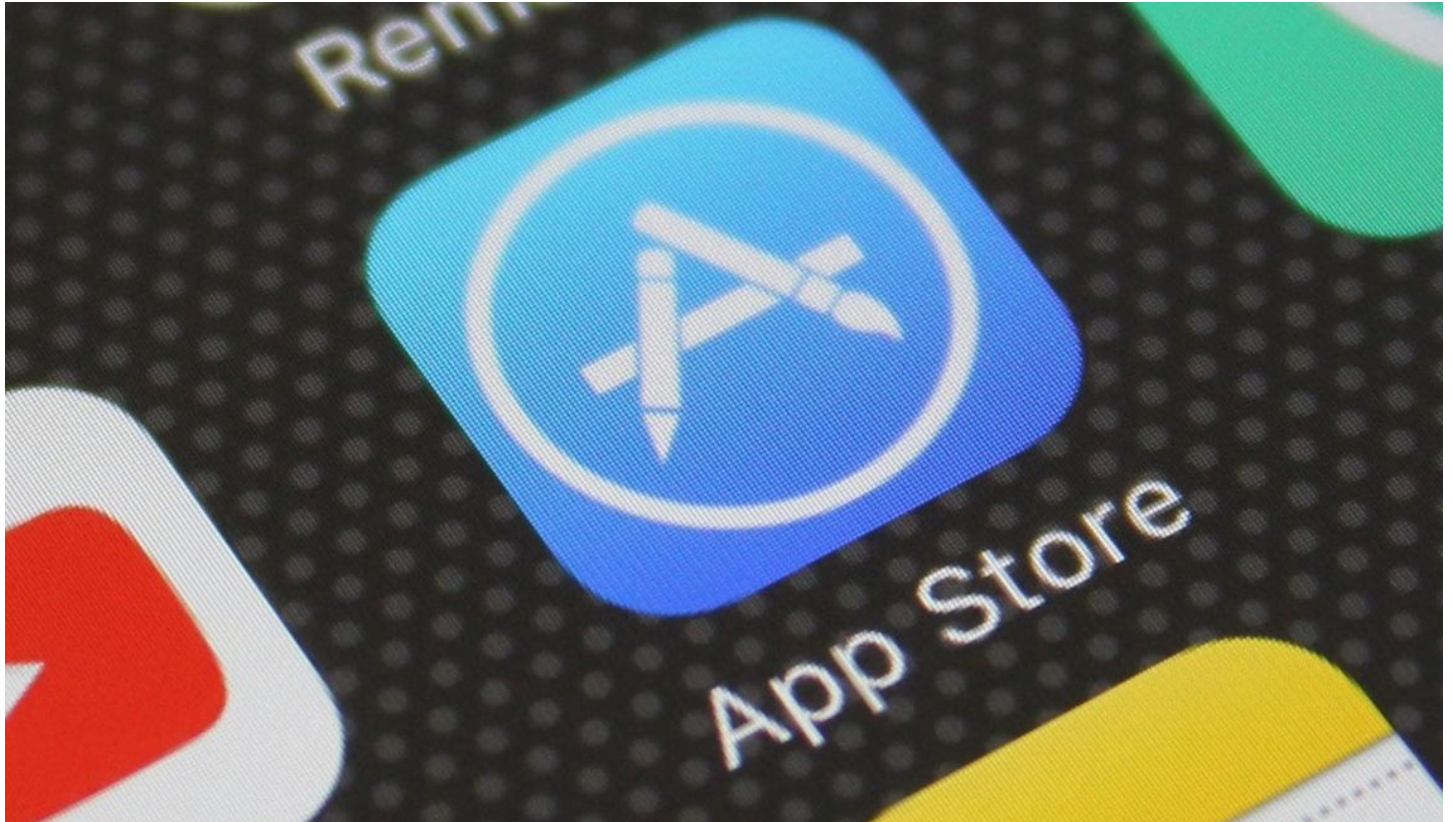


'Commissie app-winkels Google en Apple bom onder verdienmodel uitgevers en contentmakers'

17-09-2020 11:00

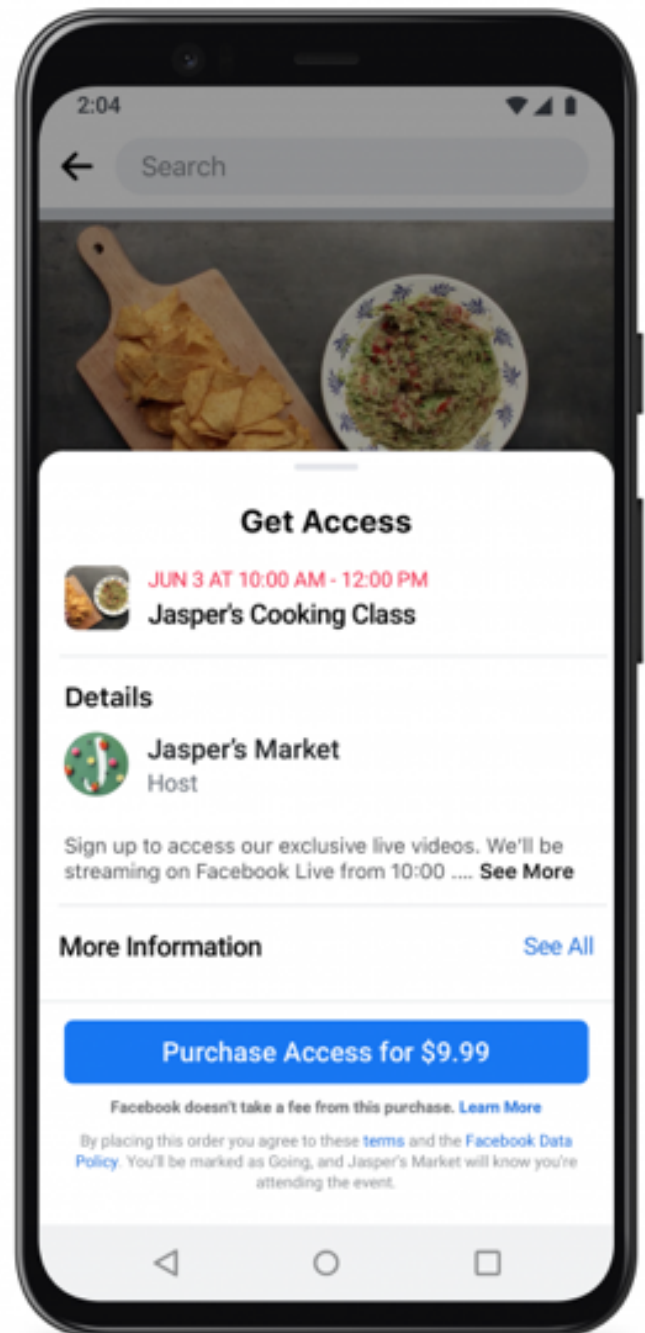
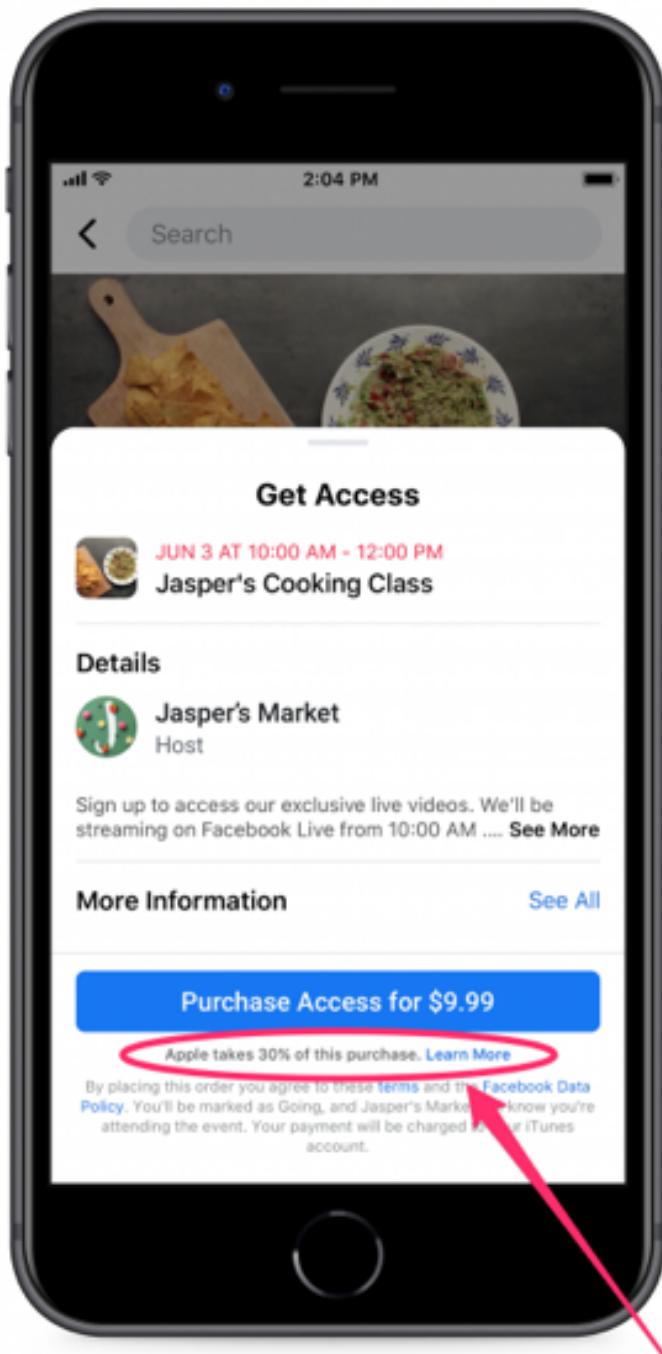


Het werd breed uitgemeten in de media: de populaire game Fortnite is door Google en Apple uit de app stores geweerd. Aanleiding was dat Epic Games niet akkoord was met de commissie die beide bedrijven rekenen over de digitale inkomsten die de app genereert en daarom de financiële transacties buiten de app om liet gebeuren. Ook uitgevers en Facebook mengen zich nu in deze discussie, omdat ze van mening zijn dat de hoge commissie het lastig maakt om contentmakers te laten betalen voor hun werk.

Apple en Google rekenen een commissie van 30% over alle digitale diensten die worden geleverd via een app. Coolblue of bol.com hoeven bijvoorbeeld geen toeslag te betalen over de verkopen die zij doen binnen een app, omdat zij fysieke producten leveren. Ook apps zoals Twitter, die inkomsten genereren uit advertenties zijn vrijgesteld. Apps die in aanschaf geld kosten, abonnementen verkopen of andere in-app aankopen hebben, moeten echter 30% van hun inkomsten afdragen. Over abonnementen die na het eerste jaar worden verlengd wordt 15% commissie berekend.

Taboe doorbroken

Om de commissie te omzeilen, deed Epic Games een aanpassing waardoor de transacties van de in-app aankopen in hun videospel niet langer via Apple en Google, maar via hun eigen kanalen plaatsvond. Apple en Google reageerden eensgezind en verwijderden de game uit hun app stores. De zaak is op dit moment onder de rechter, maar Epic Games lijkt met haar actie in ieder geval een taboe te hebben doorbroken.



Bijval van Facebook en uitgevers

Inmiddels hebben ook een aantal grote uitgevers en Facebook zich ook uitgesproken voor een lagere commissie. Facebook heeft tot op heden vooral inkomsten gegenereerd uit advertenties en is daar zeer succesvol mee. Om contentmakers mee te laten profiteren van de inkomsten, experimenteert het socialemediaplatform om contentmakers geld te laten vragen voor hun content. Dit zijn echter digitale inkomsten, waar Apple en Google dus 30% van afromen en dan heeft Facebook er nog niets aan verdiend. Die commissie maakt het lastig voor contentmakers om geld te verdienen, zo stelt Facebook. Grote uitgevers zoals Disney, The Economist, Bloomberg, Fox en Axel Springer laten in een [open brief](#) hetzelfde geluid horen

en willen met Apple in gesprek over een lagere commissie.

Content over meerdere kanalen

De ontwikkelingen rond de provisie die de App Stores rekenen zijn een extra reden dat contentmakers en uitgevers er goed aan doen hun content beschikbaar te maken over verschillende kanalen: van web, app, e-mail tot en met mobiele berichten. Daarnaast zijn er toenemende mogelijkheden om een website zo te ontwikkelen dat deze óók als een volwaardige app functioneert. Daarbij zal [het verschil tussen een website en app steeds meer vervagen](#) en bovendien hebben contentaanbieders en consumenten de vrijheid om financiële transacties te doen zónder tussenkomst van de Google Play of App Store en hoeven ze dus de bijhorende commissies niet te betalen.

Rick Langedijk is oprichter van [Newsroomie.com](#).

Rick Langedijk