

Kennis delen, juist over platformen

Op vakantie ga je via Booking.com, de kerstcadeaus komen via Bol.com, de maaltijd via Thuisbezorgd.nl en na een leuke avond rijdt een Uber je naar huis. Krediet voor je onderneming vind je niet meer alleen bij een bank, maar ook via Funding Options. Platformen zijn niet meer uit ons leven weg te denken.

Voor bedrijven is het genoeg soms minder groot. Platformen als technologie hebben de potentie om markten compleet op hun kop te zetten, daar kunnen de reisbranche en de taxibedrijven over meepraten. Platformen kunnen transacties sneller, goedkoper en beter afhandelen, en ze vervangen traditionele bemiddelaars. Een deel van de producenten – bedrijven en werknemers – vreest deze disruptie.

Anderen zien vooral de mogelijkheden van de platformeconomie. Ze kunnen via platformen de efficiëntie van bedrijfsprocessen, zoals de inkoop, vergroten of toegang krijgen tot nieuwe markten. Afhankelijk van de sector, liggen er voor bedrijven kansen om zelf een platformstrategie te implementeren, zoals in de flexbranche en de retail. Grote spelers in deze sectoren investeren in platformen, nieuwe spelers staan op.

Ook faciliteren platformen de deeleconomie en dragen zo bij aan verduurzaming: het benutten van ongebruikte capaciteit kan de druk op de planeet beperken. Platformen kunnen vertrouwen organiseren: juist outsiders op de arbeidsmarkt kunnen



RALPH HAMERS
Bestuursvoorzitter van ING

kansen krijgen door werkplatformen. Maar er zijn ook keerzijdes, bijvoorbeeld als we meer gaan vliegen door goedkope accommodaties, of als algoritmes onbedoeld discrimineren.

Platformen bieden een open infrastructuur voor interacties en transacties, maar treden zelf niet op als producent of consument. Deelname aan platformen is vaak open, laagdrempelig en soms anoniem, wat het monitoren van platformactiviteiten tot een

uitdaging maakt. Dat roept vragen op over zaken als verantwoord ondernemen en hoe aansprakelijk platformen kunnen zijn. En natuurlijk zijn er grote vragen over mededinging en privacy.

De ontwikkeling van platformen is onvoorspelbaar. Zo leek Hyves een winnaar, tot de komst van Facebook – door jongeren inmiddels alweer ingeruild voor Snapchat en Instagram. Duidelijk is in elk geval dat de gebruikers de drijvende kracht zijn: zij sturen de koers van de platformen.

De ontwikkelingen zijn nog zo nieuw dat er voor academici, beleidsmakers en bedrijven – ook de ING – nog heel wat te ontdekken valt. Dit *ESB*-dossier opent kennis rond platformen, voor iedereen die daar gebruik van wil maken. Dat past bij de rol die platformen naar mijn idee hebben: een open plek bieden waar samenwerken voorop staat. Met die benadering kan Nederland de voordelen van platformen benutten, zakelijk en maatschappelijk.

Ik wens u veel leesplezier!