

Aan de voorzitter en de (plv.) leden van de  
Vaste Commissies voor Economische Zaken en  
Klimaat van de Tweede Kamer der Staten- Generaal  
Binnenhof 4  
2513 AA DEN HAAG

Briefnummer  
18/10.488/DdN/Man

Onderwerp  
Inbreng digitalisering

Den Haag  
7 september 2018

Telefoonnummer  
070-3490354  
E-mail  
nood@vnoncw-mkb.nl

Hoogedelgestrengede dames en heren,

VNO-NCW en MKB-Nederland vragen uw aandacht rondom digitalisering ten behoeve van:

- **Rondetafelgesprek digitalisering in de praktijk**
- **AO Digitale Kabinetsstrategie**
- **Algemene politieke beschouwingen en begrotingsbehandeling**

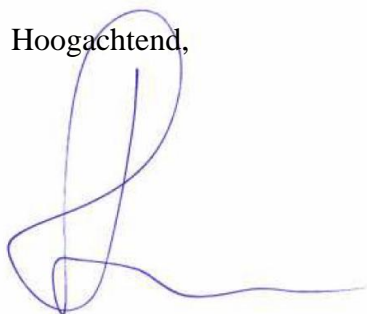
VNO-NCW en MKB-Nederland zijn positief dat de digitale strategie nadrukkelijk over verschillende departementen heen werkt, en nadrukkelijk wil inspelen op de grote kansen van digitalisering. Want de afgelopen 25 jaar was ICT een enorme driver voor welzijn en welvaart. En de komende jaren kan de economische groei met digitalisering flink versnellen. Dat vraagt dan wel om onverkort de uitvoering van de strategie ter hand te nemen. En - meer dan ooit - om een pro-actieve opstelling rondom het strategische vraagstuk van platformen en kunstmatige intelligentie. Hieronder vindt u in het kort onze drie belangrijkste hoofdpunten. In de bijlage worden deze nader uitgewerkt.

1. Versnel innovatie bij het mkb en maak maatschappelijke sectoren toekomstklaar  
Het Kabinet zal de *uitvoering* van de digitale strategie - samen met het bedrijfsleven en bijvoorbeeld kennisinstellingen - direct ter hand moeten nemen. Alleen zo kunnen mkb-bedrijven met wat hulp op korte termijn hun bedrijfsvoering verbeteren en internationaal innovatieve voorlopers worden. Verder zullen sectoren met maatschappelijk belangrijke uitdagingen zoals zorg, energie en mobiliteit versneld toekomstklaar moeten worden gemaakt. De eerste concrete resultaten kunnen op de digitale top in 2019 worden getoond.

2. Anticipeer op veranderingen in economische dynamiek door platformen  
De zeven grootste bedrijven ter wereld zijn inmiddels digitale technologiebedrijven, waarvan vijf uit de VS en twee uit China. Met een enorme snelheid en kracht leiden dit soort digitale platformen tot wereldwijde veranderingen in de economische dynamiek. Door fundamentele veranderingen in de waardeketen degraderen mkb-bedrijven - door álle sectoren heen - tot toeleveranciers, met beperkt verdienvermogen. Nederland moet hierop pro-actief inspelen. Een offensieve strategie is nodig om die platformbedrijvigheid te binden aan ons land terwijl we tegelijkertijd moeten onderzoeken of marktdynamiek en onze regels daarvoor nog doelmatig en economisch optimaal zijn.
  
3. Anticipeer op de volgende technologiegolf, kunstmatige intelligentie  
Kunstmatige intelligentie is de volgende golf van disruptieve technologie die - na de exponentiele groei van data - op haar beurt een exponentiele groei van kennis en inzicht zal geven. De VS, China, Duitsland, Frankrijk, Zuid-Korea, het VK en Canada investeren fors in deze ontwikkeling. En ook giganten als Facebook, Alphabet, Amazon en Alibaba investeren ieder miljarden. Om verdienvermogen te behouden moet Nederland een publiek-private AI-strategie ontwikkelen rond de kansen van kunstmatige intelligentie.

In de bijlage vindt u een nadere uitwerking van bovenstaande punten.

Hoogachtend,



mr. J.M. Lammers  
directeur Economische Zaken

Bijlage

Bijlage bij briefnr. 18/10.488/DdN/Man d.d. 7 september 2018

## **1. Innovatie mkb versnellen en maatschappelijke sectoren toekomstklaar maken**

Digitale innovatie is de springplank voor het mkb om een sprong te maken in efficiency en verdienvermogen. Toch gaat dat niet vanzelf. Het is daarom van belang te starten met hulp om mkb-ondernemers (veelal bestaande) digitale technologie versneld in hun bedrijfsvoering op te doen nemen. Van data-analyse om hun eigen bedrijfsvoering en die van de gehele keten te verbeteren tot technologie zoals robots, platformtechnologie en 5G.

- De afgelopen jaren is via de Smart Industry-aanpak bestaande technologie gematcht met bedrijven in de industrie. Door deze relatief kleine gezamenlijke investering (160 mln. euro door overheid en bedrijven samen opgebracht) loopt de sector internationaal voorop. Pas deze beproefde aanpak in andere branches toe in een Smart Business programma;
- Schaal regionale initiatieven als “[Driven by Data](#)” op om data-analyse voor ondernemers laagdrempelig toegankelijk te maken, zodat ondernemers in heel Nederland hiervan kunnen profiteren;
- Maak hiervoor gebruik van een deel van de 75 mln. euro aan extra beschikbaar gestelde innovatiegelden. Deze middelen zullen op die manier in voldoende mate bij het mkb terecht komen én bijdragen aan de ontwikkeling van sleuteltechnologieën, waaronder digitalisering.

Het lukt nog maar mondjesmaat om digitale technologie gericht in te zetten voor maatschappelijk belangrijke uitdagingen, zoals verduurzaming, efficiënter gebruik van de infrastructuur (wegen-, spoor- en energienet) of de transformatie van de zorg. Andere landen rennen ons daarin voorbij, denk aan Zuid-Korea, Singapore en Duitsland. Nederland moet daarom slimmer samenwerken rondom de grote maatschappelijke vraagstukken.

- Formuleer als kabinet samen met bedrijven en onderzoeksinstituten realistische maar ambitieuze doelstellingen en digitale oplossingen. Bijvoorbeeld binnen zes jaar wegen en spoor dusdanig efficiënt gebruiken dat nul vertraging, nul uitstoot en nul verkeersdoden resulteren. Of zorg op de juiste plek waardoor chronisch zieken geen vervelende onderzoeken meer hoeven te ondergaan;
- Schrijf op basis hiervan challenges uit; bedrijven, overheden en de wetenschap kunnen de gepresenteerde oplossingen dan samen realiseren. Een goed voorbeeld hiervoor is *Talking Traffic*.<sup>1</sup> Op de jaarlijkse digitale top kunnen de (tussen)resultaten gepresenteerd worden.

---

<sup>1</sup> <https://www.talking-traffic.com/nl>

## 2. Anticiperen op veranderingen in economische dynamiek door platformen

Naast het aanjagen van de toepassing van digitalisering willen we ook concreet aan de slag om de fundamentele verdienkracht van Nederland op termijn te vergroten. Onze economie is onder invloed van onder meer mondiale platformen namelijk enorm aan het veranderen. Dat brengt veel gevallen ontegenzeggelijk welzijns- en welvaartswinst, maar ook structurele veranderingen waarop we moeten anticiperen. Denk aan wat wereldwijd gebeurt met de retail onder invloed van Alibaba en Amazon. De zeven grootste bedrijven ter wereld zijn inmiddels techbedrijven, en zij baseren hun positie op digitale platformen en veel exclusieve data.

De groei en toenemende kracht van de digitale platformeconomie is te verklaren uit een aantal technische ontwikkelingen en economische mechanismen:

- *Netwerkeffecten.* Veel platformen maken gebruik van directe netwerkeffecten: hoe meer gebruikers, hoe interessanter de dienst wordt. Dat geldt voor veel software, social media, communicatienetwerken, etc. Daarnaast functioneren veel platformen als een marktplaats, waarbij meer kopers leidt tot meer verkopers en vice versa. Ook deze indirecte netwerkeffecten zijn erg krachtig en hebben een zelfversterkend effect, waardoor een platform, na het bereiken van een kritieke massa van gebruikers of verkopers, sterk groeit en moeilijk te beconcurreren is.
- *Schaalbaarheid.* Door digitale technologie zijn deze platformen tegen lage kosten wereldwijd schaalbaar, 24/7 bereikbaar en kunnen ze snel een kritieke massa bereiken, en zo hard groeien dat ze niet of lastig in te halen zijn. Daarmee zijn netwerkeffecten tegen lagere kosten te realiseren.
- *Leren met data.* Bovendien verkrijgen deze platformen veel data, met name van gebruikers. Deze data worden tegen relatief lage kosten gegenereerd. Op basis van die data wordt het algoritme verbeterd, waardoor de dienst verbetert, en waardoor er weer meer gebruikers komen, die weer meer data leveren etc. Ook dit is een zelfversterkend mechanisme, dat dankzij algoritmes en data-analytics enorm is toegenomen.
- *Bezit van exclusieve data.* De data en algoritmes die platformbedrijven krijgen zijn zeer goed te beschermen. Een concurrent kan deze kennis niet verkrijgen door werknemers over te nemen. Bovendien kunnen de switchkosten voor gebruikers verhoogd worden, omdat zij hun data niet in alle gevallen zomaar kunnen meenemen.
- *Uitbreiden naar andere sectoren.* Platformbedrijven die veel gebruikers en data hebben, kunnen vrij makkelijk uitbreiden naar andere sectoren. Op basis van hun exclusieve data kunnen ze met voorsprong diensten ontwikkelen in andere sectoren, bijvoorbeeld in de mobiliteit, zorg, verzekeringen, etc. Daarnaast kunnen bestaande netwerken gebruikt worden om eigen diensten (met voorrang) aan te bieden aan klanten, op basis van een “platform voor platformen”, bijvoorbeeld eigen software, app of content.

- *Marge en verdienvermogen vloeien naar platformen*

De meeste toegevoegde waarde halen ondernemers uit onder meer aanvullende diensten: services die zij rondom een standaard product of dienst aanbieden. Denk aan retailers die met marketing het juiste product bij de juiste persoon brengen, aan verkoop van gerelateerde artikelen of diensten en aan aftersales activiteiten. Platformen nemen deze functies in hoge mate over. Door deze fundamentele verandering in de waardeketen degraderen mkb-ondernemers tot toeleveranciers met een marginaal verdienvermogen. Iets dat in alle sectoren het geval is.

In landen om ons heen - en ook in enkele specifieke sectoren - wordt hierop al geanticipeerd. Niet zozeer om de platformdynamiek af te stoppen, maar wel om deze nieuwe en grootschalige marktdynamiek in goede banen te leiden. Voorbeelden van hierop gerichte beleidsinterventies zijn het verplicht delen van exclusieve data (al dan niet op verzoek van de consument, vergelijk PSD2); een strakker beoordelingskader voor overnames van (opkomende) techbedrijven door grote platformen; minder ruimte voor platformen om eigen diensten te bevoordelen, en (onevenwichtige) pariteitsclausules te stellen, etc. Ook bevorderen andere landen het gelijke intercontinentale speelveld door ook buitenlandse bedrijven aan dezelfde belastingen te houden.

We moeten onderzoeken of marktdynamiek en onze regels daarvoor nog economisch en maatschappelijk optimaal functioneren, maar geflankeerd door een set van offensieve maatregelen om ook juist platformbedrijvigheid te stimuleren.

- Bied daarom aanbieders van platformen prikkels om hun bedrijvigheid - en de daarvan afgeleide werkgelegenheid - in Nederland te vestigen. Daarbij zijn beschikbaar talent en de 30% regeling cruciale factoren.
- Het kabinet zou aanvullend kunnen inzetten op het versterken van sectorale of regionale datahubs voor ondernemers, die zelf een (data)platform zouden kunnen starten en zo de competitie in de platformmarkt versterken. Denk aan Funda, ontwikkeld door de branche van makelaars NVM.
- Het kabinet doet onderzoek naar onder meer tarief- en toegangsregulering in het kader van de mededinging. VNO-NCW en MKB-Nederland bepleiten verbreding van het onderzoek naar de voor- en nadelen van andere marktordeningsinstrumenten zoals boven genoemd, gecombineerd met een actievere opstelling in Brussel.
- Het kabinet zou sterker moeten inzetten op een gelijk speelveld. Dat betekent dezelfde belastingregels voor producten die via Alibaba besteld worden; invoering door de EU per 2021 is te ver weg. Handhaaf ook op eisen aan productveiligheid. En moderniseer de veel te hoge werkgeverslasten voor traditionele ondernemers: het is niet voor niets dat nieuwe businessmodellen dit model verlaten en inzetten op individueel ondernemerschap.

Specifieke gevallen kunnen bovendien om specifieke maatregelen vragen. In de horeca verbieden sommige platformen aangesloten ondernemers contractueel om via eigen afzetkanalen lagere tarieven aan te bieden (pariteitsclausule). In verschillende EU-landen is deze praktijk al verboden. In opdracht van EZK doet SEO onderzoek; met belangstelling zien we resultaten tegemoet.

### **3. Anticiperen op de volgende technologiegolf, kunstmatige intelligentie**

Kunstmatige intelligentie wordt inmiddels gebruikt in diverse sectoren en bedrijfsmodellen. Ook is er een levendige startup omgeving rondom AI. Waar platformen voor een exponentiele *versnelling van data* zorgden, zorgt AI inmiddels voor een exponentiele *versnelling in beschikbare inzichten*. Bedrijven trainen op basis van data lerende algoritmes die hun dienstverlening voortdurend verbeteren. Er ontstaat een versnellingseffect, want betere producten betekenen meer klanten/gebruikers, meer gebruikers leidt tot meer data, dat leidt tot een beter algoritme, daarmee worden producten weer beter, hetgeen weer meer gebruikers oplevert, etc.

Naast een levendige startup omgeving zijn met name platformbedrijven - uit China en de VS - voorlopers in de ontwikkeling van AI. Ze beschikken in ruime mate over de benodigde resources om AI te kunnen ontwikkelen: massieve hoeveelheden goed gelabelde data, expertise, schaars talent, de investeringsmacht en de ambitie om vorm te geven aan de toekomst. Zij investeren gericht in sectoren en nieuwe markten zoals gezondheidszorg, logistiek, HRM en voedsel. VS, China, Duitsland, Frankrijk, Zuid-Korea, het VK en Canada investeren nu fors in AI-ontwikkeling. En ook giganten als Facebook, Alphabet, Amazon en Alibaba investeren ieder miljarden. Europa loopt achter in de wereld, en Nederland loopt achter in Europa.

- Nederland zal een publiek-private AI-strategie moeten ontwikkelen rond de kansen van kunstmatige intelligentie. Gebaseerd op de sterktes van onze ondernemingen en onderzoeksinstellingen - en Europees gecoördineerd. Deze moet antwoord geven op vragen als: waar kunnen en willen we mondiaal excelleren met AI, hoe zorgen we voor meer investeringen en het aantrekken van talent? Hoe zorgen we voor goede opleidingen? Hoe zorgen we voor genoeg massa in Europees verband om de competitie aan te kunnen met AI supermachten als VS en China?
- Daarnaast zal Europa bijvoorbeeld via het REFIT programma niet alleen ‘gezonde en resultaatgerichte regelgeving’ moeten ambiëren, maar ook strategie moeten introduceren: geeft het wetgevend kader ten opzichte van andere continenten de nodige ruimte aan de ontwikkeling van kunstmatige intelligentie? Met name als het gaat om het verwerken van data, inclusief persoonsgegevens, maar ook in de toepassing ervan in diverse sectoren zoals mobiliteit, zorg en energie.