

Zook, M.A. (2005) *The geography of the Internet industry, venture capital, dot-coms, and local knowledge*. Oxford: Blackwell Publishing.

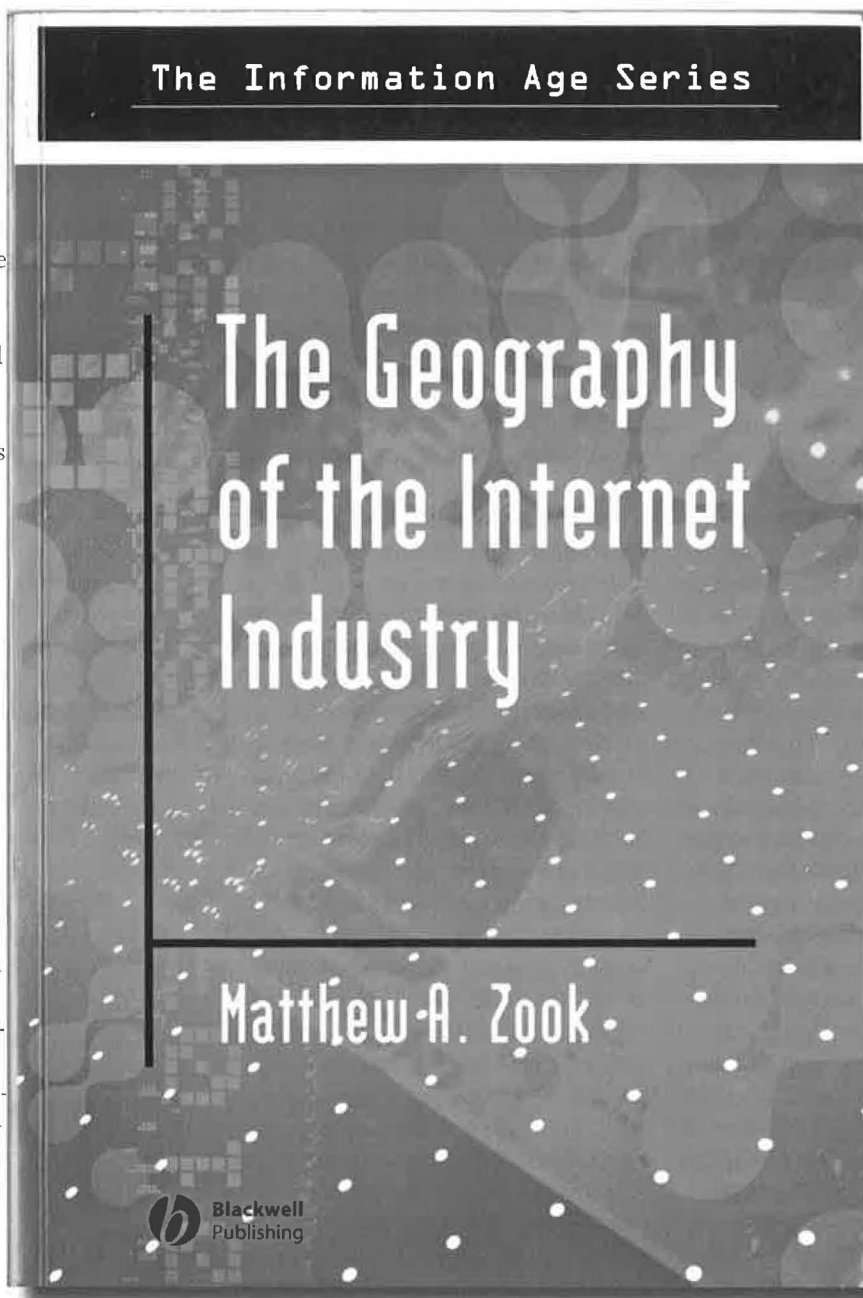
Als er één sector is die zich 'at random' over de wereld zou moeten verspreiden dan is het wel de internetindustrie. Matthew Zook laat in zijn boek 'The geography of the Internet industry' zien waarom dit toch niet is gebeurd. Hij beschrijft hoe zij in de jaren zeventig opkwam als een obscure technologische innovatie van het Amerikaanse leger en zich ontwikkelde tot een miljardenindustrie in de jaren negentig, gedomineerd door bedrijven in Silicon Valley. Vervolgens illustreert Zook hoe de interneteconomie groeide en een zeepbel werd die uiteindelijk uit elkaar spatte. De auteur concludeert dat hier sprake is van een klassiek voorbeeld van creatieve destructie à la Schumpeter.

Dankzij het baanbrekende werk van Saxenian begin jaren negentig weten we dat er in de Golden State een cowboyachtig ondernemersklimaat heerst dat van elke potentiële investeerder en ondernemer een eersteklas gokker maakt. Maar dat is niet wat Zook ons wil duidelijk maken. Evenmin besteedt Zook veel aandacht aan nieuwe organisatiestructuren, zoals de bedrijfsoverstijgende projectorganisatie. En hij is nog minder geïnteresseerd in hoe lokaal ingebedde netwerken worden gevormd door specifieke instituties als wetten, lokale overheden en universiteiten. Zook gebruikt deze institutionele en culturele achtergrond van het Amerikaanse Wilde Westen slechts als decor voor zijn onderzoek naar de relatie tussen enerzijds de kapitaalverstrekker en anderzijds de internetondernemer. Hij beweert dat de lokale financiële sector in de San Francisco Bay Area de weg heeft vrijgemaakt voor internetspecialisten om in Silicon Valley aan een commercieel avontuur te beginnen. Door zich alleen op deze twee actoren te richten meent Zook de irritant wollige manier van rapporteren, die

veel economisch geografisch onderzoek kenmerkt, te kunnen vermijden.

Zook slaagt daarin zeker. In zijn boek beschrijft hij niet hoe bepaalde structuren de opkomst en 'ondergang' van de internetindustrie in Silicon Valley (en daarbuiten) hebben beïnvloed. In plaats daarvan toont hij aan hoe de internetindustrie ingebed is geraakt in het lokale financiële netwerk van de Bay Area. Bovendien laat hij met historische kaarten zien waar zich de eerste internethubs en aansluitingen bevonden en hoe deze in 1971 al geclusterd waren: er waren toen zeven aansluitingen in New England en acht in het noorden van Californië. Daarnaast overtuigt hij als kwalitatief onderzoeker door een royaal overzicht te geven van zijn interviews met succesvolle en bankroete ondernemers en kapitaalverstrekkers in Silicon Valley. Zook laat zien hoe de kapitaalverstrekkers investeren en benadrukt de overeenkomsten met de wijze waarop eerder werd geïnvesteerd in bedrijven die halfgeleiders produceerden en daarvoor in bedrijven die verbonden waren met de luchtvaartindustrie.

Zook beargumenteert dat de internetondernemers waren ingebed in een goed geïnformeerd financieel milieu dat niet alleen leningen verstrekke, maar in de eerste jaren ook advies gaf en de ondernemingen begeleidde. De kapitaalverstrekkers investeerden weliswaar in meerdere bedrijven om het risico te spreiden, maar slechts in ondernemingen binnen hun lokale netwerk. Op die manier waren zij in staat om elk bedrijf in hun portfolio te adviseren. De geldschietters leenden dus niet alleen in materiele zin, maar verspreidden ook 'tacit knowledge'. Ze waren een belangrijke leverancier van sociaal kapitaal, omdat zij potentiële opdrachtgevers en klanten aan beginnende ondernemers konden koppelen. Deze



symbiose tussen geldsschieter en ondernemer leidde ertoe dat Silicon Valley kon uitgroeien tot het toonaangevende cluster in de wereld.

Doordat de eerste successen van deze sector in de media breed werden uitgemeten, veranderende de interneteconomie door ongebreidelde speculatie in een zeepbel. Een nieuw type geldschieter en een nieuw type ondernemer arriveerde in Silicon Valley. Zij waren niet geïnteresseerd in het verbeteren van de infrastructuur door de ontwikkeling van nieuwe browsers en protocollen, maar in snel succes met aan e-commerce gerelateerde activiteiten. Daaraan lag de verwachting ten grondslag dat consumenten hun consumptiepatroon volledig zouden gaan afstemmen op het Internet. Het beleid van geldschieters veranderde daardoor van de combinatie van lening, begeleiding en sociaal kapitaal tot slechts het verstrekken van geld. Dit genereerde een speculatieve orgie met veel winnaars, maar trok ook een grote groep gelukzoekers aan die, net als ten tijde van 'goldrushes' anderhalve eeuw eerder, voornamelijk uit verliezers bestond. Zook en zijn respondenten onderscheiden dan ook 'smart money' en 'dumb money'. Met het laatste type wordt een investering zonder kennis, begeleiding en sociaal kapitaal bedoeld.

Veel respondenten deelden de schrijver mee dat zij wel doorhadden dat ze een zeepbel aan het creëren waren die uiteindelijk uiteen zou spatten. "I drank the Kool-Aid," hoorde Zook regelmatig van respondenten. Daarmee verwijzen zij naar de collectieve zelfmoord van de leden van de sekte de People's Temple eind jaren zeventig. Zij zouden op aanwijzing van hun leider Jim Jones een mix van Kool-Aid limonade en cyanide hebben gedronken.

Zook wijst uiteindelijk in zijn boek geen schuldige aan en concludeert dat teveel media-aandacht en te weinig betrokkenheid van investeerders en ondernemers voor de hype en het uiteenspatten van de zeepbel zorgde. Hij merkt bovendien op dat technologische innovaties vaker gepaard gaan met onzekerheid, onwetendheid en overenthousiasme. Zook vergelijkt het met de tulpenbollenhype in Nederland in de zestiende eeuw. Hij concludeert dat het instorten van die markt voor veel ellende heeft gezorgd onder telers, boeren en verkopers, maar er uiteindelijk misschien toch toe heeft geleid dat Nederland nog steeds één van de belangrijkste landen is op gebied van de biotechnische bollenteelt.

Hetzelfde vindt volgens hem plaats in Silicon Valley. Terwijl iedereen zijn wonden likt is de macho cowboymentaliteit nog steeds aanwezig en de kapitaalverstrekkers richten zich tegenwoordig op nanotechnologie. Bovendien zorgde de ongestructureerde groei in een overaanbod van voorzieningen en de daling van prijzen op internetgerelateerde producten. Met andere woorden: creatieve destructie is wellicht een inefficiënt onderdeel van het dynamisch kapitalisme, maar leidt wellicht tot een goedkope implementatie van nieuwe producten en technologieën.

Hoe dan ook, het meest waardevolle van dit boek is dat het de literatuur over ruimtelijke clustering verrijkt en dat het een goed voorbeeld geeft van hoe theoretische concepten als 'embeddedness', leereffecten en 'tacit knowledge' kunnen worden geoperationaliseerd voor een helder onderzoek. Daarnaast geeft het aanknopingspunten voor economisch geografisch onderzoek om niet alleen een bepaalde sector te bestuderen, maar tevens oog te hebben voor de rol van banken en

andere geldverstrekkers en hun in de onderzoekspopulatie te betrekken.

Daarnaast heeft het boek, net zoals AGORA's themanummer 'Kennisstad' (2005, nr.3), een boodschap voor planners en beleidsmakers. Het maakt duidelijk dat ingenieuze planning van technologieparken niet voldoende is om een bloeiend cluster te genereren. De rol van lokale investeringsmechanismen moet ook bestudeerd worden. Het succes of faillissement zou immers het gevolg kunnen zijn van het verschil tussen 'smart' en 'dumb money'.

ROGIER VAN DER GROEP

Literatuurselectie

- Markusen, A. (1999) Fuzzy concepts, scanty evidence, policy distance: The case for rigour and policy relevance in critical regional studies. In: *Regional studies* 33, pp. 869-884.
- Saxenian, A. (1998) *Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and route 128*. Cambridge: Harvard University Press.
- UserLand Software (2005) What is Kool-Aid? In: www.userland.com
- Laatst bezocht: oktober 2005.