

# Hoofdstuk 10. Online platforms op (en in plaats van) de arbeidsmarkt

*Koen Frenken en*

*Bas Straathof*

---

## 1. Inleiding

De laatste tien jaar is het internet sterk geïntegreerd geraakt in ons dagelijks leven. Eén van de manifestaties hiervan is de opkomst van online platforms waarop kopers en verkopers elkaar kunnen vinden. Marktplaats.nl, opgericht in 1999, was één van de eerste online platforms in Nederland. Tegenwoordig zijn er platforms voor allerlei soorten transacties waaronder taxiriten (Uber), overnachtingen (Airbnb) en auto's (SnappCar). In dit hoofdstuk verkennen we op welke manieren online platforms invloed kunnen hebben op de arbeidsmarkt.<sup>1</sup> We onderscheiden daarbij directe effecten van platforms op de arbeidsmarkt zelf en indirecte effecten van platforms op andere markten als ook op consumptie en productieactiviteiten.

Wat onderscheidt online platforms van andere ondernemingen? De economische definitie van een platform is een intermediair tussen twee of meer soorten gebruikers. Een platform onderscheidt zich van andere intermediairs door de aanwezigheid van kruislingse netwerkeffecten: het platform wordt aantrekkelijker voor gebruikers van de ene soort als het aantal gebruikers van de andere soort toeneemt – en vice versa (Rysman, 2009). Consoles voor videospellen zijn een klassiek voorbeeld: een console is populair bij gamers als er veel spellen voor te verkrijgen zijn, terwijl de makers van spellen kiezen voor een console die veel verkocht wordt.

Online platforms bestaan voor zeer uiteenlopende soorten transacties. In dit hoofdstuk beperken we ons tot het bespreken van mogelijke gevolgen voor de arbeidsmarkt. Onder een online platform verstaan we een platform dat vanwege verregaande automatisering 1) zeer lage marginale kosten heeft en dus snel kan groeien, 2) snelle koppelingen tussen gebruikers kan leggen, 3) passende koppelingen tussen gebruikers kan voorstellen door het gebruik van algoritmes, en 4) kan faciliteren bij de vorming van de reputaties van gebruikers. Online platforms hebben dus schaalvoordelen vanwege netwerkeffecten én lage marginale kosten. Slimme algoritmes zorgen er verder

---

<sup>1</sup> Dit is een verkenning niet alleen omdat online platforms volop in ontwikkeling zijn, maar ook omdat er nog weinig empirische studies over dit onderwerp verschenen zijn.

voor dat de kwaliteit van koppelingen niet afneemt als het aantal gebruikers zeer groot wordt, al kunnen fricties een belangrijke rol blijven spelen in het matchen van vraag en aanbod (zie Gautier in hoofdstuk 6 van deze bundel).

## 2. Platforms als intermediair tussen werknemer en werkgever

Platforms zijn niet nieuw op de arbeidsmarkt. In 1650 stelde Henry Robinson aan het Britse parlement voor om een “Office of Addresses and Encounter” op te richten wat werknemers en werkgevers aan elkaar zou koppelen (Martinez, 1976). Het voorstel werd niet aangenomen, maar Robinson begon toen zelf een uitzendbureau – zonder veel succes overigens. Begin twintigste eeuw wonnen uitzendbureaus aan populariteit in de Verenigde Staten. Met name bij seizoenswerk werd veel gebruik gemaakt van hun diensten.

De opkomst van uitzendbureaus ging gepaard met zorgen over uitbuiting van werknemers. In de Verenigde Staten leidde dit tot een juridische strijd over de vraag of uitzendbureaus verboden mogen worden.<sup>2</sup> De Internationale Arbeidsorganisatie (IAO) heeft lange tijd het standpunt gehad dat commerciële uitzendbureaus verboden zouden moeten worden. Pas in 1997 nam de IAO een nieuw standpunt in waarbij slechts aangedrongen werd op regulering. In veel landen zijn uitzendbureaus nu legaal, maar wel gereguleerd.

Uitzendbureaus, wervings- en selectiekantoren en andere intermediairs bestaan omdat transactiekosten op de arbeidsmarkt substantieel kunnen zijn. Om een vacature te kunnen vervullen moet daar eerst bekendheid aan worden gegeven. Vervolgens worden er met verschillende kandidaten geselecteerd op basis van cv's die niet helemaal te controleren zijn. Met de geselecteerde kandidaten worden gesprekken gevoerd en eventueel tests uitgevoerd. En daarna is er nog steeds een niet te verwaarlozen kans dat eenmaal in dienst de werknemer niet de beste blijkt te zijn of zelfs slecht voldoet. De hoge transactiekosten zorgen ervoor dat een werkgever mensen vaak lang in dienst houdt, ook als er tijdelijk minder werk is.

Voor intermediairs kunnen de transactiekosten die gepaard gaan met het vervullen van een vacature aanzienlijk lager zijn dan voor werkgevers die incidenteel een vacature hebben. Ten eerste omdat intermediairs ervaring hebben in werving en selectie. Ten tweede omdat zij een netwerk hebben van potentiële werknemers en werkgevers. Dit netwerk maakt het koppelen van werknemer en werkgever efficiënter: daar waar de meeste bedrijven

---

2 Adams v. Tanner, 244 V.S. 590 (1917).

gesprekken met meerdere sollicitanten voeren om één vacature te vervullen, kan een intermediair één gesprek met een sollicitant voeren en daar een vacature bij zoeken. Dit kan veel kosten besparen. In veel landen gelden er met name voor uitzendbureaus ook andere regels dan voor andere werkgevers, bijvoorbeeld op het gebied van sociale zekerheid, waardoor arbitrage op regelgeving kan voorkomen.

Intermediairs op de arbeidsmarkt kunnen profiteren van kruislingse netwerkeffecten: hoe meer werkzoekenden zijn ingeschreven, hoe groter de kans voor bedrijven om via de intermediair een goede werknemer te vinden en hoe meer bedrijven een intermediair als klant heeft, hoe groter de kans dat een werkzoekende een passende baan vindt. Uitzendbureaus zijn daarmee platforms volgens de formele economische definitie. De sterkte van deze netwerkeffecten hangt af van hoe goed een intermediair in staat is om passende verbindingen te leggen. Omdat goede bemiddeling arbeidsintensief is, zijn de schaalvoordelen voor deze intermediairs relatief beperkt.

De voordelen die intermediairs op de arbeidsmarkt hebben worden versterkt door het gebruik van ICT. Databases maken het mogelijk om snel een selectie te maken uit een groot aantal van potentiële matches. Het persoonlijke netwerk van de medewerkers van het uitzendbureau wordt hierdoor minder belangrijk. Het gebruik van email vergroot de span-of-control van managers waardoor intermediairs op grotere schaal kunnen opereren (Bloom et al., 2014). Deze twee voordelen van ICT maken dat intermediairs netwerkeffecten beter kunnen benutten.

Online platforms zijn een meer recente soort intermediairs op de arbeidsmarkt. Bij online platforms is het gebruik van ICT verder doorgevoerd dan bij traditionele uitzendbureaus en wervings- en selectiebureaus. Bij online platforms is het koppelen van partijen volledig geautomatiseerd: het platform structureert informatie over werkgevers en werkzoekenden, over vacatures en cv's, zodat partijen elkaar snel en 24 uur per dag kunnen vinden. De kwaliteit van de zoeksuggesties is daarbij afhankelijk van de algoritmen die het platform gebruikt.<sup>3</sup> Het platform kan een groot deel van de administratieve handelingen, zoals loonbetalingen, in het systeem integreren. Dit kan

3 Sommige platforms, waaronder Uber, geven geen suggesties, maar maken zelf een koppeling tussen partijen. Dit model werkt vooral goed bij relatief homogene producten waarvoor partijen snel gekoppeld moeten worden – zoals bij taxiritten (Einav et al., 2015). Op de arbeidsmarkt liggen directe koppelingen minder voor de hand vanwege heterogeniteit van werknemers en werkgevers.

de transactiekosten van een online uitzendbureau zodanig verlagen dat loon dagelijks uitbetaald wordt, zoals uitzendbureau morgenwerk.nl adverteert.

Sociale netwerken gaan nog een stap verder. Op het sociale netwerk LinkedIn hebben wereldwijd veel mensen, vooral hogeropgeleiden, en organisaties een profiel. Een sociaal netwerk kan meer betrouwbare en gestructureerde informatie bieden dan een website waarop cv's en vacatures geplaatst worden. De profielen op een sociaal netwerk zijn namelijk transparant binnen iemands netwerk, waardoor de prikkels voor manipulatie van cv's minder sterk zijn. Ook geeft een sociaal netwerk actuele informatie aan werkgevers over mensen die niet actief op zoek zijn naar een andere baan. Online platforms maken zo een groot deel van de wereldwijde arbeidsmarkt transparant.

Wat zijn de gevolgen die we kunnen verwachten van online platforms op de arbeidsmarkt? Twee directe gevolgen zijn:

1. Sneller, preciezer, breder en goedkoper zoeken
2. Betere reputatievorming voor werkzoekenden en werkgevers

Zowel beter zoeken als meer betrouwbare reputaties vergroten de transparantie – en daarmee de potentiële flexibiliteit – van de arbeidsmarkt. Bij lage zoekkosten is het gemiddelde dienstverband korter dan bij hoge zoekkosten. Immers, het is dan goedkoper om nieuwe medewerkers in dienst te nemen en het is gemakkelijker om een andere baan te vinden. Betere reputatievorming zorgt dat een werkgever meteen inzicht heeft in belangrijke eigenschappen van werknemers. Hierdoor zal hij minder geneigd zijn om werknemers in dienst te houden als er minder werk is. Ook versterken online platformen de reeds ingezette trend dat bedrijven steeds meer taken uitbesteden aan zzp'ers. Zo kunnen bedrijven via het wereldwijd opererende Freelancer in korte tijd computerprogrammeurs, ontwerpers, tekstschrijvers of advocaten inhuren. In al deze voorbeelden vergroten platforms de statische efficiëntie van de arbeidsmarkt.

Online platforms kunnen ook de dynamische efficiëntie van de arbeidsmarkt vergroten. Als het lang duurt voordat werkgevers kunnen inschatten wat het talent van jonge werknemers is, dan is het aantrekkelijker om een ouder iemand aan te nemen met een bekende arbeidsgeschiedenis. Als werknemers door online platforms het talent van jonge werknemers beter kunnen inschatten, komen zij eerder in aanmerking voor een baan die past bij hun talent. Voor de economie betekent dat talent efficiënter wordt ingezet en productie toeneemt (e.g., Tervio, 2009). Lonen zullen gemiddeld hierdoor sneller groeien, maar de brutoloonverdeling zal mogelijk ook schever worden.

### 3. Platforms als alternatief voor arbeidsrelaties

Naast platforms die werknemers en werkgevers koppelen, zijn er ook ander-soortige platforms. Wij maken een onderscheid tussen drie typen: platformen die consumenten onderling met elkaar verbinden ('C2C'), platforms die een zzp'er verbinden met een consument ('Z2C'), en platforms die zzp'ers onderling met elkaar verbinden ('Z2Z'). In alle gevallen bieden deze platforms een alternatief voor arbeidsrelaties en kunnen tot structurele veranderingen leiden in een veelheid van bedrijfstakken.<sup>4</sup>

#### 3.1 C2C

Sinds de opkomst van het Internet is de tweedehandsmarkt hoofdzakelijk via platforms georganiseerd. Het bekendste platform waarop Nederlandse consumenten onderling handelen is Marktplaats.nl, waarop allerhande goederen worden verhandeld. Andere succesvolle websites voor tweedehands verkoop zijn doorgaans gericht op één specifiek goed, zoals auto's of boeken. De handel op online tweedehandsmarktplaatsen is aanzienlijk: zo trekt Marktplaats.nl elke dag 1,3 miljoen bezoekers. De kruislingse netwerkeffecten zijn groot, hetgeen de dominantie van Marktplaats.nl (en E-bay en Alibaba wereldwijd) verklaart. Immers, voor respectievelijk een vrager of een aanbieder is het van belang om zoveel mogelijk potentiële aanbieders en vragers te kunnen bereiken.

Daar waar Nederlanders al zo'n 15 jaar massaal hun tweedehands spullen verkopen via Marktplaats.nl en vergelijkbare platforms, verhuren zij ook steeds vaker hun spullen aan elkaar. Dit staat beter beken als deeleconomie, gedefinieerd als *“het fenomeen dat consumenten elkaar gebruik laten maken van hun onderbenutte consumptiegoederen, eventueel tegen betaling”* (Frenken et al., 2015). De hoogste bedragen worden hierbij gevraagd voor het verhuren van het huis (meestal via Airbnb) en de auto (meestal via Snappcar). Ook andere zaken zoals tuinen, boormachines, boeken, kleding en parkeerplaatsen worden steeds vaker om deze wijze gedeeld.

De deeleconomie is op zichzelf niet nieuw. Al eeuwen delen mensen hun spullen met burens, vrienden en familie. Wat nieuw is aan de deeleconomie is dat mensen – via Internetplatforms – ook met volstrekt vreemden hun bezit gaan delen. De transactiekosten verbonden aan verhuur aan vreemden waren vroeger echter aanzienlijk, omdat er geen centraal register was waarop vraag en aanbod bij elkaar werd gebracht en omdat men spullen liever niet

4 Gautier behandelt in Hoofdstuk 6 de meer traditionele matches tussen werkgever en werknemer (Gautier, 2015).

aan vreemden toevertrouwd. Internetplatforms daarentegen brengen vraag aan aanbod via slimme algoritmes bij elkaar en nemen onzekerheden weg door beoordelingen ('reviews') van voorgaande transacties en, in sommige gevallen, door garanties en micro-verzekeringen.

De directe gevolgen van C2C deelplatforms voor de arbeidsmarkt zijn relatief gering, omdat het hier gaat om verhuur van spullen (niet van diensten, waarover later meer). Wel heeft de deeleconomie voor bepaalde bedrijfstakken grote gevolgen. Zo zal het aantal banen in de hotelbranche en autoverhuur waarschijnlijk dalen, omdat C2C huren goedkoper is. Tegelijkertijd komen er ook nieuwe banen bij. Zo huren huizenbezitters steeds vaker mensen in om voor hun alle logistieke zaken te regelen die komen kijken bij particuliere verhuur van hun huis.

### 3.2 Z2C platforms

Daar waar het bij C2C deelplatforms gaat om het efficiënter benutten van consumptiegoederen, zijn er ook platforms waarop mensen hun diensten aanbieden. Feitelijk gaat het dan niet meer om consumenten die onderling handelen, maar om een persoonlijk dienstverlener die, als zzp'er, een dienst aanbiedt aan een consument ('Z2C'). Het bekendste voorbeeld hiervan is UberPop, een platform dat consumenten in staat stelt taxiriten te verzorgen. Andere voorbeelden zijn platforms voor schoonmaak (Helping), koken (Thuisafgehaald), klussen (Werkspot) en onderwijs (Konnektid).

Er is de nodige verwarring ontstaan of dergelijke dienstenplatforms ook onder de noemer van de deeleconomie geschaard moeten worden. Volgens de bovenstaande definitie is dat niet zo: fysieke goederen kunnen onbenut zijn, maar mensen niet. Immers, als mensen geen dienst aanbieden, hebben ze tijd beschikbaar om iets anders te doen en aan die vrije tijd wordt ook waarde toegekend. Om die reden worden Z2C platforms in het Engelstalige gebied ook wel aangeduid met de on demand economy of gig economy, en in het Nederlands als de op-afroep-economie.

#### **UberPop: deeleconomie of niet?**

UberPop is een platform waarop men een taxichauffeur kan oproepen. Dit zou alleen een vorm van deeleconomie zijn, wanneer de chauffeur de betreffende rit tóch al zou maken. In dat geval is er sprake van onbenutte capaciteit die wordt gedeeld. Immers, een autostoel die anders leeg zou blijven, wordt dan benut. Maar als de chauffeur de rit enkel en alleen maakt om iemand anders van A naar B te vervoeren, is sprake van een taxi die op afroep wordt besteld. Omdat bij UberPop dit laatste doorgaans het geval is, dient het te worden beschouwd als onderdeel van de op-afroep-economie.

(Bron: Frenken et al., 2015)

De gevolgen van Z2C platforms voor de arbeidsmarkt en arbeidsverhoudingen zijn potentieel groot. Nu de transactiekosten zo laag zijn geworden om iemand in te huren, zullen steeds meer diensten niet meer via bedrijven, maar via zzp'ers worden aangeboden. Dit is vooral zichtbaar in de markt voor klussen en schoonmaak. Ook beroepen als kapper, notaris, verpleger kunnen in de toekomst via dergelijke platforms georganiseerd worden.

Voor sommige dienstverleners is de opkomst van platforms een wenselijke ontwikkeling. Immers, als men via een platform aan opdrachten komt, kan men zelf de tijd indelen als ook het aantal te werken uren per week (mits de vraag voldoende is). Deze flexibiliteit wordt vaak gewaardeerd. Tegelijkertijd zijn er ook dienstverleners die liever in loondienst zouden willen blijven, vanwege de werkzekerheid, collega-contacten en sociale zekerheid. Daarnaast is het zo, net als bij deelplatforms, dat op-afroep platforms vaak klantbeoordelingen laten zien om nieuwe consumenten te informeren. Dit betekent dat er niet alleen meer zzp'ers zullen komen ten koste van mensen in loondienst, maar ook dat werk steeds concurrerender wordt aangezien elke verleende dienst wordt beoordeeld, en doorgaans ook in het openbaar.

### 3.3 Z2Z platforms

Een derde type platform koppelt zzp'ers aan andere zzp'ers. Een bekend voorbeeld hiervan is het Broodfonds. Op dit platform verzekeren ondernemers elkaar tegen inkomensverlies bij ziekte. Om onterechte ziekmeldingen tegen te gaan, vindt risicodeling plaats binnen groepen van ondernemers die elkaar vertrouwen. Ook bestaan er grote en kleine collectieven van zzp'ers die opdrachten aannemen van andere ondernemingen – al dan niet met een franchiseconstructie zoals bij de Klussenier. Ten slotte delen zzp'ers ook steeds vaker de werkplek om zo op de vaste kosten te besparen. Dit worden coworking spaces genoemd.

Z2Z platforms maken het mogelijk dat zzp'ers kunnen profiteren van schaalvoordelen die oorspronkelijk alleen aan grotere bedrijven voorbehouden waren. Omdat grote ondernemingen veelal meer klanten hebben, hebben ze een meer stabiele inkomstenstroom dan de zzp'er voor wie het vaker hollen of stilstaan is. Online platforms stellen zzp'ers in staat om zowel opdrachten als inkomsten te verdelen, zodat er meer inkomenszekerheid ontstaat. Het gevolg voor de arbeidsmarkt van Z2Z-platforms is dat zij meer zekerheid geven waardoor een baan in loondienst relatief minder aantrekkelijk wordt. Zij nemen zo een belangrijke functie van bedrijven over als organisaties voor het combineren en delen van werk en taken.

#### 4. Aandachtspunten voor beleid

De opkomst van online platforms heeft uiteenlopende implicaties voor het beleid van de overheid. Soms maken platforms bestaand beleid overbodig en soms wordt bestaand beleid belangrijker. Soms is nieuw beleid gewenst en soms ontstaan er nieuwe mogelijkheden om bestaande problemen aan te pakken. We bespreken vier aandachtspunten:

1. Reputaties als substituuat voor regulering en toezicht
2. Nieuwe vraagstukken rond reputaties
3. Platforms kunnen administratieve rol voor overheid vervullen
4. Sociale zekerheid meer gericht op inkomen en minder op banen

##### 4.1 Reputaties als substituuat voor regulering en toezicht

De fundamentele waarde die platforms toevoegen is het bij elkaar brengen van veel vragers en veel aanbieders wat de transactiekosten, en dan met name de zoekkosten, verlaagt. Naast deze sleutelfunctie, zijn er doorgaans extra functies die transactiekosten verder omlaag kunnen brengen. Een daarvan zijn beoordelingen van vorige transacties die mensen weer gebruiken om nieuwe transacties te realiseren. Vaak gaan beoordelingen over de kwaliteit van het aangeboden en het gedrag van de aanbieder (en soms ook de vrager).

Op de arbeidsmarkt zien we het belang van collega-beoordelingen en andere peers oprukken (zoals bij LinkedIn). Aan de hand van deze informatie kunnen participanten zich een beeld vormen van de betrouwbaarheid van elkaar. Zo werken beoordelingen dus als een reputatiemechanisme, daar waar reputatie vroeger vaak werd gewaarborgd door regelgeving of merknamen. Dit heeft als voordeel dat er zonder regels of inspanningen als marketingbudgetten toch vertrouwen kan ontstaan. Toegang tot de markt blijft open en kosteloos, omdat men geen vergunning nodig heeft en ook geen grote marketinguitgaven hoeft te doen om een merknaam op te bouwen.

##### 4.2 Nieuwe vraagstukken rond reputaties

De voordelen van reputatiemechanismen op platforms wordt vaak onderstreept, maar moeten niet worden overschat. Zo bieden platforms bij duurdere producten, naast beoordelingen, vaak ook garanties (zoals bij Airbnb). Veel platforms werken zonder beoordelingen, waaronder Marktplaats.nl, en sommigen bieden een optie tot verzekeren aan (zoals Peerby).

Reputaties kunnen ook externe effecten hebben. Mensen die zich goed kunnen presenteren, krijgen goede beoordelingen die vertrouwen wekken bij volgende transacties. Dit vertaalt zich in een economisch voordeel, omdat zij een steeds hogere prijs kunnen vragen als verhuurder en een steeds lagere prijs als huurder. Iemand met een goede presentatie heeft een negatief effect



op de positie van anderen die zich minder goed manifesteren op platforms (zoals analfabeten of sociaal minder vaardige mensen). Zij zullen mogelijk steeds minder kunnen verdienen en steeds meer moeten betalen.

Een tweede extern effect is dat beoordelingen door derde partijen kunnen worden gebruikt. Wanneer men – terecht of onterecht – slechte beoordelingen heeft, zullen andere partijen, zoals banken, verzekeraars, etc. die hiervan op de hoogte raken, dit gepercipieerde risico vertalen in een hogere prijs. Het gevolg is dat mensen in een reeds preciaire positie, nog hogere prijzen moeten betalen.

Een derde extern effect is dat de reputatie van gebruikers medebepalend is voor de reputatie van het platform zelf. Een platform zal meer mensen aantrekken naarmate de reputaties van platformgebruikers beter zijn. Als het beeld van deze reputaties positief is, zal men eerder geneigd zijn om een slechte ervaring af te doen als pech dan wanneer reputaties gemiddeld genomen slecht zijn. Het is daarom niet vanzelfsprekend dat platforms reputaties van gebruikers neutraal doorgeven aan andere gebruikers. Op het oog subtiele veranderingen in de manier waarop beoordelingen gepresenteerd worden, kunnen grote effecten hebben op de perceptie van gebruikers.

Goede reputatievorming is niet meer nice-to-have, maar wordt cruciaal naarmate meer mensen voor hun inkomen afhankelijk worden van reputaties. De drie externe effecten tezamen kunnen eerlijke en efficiënte reputatievorming tot een publiek belang maken. Een gerelateerde kwestie is of een platform een zzp'er of consument mag weigeren zaken te doen op het platform (bijvoorbeeld na vermeend wangedrag) en of er geen mogelijkheden zouden moeten zijn om een dergelijke beslissing aan te vechten.

#### 4.3 Administratieve rol van platforms

Net als bedrijven door de belastingdienst worden geacht om de loonheffing van hun werknemers in te houden, kunnen platforms ook gebruikt worden om op efficiënte manier belasting te innen en de naleving van andere wet- en regelgeving te bevorderen. De discussie in Amsterdam omtrent de handhaving van de regels aangaande Airbnb laat zien dat platforms zelf daartoe niet per se geneigd zijn. Hoewel Airbnb meewerkt in het innen van toeristenbelasting, wil het platform vooralsnog geen gegevens verstrekken over verhuurders die hun huis vaker dan de toegestane 60 dagen hebben verhuurd.

Een positief maatschappelijk gevolg van Z2C dienstenplatforms zou kunnen zijn dat veel werk dat vroeger zwart werd gedaan – en zonder enige arbeidsbescherming – nu vaker wit wordt gedaan. Immers, de transactiekosten

zijn nu zo laag dat witte vormen van werk uitgevoerd door zzp'ers concurrerend zijn geworden. Daarnaast is het voor de belastingdienst eenvoudiger te achterhalen wie actief is als persoonlijke dienstverlener en of er wel belasting wordt betaald. Hiervoor is wel nauwe samenwerking nodig tussen Z2C-dienstenplatforms en de belastingdienst, zoals deze ook al eerder tot stand is gekomen met tweedehands platforms zoals Marktplaats.nl.<sup>5</sup>

#### *4.4 Sociale zekerheid meer gericht op inkomen en minder op banen*

De meer fundamentele discussie die momenteel vooral in de Verenigde Staten woedt, is of zzp'ers die voor hun werk sterk afhankelijk zijn van een platform, eigenlijk niet als werknemers van het platform zouden moeten worden beschouwd. In de Amerikaanse juridische context hangt deze vraag vooral samen met de mate waarin het platform de zzp'er voorschrijft hoe bepaalde taken moeten worden uitgevoerd en tegen welke prijs. Als het platform enkel vraag en aanbod bij elkaar brengt en het aan betrokkenen overlaat of de transactie plaatsvindt en zo ja, tegen welke prijs en voorwaarden, dan treedt zij enkel op als intermediair (zoals bij Taskrabbit het geval lijkt te zijn). Als daarentegen het platform specifieke instructies en voorwaarden oplegt aan betrokkenen, kan er juridisch sprake zijn van werkgeverschap (zoals bij Uber het geval lijkt te zijn). De vraag die nu rijst in de Verenigde Staten is of er, naast de categorieën van werknemer en zzp'er, niet een derde juridische categorie moet worden ontworpen die de verhouding regelt tussen de platformen, en zij die voor hun werk afhankelijk zijn van platformen.

Discussies over de status van platformgebruikers zullen nog vaak gevoerd gaan worden: online platforms zetten institutionele arrangementen gericht op vaste arbeidsrelaties immers steeds verder onder druk. Er zijn twee redenen voor deze druk. Als eerste kunnen platforms op korte termijn regels omzeilen door traditionele economische transacties op een andere manier vorm te geven. Met deze 'regulatory arbitrage' kunnen platforms, zoals AirBnB en Uber, op korte termijn snel groeien en winst maken. De mogelijkheden voor arbitrage worden verder verruimd, omdat bestaande regelgeving niet goed aansluit bij nieuwe technologische mogelijkheden. Hierdoor is bijvoorbeeld niet altijd duidelijk of het platform aansprakelijk is voor een overtreding, of dat de verantwoordelijkheid bij gebruikers van een platform ligt. De opkomst van Youtube laat zien dat de gevolgen van deze vorm van

---

5 Zie RTL Nieuws, 8 oktober 2014, <http://www.rtlnieuws.nl/economie/home/marktplaats-deelt-informatie-met-fiscus>.

arbitrage groot kunnen zijn: het platform dat zich het minste van regelgeving aantrekt, krijgt het grootste marktaandeel.<sup>6</sup>

Een tweede reden voor druk op institutionele arrangementen is innovatie. Gevolgen voor beleid: Regulatory arbitrage zal meestal van tijdelijke aard zijn. Uiteindelijk zullen overheden hun wet- en regelgeving aanpassen. De welvaartswinst die online platforms voortbrengen omdat zij nieuwe vormen van transacties mogelijk maken is echter blijvend. Als zowel werknemers als werkgevers grote voordelen ontlenen aan het gebruik van een platform, zal het draagvlak voor het handhaven van bestaande regels rond arbeidscontracten en sociale verzekeringen steeds verder kunnen afnemen.

Het bestrijden van het gebruik van nieuwe technologie zoals online platforms is een zeer kostbare aangelegenheid die alleen kan slagen door burgerlijke vrijheden in te perken. Tegelijkertijd zet nieuwe technologie andere vrijheden weer onder druk zoals privacy. Nieuwe technologie vereist daarom een nieuwe afweging van publieke belangen (zie Camps, 2015). Om beleid toekomstbestendig te maken, is het zinvol om de uiteindelijke doelen van het beleid expliciet los te koppelen van de implementatie van het beleid. Zo zou een vaste baan niet als een doel op zich gezien moeten worden, maar als een middel om inkomenszekerheid te bereiken. Als blijkt dat beleid gericht op het bevorderen van vaste arbeidsrelaties een belemmering vormt voor nieuwe vormen van transacties, ligt het voor de hand om te kijken of er een alternatief gericht op inkomenszekerheid mogelijk is. Dit is één van de uitdagingen waar zowel de economische wetenschap als beleid en politiek voor staan.

## Referenties

- Bloom, N., L. Garicano, R. Sadun en J. van Reenen, 2014, The distinct effects of information technology and communication technology on firm organization, *Management Science*, vol. 60(12): 2859-2885.
- Camps, M., 2015, Kiezen voor kansen, *ESB*, vol. 100(4701): 6-10.
- Einav, L., C. Farronato en J. Levin, 2015, Peer to peer markets, NBER Working Paper 21496, Cambridge MA: National Bureau of Economic Research.
- Frenken, K., T. Meelen, M. Arets en P. van de Glind, 2015, Wat is nu eigenlijk deeleconomie? Me Judice, 27 maart 2015, mejudice.nl.
- Gautier, P., 2015, Nieuwe technologieën en de match van vraag en aanbod, deze bundel.

6 Youtube, opgericht in 2005, concurreerde aanvankelijk met de videodienst van Google. Omdat Google zich strikt aan het auteursrecht hield en Youtube niet, werd Youtube het dominante platform. Eind 2006 kocht Google Youtube voor 1,65 miljard dollar.

- Martinez, T., 1976, *The human marketplace: An examination of private employment agencies*, New Brunswick NJ: Transaction Publishers.
- Rysman, M., 2009, The economics of two-sided markets, *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 23(3): 125-143.
- Tervio, M., 2009, Superstars and mediocrities: market failure in the discovery of talent, *Review of Economic Studies*, vol. 76(2): 829-850.