

Als ik jou in 2008 had verteld dat ik samen met twee vrienden zonder enige ervaring en eigen geld op zak een nieuwe hotelketen wilde oprichten die in 191 landen en 65.000 steden een aanbod zou hebben van 3 miljoen kamers, een klantenbestand van 160 miljoen klanten waar dagelijks gemiddeld 500.000 overnachtingen worden geboekt, dan had je mij heel zeer waarschijnlijk (of beter gezegd: hopelijk) keihard uitgelachen. Zeker wanneer ik je daarna had verteld dat ik dit wilde realiseren in nog geen 8 jaar tijd met een investering van ruim 3 miljard dollar, waar geen cent van naar vastgoed zou gaan en dat ik grotendeels ophaalde om overnames van veelbelovende startups in de toekomst te kunnen financieren. Met een traditionele aanpak was het immers onmogelijk om een dergelijk bedrijf in zo'n kort tijdsbestek uit de grond te stampen. Onmogelijk qua financiering, praktische realisatie én organisatie. Bestaande ketens hadden immers vele tientallen jaren over gedaan om tot een fractie van deze prestatie te komen. Om maar niet te spreken over het ondernemersrisico: wie wil nu een organisatie met een dergelijke legacy? Waar haalden wij de naïviteit en arrogantie vandaan om met ene dergelijke fantasie op de proppen te komen?

En toch is dit exact wat Brian Chesky, Joe Gebbia en Nathan Blecharczyk hebben gedaan¹: de grootste en snelstgroeiende hotelketen ter wereld opzetten in een periode minder dan 10 jaar. Niet door al het vastgoed zelf te bouwen en te bezitten en de dagelijkse organisatie zelf in handen te nemen, maar door particulieren te faciliteren hun huis, of een deel daarvan, aan onbekenden te verhuren via een online platform genaamd Airbnb. Middels dit platform is iedere huiseigenaar in potentie, al is het maar 1 nacht per jaar, hotellier.

Toen Stanford student Frédéric Mazella in 2003 spontaan besloot om met kerst naar zijn familie op het Franse platteland te reizen, had hij een probleem. De treinen waren volgeboekt en zonder het bezit van een auto leek het onmogelijk om kerst met zijn familie te vieren. Uiteindelijk werd hij gered door zijn zus Lucie die hem, met een omweg van 150 kilometer,

oppikte. Uit het raam van de auto starend viel het hem op dat in alle auto's die ze passeerden of die hen passeerden alleen de bestuurder zich in de auto bevond. Het idee om via een website, net als bij de trein, toegang te krijgen tot alle lege autostoelen van auto's op de weg, was geboren². Wetende dat 80 procent van het vervoer tussen steden in Europa per auto wordt afgelegd, zag hij een grote kans die hem de jaren die volgde niet meer losliet.

In 2006 lanceert hij samen met twee vrienden Covoiturage: een website die het mensen die van A naar B rijden faciliteert om passagiers mee te nemen. Liften 2.0. Na wat omzwervingen dopen ze twee jaar later de website om naar BlaBlaCar en een succesverhaal is geboren. Hoewel er weinig cijfers bekend zijn over het gebruik van het platform noemde Guillaume Pepy, de president van de Franse spoorwegorganisatie SNCF die Frédéric in 2003 geen zitplaats kon bieden, als een belangrijke concurrent.

Danae Ringelmann, dochter van twee ondernemende ouders, zag in haar jeugd haar ouders worstelen met het ondernemersbestaan. Haar ouders wilden hun onderneming laten groeien, maar hadden simpelweg niet de toegang tot kapitaal om hun dromen waar te maken.

Jaren later is dit de frustratie die het zaadje wordt voor een revolutionaire ambitie: het creëren van een platform dat iedereen ter wereld toegang geeft om de financiële middelen te verzamelen om hun droom te verwezenlijken. Ongeacht wat deze droom is. Het middel: een crowdfunding platform waar project eigenaren hun project kunnen pitchen en aantrekkelijke tegenprestaties aan kunnen bieden aan iedereen die interesse heeft. Samen met twee co-founders start ze in 2008 Indiegogo: een crowdfundingplatform dat in de 8 jaar die volgen 600.000 succesvolle³ campagnes uit 223 landen faciliteert om bij elkaar bijna 1 miljard dollar op te halen voor het verwezenlijken van hun dromen.

Toen de Utrechtse Marieke Hart op een avond in haar tuin zat, rook ze de geur van een heerlijke pompoensoep uit de keuken van haar buurvrouw komen. Benieuwd hoe de soep zou proeven verzamelde ze de moed om te vragen of ze een keer haar kookkunsten zou kunnen proeven. De buurvrouw reageerde enthousiast en gaf haar een kom soep mee naar huis. Naast een kom overheerlijke soep had Marieke ook een leuk contact gehad met haar buurvrouw. De positieve ervaring resulteerde, in combinatie van een frustratie over het feit dat wij tegenwoordig per jaar 50 kilo ongebruikt eten per persoon de prullenbak in gooien, in een WhatsApp groep waar buurtgenoten hun te veel gekookte maaltijden aanboden en uiteindelijk het online platform Thuisafgehaald.

Op de vijfde verjaardag van het platform⁴ waren in totaal vanaf de start 219.750 buurtontmoetingen gerealiseerd, werden in het jubileumjaar 85.900 maaltijden gedeeld en gaf 82% van de gebruikers aan dat door het delen van maaltijden hun kwaliteit van leven was verbeterd.

Airbnb, BlaBlaCar, Indiegogo en Thuisafgehaald belichamen, samen met duizenden internationale platformen als Uber, Helping, Etsy, Fiverr en enkele honderden Nederlandse platformen als 3D hubs, Peerby, SnappCar, Seats2Meet, Voordekunst, Gearbooker en BKSY, de grote mogelijkheden, maar ook de grote diversiteit van de platform economie. Een 'nieuwe' economie waarin online platformen drempels verlagen zodat individuen met elkaar spullen, diensten en geld kunnen uitwisselen, zonder tussenkomst van de instituties die daar voorheen voor nodig waren. En hiermee een wereld aan kansen én uitdagingen creëren.

Met de opkomst van de platformrevolutie, de eerste platformen zagen rond 2009 het licht, en de groeiende impact op de bestaande business en maatschappij, groeien ook de vragen en de kritiek. Ook in de media en politiek, de ontwikkeling van de platformeconomie en dan in het bijzonder

de deeleconomie en crowdfunding, is de toon redelijk rigoureuus van hype hype hoera naar bijzonder kritisch, sceptisch en negatief omgeslagen. En niet zonder reden: langzaam wordt de werkelijke impact én agenda van de platformeconomie zichtbaar en het besef dat de platformeconomie grote kansen oplevert, maar dat dit niet vanzelf gaat. Zonde is dat de discussie veelal zonder de juiste context wordt gevoerd en de diversiteit van de platformeconomie over één kam wordt geschoren.

Om te beseffen wat de kansen en bedreigingen zijn van deze platformeconomie en daarmee te begrijpen welke impact en kansen deze voor de samenleving en jou als organisatie, professional en privé persoon oplevert, is het belangrijk om voorbij de krantenkoppen te kijken. Wat gebeurt hier? Waarom? Wie zijn de spelers en wat is hun agenda? Wat zijn de belangrijkste dilemma's en tot slot: waar gaat het heen.

Met deze vragen in mijn rugzak reisde ik de afgelopen 5 jaar de wereld over om vanuit de nieuwsgierigheid naar deze ontwikkeling en de overtuiging dat de platformeconomie de komende 10 jaar iedere organisatie zal beïnvloeden in 13 landen met ruim 400 ondernemers, experts, beleidsmakers en academici in gesprek te gaan.

In dit boek deel ik een unieke kijk in de wereld van de platformeconomie en biedt ik je een handboek hoe deze nieuwe ontwikkeling voor jouw eigen situatie wel of niet in te zetten. Ga je mee op expeditie?

¹ <http://expandedramblings.com/index.php/airbnb-statistics/>

² <http://www.wired.co.uk/article/blablacar>

³ <https://go.indiegogo.com/blog/2016/01/indiegogo-new-ceo.html>

⁴ <http://www.deeleconomieinnederland.nl/thuisafgehaald-is-jarig/>