



door netwerkeffecten nemen de kosten van veel platformbedrijven niet evenredig toe. Gebruikers toevoegen of transacties uitvoeren kost deze bedrijven weinig tot niets. Het gevolg is dat niet alleen de omzet fors toeneemt, maar ook de winst(marge) snel stijgt.

En dit voordeel van schaal-grootte is bij de platformbedrijven in beginsel ongelimiteerd. Terwijl traditionele bedrijven op enig moment weer moeten investeren om de productiecapaciteit uit te breiden, hoeven platformbedrijven over het algemeen niet of nauwelijks dergelijke kapitaalinvesteringen te doen.

Fabrieken en werkkapitaal zijn vaak niet nodig. In plaats daarvan lopen de 'investeringen' bij platformbedrijven als kosten via de resultatenrekening – denk aan marketing en research & development. Alle investeringen gaan zo direct ten koste van de nettowinst, die daardoor gedrukt wordt. Dat zorgt op de beurs voor een op het oog hoge of zelfs negatieve koers-winstverhouding.

DATA ALS STEROÏDE

Het zelfversterkend effect van netwerken kent nog een krachtige aanjager: data. Door het verzamelen van grote hoeveelheden data, kan een bedrijf als Facebook het platform verder aanpassen aan de wensen en voorkeuren van

gebruikers. De nieuwe functionaliteiten en het hogere gebruiksgemak zullen weer nieuwe gebruikers aantrekken.

Daarnaast trekken deze data adverteerders aan. De verzamelde gegevens van de 3 miljard actieve maandelijkse Facebook-gebruikers zijn voor commerciële bedrijven bijzonder aantrekkelijk om gericht te gebruiken voor marketingdoeleinden.

Een ander voorbeeld is Amazon. De webwinkelgigant kent het koopgedrag van klanten als geen ander en ziet ook waar het meeste geld aan verdient wordt. Dat is waardevolle informatie als je zelf ook onder eigen Amazon-label producten verkoopt.

**BELEGGERS
IN PLATFORM-
BEDRIJVEN MOETEN
BEDUCHT ZIJN
VOOR OVERHEIDS-
INGRIJPEN**

NEGATIEVE NETWERKEFFECTEN

Netwerkeffecten en nauw verbonden factoren verklaren grotendeels de hoge waardering van veel nieuwkomers in de technologie-sector. Uit onderzoek van NFX, een investeerder in tech-startups, blijkt dat maar liefst 70 procent van de gecreëerde waarde in de digitale technologiesector in de afgelopen 25 jaar komt door de aanwezigheid van deze netwerkeffecten.

Bij Facebookoprichter en -CEO Mark Zuckerberg was dat besef al vroeg aanwezig. In 2007 verwoordde hij het op zijn kenmerkende, onderkoelde manier:

en aanbieders van personenvervoer).

De waarde van platformbedrijven ontstaat vooral door de aanwezigheid van schaalvoordelen. De online netwerken worden steeds waardevoller naarmate meer mensen van een dienst gebruik maken. Dat trekt nieuwe gebruikers aan, die zelf ook weer waarde aan het netwerk toevoegen. Een bijzonder krachtige vicieuze cirkel.

Dat sneeuwbaaleffect aan groei wordt ook nog eens behaald voor een koopje. Bij toenemende omvang

PLATFORMBEDRIJVEN ZIJN DE WINNAARS IN CORONATIJD

Bron: Bloomberg

