

Zijn platformcoöperaties levensvatbaar?

Martijn Arets en Koen Frenken

Platformcoöperaties zijn platformen waarbij de gebruikers en de eigenaren en beheerders zijn van een online platform. In potentie kunnen zulke 'platformcoops' een antwoord zijn op de nakende monopolies van klusplatformen en lage verdiensten voor platformwerkers. Dit artikel somt een aantal succescriteria op voor platformcoops en analyseert vervolgens in welke sectoren ze mogelijk levensvatbaar zouden zijn.

1 Inleiding

In steeds meer sectoren ontstaan platformen die grote groepen individuele vragers en aanbieders op een online marktplaats met elkaar verbinden. Platformen centraliseren gefragmenteerde markten online en kunnen zo de transactiekosten substantieel verlagen. Dit doen platformen door gebruik te maken van zoekalgoritmes, reviewsystemen, gestandaardiseerde contracten en automatische betaalfuncties (Sundararajan 2016).

Online platformen kennen een onstuimige groei, omdat ze kenmerken hebben van natuurlijk monopolie. Daar waar traditionele bedrijven vrij snel tegen bureaucratische grenzen van groei aanlopen, zijn platformen gemakkelijker schaalbaar door hun digitale en faciliterende karakter. Feitelijk wordt het eindproduct uitbesteed: mensen plaatsen hun eigen video's op Youtube, maaltijdkoeriers gebruiken hun eigen fiets bij Deliveroo, en mensen bieden hun eigen huis aan via Airbnb. De groei van platformen werkt ook zelfversterkend: de waarde van een platform voor zowel aanbieders als vragers neemt toe naarmate meer mensen gebruik maken van het platform vanwege positieve netwerkexternaliteiten. Ten slotte zijn er schaalvoordelen van investeringen in software, marketing en belangenbehartiging die over een steeds groter aantal gebruikers kan worden gedeeld (Sundararajan 2016).

Waar online platformen zich aanvankelijk beperkten tot digitale producten (informatie, muziek, games, sociale media), e-commerce (Amazon, Bol, Booking), tweedehandsmarkten (Marktplaats) en deeleconomie (Airbnb, Peerby, SnappCar), zijn ze nu ook actief in markten voor fysieke dienstverlening in de zogeheten 'kluseconomie'. Wij volgen hier de definitie van kluseconomie zoals gehanteerd in een recent SEO-rapport: "Werkenden in de kluseconomie verrichten fysieke arbeid in Nederland en komen primair via een internetplatform (een app of website) aan betaald werk" (Ter Weel et al., 2018, p. 5). De focus op fysieke arbeid betekent dus dat digitale dienstverlening via platformen (bijvoorbeeld vertalen, programmeren, ontwerpen) hier niet onder de kluseconomie wordt geschaard. Voorbeelden van klusplatformen zijn te vinden in de horeca (ShareDnD,

Temper, YoungOnes, Thuisbezorgd), transport (Deliveroo, Uber, PickThisUp), oppas (AirBsit, Charley Cares), schoonmaak (Helpling, Iemand.nl) en klussen (AnyJobby, Werkspot). Ook thuiszorg, bijles en persoonlijk advies zouden in de toekomst steeds vaker via een platform kunnen worden georganiseerd.

De omvang van de kluseconomie in Nederland is nog beperkt. In het eerder genoemde rapport wordt het aantal platformwerkers dat via online platformen hun klussen regelt op 34.000 mensen, oftewel 0,4 procent van de actieve beroepsbevolking (Ter Weel et al. 2018). Veel van deze platformwerkers zijn overigens minder dan 20 uur per week actief en zijn dus niet voor hun gehele inkomen afhankelijk van het platform. Zij zijn vooral actief in de taxibranche, maaltijdbezorging en schoonmaak. In andere landen zoals de Verenigde Staten of het Verenigd Koninkrijk ligt dit percentage in 2015 al beduidend hoger (Farrell and Greig 2016; CIPD 2017). De verwachting is dan ook dat de kluseconomie ook in Nederland zal blijven groeien.

De opkomst van klusplatformen heeft geleid tot een publieke discussie in Nederland en daarbuiten. Zo wijzen vakbonden op de slechte betaling en beperkte sociale bescherming van platformwerkers. Ook is er een juridische onduidelijkheid ten aanzien van de status van platformwerkers. Als platformwerkers een sterke afhankelijkheidsrelatie hebben met het platform, zou er sprake kunnen zijn van een werkgever-werknemer relatie.

De mogelijkheid dat platformwerkers zelf een platform oprichten en hiervan de eigenaren worden, wordt soms genoemd als alternatief. Men spreekt dan van een platformcoöperatie, ofwel een 'platformcoop' (Scholz en Schneider 2016). Als mede-eigenaar van een platform zouden de platformwerkers beter betaald kunnen worden, omdat winsten weer terugvloeien naar de werkers. Ook de juridische kwestie rondom de zzp-status van werkers zou opgelost kunnen worden, omdat platformwerkers hun werk in principe als zzp'er kunnen blijven uitvoeren dan wel in dienst kunnen treden van een coöperatie. De vraag die wij in dit artikel stellen, is of platformcoöperaties inderdaad als levensvatbaar alternatief beschouwd kunnen worden voor commerciële platformen die nu actief zijn in de kluseconomie.

2 Platformafhankelijkheid

Nagenoeg alle invloedrijke platformen zijn opgericht met durfkapitaal en streven winstmaximalisatie na. De grote sommen durfkapitaal laten toe dat platformen in hun groeifase eerst verlies maken, omdat investeerders verwachten dat deze verliezen later door hoge (monopolie)winsten weer worden goedge maakt. Snelle groei is van groot belang om zo in korte tijd zoveel mogelijk netwerkexternaliteiten te genereren. Het aantrekken van nieuwe gebruikers op een platform is evenwel een kostbare zaak, waardoor veel platformen via een zogenaamde 'lock-in' strategie proberen gebruikers aan zich te binden. Dit doen zij onder andere door het lastig te maken om de eigen reputatiedata (reviews) mee te nemen naar een ander platform. Ook proberen platformen

te voorkomen dat vragers en aanbieders (bij een vervolgttransactie) buiten het platform met elkaar afspreken. Deze strategie wordt gestimuleerd door het gangbare verdienmodel van platformen waar bij iedere transactie een percentage commissie wordt ingehouden, waardoor het platform er een groot belang bij heeft om de boeking en betaling via het platform te laten verlopen.

Met de opkomst van online platformen komen publieke waarden als discriminatie, veiligheid, burenrust en privacy mogelijk in het gedrang (Frenken et al. 2017). Traditionele regelgeving hieromtrent schiet soms tekort, omdat werkenden via platformen een onduidelijke juridische status kennen (Van Slooten 2017) en handhaving kostbaar is (Frenken et al. 2017).

Daarnaast heeft de opkomst van de kluseconomie - en de verwachting dat deze een significant onderdeel van de economie zal vormen - geleid tot een publieke discussie rondom de (ongewenste) afhankelijkheid van de platformwerker ten opzichte van het platform. Immers, op het moment dat een werker sterk afhankelijk wordt van een dominant platform, dan heeft het platform de mogelijkheid en macht om voorwaarden over tarieven, commissie, toegang tot werk en meer eenzijdig te bepalen. De afhankelijkheid kent twee dimensies: een economische en een juridische.

2.1 Afhankelijkheid in economische zin

Economisch gezien is het niet denkbeeldig dat een platform monopolist zal worden, of beter gezegd, monopsonist. Hoewel platformwerkers niet gebonden zijn aan een enkel platform en meerdere apps tegelijkertijd kunnen gebruiken (*multi-homing*), en opdrachten ook buiten platformen om verkregen kunnen worden, zullen werkers vanwege tweezijde netwerkeexternaliteiten toch vaak kiezen voor het grootste platform in het gebied waar de aanbieder actief is. Ook heeft men soms een prikkel om bij eenzelfde platform te blijven als de reputatiegegevens van de platformwerker (bijvoorbeeld reviews), niet kunnen worden meegenomen naar een concurrerend platform. Op deze manier verwerven platformen marktmacht ten aanzien van haar aanbieders en zijn zij in staat om een groot deel van het surplus toe te eigenen. Het gevolg hiervan kan zijn dat de platformwerkers weinig betaald zullen krijgen per klus, te meer omdat zij niet voor wachttijd worden doorbetaald en zelf verantwoordelijk zijn voor hun materieel. Vanwege dit surplusvraagstuk is dan ook te verwachten dat platformwerkers platformcoops op zullen richten, om zich zo een groter deel van het surplus te kunnen toe-eigenen.

In de huidige optiek van mededingingsautoriteiten waarin consumentensurplus leidend is (Steinbaum en Stucke 2018), zal een platformmonopolie in de kluseconomie niet per se als problematisch worden aangemerkt. Door de komst van platformen profiteert de consument immers van meer keuzevrijheid, flexibiliteit en gemak, en ook nog eens tegen lagere prijzen (statistische efficiëntie). Ook besteden platformen een aanzienlijk deel van hun winsten aan innovaties, die de consument ook weer ten goede moet komen (dynamische efficiëntie). Gegeven dat het consumentensurplus het centrale uitgangspunt

is voor de mededingingsautoriteit, kunnen dit alle zwaarwegende argumenten zijn om niet in te grijpen.

2.2 Afhankelijkheid in juridische zin

De juridische dimensie is er in gelegen dat de status van een platformwerker onduidelijk is (Van Sloten 2017; Ter Weel et al. 2018). Er zijn argumenten aan te voeren dat freelancers die via platform werken, eigenlijk werknemers zijn van het platform. Zo bepaalt het platform doorgaans de (minimum) prijs voor een klus en wijst het platform algoritme vaak de opdrachten (of populaire werktijden) toe aan werkers. Het platform laat ook de kwaliteit van de geleverde dienst beoordelen via reviews, ratings en klachten van klanten die het platform verzamelt. En, niet onbelangrijk, het platform kan de toegang een werker de toegang tot het platform ontzeggen zonder opgaaf van reden.

Het mag dus geen verbazing wekken dat vakbonden en andere betrokkenen een platformwerker juridisch als een werknemer zien en het platform als werkgever (dan wel als uitzendbureau als de klus onder gezag van de klant wordt uitgevoerd). Toch zijn er ook argumenten waarom platformwerkers als zzp'ers moeten kunnen beschouwd. Ze bepalen immers zelf hun werktijden en de klussen die ze aannemen. Ook staan zij vrij om voor meerdere platformen tegelijk werken (*multi-homing*). Tenslotte zijn klussers relatief autonoom in hoe zij een bepaalde klus uitvoeren.¹

Frenken (2017) schetst vijf beleidsopties die deze onduidelijkheid zouden kunnen wegnemen. Men zou de arbeidswetgeving zo kunnen aanpassen dat platformwerkers ofwel als werknemers ofwel als zzp'ers worden beschouwd, ofwel als een nieuwe tussencategorie platformwerkers. Een vierde optie is om de mededingingswet aan te passen opdat zzp'ers collectief mogen onderhandelen met platformen, bijvoorbeeld ten aanzien van minimumtarieven, arbeidsomstandigheden en sociale zekerheid. Het zal politiek lastig zijn om te kiezen voor een van deze varianten. De eerste drie varianten zouden elk zagen aan de fundamentele van het huidige arbeidsrecht dat al 100 jaar in essentie ongewijzigd is gebleven ten aanzien van de definitie. De vierde variant zou eveneens een radicaal wetswijziging behoeven, maar dan in het mededingingsrecht. Het bestaande juridische raamwerk ten aanzien van mededinging biedt hier namelijk nauwelijks ruimte voor (Gerbrandy en Kreijger 2017).

Een laatste, pragmatische optie is om het uurtarief kunnen laten bepalen of er sprake is van werknemersstatus (zo wordt in het regeerakkoord het voorstel gedaan om, bij een tarief lager dan 125% van het minimumloon en voor een werkperiode van 3 maanden, een freelancer automatisch aan te merken als een werknemer). Deze variant kent wel de nodige haken en ogen vanwege de richtlijnen van de Europese Commissie en de praktische uitdaging om objectief het uurloon vast te stellen.

¹ Deze argumenten werden benadrukt door de rechter in de uitspraak van 23 juli 2018 dat een Deliveroo-koerier terecht de status als zzp'er had. Zie: <https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:RBAMS:2018:5183>

3 Platformcoöperatie als alternatief

Vanwege de afhankelijkheidsrelatie van platformwerkers ten opzichte van snel groeiende platformen en de politieke passiviteit ten aanzien van de bescherming van platformwerkers, bezinnen steeds meer betrokkenen zich op de platformcoop als alternatief. Bij deze platformen is het eigendom en bestuur via een coöperatieve constructie in handen van de gebruikers die van het platform afhankelijk zijn. Door zelf een platform op te richten zijn platformwerkers niet meer afhankelijk van eenzijdige besluiten van een platform die tegen hun belang in kunnen druisen, zoals verhogingen van commissie, doorverkoop van persoonsgegevens of afsluiting van toegang zonder mogelijkheid tot beroep. In plaats daarvan kunnen leden van een platformcoop democratisch (volgens een één-lid-één-stemprincipe) de hoogte van de commissie bepalen die zij afdragen als ook bepalingen omtrent het algoritme, privacy en toegang.

In andere sectoren zijn in het verleden ook al coöperaties opgericht om zo de marktmacht van kleine aanbieders te bundelen. Denk bijvoorbeeld aan boeren die zuivelfabrieken stichtten om de lokale marktmacht van private fabrieken te doorbreken (Van Zanden en Van Riel 2004). Het verschil tussen dergelijke landbouwcoöperaties en platformcoops is dat landbouwcoöperaties ook een vehikel waren om de kwaliteit van inputs (zoals melk) te waarborgen, terwijl de kwaliteit van platformwerk via één-op-één transacties gemakkelijker kan worden geverifieerd via klantenbeoordelingen en platformtechnologie. De reden voor platformwerkers om een platformcoop op te richten is meer gelegen in hun wens een groter deel van het surplus toe te eigenen in vergelijking met de situatie waarin de commercieel platform hoge commissies vraagt. Ook kunnen zij als lid van een coöperatie hun langetermijnbelangen bewaken, daar waar een commercieel platform eenzijdig bepalingen kan wijzigen.

De oprichting van een platformcoop kan begrepen worden als een lichte vorm van verticale integratie die in het belang kan zijn van de platformwerkers, omdat zonder integratie de marktmacht van één enkele aanbieder zeer klein is ten opzichte van het platform. Hier bestaat de verticale integratie eruit dat platformwerkers de kosten delen voor de ontwikkeling en het gebruik van het platform. Coöperaties kunnen meer of minder gecentraliseerd zijn. In een gecentraliseerde vorm van een platformcoop werken alle klussers samen als een economische eenheid volgens vaste prijzen en instructies. In een gedecentraliseerde vorm van een platformcoop kunnen alle overige kosten die gepaard gaan met het leveren van een klus voor rekening blijven voor de platformwerker, en kunnen de klussers ook gewoon zelfstandigen blijven die met elkaar concurreren via het platform. In dit verband spreekt de transactiekostentheorie dan ook van een 'hybride organisatie', omdat het elementen van coördinatie ten aanzien van gedeelde platforminfrastructuur combineert met elementen van competitie (Ménard 2004, 2007).

Ook zijn er platformcoops waar het bezit en beheer niet belegd is bij de platformwerkers, maar bij andere partijen. Een specifieke sector waar dit een logische variant is, is maaltijdbezorging waarbij een platform niet twee, maar drie partijen verbindt:

platformwerkers, restaurants en klanten. In dat geval hebben de restaurants een prikkel om een coöperatie te vormen om zo hoge commissie aan een commercieel platform te vermijden. De zorg is een andere sector waar niet de platformwerkers maar andere belanghebbenden soms een platformcoop oprichten. Denk hierbij bijvoorbeeld aan zorgverzekeraars die met het platformcoopmodel experimenteren.

Het concept van platformcoops is vanaf 2011 ontwikkeld in verschillende landen waaronder Spanje, Italië en de Verenigde Staten (voor een overzicht, zie Schneider, 2018). Het concept heeft de aandacht van federaties van coöperaties (Como et al. 2015; Como et al. 2017). Ook vakbonden zien (werknemers)coöperaties doorgaans als een goede manier om de collectieve belangen van werkenden te beschermen (Van Slye 2016). Ondanks deze ontwikkelingen, is er voorsnog weinig aandacht van beleidsmakers of academici. Zo is ons geen wetenschappelijk onderzoek bekend. Ook vinden we het woord coöperatie niet terug in de visie van de Europese Commissie (zie: Europese Commissie, 2016). In de Nederlandse beleidsdiscussie wordt ook niet ingegaan op platformcoops (Ter Weel et al. 2018; Ministerie van Sociale Zaken 2018) of enkel kort aangestipt (Frenken et al. 2017).

Een mogelijke reden voor de gebrekkige aandacht is het kleine aantal voorbeelden van platformcoops die actief zijn. Om enig empirisch beeld te krijgen van het landschap van platformcoops zij verwezen naar de database van Nathan Schneider² waarin 252 initiatieven³ zijn vermeld. Deze data zijn niet systematisch verzameld, maar gaandeweg aangevuld door Schneider en andere onderzoekers. De data zal daarom geenszins volledig zijn. In de database wordt een onderscheid gemaakt tussen drie typen initiatieven (waarbij ICA staat voor International Cooperative Alliance):

1. "Platformcoop: (ICA-compliant) co-ops that manage an online platform, sharing ownership and governance over it - digital first"
2. "Coop-run platform: (ICA-compliant) co-ops that manage and primarily do business through an online platform"
3. "Shared platform: Enterprises that share some meaningful ownership or governance over an online platform"

Van de 252 initiatieven zijn 156 geclassificeerd als platformcoop. Daarvan zijn slechts 26 actief als platformcoop in de kluseconomie zoals eerder gedefinieerd. De andere 130 platformcoops in de database betreffen inkoopplatformen, data- en softwareplatformen, *crowdfunding*platformen en tweedehands-marktplaatsen. Deze verscheidenheid aan platformcoops laat zien dat er in veel verschillende contexten met de coöperatie als organisatievorm wordt geëxperimenteerd. Hoewel de data niet als volledig kan worden beschouwd, suggereert het lage getal wel dat platformcoops nog niet erg aanslaan in de kluseconomie.

² <https://ioo.coop/directory/>

³ Peildatum 11 juli 2018.

Als we de klusplatformen verder uitsplitsen naar sector, zien we dat platformcoops nu vooral actief zijn in transport-gerelateerde sectoren: een kleine meerderheid is actief in de taxisector en bijna een kwart in maaltijdbezorging. Dit zijn overigens ook de sectoren in Nederland waar platformwerkers het meest actief in zijn (Ter Weel et al., 2018).

4 Succesfactoren

Zoals uitgelegd zijn er voordelen voor platformwerkers om zich te verenigen in een platformcoop. Toch doet het kleine aantal platformcoops dat nu actief is vermoeden dat het opzetten van een succesvol platformcoop geen *sine cure* is.

Een algemene beperking van platformcoops is dat zij minder schaalbaar zijn dan commerciële platformen. Daar waar private platformen snel kunnen uitbreiden in verschillende steden en sectoren door het ophalen van (durf)kapitaal en een hiërarchische aansturing van het bedrijf, is groei voor een platformcoop veel minder vanzelfsprekend. Een coöperatie bundelt de belangen van een lokale groep aanbieders. Wanneer een lokale platformcoop succesvol is bestaat er weinig prikkel voor betrokkenen om dit succes te repliceren in andere steden of andere sectoren. Daarnaast kan opschaling naar andere steden leiden tot conflicten in besluitvorming aangezien elke individuele aanbieder navenant minder inspraak zal hebben en lokale contexten verschillend kunnen zijn.

Om te onderzoeken in welke sectoren platformcoops de meeste kans van slagen hebben, bespreken we hieronder een vijftal aspecten die van invloed kunnen zijn.

4.1 Lokale of bovenlokale markt

Zoals gezegd is het doorbreken van het netwerkeffect moeilijk, aangezien je als platformcoop alle betrokkenen zult moeten overtuigen om over te stappen op het alternatieve platform. Om die reden zullen platformcoops eerder succesvol kunnen zijn in lokale markten dan in bovenlokale markt. Aangezien vraag en aanbod van klussen doorgaans gekoppeld worden op het niveau van stad of wijk, is het netwerkeffect dan beperkt. Om dan voldoende aanbieders en vragers op een platformcoop te krijgen, hoeft een platform slechts lokaal te werven. Specifiek de aanbieders kunnen worden geworven via gerichte communicatie door specifiek te wijzen op de voordelen van een coöperatie in vergelijking met een traditioneel commercieel platform. Zij kunnen vervolgens gezamenlijk afspreken om tegelijk het nieuwe coöperatieve platform te gebruiken, zodat het aanbod vanaf de eerste dag in principe voldoende kan zijn. Een dergelijk vorm van collectieve actie is veel lastiger op grotere afstand te organiseren.

4.2 Eenvoudig of complex

Platformtechnologie wordt steeds goedkoper en is in sommige gevallen zelfs gratis, of tegen lage kosten als open source oplossing⁴, te gebruiken. Daarnaast zijn bepaalde onderdelen van een platform, zoals dataopslag en betaling, die men als plug-in kan inkopen. De opstartkosten van een platformcoop hoeven dus niet per se hoog te zijn. De kosten van een platform zullen wel toenemen met de complexiteit van de dienstverlening die het platform organiseert. Drie aspecten kunnen de dienstverlening complex maken. Ten eerste, klussen die worden afgesproken op afroep moeten snel geleverd worden. Denk bijvoorbeeld om taxidiensten en maaltijdbezorging. Bij zulke diensten dient de software snel en accuraat te zijn en moet slim gebruikgemaakt worden van real-time locatiegegevens en algoritmes. Een tweede aspect betreft het verdienmodel. Daar waar sommige platformen per transactie een commissie inhouden, werken andere platformen met een abonnementsmodel. In het eerste geval handelt het platform de betaling af en soms ook verzekeringen en belastingen. In het laatste geval functioneert het platform meer als een 'prikbord', waar consumenten offertes kunnen opvragen en reviews kunnen achterlaten. Een laatste aspect die de complexiteit van dienstverlening verhoogt is het aantal betrokkenen bij een transactie. Daar waar de meeste platformen slechts met één aanbieder en één vrager te maken hebben, zijn er ook platformen die meer dan twee partijen aan elkaar verbinden, zoals bij maaltijdbezorging waarbij het platform de consument koppelt aan een restaurant en een bezorger.

4.3 Terugkerend of eenmalig

Een belangrijk verschil in dienstverlening is om de dienst terugkerend is (zoals een wekelijks schoonmaakbeurt) of eenmalig (zoals een taxidienst). Een aanbieder die telkens dezelfde dienst verleent aan dezelfde klant, zal minder baat hebben bij een platform. Immers, als eenmaal de match tot stand is gekomen, kunnen herhaalafspraken ook gemakkelijk buiten het platform om gemaakt worden. Het platformbelang loopt dan niet parallel met het belang van de individuele platformwerker. Om die reden zullen commerciële platformen het lastiger vinden om winstgevend te zijn in sectoren met terugkerende opdrachten vergelijking met sectoren waarin opdrachten eenmalig zijn. De toegevoegde waarde van een platform is dan immers laag en de commissie die ze kunnen vragen navenant beperkt. Voor een coöperatie is dit minder een probleem omdat het geen winstoogmerk heeft c.q. winsten weer terugvloeiën naar platformwerkers. Het platform belang en het belang van platformwerkers lopen dan wél parallel.

4.4 Hoofdinkomen of aanvullend inkomen

De meeste aanbieders verwerven slechts een klein deel van hun inkomen via één enkel platform (Ter Weel et al., 2018). Zo zijn er aanbieders die het platformwerk als bijverdienste doen naast klussen die zij buiten het platform om verwerven of naast een regulier inkomen (baan, beurs, uitkering, vermogen). Ook zijn er platformwerkers die voor platformen in verschillende sectoren tegelijk werken. Een relatief klein deel van

⁴ <https://www.sharetribe.com/>

platformwerkers verwerft het hoofdkomen via een enkel platform. Juist die groep zal een prikkel hebben om zich te organiseren en zelf een platform op de richten om zo de commissiekosten te verlagen en niet meer afhankelijk te zijn van eenzijdige acties van het platform. Om die reden zijn platformcoöps juist te verwachten in sectoren waar relatief veel platformwerkers een groot deel van hun inkomen verwerven via een platform en in dezelfde sector. Algemeener gezegd, hoe homogener de groep van platformwerkers, hoe meer hun belangen parallel lopen, hoe beter de coöperatie zal functioneren (Höhler en Köhl, 2017). Platformcoöps die werken met ervaren leden die zich fulltime en voor een langere periode committeren, mogelijk een concurrentievoordeel hebben ten opzichte van private platformen die met veel parttimers die onregelmatig, en vaak voor een korte periode, voor het platform werken. In het laatste geval moet een platform een grotere groep werkers managen. Ook kan een platformcoop een concurrentievoordeel behalen door te investeren in opleiding, daar waar private platformen vanwege het zzp-karakter minder juridische ruimte hebben om at te doen.

4.5 Bestaande structuren

Het succes van een platform valt of staat bij de gratie van haar aanbieders. De kunst is dus om een substantiële groep van aanbieders bij elkaar te brengen. In sommige gevallen zijn aanbieders al lid van een gewone coöperatie. Zo functioneren sommige taxicentrales in Nederland al als een coöperatie. In dat geval is de stap naar een platformcoop vrij klein. De uitdaging voor bestaande coöperaties is dan vooral om een goed werkende app te laten ontwikkelen en haar leden ervan te overtuigen deze te gaan gebruiken. De coöperatie zal dan wel een – mogelijk lastige – cultuurverandering moeten ondergaan richting een meer technologie- en marketinggedreven organisatie. Steun kan ook komen van andere bestaande organisaties, zoals brancheverenigingen, beroepsverenigingen of vakbonden. Zij kunnen assisteren met financiële middelen, lobby, kennis, netwerk en de kritische massa van hun ledenbestand.

5 Analyse

Als we de zes succesfactoren toepassen op een negental sectoren waar klusplatformen reeds actief zijn, zien we dat er aanzienlijke verschillen zijn in succesfactoren van platformcoöps per sector. De analyse die we hier maken slaat overigens op de Nederlandse situatie. Tabel 1 vat de analyse samen.

Lokale of bovenlokale markt: De meeste klusplatform opereren lokaal in de zin dat aanbieder en vrager doorgaans in de dezelfde of aangrenzende gemeente wonen. Uitzonderingen zijn platformen voor klussers in het om het huis en voor adviseurs. Zij rijden doorgaans wat grotere afstanden naar een klant. Dit kan worden begrepen uit het feit dat hun uurloon relatief hoog ligt in vergelijking met aanbieders in andere sectoren.

Simpele of complexe dienst: De digitale functionaliteiten van platformen zijn in de meeste sectoren relatief eenvoudig. De meeste platformen beperken zich tot het

presenteren vraag en aanbod inclusief profielen (en reviews). Ook is er vaak een betaalfunctie zodat de transactie en het contract via het platform kan worden afgehandeld. Taxi- en maaltijdbezorgplatformen zijn evenwel complexer omdat zij vraag en aanbod in zeer korte tijd moeten koppelen en ook de klant op de hoogte wil houden van wachttijden. Deze platformen vereisen meer complexe software.

Terugkerend of eenmalig dienst: Er is een aantal platformen waarbij het in de rede ligt dat een tevreden klant steeds dezelfde aanbieder wil selecteren. Zo zijn mensen gewoon om steeds gebruik van eenzelfde schoonmaker, oppas, adviseur en bijlesleraar en verzorger. In deze sectoren zou de platformcoop dus relatief meer succes kunnen hebben in vergelijking met de andere sectoren.

Hoofdkomen of aanvullend inkomen: Veel aanbieders op klusplatformen doen dit een deeltijd. De verdiensten vormen een aanvullend inkomen, boven een reguliere baan, uitkering of studielening (Ter Weel et al., 2018). Toch zijn er ook veel voltijders actief in de genoemde sectoren, vooral in de taxi-, schoonmaak- en thuiszorgsector.

Bestaande coöperaties aanwezig of niet: Ten slotte verschillen sectoren in de mate waarin gewone coöperaties al actief zijn. Deze zouden zich relatief gemakkelijk kunnen omvormen tot een platformcoop. Afgaande op de rapportage van Hoveling en Heukers (2016) liggen er vooral kansen in de thuiszorg, waar het coöperatieve model heel snel groeit. Ook kennen grote steden als Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Eindhoven en Nijmegen, naast commerciële centrales, ook coöperatieve taxicentrales.

Tabel 1. Succesfactoren per sector.

	Lokaal	Simpel	Terugkerend	Hoofdkomen	Bestaande coops
Maaltijdbezorging	+				
Schoonmaak	+	+	+	+	
Taxi	+			+	+
Thuisrestaurant	+	+			
Advies		+	+		
Bijles	+	+	+		
Klussen in huis		+			
Oppas	+	+	+		
Thuiszorg	+	+	+	+	+

Beschouwen we tabel 1, dan is de conclusie dat platformcoops vooral kansen hebben in de thuiszorgsector. De thuiszorgcoöperaties die reeds actief zijn zouden zich dus kunnen omvormen tot een platform. Het zij opgemerkt dat de thuiszorgsector in grote mate wordt gefinancierd via gemeenten. Ook in de schoonmaaksector liggen kansen. Hoewel in die sector nog maar weinig coöperaties actief zijn, is het relatief eenvoudig om een dergelijk platform te starten. Voor de andere sectoren geldt dat er weliswaar een aantal succesfactoren aanwezig zijn, maar de sectorale omstandigheden niet per se ideaal zullen

zijn. Vooral in de sector voor maaltijdbezorging lijkt de opkomst van platformcoops onwaarschijnlijk.

Vanwege de barrières om succesvolle platformcoops op te schalen, ontstaat er een situatie waarin nieuwe platformcoops telkens weer het wiel moeten uitvinden. Om die reden zien we meerdere initiatieven om kennisoverdracht te organiseren tussen platformcoops actief in verschillende steden of sectoren. Zo maken Franse fietskoerierscoöperaties CoopCycle, Applicolis en Blockfood en de Amerikaanse schoonmaakcoöperatie Up&Go gebruik van een zogenaamd tweetrapsmodel. In een dergelijke 'meta-coöperatie' zijn de (door)ontwikkeling van het platform, het merk en de marketing en sales activiteiten samengebracht. Vervolgens wordt er per stad één werknemerscoöperatie opgezet waar de lokale aanbieders zich verenigen. Alle werknemerscoöperaties samen zijn eigenaar en bestuurder van de metacoöperatie.

Een bijkomend voordeel voor platformcoops om zich aan te sluiten bij een overkoepelende organisatie, is dat er nieuwe zakelijke kansen worden gecreëerd. Zo onderhandelt Applicolis met grote nationale winkelketens voor landelijke contracten. Daarnaast kan de samenwerking ook collectieve inkoopvoordelen opleveren. Ten slotte geeft deze manier van samenwerken de werknemerscoöperaties toegang tot nieuwe markten, zo bezorgden de leden van CoopCycle en BlockFood voorheen alleen zakelijke klanten. Wanneer het platform een succes is, zullen zij ook toegang krijgen tot de consumentenmarkt.

6 Open vragen

In een tijd dat de huidige platformen worden beschuldigd van het uitbuiten van een precare groep werkenden, klinkt voor velen de platformcoop als een aantrekkelijk alternatief. Ondanks dat platformcoops op veel sympathie kunnen rekenen, zijn er vooralsnog weinige succesvolle voorbeelden.

De Nederlandse vereniging voor coöperaties NCR sprak haar steun uit voor platformcoops, maar wees er tegelijk op dat platformcoops vanwege hun gebrekkig marktkennis niet per se concurrerend zullen zijn ten opzichte van de commerciële platforms (Como et al., 2017, pp. 16-17). Daar komt bij dat Internettechnologie zich verder blijft ontwikkelen. Commerciële platformen zullen over het algemeen beter zulke innovaties kunnen integreren dan platformcoops. Andersom zijn er juist ook technologische ontwikkelingen die het coöperatieve model juist kunnen ondersteunen, waaronder open-source software, software voor collectieve besluitvorming, *crowdfunding*, alternatieve munten en blockchaintechnologie.

Ook is er nog de juridische vraag hoe een platformcoop zich verhoudt tot de mededingingswet. Zoals Schrijvershof (2017) aangeeft, is een eerste vraag of een coöperatie wel een daadwerkelijke 'economische eenheid' vormt, omdat alleen dan het

kartelverbod niet van toepassing op de onderlinge relaties binnen die coöperatie. Vereist is dan, dat: “1) de leden op langdurige basis een gezamenlijk economisch doel nastreven, 2) de coöperatie beslissende invloed kan uitoefenen op het marktgedrag van de afzonderlijke leden, en 3) er geen mogelijkheid tot onderlinge concurrentie bestaat (Schrijvershof, 2017, p. 10).” Deze gecentraliseerde vorm van een platformcoop zou kunnen passen als hun leden fulltime werken en een simpele gestandaardiseerde klus aanbieden waarvoor een standaardprijs in de rede ligt.

Een alternatief platformcoopmodel is een model waar de leden de platformkosten delen, maar anderszins als zelfstandigen blijven opereren en concurreren. Dan is het kartelverbod wel van toepassing op de onderlinge relaties binnen de coöperatie en mogen de leden geen prijzen of volumes afspreken (Schrijvershof, 2017). Een gedecentraliseerde platformcoop mag ook geen concurrerende zelfstandigen uitsluiten van deelname. Dit type platformcoop zou zich dus goed lenen voor platformen met een groot verloop, met veel part-timers en waarop klussen worden aangeboden die niet gestandaardiseerd zijn. Gedecentraliseerde platformcoops zullen zich in ieder geval goed moeten laten adviseren of de gekozen platformarchitectuur niet strijdig is met de mededingingswet, om zo juridische problemen op een later moment te vermijden.

Meer in het algemeen blijft de vraag of, en zo ja, onder welke voorwaarden platformcoöperaties tot betere uitkomsten leiden voor betrokkenen en voor de samenleving als geheel. Zo zijn alle platformcoöperaties, op een enkele uitzondering na, ‘single stakeholder’ organisaties, waarbij men zich richt op de belangen van één groep (de aanbieders). Daarnaast zijn coöperaties niet per se heel open. Wanneer platformwerkers een gecentraliseerde coöperatie oprichten, zouden ze een prikkel kunnen hebben om nieuwkomers te weren om de concurrentie voor klussen te beperken (Rey en Tirole, 2007). Tenslotte kan een platformcoop natuurlijk zelf ook uitgroeien tot een monopolist, met alle mogelijke nadelen van dien voor de consument.⁵

In het verlengde hiervan kan de vraag worden gesteld of de platformcoop wel het enige alternatief is voor de ontstane problematiek tussen platformwerkers en private platformen. Wellicht kunnen (publieke) waarden zoals privacy, minimumloon, inkomenszekerheid en data-eigenaarschap ‘by design’ worden geborgd in onlineplatformen (Van Dijck et al., 2016). Dit veronderstelt wel dat de (Europese) overheid dergelijke ontwerpprincipes actief bevordert of zelfs verplicht gaat stellen. De vraag is wel of, en zo ja, op welke termijn, dergelijke regulering zal worden ingevoerd.

Auteurs

Martijn Arets (e-mail: m.aret@uu.nl) is verbonden als onderzoeker en Koen Frenken (e-mail: k.frenken@uu.nl) als hoogleraar aan het Copernicus Institute of Sustainable Development van de Universiteit Utrecht.

⁵ Ter vergelijking: Huizenplatform Funda werd opgericht door een makelaarsvereniging die aanvankelijk, als monopolist, niet open stond voor niet-leden.

Dank

Onze dank gaat uit naar Tine de Moor en Rense Corten voor hun bijdrage in het opzetten van het onderzoek, naar Nathan Schneider voor het beschikbaar stellen van de database en naar de anonieme beoordelaars voor hun nuttige commentaar. Dit onderzoek is financieel mogelijk gemaakt door een bijdrage in de vorm van 'zaaigeld' door het programma 'Instituten voor Open Samenlevingen' van de Universiteit Utrecht.

Literatuur

- CIPD, 2017, *To gig or not to gig? Stories from the modern economy*. March. London: CIPD.
- Como, E., F. Battistoni, G. Sateriale, B. Provvedi, S. Chojnicki en A. Rapisardi, 2015, Dalla Sharing Economy all'Economia Collaborativa l'impatto e le opportunità per il mondo cooperativo. Fondazione Unipolis, October.
- Como, E., A. Mathis, M. Tognetti en A. Rapisardi, 2017, Cooperative platforms in a European landscape: an exploratory study, Paper presented at the ISIRC Conference, Glasgow, September (35 p.).
- Dijck, J. van, T. Poell en M de Waal, 2016, *De Platformsamenleving. Strijd om publieke waarden in een online wereld*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Europese Commissie, 2016, *Een Europese agenda voor de deeleconomie*. Brussel: Europese Commissie, 2 juni.
- Farrell, D. en F. Greig, 2016, *The online platform economy. Has growth peaked?* Report, JP Morgan Chase.
- Frenken, K., 2017, Hoe kan de onduidelijke status van platformwerkers verhelderd worden? *Me Justice*, 13 november, www.mejustice.nl.
- Frenken, K., A. van Waes, M. Smink en R. van Est, 2017, *Eerlijk delen - Waarborgen van publieke belangen in de deeleconomie en de kluseconomie*, Den Haag, Rathenau Instituut.
- Gerbrandy, A. en P. Kreijger, 2017, *Mededingingsrecht in relatie tot samenwerking tussen zzp-ers*. Position Paper ten behoeve van de Vaste Kamercommissie voor Economische Zaken van de Tweede Kamer. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Höhler, J., R. Kühl, 2017, Dimensions of member heterogeneity in cooperatives and their impact on organization. A literature review. *Annals of Public and Cooperative Economics*, vol. 89: 697-712.
- Hoveling, M. en C. Heukers, 2016, Coöperaties in Nederland, 2016. *Coöperatie*, vol. 627: 14-17.
- Ménard, C., 2004, The Economics of Hybrid Organizations, *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, vol 160: 345-376.
- Ménard, C., 2007, Cooperatives: hierarchies or hybrids?, in: K. Karantininis & J. Nilsson (eds), *Vertical Markets and Cooperative Hierarchies*, 1-17. Dordrecht: Springer.
- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2018, *Reactie op SEO-onderzoek naar platformwerk*, Den Haag, 22 juni 2018.
- Rey, P. en J. Tirole, 2007, Financing and access in cooperatives, *International Journal of Industrial Organization*, vol. 25: 1061-1088.
- Scholz, T. en N. Schneider (eds), 2016, *Ours to Hack and to Own. The Rise of Platform Cooperativism. A New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*. New York: OR Books.
- Schneider, N., 2018, An internet of ownership: democratic design for the online economy, *The Sociological Review*, vol. 66: 320-340.
- Schrijvershof, D., 2017, Coöperaties en hun leden in het licht van het kartelverbod, *Coöperatie*, vol. 633: 9-11.

14 Zijn platformcoöperaties levensvatbaar?

- Slooten, J. van, 2017, Ter Visie: Platformarbeid: nog een reden tot *rethinking* van het arbeidsrecht, *Tijdschrift voor Arbeid en Onderneming*, 2 juni: 51-52.
- Slyke, B. van, 2016, Unions and cooperatives: how workers can survive and thrive. <https://truthout.org/articles/unions-and-cooperatives-how-workers-can-survive-and-thrive/>
- Sundararajan, A., 2016, *The Sharing Economy*. Boston: MIT Press.
- Weel, B. ter. S. [van der Werff](#), H. Bennaars, R. Scholte, J. Fijnje, M. Westerveld en T. Mertens, 2018, *De opkomst en groei van de kluseconomie in Nederland*. SEO-rapport 2018-37.
- Zanden, J.L. van, A. van Riel, 2004, *The Strictures of Inheritance: The Dutch Economy in the Nineteenth Century*. Princeton, NJ: Princeton University Press.