



# Platformcoöperaties: een kans voor een coöperatie 2.0?

DOOR: Martijn Arets<sup>1</sup>  
FOTO: Mirjam van der Linden

<sup>1</sup> Martijn Arets is onderzoeker op het gebied van de platformeconomie en is verbonden aan het Copernicus Institute for Sustainable Development van de Universiteit Utrecht

Na de deeleconomie zit de kluseconomie, de 'Airbnb's voor arbeid', in de lift. Tegelijkertijd is er veel kritiek op dit soort platformen. Platformcoöperaties zouden weleens een oplossing kunnen zijn voor de problemen.

Voorals in grote steden groeit het aanbod van klusplatformen. Chauffeurs bieden zich aan via Uber, maaltijdbezorgers werken via Deliveroo of Foodora en schoon-

makers krijgen werk via Helpling. Platformen verlagen drempels voor individuen om elkaar te vinden, elkaar te vertrouwen en faciliteren vervolgens in de transactie. Dit soort bedrijven kan exponentieel groeien, want ze hoeven niet zelf te investeren in mensen, maaltijden of auto's. Zo zijn Booking.com en Airbnb marktleiders in de hotelindustrie, zonder zelf ook maar één euro te investeren in vastgoed.

## AFHANKELIJKHEID

Hoewel steeds meer mensen de voordelen van platformen in het dagelijks leven ondervinden, groeit ook de kritiek op de macht van deze platformen. Gebruikers creëren waarde en krijgen daar een vergoeding voor, maar de echte winst verdwijnt in de zakken van de platformeigenaren. Ondertussen ‘vergeten’ die eigenaren verantwoordelijkheid te nemen voor de aanbieders van werk. En hoe meer zij afhankelijk zijn van een platform, hoe groter de pijn. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de discussie rondom afhankelijkheid zich momenteel focust op platformen waar mensen de kost mee moeten verdienen: de platformen in de kluseconomie.

## GEbruikers AAN DE MACHT

In de Verenigde Staten is de kluseconomie al vele malen groter dan in Europa en daar wordt sinds enkele jaren geëxperimenteerd met platformcoöperaties. Dit zijn online platformen waarbij het beheer en bestuur in handen is van de gebruikers.

## VOORBEELDEN

### *Green Taxi*

Twee jaar geleden legden 800 taxichauffeurs in Denver (Colorado) ieder 2.000 dollar in voor de oprichting van de Green Taxi-coöperatie. Meer dan een derde van alle chauffeurs in Denver is aangesloten. Daardoor heeft de coöperatie een sterke invloed op het openbaar bestuur, bijvoorbeeld als het gaat over het vergeven van taxiplaatsen op het nabijgelegen vliegveld.

### *Eten.com*

Eten.com is een initiatief van een restauranthouder uit Enschede en hij heeft de ambitie om de landelijke tegenhanger van Thuisbezorgd.nl te worden. Het is een coöperatie en dat is slim, want veel restauranthouders zijn ontevreden over Thuisbezorgd.nl. Zij vinden dat het platform te veel macht heeft en te hoge percentages rekent voor reserveringen via de website. Eten.com belooft de leden een lagere boekingsvergoeding en wil ondernemers ook “de voordelen bieden van collectief inkopen”. Het platform gaat later dit jaar live en heeft nu al meer dan 1.200 aangesloten restaurants.

# “Online platformen die worden bestuurd door de gebruikers”

### *CoopCycle*

Uit ontevredenheid over platformen als Deliveroo en Foodora zijn in Frankrijk momenteel drie coöperatieve initiatieven zelfstandige platformen voor fietskoeriers aan het ontwikkelen: CoopCycle (Parijs), Applicolis (Toulouse) en BlockFood (Grenoble). Interessant aan deze platformen is dat het coöperatieve technologiebedrijven zijn. De fietskoeriers zijn niet rechtstreeks eigenaar van het bedrijf: per stad komt er een ‘worker coop’ waar de fietskoeriers van die stad zich bij aansluiten. Alle lokale coöperaties zijn vervolgens weer samen eigenaar en bestuurder van de landelijke coöperatie. Naast technologie draagt deze coöperatie ook zorg voor belangenbehartiging, collectieve afspraken en samenwerkingen met landelijke verkopers.

## WAAROM PLATFORMCOÖPERATIES EEN SUCCES KUNNEN WORDEN

Platformcoöperaties staan nog in de kinderschoenen, maar daar kan snel verandering in komen. Uit het onderzoek dat ik bij het ‘Copernicus Institute for Sustainable Development’ aan de Universiteit Utrecht verricht, komt een aantal succesfactoren naar voren.

### *Markt*

In discussies over de macht van platformen kom je vaak het woord ‘netwerkeffect’ tegen. Hoe meer mensen meedoen, hoe waardevoller het netwerk is voor alle deelnemers. Het nationale netwerkeffect van Hyves heeft het platform, dat in Nederland marktleider was, uiteindelijk opgebroken. Gebruikers wilden ook contact met vrienden buiten Nederland. En aangezien daar iedereen op Facebook zat, won dit platform het van onze nationale trots op basis van netwerkeffecten.

Bij de kluseconomie voor ‘offline’ werkzaamheden geldt dit niet. Aangezien er tussen vraag en aanbod een fysieke



ontmoeting plaatsvindt (de schoonmaker komt bij jou op locatie en de taxichauffeur rijdt naar jou toe), is er alleen een lokaal netwerk nodig. Een schoonmaakster zal niet snel een uur in de trein zitten om bij een schoonmaakadres te komen. Een internationaal platform is dus niet nodig. Grote partijen als Uber en Helpling zijn daardoor kwetsbaar voor concurrentie van lokale coöperatieve varianten.

## “Vooral in de kluseconomie bieden platformcoöperaties voordelen”

### *Verenigen vanuit bestaande structuren*

De macht van een platform valt of staat met de gratie van haar gebruikers. Op het moment dat de vraag of het aanbod zich verenigt, kan het binnen no-time gedaan zijn. Thuisbezorgd.nl heeft een hele sterke positie, maar wanneer een branchevereniging als Horeca Nederland leden activeert om een account te openen op Eten.com en collectief hun contract bij Thuisbezorgd.nl op te zeggen, dan is die macht ook maar relatief. Bestaande verenigingen, brancheorganisaties of vakbonden kunnen een belangrijke rol spelen in het ondersteunen of opzetten van platformcoöperaties.

### *Samenwerking*

Hoewel het voorbeeld van Green Taxi inspirerend is, schuilt er wel een gevaar in deze strategie. Met 800 leden zal Green Taxi nooit de financiële middelen hebben om evenveel als bijvoorbeeld Uber te investeren in de technologische ontwikkeling. Het is dus noodzaak dat lokale

platformcoöperaties samenwerken en samen investeren in technologie, collectieve voorzieningen en marketing. Het Franse CoopCycle is een mooi voorbeeld van hoe je dit in zou kunnen richten.

### *Overheid*

Om een meer democratisch speelveld te realiseren, liggen er ook veel kansen voor de overheid. Zo kan de overheid drempels verlagen door zichzelf als een platform te gedragen en lokale platformcoöperaties te faciliteren met digitale koppelingen voor identiteitchecks, de ‘Verklaring Goed Gedrag’ database en meer.

Daarnaast kan de overheid ook middelen inzetten om het datamonopolie van grote spelers te breken. De overheid zou de taximeter bijvoorbeeld kunnen vervangen voor een app waarop chauffeurs moeten inloggen en die via een camera continu checkt of de chauffeur achter het stuur de persoon is die bij de vergunning hoort. Op de achtergrond worden de data die een bedrijf als Uber gebruikt om hun algoritmen mee te voeden anoniem als ‘common’ publiekelijk vrijgegeven, zodat iedereen die een taxi app wil bouwen hiermee aan de slag kan gaan.

### **VRAAGSTUKKEN**

Hoewel het coöperatieve model veel voordelen heeft, moet je wel kritisch blijven. Zijn coöperatieve platformen echt beter in staat publieke belangen te behartigen? Is het coöperatiemodel wel flexibel genoeg? Moet er een uitzondering in de mededingingswet worden gemaakt, zodat freelancers die in een coöperatie samenwerken samen de prijs mogen bepalen? Genoeg vragen, maar het is in ieder geval duidelijk dat deze ontwikkeling het verkennen waard is. ■

## KANSEN VOOR BESTAANDE COÖPERATIES

Elena Como van het Italiaanse onderzoeksbureau LAMA presenteerde op een congres over ‘Platform Cooperativism’ in New York afgelopen november haar bevindingen over platformcoöperaties. Zij deed diverse onderzoeken naar het fenomeen in samenwerking met ‘Cooperatives Europe’. Volgens Como bieden platformcoöperaties kansen voor bestaande coöperaties omdat platformcoöperaties:

1. nieuwe vormen van samenwerken verkennen;
2. digitale tools gebruiken voor het betrekken van leden;
3. coöperaties toegang tot nieuwe sectoren bieden;
4. lokale communities kunnen verbinden aan een wereldwijd netwerk.