	x	x	x	x
42 Grond-, water- en wegenbouw	x	x	x	x	x	x	x
43 Gespecialiseerde bouw	x	x	x	x	x	x	x
45 Autohandel en -reparatie	x	x	x	x	x	x	x
46 Groothandel en handelsbemiddeling	x	x	x	x	x	x	x
47 Detailhandel (niet in auto's)	x	x	x	x	x	x	x
49 Vervoer over land	x	x	x	x	x	x	x
50 Vervoer over water	x	x	x	x	x	x	x
52 Opslag, dienstverlening voor vervoer	x	x	x	x	x	x	x
55 Logiesverstrekking	x	x	x	x	x	x	x
56 Eet- en drinkgelegenheden	x	x	x	x	x	x	x
60 Radio- en televisieomroepen	x	x	x	x	x	x	x
61 Telecommunicatie	x	x	x	x	x	x	x
62 IT-dienstverlening	x	x	x	x	x	x	x
63 Diensten op het gebied van informatie	x	x	x	x	x	x	x
69 Juridische diensten en administratie	x	x	x	x	x	x	x
71 Architecten-, ingenieursbureaus e.d.	x	x	x	x	x	x	x
72 Research	x	x	x	x	x	x	x
73 Reclamewezen en marktonderzoek	x	x	x	x	x	x	x
74 Design, fotografie, vertaalbureaus	x	x	x	x	x	x	x
75 Veterinaire dienstverlening	x	x	x	x	x	x	
77 Verhuur van roerende goederen	x	x	x	x	x	x	x
78 Uitzendbureaus en arbeidsbemiddeling	x	x	x	x	x	x	x
80 Beveiligings- en opsporingsdiensten	x	x	x	x	x	x	x
81 Schoonmaakbedrijven, hoveniers e.d.	x	x	x	x	x	x	x
95 Reparatie van consumentenartikelen	x	x	x	x	x		x

Appendix B

Deze appendix beschrijft de concurrentie-indicatoren, de relatie met de mate van concurrentie, de wijze van berekenen en de onderliggende data.

Indicatoren over concentratie

Deze indicatoren beschrijven de marktstructuur. Er wordt daarbij gekeken hoe de omzetten in een sector zijn verdeeld over bedrijven. Indicatoren over concentratie geven, hoewel soms imperfect, een indicatie over marktmacht en concurrentie in een sector. Een hoge concentratie is een mogelijke indicatie dat de concurrentie beperkt is. Naast het niveau van de concentratie-indicatoren, zegt met name de ontwikkeling van deze indicatoren over de tijd hoe de concentratie en concurrentie in een sector zich ontwikkelt.

Herfindahl-Hirschman Index

De Herfindahl-Hirschman Index (HHI) meet de mate van marktconcentratie door te kijken naar de verdeling van de omzet over de bedrijven in de sector. Een HHI van 0 beschrijft een situatie met veel kleine aanbieders en veel concurrentie. Een waarde van 10.000 beschrijft een markt met één aanbieder (monopolie). De HHI wordt berekend via de formule:

$$HHI = ma_1^2 + ma_2^2 + ma_3^2 + \dots + ma_n^2$$

waar ma = marktaandeel in omzet.

We maken gebruik van CBS-gegevens voor de jaren 2011-2023. Deze indicator wordt bijvoorbeeld gebruikt in Competition Bureau Canada (2023), CMA (2024), Europese Commissie (2024a) en CCPC (2025).

Concentratieratio, CR4

Concentratieratio, CR4 meet het omzetaandeel van de vier grootste aanbieders in een markt. Een hoge CR4 betekent dat de vier grootste aanbieders een groot gezamenlijk marktaandeel hebben, wat een indicatie kan zijn voor beperkte concurrentie. Een lage CR4 betekent dat de vier grootste aanbieders een klein gezamenlijk marktaandeel hebben. De CR4 wordt berekend via de volgende formule:

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 ma_i$$

waar ma = marktaandeel in omzet.

We maken gebruik van CBS-gegevens voor de jaren 2011-2023. Deze indicator wordt bijvoorbeeld gebruikt in Competition Bureau Canada (2023), CMA (2024), Europese Commissie (2024a) en CCPC (2025).

Indicatoren over bedrijvendynamiek

Deze indicatoren richten zich op de dynamiek in een sector. In een concurrerende markt liggen de marktposities van ondernemingen niet vast; ondernemingen moeten constant hun best doen om hun positie te behouden of verbeteren. Een competitieve omgeving wordt gekenmerkt door een gestage instroom van nieuwe bedrijven die er naar streven bestaande bedrijven te overtreffen, terwijl minder succesvolle, inefficiëntere bedrijven de markt verlaten. Ook de positie van de grootste aanbieders kan onder druk komen te staan van andere ondernemingen die doorgroeien. Deze dynamiek zorgt ervoor dat efficiënte en innovatieve ondernemingen kunnen groeien en afnemers kunnen profiteren van betere keuzes en lagere prijzen.

Oprichtings- en uittredingspercentage

De dreiging van nieuwe concurrenten zorgt ervoor dat zittende ondernemingen zich moeten blijven inspannen. Ondernemingen die slecht presteren verlaten dan de markt en maken ruimte voor ondernemingen die beter presteren. Hoge oprichtings- en uittredingspercentages wijzen op veel dynamiek in een sector en dat het proces van creatieve destructie werkt. In sectoren met lage oprichtings- en uittredingspercentages worden bestaande bedrijven weinig uitgedaagd om optimaal te presteren. De indicatoren worden berekend via de onderstaande formules:

$$\text{oprichtingspercentage} = \frac{\text{aantal opgerichte bedrijven}}{\text{aantal actieve bedrijven}}$$

$$\text{uittreedingspercentage} = \frac{\text{aantal opgeheven bedrijven}}{\text{aantal actieve bedrijven}}$$

We maken gebruik van CBS-gegevens voor de jaren 2011-2023. Deze indicatoren worden bijvoorbeeld gebruikt in Competition Bureau Canada (2023), CMA (2024), Europese Commissie (2024a) en CCPC (2025).

Rangpersistentie

De rangpersistentie van de top vijf ondernemingen meet de mate waarin de vijf grootste ondernemingen (in termen van omzet) ook in de drie voorafgaande jaren bovenaan stonden. Een hoge rangpersistentie is een indicatie dat de grootste bedrijven zich weten te handhaven in de top en dat ze minder vaak worden voorbijgestreefd door andere ondernemingen. Een lage score betekent dat de vijf grootste bedrijven hun positie niet hebben weten te behouden en er meer dynamiek is in de top. Er zijn veel ondernemingen die nog niet in de top vijf in de drie voorgaande jaren stonden.

Voorbeeld: als van de top vijf bedrijven in jaar t er drie bedrijven ook tot de top vijf ondernemingen behoorden in de jaren t-1, t-2 en t-3, dan bedraagt de rangpersistentie 60%.

We maken gebruik van CBS-gegevens voor de jaren 2011-2023. Voor het berekenen van deze indicator zijn gegevens nodig van drie jaar eerder, daarom zijn voor deze indicator gegevens beschikbaar voor de jaren 2014 – 2023. Deze indicator wordt bijvoorbeeld gebruikt in Competition Bureau Canada (2023), CMA (2024), Europese Commissie (2024a) en CCPC (2025).

Marktaandeelinstabiliteit

De marktaandeelinstabiliteit meet de verandering van de relatieve marktaandelen van de top vijf van bedrijven, gemeten in omzet. Het is de gemiddelde absolute waarde van de verandering in het marktaandeel in procentpunten tussen jaar t en t-1 voor de vijf grootste ondernemingen. Het geeft de variabiliteit in de marktaandelen van individuele ondernemingen weer tussen de marktleiders.

Een hoge waarde voor marktaandeelinstabiliteit geeft aan dat er significante veranderingen zijn in marktaandeel bij de top vijf aanbieders. Een lage score suggereert een beperkte beweging in de top en duidt op weinig dynamiek. De marktaandeelinstabiliteit wordt berekend aan de hand van de volgende formule:

$$MAI_t = \frac{1}{5} \sum_{i=1}^5 \left| \frac{ma_{rt}}{\sum_{l=1}^5 ma_{rt}} - \frac{ma_{rt-1}}{\sum_{l=1}^5 ma_{rt-1}} \right|$$

waar MAI = marktaandeelinstabiliteit, ma = marktaandeel in omzet, r = rangorde en t = jaar.

We maken gebruik van CBS-gegevens voor de jaren 2011-2023. Voor het berekenen van deze indicator zijn gegevens nodig van één jaar eerder, daarom zijn voor deze indicator gegevens beschikbaar voor de jaren 2012 – 2023. Deze indicator wordt gebruikt in Europese Commissie (2024a).

Indicatoren over marktuitlekomsten

Marktuitlekomstenindicatoren geven een directer inzicht in (de veranderingen in) de mate van marktmacht en de intensiteit van het concurrentieproces. Hogere winsten en mark-ups zijn indicatoren van beperktere concurrentie. Immers, in een competitieve markt ondervinden bedrijven constant druk om hun prijzen laag te houden. Dit leidt er toe dat bedrijven geen substantiële winst en mark-ups kunnen realiseren. Hieraan gerelateerd kan ook gekeken worden hoe stijgende kosten worden doorgegeven aan de afnemers. In een meer competitieve markt zal een stijging in marginale kosten leiden tot een sterkere afname van de winsten.

Mark-ups

Mark-ups worden gedefinieerd als de prijs die een onderneming vraagt voor haar product gedeeld door de marginale kosten. Een onderneming met marktmacht kan een prijs rekenen die aanzienlijk boven de marginale kosten ligt en daarmee een hoge mark-up realiseren. In een sterk concurrerende markt zullen ondernemingen een prijs vragen die dicht bij de kosten ligt, met een lagere mark-up tot gevolg.

Voor het berekenen van de mark-up is inzicht nodig in de marginale kosten. Deze marginale kosten zijn niet direct voorhanden en moeten daarom geschat worden. We gebruiken gegevens van CompNet (2025). CompNet presenteert zeven verschillende manieren waarop de mark-up berekend kan worden. We presenteren gegevens gebaseerd op een translog productiefunctie met tweede-orde interacties, waarbij de output-elasticiteiten worden geschat met OLS en 'jaar fixed effects' (specificatie 2). Voor de berekening van de mark-ups wordt de methodologie van De Loecker en Warzinski (2012) gevolgd. Voor een beschrijving van de berekeningsmethoden en formules verwijzen we naar paragraaf 5.3 in CompNet (2025).

We zijn met name geïnteresseerd in de ontwikkeling van concurrentie over de tijd. Voor de meeste sectoren geldt dat de zeven berekeningsmethoden van de mark-up over de tijd een vergelijkbare ontwikkeling laten zien.

We maken gebruik van CompNet-gegevens voor de jaren 2011-2022. Deze indicator wordt bijvoorbeeld gebruikt in Competition Bureau Canada (2023), CMA (2024), Europese Commissie (2024a) en CCPC (2025).

Boone-indicator

De Boone-indicator, de elasticiteit van de winst ten opzichte van marginale kosten, meet de omvang van een verandering in de winst wanneer de marginale kosten van een onderneming stijgen. Normaliter leidt een stijging van marginale kosten tot een daling van de winst. In een meer concurrerende markt zal dezelfde procentuele stijging van de kosten leiden tot een grotere winstdaling. In meer concurrerende markten worden ondernemingen zwaarder afgestraft (in termen van winst) voor inefficiëntie. De Boone-indicator meet de intensiteit van concurrentie, ook voor geconcentreerde markten en sectoren.

De Boone-indicator wordt geschat aan de hand van de volgende regressievergelijking:

$$\ln(\text{winst}_{it}) = \alpha_{jt} + \beta_{jt} \text{Gemidd. variabele kosten}_{it} + \varepsilon_{it}$$

waarbij i staat voor onderneming, j voor sbi-sector, t voor tijd en winst_{it} voor de variabele winst. Omdat marginale kosten niet direct waarneembaar zijn, worden de gemiddelde variabele kosten gebruikt als benaderen (Boone et al. 2013). β_{jt} is de Boone-indicator. De Boone-indicator neemt een waarde aan

tussen min oneindig ($-\infty$) en 1, waarbij een negatiever getal een indicatie is van een sterkere concurrentiedruk in de sector.

De Boone-indicator is geschikt om te beoordelen hoe de concurrentie zich in de tijd ontwikkelt. De absolute waarde van de indicator is minder van belang.

We maken gebruik van CBS-gegevens voor de jaren 2011-2023. Deze indicator wordt gebruikt in Competition Bureau Canada (2023).

Appendix C

Voor dit onderzoek heeft de ACM gesproken met diverse personen in beleid, toezicht en economisch onderzoek. Daarnaast heeft de ACM een klankbordgroep met experts opgesteld om in verschillende stadia van het onderzoek feedback te geven. Deze klankbordgroep bestond uit prof. dr. Robert Inklaar (Rijksuniversiteit Groningen), dr. Maaïke Okano-Heijmans (Instituut Clingendael) prof. dr. Maarten Pieter Schinkel (Universiteit van Amsterdam).

De ACM heeft gebruik gemaakt van data van CompNet (Competitiveness Research Network) en het CBS.

De ACM bedankt de gesprekspartners en de leden van de klankbordcommissie voor waardevolle suggesties en commentaar, en is CBS en CompNet erkentelijk voor de gebruikte data.

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust geheel bij de ACM.