

Electronica in Europa, naar een nieuwe industriepolitiek?

*Sjef Stoop*¹

Meer dan een jaar nadat binnen Philips de Centurion operatie van start ging in een laatste poging het concern te redden, wordt steeds meer duidelijk dat de problemen bij Philips niet op zichzelf staan. Onaantastbaar geachte bedrijven als IBM en Sony zijn eveneens in problemen geraakt. De elektronicasector blijkt enorm instabiel. Dit maakt het mogelijk incidenteel grote winsten te behalen. Op langere termijn is het echter catastrofaal voor de grote concerns. Deze instabiliteit kan worden verklaard door het wegvallen van een drietal ordeningsprincipes die voorheen bestonden. Het wegvallen van de marktordering is des te problematischer naarmate de interdependenties in de sector toenemen. De problemen bij Philips vragen om een oplossing die het bedrijfsniveau overstijgt. De centrale vraag is dan: welke nieuwe ordeningsmechanismen dienen zich aan?

1. De wegvallende ordening

De elektronica is een goed voorbeeld van een sector waar jarenlang een vorm van beperkte concurrentie bestond. De elektronicamarkt is het domein van enkele zeer grote bedrijven die wereldwijd opereren. De concurrentie tussen deze oligopolisten werd binnen de perken gehouden door een drietal vormen van marktverdeling:

1. Een verdeling volgens geografische ordening.
2. Een ordening naar fase van de productcyclus.
3. Een afbakening naar sectoren.

Al deze ordeningsprincipes zijn in de loop van de jaren zeventig en tachtig ondergraven.

De geografische ordening kende een aantal varianten. Zo werd de Europese televisiemarkt tot aan de jaren tachtig afgeschermd door de patenten op de in

¹ Sjef Stoop is medewerker van SOMO te Amsterdam

Europa gebruikte televisiestandaard PAL. Slechts onder bepaalde voorwaarden werd deze technologie in licentie gegeven aan niet-Europese ondernemingen. Relatief hoge transportkosten van bijvoorbeeld beeldbuizen en lampen legden verdere beperkingen op aan de globalisering van de televisiemarkt. Nieuwe technologieën nemen deze beperkingen echter steeds meer weg. De gevolgen van deze ontwikkeling zijn af te lezen aan de ontwikkeling bij Philips' traditionele cash-cow, de divisie Licht.

Lange tijd werd de wereldmarkt in deze sector bepaald door een stabiele verdeling tussen de twee marktleiders, Philips en General Electric. Hoewel beide concerns zeer internationaal georiënteerd waren, bleven zij vrijwel volledig weg van elkaars thuismarkten. De enige reden voor de grote twee om geen lampenfabrieken op elkaars gebied neer te zetten, moet hebben gelegen in onderlinge afspraken.

De volgende tabel geeft deze situatie weer en laat zien hoe dit in de jaren tachtig drastisch veranderde. Philips opende de aanval op de Amerikaanse markt door de lichtdivisie van Westinghouse op te kopen. General Electric antwoordde door in Europa onder andere Tungsram in te lijven.

Tabel 1 Marktaandelen licht.

V.S.			Europa		
Voor 1982			Voor 1989		
1.	GE	50%	1.	Philips	40%
2.	GTE Sylvania	20%	2.	Osram/Siemens	27%
3-4.	Westinghouse	8%	3-4.	GTE Sylvania	9%
	NAPC (Philips)	8%		Thorn	9%
			5.	Thungsram	7%
			6.	Osram/GEC	4%
			7.	GE	2%
Totaal:		86%	Totaal:		98%
1990			1990		
1.	GE	50%	1.	Philips	40%
2.	Philips	25%	2.	Osram/Siemens	26%
3.	GTE Sylvania	20%	3.	GE	20%
Totaal:		95%	Totaal:		86%

Bron: de tabel moet zich baseren op schattingen, omdat verschillende concerns veelal verschillende marktaandelen verstrekken.

Naast de strijd tussen General Electric en Philips op elkaars thuismarkten, heeft ook de stormachtige opkomst van de halogeenlamp de situatie op de lichtmarkt drastisch veranderd. Deze lichtbron is oorspronkelijk door General Electric ontwikkeld als autolamp. De Aziatische producenten hebben de halogeenlamp als consumentenprodukt populair gemaakt. De halogeenlampjes leenden zich vanwege een veel hogere waarde/volume verhouding goed voor internationale export. Hierdoor liep het marktaandeel van Philips terug. Tussen 1985 en 1989 verdubbelde de Japanse industrie in Europa haar aandeel in dit marktsegment, dat naar verwachting in 1995 een kwart van de verlichtingsmarkt zal innemen. Omdat de slag tussen General Electric en Philips nog lang niet voorbij is, zullen de winstmarges op de lichtmarkt onder druk blijven staan. Daarbij komt dat ook de andere grote spelers op de verlichtingsmarkt expansieve plannen hebben. Toshiba heeft in 1989 zijn Lichtdivisie een belangrijkere plaats in het concern gegeven. De succesvolle joint-venture die Philips op dit gebied heeft met Matsushita, kreeg eind jaren tachtig navolging van General Electric en Toshiba en van Siemens en Mitsubishi Lighting. GTE heeft zijn lichtdivisie te koop aangeboden. Dit kan vooral de marktverhoudingen in de V.S. grondig veranderen.

Tevens zal er steeds meer micro-elektronica in verlichting worden verwerkt, bijvoorbeeld bij starters en dimmers van TL-lampen. De waarde/volume verhouding zal verder stijgen en daarmee de intensiteit van de internationale handel in deze produkten.

Naast de verdeling van de wereldmarkt in geografische segmenten, werd de concurrentie in de elektronicasector tevens in de hand gehouden door het toepassen van op de "product life cycle" gebaseerde bedrijfsstrategieën. Dat probleem is vooral duidelijk bij de consumenten-elektronica. Het is niet meer mogelijk om een mooi uitgestippelde produktcurve te benutten. Deze strategie bestaat uit een aantal stappen. Eerst wordt een nieuw produkt gelanceerd als hooggeprijsd luxe produkt met hoge winstmarge op een markt waar nog geen concurrenten bestaan. Vervolgens maakt men de produktie goedkoper en daarmee het produkt via prijsverlagingen voor een steeds groter publiek beschikbaar. Tenslotte wordt het produkt overgenomen door lage kosten producenten en komen de grote bedrijven weer met een nieuw produkt. Op deze wijze konden de technologische leiders in de OECD-landen hun marktaandeel afschermen van de lage kosten producenten en zo hun hoge kosten terugverdienen.

Drie ontwikkelingen hebben de traditionele op de produktcurve gebaseerde strategie bij consumenten-elektronica ondermijnd. Ten eerste is het tempo van de technologische ontwikkeling zozeer toegenomen dat de tijd om de ontwikkeling van een nieuwe technologie terug te verdienen sterk is verkort. Na korte tijd is het produkt al weer verouderd.

Daarmee samen hangt de tweede reden. Het hoge tempo van de technologische

ontwikkeling maakt dat anderen snel in staat zijn eenzelfde produkt aan te bieden, zodat het produkt dan al in de fase is dat lage kosten, en niet technologisch leiderschap, de marktontwikkeling bepalen. Een bedrijf als IBM heeft tot zijn schade ondervonden dat zijn PC-technologie binnen korte tijd door goedkope klonen-makers werd overgenomen.

Bij de CD bleek evenzeer hoe de lage kosten-producenten snel de markt kunnen overnemen. Cijfers zijn niet openbaar, maar de meeste analisten gaan er vanuit dat Philips op de CD-spelers de kosten nauwelijks heeft kunnen terugverdienen². Niet voor niets vroeg Philips al snel na de introductie van de CD om marktbescherming door de EG.

De derde reden waarom de produktcurvestrategie niet meer werkbaar is, hangt samen met de noodzaak van het vastleggen van standaarden. Concerns als Philips die hun kracht niet baseren op lage kosten, maar op technologisch leiderschap, kunnen met hun consumentenprodukten ook slechts dan scoren, als deze produkten heel snel een massaproduct worden. Zij moeten hun technologie aan zo veel mogelijk andere producenten zien te slijten om te zorgen dat hiermee een wereldstandaard wordt vastgelegd. Blijft een produkt te lang boven de markt hangen zonder echt opgepikt te worden, dan verliezen de consument en de handel het vertrouwen in dat produkt. Tevens is dan de kans groot dat zich al weer een nieuw alternatief aandient.

Dit ondergraaft de mogelijkheid om een hoge prijs te bedingen voor het in licentie geven van een nieuwe technologie zoals bij de Digitale Compact Cassette. Om een nieuwe standaard een succes te laten worden zal men een ruimhartige licentiepolitiek moeten voeren.

Er is weinig aanleiding tot optimisme ten aanzien van de perspectieven op de consumenten-elektronica markt³. Er dienen zich geen echt nieuwe produkten aan die grote markten openbreken. De markt stagneert. De Japanse concerns hebben dat ook onderkend en trachten hun afhankelijkheid van deze sector te verminderen, een beleid dat zelfs ook de grote Koreaanse bedrijven willen gaan volgen.

Met het ondermijnen van de produktcurve houden lage kosten-producenten en technologie-leiders elkaar in een ijzeren greep. In de consumenten-elektronica-sector missen de lage kosten-producenten de mogelijkheid tot R&D om nieuwe produkten te ontwikkelen. Ook ontbreekt het hen aan de maatschappelijke macht om in het Westen nieuwe standaarden te creëren. De technologie-leiders

² Zie bijvoorbeeld Metzger M., 1991, *Kortsluiting*, blz. 169-170.

³ Bijvoorbeeld op de cruciale Consumenten-elektronicamarkt verwachten de onderzoekers van "The Economist" dat slechts enkele van de nu dominante Japanse bedrijven zullen overleven. Behalve Matsushita/JVC en Sony, ziet men nog hoogstens kansen voor Sharp en Pioneer. Zie: *The Economist: Consumer Electronics*. 13-4-1991.

missen de mogelijkheid om via massaproductie hun R&D terug te verdienen.

Een derde manier waarmee de elektronica-sector orde op zaken hield was de afbakening in sectoren. Dit werd deels bepaald door de strikte anti-trust wetgeving in de V.S. AT&T, de grootste telecomproducent, bleef lange tijd weg uit de computersector, terwijl IBM zich verre hield van de telecom. IBM zag in de jaren vijftig in Philips de enige potentiële rivaal die zijn heerschappij over de computersector naar de kroon kon steken. Via een gentlemen-agreement werd echter afgesproken dat Philips zich niet op IBM's terrein zou begeven.

De introductie van digitale technieken in de telecommunicatie leidde er in de jaren tachtig toe dat de computerbedrijven en de telecom-concerns toch op elkaars terreinen traden. Recentelijk is ook de grens tussen deze twee sectoren en de consumenten-elektronica vervaagd. Producten als de PC, fax en mobiele telefoon, behoren niet duidelijk tot een van deze drie sectoren. Nog duidelijker is dit te zien bij de introductie van de interactieve CD (CD-I). Hier gaat de strijd om de vraag of de CD-I een verlengstuk zal worden van de computer, of van de aan een televisie gekoppelde CD-speler.

De CD-I vormt de voorbode van een nieuwe generatie elektronica-producten, waarin eindelijk de lang verwachte integratie van de verschillende segmenten van de elektronica gestalte zal krijgen. Audio en video, de PC en de camera, en vele nog niet eerder voor de consument beschikbare functies, zullen de bouwstenen vormen van deze nieuwe generatie producten. Maar het zal nog lang duren voordat deze echt in productie komen. Vanwege de veelheid aan bouwstenen vergt de ontwikkeling gigantische investeringen, terwijl ook de software-ontwikkeling kostbaar is. De software-ontwikkeling kampt daarbij nog met het probleem dat er geen voorbeelden zijn waarop men zich kan baseren. Ook is niet duidelijk is wat de consument met een CD-I zou willen.

Om deze redenen zullen slechts een paar grote geïntegreerde bedrijven zich op deze markt kunnen handhaven. Deze bedrijven zullen op de een of andere manier moeten zorgen voor een internationale standaard voor de nieuwe generatie producten, omdat communicatie de essentie van de producten is. Het afbreken van de oude scheidslijnen tussen sectoren leidt zo tot nieuwe samenhangen en daarmee tot nieuwe vormen van onderlinge afhankelijkheid tussen producten en producenten.

2. Toenemende interdependenties

Terwijl in de elektronica de traditionele ordeningsmechanismen zijn ondergraven, neemt de behoefte aan ordening juist toe met de toenemende onderlinge afhankelijkheid in de sector. Het duidelijkst is dit te zien bij de moeizame introductie van de Hoge Definitie Televisie (HDTV). Hier houden de omroepen, de televisie-producenten, de apparatenbouwers en de overheden

elkaar stevig in de greep. Niemand wil hierbij een stap in de richting van de nieuwe televisiestandaard zetten zonder de verzekering dat de anderen mee oplopen, met als gevolg dat elke stap vooruit slechts met de grootste moeite wordt gezet. Het zijn steeds weer de verschillende overheden, zoals het Duitse Post en Telecommunicatie ministerie en de Europese commissie, die de patstelling moeten doorbreken.

De belangen van de verschillende bedrijven in deze sector staan soms lijnrecht tegenover elkaar. Philips kon weliswaar een veto uitspreken over de, haar inziens niet ver genoeg gaande, plannen van de Europese Commissie met betrekking tot de invoering van HDTV. Maar daar tegenover stond een even zwaar veto van de media-magnaten. De grote media-concerns wilden niet worden gedwongen tot een nieuwe televisie standaard die als overgang naar HDTV zou moeten dienen. Dit leidde tot een vaag compromis.

De introductie van een nieuwe televisiestandaard of van een nieuwe digitale cassette standaard zijn slechts enkele voorbeelden van een interessante paradox. Deze bestaat hieruit: terwijl de elektronica ontwikkeling leidt tot het opsplitsen van grote collectieve systemen in steeds meer persoonlijke producten, neemt de behoefte aan standaardisatie toe. De opkomst van de PC ten opzichte van grote computersystemen is een ander voorbeeld in deze. Uiteindelijk heeft deze ontwikkeling geleid tot de samenwerking tussen Apple, de kampioen van de individuele computergebruiker, en IBM, de moloch die eens door Apple te vuur en te zwaard werd bestreden.

Om hun functies te vervullen hebben consumentenproducten als PC's, televisies en recorders, programma's en software nodig. Deze software kan echter niet worden geproduceerd zonder duidelijkheid over de gewenste standaard. Maar zonder voor handen zijnde software, heeft het geen zin om op nieuwe standaarden gebaseerde apparaten op de markt te brengen. Daarom hebben de Japanse concerns de laatste tijd enorme bedragen geïnvesteerd om greep te krijgen op deze sector. Men kan dit zien als een poging een nieuwe ordening te bereiken, niet door afspraken of overheidsregulering, maar door het overwicht van de concerns. Tegelijkertijd diversificeren deze concerns zich, weg van de massaproductie, naar sectoren waar een hoge toegevoegde waarde is te behalen.

Het voorgaande kan als volgt worden samengevat. De elektronicasector bevindt zich in een bijzonder instabiele fase. Deze is het gevolg van de erosie van de traditionele private marktordeningsprincipes. Tegelijkertijd leidt de ontwikkeling van de sector tot een steeds sterkere onderlinge afhankelijkheid tussen producenten.

De oplossing voor deze problemen wordt nu nog eenzijdig gezocht in de interne herstructurering van bedrijven. Een herstructurering van de gehele sector is echter nodig. Dit kan in principe langs twee lijnen: private of publieke herstructurering. Bij een private herstructurering is, speciaal voor de noodlijdende Europese bedrijven, de vraag van belang in welke fase van het

'shake out'-proces een mogelijke nieuwe ordening zal ontstaan. Vóórdát, of nádat de Europese industrie is gedecimeerd? In het verlengde hiervan ligt de vraag: Hebben de Japanse concerns al voldoende klappen opgelopen in de internationale concurrentie om akkoord te gaan met afspraken waarbinnen ook voor de Europese industrie ruimte blijft bestaan?

Maar ook in het geval dat de koude sanering al zo ver gevorderd zou zijn dat de sector nu zelf orde op zaken kan gaan stellen, is het twijfelachtig of zo'n puur private herstructurering in de elektronicasector wenselijk is. Daarvoor zijn een aantal redenen aan te geven. Ten eerste is er onvoldoende gelegenheid om de resultaten hiervan te toetsen aan maatschappelijke wensen. Vanwege het internationale karakter van de operatie is er vanuit de traditioneel landelijk opgezette systemen van medezeggenschap nauwelijks invloed op uit te oefenen. Hetzelfde geldt voor de overheden. Ten tweede leiden vormen van private regulering vrijwel altijd tot nadelige gevolgen voor de consument. Ten derde overstijgt het belang van de elektronicasector voor de gehele industriële ontwikkeling het belang van de individuele bedrijven, terwijl de bedrijven onderling niet in staat blijken de Catch 22 situatie waarvoor zij elkaar plaats, op te lossen.

3. Naar een nieuwe industriepolitiek?

Wanneer een verdere doorzetting van de private herstructurering onmogelijk dan wel onwenselijk is, moet een beroep worden gedaan op de publieke variant. Politici, zeker in Nederland, en ondernemers zullen wellicht een paar keer moeten slikken, maar de tijdens de dereguleringshausse in diskrediet geraakte industriepolitiek dient weer uit te kast te worden gehaald.

Vanuit de ervaringen in de elektronicasector kunnen een aantal aanbevelingen worden gedaan voor zo'n industriepolitiek⁴. Daartoe is het nuttig in te gaan op een aantal beperkingen van de operatie Centurion.

Philips is vooral bezig versneld door te voeren wat ze al sinds het einde van de jaren zeventig van plan is. Om te slagen moet Philips echter meer doen dan dat, men moet een strategie uitvoeren voor de jaren negentig. Tot nu toe is er teveel sprake van het navolgen van wat andere, vooral Japanse, bedrijven reeds hebben doorgevoerd. Maar die bedrijven opereerden op een vroeger tijdstip en in een andere geografische en sociaal-economische context. Wat nodig is, is tevens een strategie met een Europees gezicht.

In Europa, de grootste markt van de wereld, ligt nog steeds Philips' kracht. Philips produceert daar niet op basis van lage loonkosten. Europa heeft

⁴ Aanzetten hiertoe zijn recentelijk o.a. gegeven door de Europese MetaalbewerkersBond (*Position paper on the Consumer Electronics Industry*, 1990 en *Stellungnahme der EMB zur Europäische Elektronik und Informatik Industrie*, 1991) en door de Europese commissie die in april dit jaar een "reddingsplan" lanceerde.

betrekkelijk hoge lonen in vergelijking met Azië, een hoge arbeidsproductiviteit, een relatief goed geordend stelsel van arbeidsverhoudingen, een sterk ontwikkeld stelsel van sociale voorzieningen en een hoog niveau van scholing. Deze zaken zijn gegeven, de vraag is hoe hieruit toegevoegde waarde kan worden geput, bijvoorbeeld op het vlak van het Human Resources Management.

Een uitdaging van betekenis voor een Europese industriepolitiek is het versterken van bestaande netwerken binnen de industrie. Het kostenvoordeel van Japanse bedrijven, ligt voor een belangrijk deel in de goedkope onderdelen die men daar in de directe omgeving kan betrekken. Philips heeft de laatste jaren uitbesteding en co-makership sterk gepropageerd. Maar het probleem is dat een belangrijk deel van de toeleveranciers in Europa is verdwenen toen de elektronica-industrie begon met de overheveling van de productie naar lage-lonen landen. In de jaren tachtig heeft men geprobeerd weer opnieuw een netwerk van toeleveranciers op te zetten, bijvoorbeeld rond het productiecentrum van CD-spelers in Hasselt. Dat kwam maar moeizaam van de grond, omdat Philips geen zekerheid biedt omtrent de continuïteit van de productie. Overheden kunnen op dit gebied een belangrijke ondersteunende rol spelen door het steunen van startende bedrijven, het reserveren van een deel van de technologieprogramma's voor het midden- en kleinbedrijf, het bevorderen van de samenwerking tussen universiteiten en regionale bedrijven, etcetera. Op dit gebied zijn al goede aanzetten gegeven.

Tegelijkertijd zal er iets moeten gebeuren aan de samenwerking tussen de grote bedrijven. Samenwerking op basis van lange termijn-perspectieven komt in Europa nog te weinig van de grond. Dit wordt duidelijk in de chipindustrie. Tot vorig jaar bestond er een reële mogelijkheid dat de Europese industrie de handen ineen zou slaan om in Europa de chipindustrie te ontwikkelen. Siemens koos echter, op basis van haar vermeende superioriteit, voor samenwerking met IBM. Philips liet duidelijk blijken alleen nog maar in de nu winstgevende delen van de chipindustrie te zijn geïnteresseerd en de toekomst daarvan vooral buiten Europa te zoeken. SGS-Thomson bleef met zijn toenaderingspogingen alleen achter. Een stabiele basis voor de ontwikkeling van de Europese chipindustrie lijkt verder weg dan ooit.

Als gevolg van deze keuzes, en versterkt door de recessie in de computer-industrie, is ook een gedeelte van toeleverende bedrijven in deze sector in de problemen geraakt en overweegt men ook daar een deel van de werkzaamheden over te hevelen naar Zuid-Oost-Azië.

In de V.S. gaan steeds meer mensen inzien dat de combinatie van onderlinge samenwerking én concurrentie de grote kracht uitmaakt van het Japanse

bedrijfsleven⁵. Met name via het technologiebeleid zouden overheden een stimulans kunnen geven aan het ontstaan van dit soort verbanden in Europa. Ook op het gebied van het vastleggen van standaarden ligt hier een mogelijk tot samenwerking van overheden en bedrijven.

Als sluitstuk van een industriepolitiek kan een beroep worden gedaan op vormen van handelspolitiek. Onder de grote bedrijven wordt de roep om een einde te maken aan de "cut-throat competition" steeds luider gehoord. Op een internationaal forum van de chip-industrie waren de deelnemers van onder andere Siemens, Toshiba en Hitachi het met elkaar eens dat de toestand zo niet veel langer meer kon duren⁶. De winstmarges in de sector zijn structureel te laag om de investeringen te betalen. Steeds zijn er weer producenten die onder de prijs duiken om hun massaproductie draaiende te houden.

In dit kader kan een handelsbeleid, dat een zekere marge voor de bedrijven garandeert, een rol spelen. Op deze manier bestaat in ieder geval nog de mogelijkheid dat belangen van producenten en consumenten worden afgewogen, hetgeen niet het geval is als producenten onderling prijsafspraken gaan maken. Maar een op zichzelf staande handelspolitiek die geen onderdeel is van een bredere politiek, is niet aan te bevelen. De effectiviteit van zo'n beleid is twijfelachtig omdat protectie slechts een defensieve maatregel is. Dit is ondermeer de les die de Amerikaanse industrie heeft getrokken uit de ontwikkelingen na het afsluiten van het protectionistische chippact met Japan. Dit pact leidde vooral tot hogere prijzen en hogere winsten voor de Japanners. De Amerikaanse bedrijven richten zich nu veel meer op het stichten van consortia en andere samenwerkingsvormen.

Een bezwaar tegen al te uitgebreide vormen van industriepolitiek is altijd geweest dat overheden daarmee een te grote invloed op het bedrijfsleven zouden uitoefenen. Tegenstanders betwijfelen of ambtenaren een sector beter kunnen besturen dan ondernemers. Deze kritiek kan deels worden ondervangen door het medezeggenschapsstelsel dat in veel Europese landen bestaat een rol in de industriepolitiek te laten spelen. Binnen medezeggenschapsorganen bestaat veelal een ongelofelijke hoeveelheid kennis omtrent het reilen en zeilen van het bedrijf. Met deze kennis wordt veel te weinig gedaan. Wanneer een industriepolitiek tevens een werkgelegenheidsdoelstelling heeft, kunnen de medezeggenschapsorganen worden ingeschakeld in de bewaking van deze doelstelling.

⁵ In dit licht zijn de recente discussies rond het thema "Can a Keiretsu work in America?" te beschouwen. Zie hiervoor: *Harvard Business Review* September-October 1990, blz. 180-197. Het zakenblad *Fortune* ontwikkelt zich steeds meer tot voorstander van deze vorm van industriële samenwerking, in tegenstelling tot de free-marketeers van *The Economist*. Zie bijvoorbeeld: "Why Japan keeps on winning", *Fortune* 15-7-1991, blz. 48-53.

⁶ Zie "We can't go on like this", *Electronics Weekly* 12-6-1991.

4. Conclusie

Een werkelijke oplossing voor de problemen van een bedrijf als Philips overstijgt het bedrijfsniveau. De internationale concurrentie is zo hevig dat de gehele Europese elektronica dreigt te bezwijken, een situatie die overigens ook dreigt voor een andere peiler onder de Europese welvaart, de automobiellindustrie.

Het laten stromen van technologiesubsidies, noch het toepassen van ad hoc marktafslermende maatregelen lijkt een gepast antwoord te zijn. Dit is ruimschoots geprobeerd, zonder veel resultaat. Het ontbreekt de politiek aan kennis en mogelijkheden om controle uit te oefenen op de aanwending van technologiesteun. Standaard private ordeningsprincipes als de afbakening van sectoren en geografische gebieden en de produktcyclus werken niet meer. Nu lijkt de wet van de jungle te gelden. Deze leidt weliswaar tot een respect afdwingende dynamiek in de sector, maar ook tot een gigantische verspilling van hulpbronnen.