

8 DE IK-BV. HOE DIGITAAL DELEN WERK VERANDERT

Casper Thomas

8.1 INLEIDING

Steeds meer werkenden hebben iets weg van een popster. Niet omdat ze met een band op het podium staan, maar omdat ze werken op basis van losse *gigs*. ('schnabbels' is een Nederlandse vertaling die daar het best bij in de buurt komt.) Die boodschap kreeg het Amerikaanse Huis van Afgevaardigden te horen op 15 januari 2015 tijdens een bezoek van Arun Sundararajan, hoogleraar aan de *Stern Business School* van *New York University* en expert op het gebied van digitale innovatie. Sundararajan (2015) voorziet het ontstaan van een heuse *gig-economy* waarin werkenden losse klussen aaneenrijgen om in hun inkomen te voorzien.

Deze bijdrage analyseert de schnabelleconomie als nieuwe ontwikkeling binnen de opmars van het zelfstandig ondernemerschap zoals dat aan het begin van deze eeuw begon. Het zzp-schap dat de afgelopen decennia vorm kreeg was in grote mate gemodelleerd naar het traditionele werknemerschap: het aanbieden van arbeid aan een zakelijke opdrachtgever in ruil voor een vergoeding. Maar zoals dat gaat in een kapitalistische economie, wordt er altijd gezocht naar nieuwe terreinen om het ondernemerschap op los te laten. Digitale platformen bieden nieuwe mogelijkheden om klussen binnen te halen en zaken te doen met andere burgers. En dat heeft grote gevolgen voor hoe we denken over werk, verdienen en vrije tijd.

Wat voor soort schnabbels bevat deze aanjager van deze nieuwe economie? In ieder geval gaat het om spullen delen. In zijn lezing voor de Amerikaanse senaat¹ noemde Sundararajan uiteraard Airbnb, de website waarop mensen (een deel) van hun woning voor korte tijd verhuren aan anderen. Airbnb fungeert hierbij als tussenpersoon die geld verdient door een deel van de transactiekosten in te houden. Bij een verhuurplatform als Airbnb ligt de rolverdeling tussen ondernemer en consument niet vast. Veel verhuurders op Airbnb maken tevens gebruik van de mogelijkheden om huurders in hun privé-accommodatie te laten verblijven als ze zelf op vakantie gaan. Wie inlogt op zijn Airbnb-profiel moet kiezen: ben ik een aanbieder die zijn eigen woning wil aanbieden, of ben ik een vragende partij die op zoek is naar logeeraadres? Een vergelijkbare vorm van onderlinge transactie die Sundararajan noemde is *peer-to-peer*² autoverhuur. Met digitale platformen zoals Snappcar of Relayrides kan je anderen tegen betaling laten rijden in je auto op de momenten dat je die zelf niet nodig hebt. In principe komen alle consumptiegoederen voor dit soort onderlinge verhuur in aanmerking. Er zijn deelsites voor

parkeerplaatsen, laptops, gereedschappen enzovoort. Eatwith en Feastly zijn sites waarop mensen zelfgekookte maaltijden aanbieden. In Nederland wordt die dienst verzorgd door ‘thuisafgehaald’.

Een andere wijze waarop deze *peer-to-peer*-economie vorm krijgt is op het gebied van de dienstverlening. Een voorbeeld is het aanbieden van chauffeursdiensten via UberPop, waarbij de eigen auto wordt gebruikt om anderen tegen betaling van A naar B te rijden, zonder daarvoor bij een taxibedrijf te zijn aangesloten. Naast specifieke voorbeelden van *peer-to-peer*-dienstverlening wees Sundararajan op wat hij ‘general-purpose freelance labor provision’ noemde. Voorbeelden zijn platformen zoals Taskrabbit en het Nederlandse Croqker, waarbij mensen (doorgaans tegen betaling) allerhande klussen kunnen aanbieden en vragen, zoals verbouwingswerkzaamheden of tuinonderhoud.

Ten slotte stipte hij een vorm van onderling ondernemerschap aan die al wat langer is ingeburgerd: het online verkopen van spullen via sites als Ebay of Marktplaats. Nieuw binnen deze subcategorie is volgens Sundararajan dat sites niet alleen worden gebruikt om tweedehands spullen te verkopen, maar ook om zelfgefabriceerde goederen aan de man te brengen. Als voorbeeld noemde hij Etsy, een site waarop eigen creaties worden aangeboden, zoals sieraden, kleding en andere ontwerpen.

Sundararajan deed slechts een greep uit de tientallen sites die dienen om contact te leggen tussen het ene individu dat een product of dienst nodig heeft en een ander individu dat iets aan wil bieden. ShareNL, een website met informatie over de deeleconomie in Nederland, laat in een overzicht zien hoe divers de handel in goederen en diensten tussen burgers onderling kan zijn: schoonmakers, koks, dierenoppassers, auto’s, fietsen, boten, onderwijs, juridische bijstand en thuiszorg, het is allemaal te bestellen via een app of website.³

Twee kenmerken van dit nieuwe werken zijn voor deze bijdrage van belang. Allereerst is het individu de spil waarom de organisatie van werk draait. De individueel werkende vervangt daarmee de werkgever als bepalende factor hoe arbeid in het leven wordt geïntegreerd. Een tweede cruciaal verschil met de traditionele economie heeft te maken met tijdsindeling. Wie zijn spullen of diensten wil aanbieden was vóór de opkomst van de digitale platformen afhankelijk van meer omslachtige manieren om zichzelf en zijn waren aan te prijzen. Denk aan mond-op-mondreclame of een briefje op het prikbord in de supermarkt. De mogelijkheden voor aanbieders en afnemers om elkaar te vinden werden daarmee door alle praktische obstakels ingeperkt. In de digitale wereld verdwijnen die. Een product of een dienst kopen of verkopen kan iedere dag, op ieder moment van de dag plaatsvinden. Het directe gevolg hiervan is dat werk verbonden raakt met een nieuw flexibel tijdsregime.

8.2 DE PLATFORMECONOMIE

Digitale technologie is de drijvende kracht achter de bovengenoemde ontwikkeling. Nieuwe online-platformen, altijd en overal beschikbaar via een vaste computer, laptop of smartphone, zijn de instrumenten waarmee vraag en aanbod bij elkaar worden gebracht. Dat gebeurt op ongekend grote schaal, zo concludeert het Rathenau Instituut in een onderzoek naar hoe digitale technologie de innovatie aanjaagt. “We zien dat technologie, economie en sociale factoren nauw met elkaar verweven raken: gelijktijdig samenwerken en concurreren, schaalgrootte (*economies of scale*) gecombineerd met een grote diversiteit aan producten en diensten (*economies of scope*), waar deze twee elementen elkaar economisch meestal uitsluiten” (Kreijveld et al. 2014). Op deze manier ontstaat er een nieuwe zone binnen de traditionele economie, waar goederen en diensten worden verhandeld, met een minimale rol voor tussenpersonen en weinig transactiekosten.

Een groot deel van het zelfstandig ondernemerschap dat via digitale platformen wordt georganiseerd valt onder de noemer ‘deeleconomie’. Frenken et al. (2015) definiëren het als “het fenomeen dat consumenten elkaar gebruik laten maken van hun onderbenutte consumptiegoederen, eventueel tegen betaling.” Op basis van deze definitie onderscheidt hoogleraar innovation studies Koen Frenken in zijn oratie *De deeleconomie onder één noemer* verschillende gedaantes van deze nieuwe economische activiteit (Frenken 2016). De echte deeleconomie draait zoals gezegd om het te gelde maken van reeds bestaande capaciteit. Denk aan de auto die het grootste deel van de tijd op parkeerplaats staat of aan gereedschap dat het grootste deel van de tijd ongebruikt in de kast ligt. Frenken bakent de deeleconomie af aan de hand van het verschil tussen platformen: BlaBlacar, een site waarop autobestuurders een lift aan anderen aanbieden, en taxidienst UberPop waarmee een autorit kan worden besteld. In het eerste geval rijdt de auto toch al, in het tweede geval wordt de dienst speciaal voor de klant gecreëerd. Het eerste platform is deeleconomie, het tweede niet.

Wie zich via UberPop laat vervoeren maakt volgens Frenken gebruik van de *opafroep-economie*, waarbij het ene individu diensten aan het andere levert tegen betaling. Op dezelfde manier kunnen zzp’ers zich als werkkraft aanbieden aan zakelijke opdrachtgevers. In plaats van een consument-tot-consumentrelatie is er dan sprake van een bedrijf-consumentrelatie. Voor het online verkopen van spullen kiest Frenken de term *tweedehandseconomie*. Die term dekt bijvoorbeeld de verkoop van gebruikte spullen via Marktplaats, maar is minder toepasselijk op de platformen waar mensen hun zelfgemaakte goederen aanbieden. Wanneer consumenten spullen van een bedrijf huren is er volgens Frenken sprake van een *product-diensteconomie*. Ook deze verloopt in toenemende mate via digitale platformen.

Een alternatieve definitie is te vinden een recent rapport van de Amerikaanse bank JPMorgan Chase (2016). Daarin wordt uitgegaan van twee soorten platformen: arbeidsplatformen, waarop diensten worden aangeboden, en kapitaalplatformen, waarmee goederen worden verkocht of verhuurd. Samen vormen zij de platform-economie waarop een individu actief kan zijn.

Digitaal georganiseerde dienstverlening en verkoop kent, kortom, verschillende verschijningsvormen, die deels in elkaar overlopen en op verschillende manieren worden gedefinieerd. Deze ontwikkeling creëert nieuwe relaties tussen consumenten onderling en tussen consumenten en bedrijven. Het gaat om het delen van spullen tussen burgers, over het aanbieden van diensten, zowel aan zakelijke opdrachtgevers als aan *peers*. Tegelijk beslaat deze manier van arbeidsorganisatie ook het traditionele zzp-schap, dat zich voor een deel verplaatst naar de online-wereld. Omdat deze bijdrage gaat over wat digitale platformen betekenen voor de invulling van werk, wordt hierna de korte definitie van 'platformeconomie' gehanteerd, zonder constant onderscheid te maken tussen verschillende vormen.⁴

8.3 NIEUW KAPITALISME?

Nieuwe mogelijkheden om jezelf online als een zelfstandig ondernemer te gedragen wordt door verschillende auteurs onthaald als een nieuwe bladzijde in de geschiedenis van het kapitalisme. Het aloude systeem gebaseerd op het streven naar winst, het aanboren van nieuwe markten en de vrije overdracht van goederen en diensten voor een onderling afgesproken prijs, wordt volgens herauten van de deeleconomie ondermijnd door *peers* die voortaan ook onderling zaken doen in plaats van met grote bedrijven. Volgens Botsman en Rogers (2010) is de deeleconomie een opsteker voor de gemeenschapszin. Dankzij wat de auteurs 'collaborative consumption' noemen, zou er een einde moeten komen aan een economisch systeem "waarbij gemeenschappelijke en gemeenschapswaarden werden verdrongen door consumentistisch 'ikke, ikke, ikke'." In de deeleconomie neemt 'persoonlijke interactie' de plaats in van 'holle transacties', concluderen ze.

Een vergelijkbaar geluid komt van Robin Chase (2015), oprichter en voormalig CEO van Zipcar, een digitaal platform om auto's te delen. Het proces waarbij technologiebedrijven mensen aan elkaar koppelen voor economische transacties is volgens Chase een panacee voor veel van de economische problemen van deze tijd. "Peers inc is de aanjager van de rappe transformatie van onze economie en biedt antwoorden op het vraagstuk van verdwijnende banen, groeiende inkomensongelijkheid en een vernietigende tekort aan grondstoffen". Net als Botsman en Rogers meent Chase dat als delen het nieuwe hebben wordt, er minder spullen en dus minder grondstoffen nodig zullen zijn. In plaats van allemaal een auto, delen verschillende consumenten er één. In plaats van steden vol te bouwen met hotels, logeren toeristen bij elkaar, in huizen die er toch al staan.

In zijn boek *Postcapitalism* presenteert Paul Mason (2015) digitale platforms als een ontwikkeling die het verdienmodel van het huidige kapitalisme, gebaseerd op het prijzen en verkopen van schaarse goederen, op de knieën zal dwingen. “Nieuwe vormen van bezit, nieuwe kredietvormen, nieuwe wettelijke contracten: een hele zakelijke subcultuur is in de afgelopen tien jaar ontstaan”, schrijft Mason. Deze subcultuur biedt volgens hem een ontsnappingsroute naar een nieuw kapitalisme dat is gebaseerd op delen in plaats hebben en overvloed in plaats van schaarste.

Bij deze beloftes zijn de nodige kanttekeningen te plaatsen. Delen komt in de meeste gevallen simpelweg neer op verhuren voor een vergoeding. Ook de door Botsman en Rogers (2010) bezongen ‘persoonlijke interactie’ als vervanging voor anonieme markttransacties pakt in de praktijk vaak anders uit. Zo voert Airbnb een permanente strijd tegen commerciële uitbaters van privé-verblijfruimten, die het *peer-to-peer*-platform hebben ontdekt als handige manier om klanten te bereiken. Zo werden in Amsterdam verscheidene ‘hosts’ op Airbnb uit het systeem verwijderd omdat hun verhuurpraktijk niet zozeer uit delen, als wel uit zoveel mogelijk verdienen bestond. En dit is geen typisch Amsterdams fenomeen. Uit een onderzoek van de Amerikaanse journalist Tom Slee blijkt dat de helft van de aanbieders op Airbnb bestaat uit commerciële verhuurders, die vaak meerdere woningen aanbieden (Slee 2016).

Ondertussen hebben de deelplatformen zelf zichzelf rap getransformeerd tot grootbedrijf dat qua marktwaarde eerder aan ‘oud’ dan aan ‘nieuw’ kapitalisme doet denken. Zipcar, de basis voor het jubelende betoog van Robin Chase over *reinventing capitalism*’ is gekocht door autoverhuurder Avis voor een half miljard dollar. Airbnb heeft een geschatte marktwaarde van tien miljard dollar en de waarde van online-taxidienst Uber wordt geschat op het dubbele. De concentratie van waarde in de handen van één partij zie je blijkbaar ook terug in de deeleconomie. Volgens marketingwetenschappers Eckhardt en Bardhi (2015) is wat in de regel deeleconomie wordt genoemd in feite een ‘toegangseconomie’, die de manier waarop consumenten diensten en producten afnemen op een nieuwe manier organiseert. Uit hun onderzoek blijkt dat consumenten op deelplatformen zich gewoon zien als een anonieme klant die iets koopt, en niet als *peer* die een sociale transactie aangaat.

Wel is er één belangrijk verschil met traditionele bedrijvigheid: de digitale deelplatformen zijn zelf geen grote leveranciers van vaste werkgelegenheid. In het *peer-to-peer*-model worden werknemers vervangen door kleine zelfstandigen die hun spullen, vaardigheden en tijd op stukbasis aan elkaar verkopen. Naar schatting werden er in 2015 wereldwijd 80 miljoen overnachtingen geboekt via Airbnb (het bedrijf geeft hierover geen cijfers vrij). Op personeel dat nodig zou zijn geweest als hotels die overnachtingen hadden verzorgd werd nu geen beroep gedaan (denk aan

receptiemedewerkers, schoonmakers, koks enz.). Schoonmaak, sleuteloverdracht, een opgemaakt bed, het werd nu allemaal verzorgd door mensen die niet in de hotelbranche werken, maar wat bij verdienen door hun lege kamers te verhuren.

Precies daarom is de platformeconomie wel degelijk een ingrijpende transformatie. Niet omdat de basiswetten van het kapitalisme plotseling niet meer van toepassing zouden zijn, maar omdat de deeleconomie een nieuwe dimensie toevoegt aan mogelijkheden om zelfstandig en flexibel te werken. Oude rollen worden opnieuw ingevuld. In de traditionele economie was er een duidelijke rolverdeling tussen klanten en bedrijven. De deeleconomie vouwt alles ineen: iedereen die ooit gewoon klant was, kan ineens ook verkoper worden. Tegelijkertijd worden medemensen getransformeerd tot consumenten waaraan verdiend kan worden. Met de opmars van de *peer-to-peer*-economie lijkt er kortom sprake van een nieuw arbeidsparadigma, dat wordt toegevoegd aan het traditionele werken als zzp'er: de werkende mens als micro-entrepreneur, via online-platformen op zoek naar *peers* om diensten en producten aan te verkopen.

8.4 MICRO-JOBS

De opmars van deze 'ik-bv' wordt versterkt door nog een vorm van digitale arbeidsorganisatie die de afgelopen jaren is gegroeid: het online-freelancen. Een van de belangrijkste aanjagers van deze ontwikkeling is tech-gigant Amazon. In 2005 startte het bedrijf Mechanical Turk, een digitaal platform waarop 'workers' en 'requesters' van 'human intelligence tasks' elkaar vinden. De naam Mechanical Turk verwijst naar de achttiende-eeuwse schaaakrobot (gehuld in oriëntaalse kleedij) die in werkelijkheid van binnenuit door een mens werd bediend. Dit beeld is tekenend voor het soort transacties waar het hier om gaat. Wie een opdracht uitzet op Mechanical Turk ontmoet de aannemer van de opdracht nooit en rekent digitaal af; maar in werkelijkheid gaat er een mens schuil achter de machine. De klussen die worden gevraagd op Mechanical Turk zijn van het soort dat in duidelijke eenheden kan worden opgedeeld en waar per stuk voor kan worden betaald. Vertaalopdrachten, het testen van websites en het invoeren van gegevens zijn populaire bezigheden op het platform. Naar schatting (Amazon geeft geen cijfers hierover) zijn er wereldwijd zeker een half miljard werkers actief op Mechanical Turk, vooral afkomstig uit de Verenigde Staten en India.

Amazons Mechanical Turk staat model voor andere digitale platformen die bemiddelen voor dit soort *micro-jobs*. Zo is er Upwork, de grootste marktplaats voor digitaal leverbaar ICT-werk, met bijna 5 miljoen gebruikers die samen een half miljard per jaar omzetten. Er is Elance, een site waarop 2 miljoen freelancers hun diensten aanbieden, van programmeurs en ontwerpers tot tekstschrijvers en marketingprofessionals. Op Freelancer.nl kan iedereen opdrachten plaatsen, bijvoorbeeld voor boekhoudkundig werk of om een app te laten ontwikkelen. Deze plat-

formen breiden de mogelijkheid om als ik-bv te functioneren nog verder uit. Ze fungeren als een gemonialiseerde banenmarkt waar zowel bedrijven als individuele burgers op zoek zijn naar arbeidskrachten.

Deze ontwikkeling is nog jong, maar zal in de toekomst naar verwachting groter worden. In zijn oratie sprak Koen Frenken de verwachting uit dat freelance-beroepen steeds meer via online-platformen zullen worden georganiseerd. “Het ligt in de lijn der verwachtingen dat ook andere freelance beroepen zich steeds meer via op-afroep-platformen gaan organiseren, zoals tekstschrijvers, redacteuren, bijlesleraren, gastsprekers, *mental coaches*, notarissen, belastingadviseurs, boekhouders, de oppas, honden-uitlaatservice, thuiskeepers, noem het maar op” (Frenken 2016).

Tel dit alles bij elkaar op en je ziet de mogelijke contouren van een nieuw type economie ontstaan waarbij je huis op Airbnb, je auto op een deelsite, en je tijd op Croqqr, Mechanical Turk of een ander dienstenplatform staat. Wie wil, kan zijn volledige leven en bezit in dienst van deze nieuwe manier van werken zetten. Om vat te krijgen op wat deze transformatie betekent voor hoe we over werk denken, helpt het de volgende vragen onder de loep te nemen: zal deze industrie in toenemende mate onderdeel worden van hoe individuen hun werkend leven organiseren en wat betekent dat voor de werkomstandigheden?

8.5 HEEFT DE PLATFORMECONOMIE DE TOEKOMST?

Op de jaarlijkse conferentie van het *World Economic Forum* in Davos boog ook de mondiale elite zich over werken in de digitale economie. De bijeenkomst van 2016 stond in teken van wat de organisatoren ‘de vierde industriële revolutie’ noemden: de opmars van digitale systemen die, zoals organisator Klaus Schwab (2016) het omschreef, “de manier waarop we leven, werken en ons tot elkaar verhouden fundamenteel verandert”. Schwab zag de platformeconomie als belangrijk onderdeel hiervan: “These technology platforms, rendered easy to use by the smartphone, convene people, assets, and data – thus creating entirely new ways of consuming goods and services in the process. In addition, they lower the barriers for businesses and individuals to create wealth, altering the personal and professional environments of workers” (Schwab 2016). Zijn woorden zijn exemplarisch voor de verwachtingen rondom een *peer-to-peer*-economie: de barrières om als individu te ondernemen met je tijd en goederen worden kleiner, en daarmee de manier waarop werk in onze samenleving is georganiseerd.

Inmiddels wordt er volop gedebatteerd over de vraag of de digitaal gedreven schnabbeleconomie een steeds belangrijker onderdeel van ons werk zal worden. Sommige cijfers wijzen in ieder geval in die richting. Een onderzoek van PWC naar de vijf belangrijkste pijlers van de platformeconomie (*peer-to-peer* financiën, ver-

blijf, vervoer, vermaak en online-dienstverlening) schatte de groei van deze sector wereldwijd van 15 miljard dollar nu naar 335 miljard dollar in 2025. Een onderzoek naar de *gig-economy* in het Verenigd Koninkrijk liet zien dat bijna een kwart van de mensen zijn volledige inkomen bij elkaar verdient door te werken via digitale platformen (Huws en Joyce 2016). Amerikaanse werkenden die actief waren op online-dienstenplatformen haalden gemiddeld een derde van hun inkomsten uit deze bron (JPMorgan Chase 2016).

“Will we all end up self-employed if digital platforms continue to spread?”, was de centrale vraag tijdens een recente conferentie van het Centre for European Policy Studies over werken in de afroeeconomie. En hoewel het antwoord op die vraag niet eenduidig was, was de algemene verwachting dat inkomsten verwerven via deel- en freelanceplatformen in toenemende mate onderdeel wordt van hoe individuen economische activiteit ontplooiën. Ondertussen presenteren de deelplatformen zelf zich graag als redder van de arbeidsmarkt. Zo schreef de oprichter van Helpling, een technologiebedrijf dat bemiddelt in op afroep beschikbare schoonmakers, dat de deelplatformen “de komende jaren honderdduizenden nieuwe banen scheppen, van schoonmakers tot taxichauffeurs. Vooral jongeren en oudere herintredende werknemers kunnen hierdoor de aansluiting met de arbeidsmarkt (her)winnen.”⁵

Tegelijk klinken er ook geluiden dat het allemaal wel meevalt met de revolutionaire gevolgen van de platformeconomie. Martin Wolf (2015) gaat in tegen de overtuiging dat dankzij digitale technologie er nu een nieuwe fase in de economische geschiedenis aanbreekt. De meeste van de drijvende technologieën (Wolf noemt specifiek het internet, de computer en e-commerce) zijn alweer vijftien jaar oud, maar ze hebben niet geleid tot een enorme verandering in ons verdienvermogen. “The impact of all of this on measured productivity has been modest”, schrijft Wolf. “Yet except for the upward blip between 1996 and 2004, we are still – to adapt the Nobel laureate Robert Solow’s celebrated words of 1987 – seeing the information technology age ‘everywhere but in the productivity statistics’.” (Wolf 2015).

De woorden van Wolf werpen de vraag op of er wellicht sprake is van een hype als het gaat om de platformeconomie. Hier past ook de feitelijke constatering van Eckhardt en Bardhi (2015) dat digitale platformen vooral de toegang tot producten en diensten veranderen, maar dat daarmee nog niet gezegd is dat platformen op grote schaal bestaande manieren van inkomen verwerven zullen *vervangen*.

Inderdaad worden in nieuwsberichten over de platformeconomie telkens dezelfde grote jongens gebruikt die ook in dit artikel aan bod komen: kamerverhuurdienst Airbnb, taxiservice Uber en autodeelsites als Zipcar. Er bestaan honderden platformen waar *peer-to-peer*-diensten kunnen worden verhandeld, maar het aantal free-

lancebedrijven dat erin slaagt een volledig inkomen op deze manier bij elkaar te verdienen is vooralsnog beperkt. Verdienen met digitaal georganiseerd klussen gaat vooral om bijverdiensten, zo laat ook het onderzoek van JP Morgan Chase (2016) zien. Uit een studie van ING blijkt dat geld verdienen in de Nederlandse deeleconomie weliswaar een uitdijend verschijnsel is, maar nog ver weg lijkt van een volledige vervanging van regulier werk. Op dit moment zijn er 500.000 huishoudens actief in deze sector, waarin tussen 40 en 60 miljoen euro omgaat. Dat is nog geen 0,01 procent van het BBP (ING Economisch Bureau 2015).

Nadenken over wat de platformeconomie betekent voor werk gaat dus vooral om een hypothetische toekomst. Er is echter alle reden om dat grondig te doen. Als het inderdaad blijkt dat deze manier van werk en verdiensten organiseren belangrijker zal worden, is het goed om te weten wat de onderliggende structuren van de platformeconomie zijn en welke maatschappelijke vraagstukken hiermee worden opgeworpen.

8.6 ALLES IN DIENST VAN VERDIENEN

“In a more fluid world, everybody will need to learn how to manage You Inc”, constateerde de *Economist* in januari 2015 in een artikel over de toekomst van werk (Economist 2015). Het tijdschrift blikte vooruit op een wereld waarin werk in steeds grotere mate bestaat uit losse opdrachten via digitale platforms, die zowel van bedrijven als van *peers* kunnen komen. De *Economist* koos in haar analyse voor het label *on-demand economy*, oftewel de op-afroep-economie. Volgens de *Economist* is deze manier van werken een kleine, maar snel groeiende sector, aangejaagd door technologie die vraag en aanbod bij elkaar brengt. “De op-afroep economie geeft de maatschappij gelegenheid om onbenutte middelen in te zetten”, aldus het tijdschrift.

Met dat woord ‘onbenut’ snijdt de *Economist* de kern aan van waar het in deze digitale platformeconomie om draait: het in beweging zetten van tijd en goederen die tot nu vanuit economisch perspectief stilstonden. In hun definitie van de deeleconomie spreekt ook Frenken (2016) daarom ook over ‘onderbenutte consumptiegoederen’ die (eventueel) voor een vergoeding worden gedeeld. Innoveren in de deeleconomie, een studie uitgevoerd door ShareNL voor het Ministerie van Economische Zaken, definieert de ‘collaborative economy’ als een verzameling “economische systemen van decentrale netwerken en marktplaatsen die de waarde van *onderbenutte goederen en diensten* [mijn cursief] ontsluiten door vraag en aanbod direct bij elkaar te brengen waardoor traditionele institutionele tussenpersonen overbodig raken” (Ministerie van Economische Zaken, 2015). In *Peers Inc* voert Robin Chase deze manier van denken aan als scheidslijn tussen een oude en een nieuwe economie: “We sloegen spullen op, hielden het bij ons, achter slot en grendel, (...) het gevolg was een enorm verlies aan potentieel. [Er is] overtollige capaci-

teit die er simpelweg naar snakt om het daglicht zien” (Chase 2015). Volgens Chase is het een kwestie van ‘anders denken, en ineens zie je het overal’: goederen en diensten die financieel benut kunnen worden.

Om dit proces, dat de grote aanjager is van de platformeconomie, te duiden, is het nuttig om een uitstapje te maken naar de klassieke economische theorie. Het succes van deelplatformen zoals Airbnb en Uber is namelijk gebaseerd op het vermogen om goederen en tijd te transformeren tot kapitaal waarmee gewoekerd kan worden door ze tegen betaling aan te bieden. Voor de digitale dienstenplatformen die vraag en aanbod bij elkaar brengen geldt hetzelfde: ze bieden de mogelijkheden om klussen aan te nemen op een moment dat je dat zelf kiest, onafhankelijk van een vaste werkgever.

Sleutelbegrip hier is ‘opportuiniteitskosten’: zodra bezit of tijd wordt verbonden met een mogelijkheid er geld mee te verdienen, wordt het *niet* benutten van de mogelijkheid een verliespost. Wie een vrije avond heeft kan kiezen: die inderdaad doorbrengen voor de tv, of die tijd gebruiken om via een dienstensite aan de slag te gaan. Wie zijn ongebruikte woonruimte niet verhuurt via Airbnb loopt volgens deze denkwijze mogelijke inkomsten mis. Tenzij die persoon meer waarde hecht aan de vrije beschikking over de ruimte en de afwezigheid van vreemden in zijn huis.

Ik ondervond deze dynamiek aan den lijve toen ik experimenteerde met het gebruik van Airbnb. Het begon met een bezoek aan Parijs, een aantal jaar geleden. Een betaalbaar hotel bleek lastig te vinden en dus huurde ik een woning via Airbnb. Om voor dat verblijf te betalen besloot ik iemand te zoeken die tegen betaling een paar nachten in *mijn* appartement wilde verblijven. Tot die tijd had ik mijn woning nooit beschouwd als middel om geld te verdienen, maar vanaf het moment dat ik een advertentie had aangemaakt, inclusief een paar foto’s en een wervend tekstje, maakte ik iedere keer als ik voor een paar dagen van huis ging de afweging: verdiende ik liever geld met verhuur van mijn woning of bespaarde ik mezelf liever het extra schoonmaken, het bed van schone lakens voorzien en het risico dat de gasten iets zouden beschadigen? Met andere woorden: een marktspel van een prijs stellen, een transactie ondergaan en moeite en geld tegen elkaar afwegen had zich verbonden met mijn woonruimte. Vóór Airbnb sprak ik zelden een toerist in Amsterdam. Nu mijn appartement te huur stond, was iedere toerist die naar onze stad kwam een potentiële inkomstenbron. Uiteindelijk besloot ik dat de luxe van het niet verhuren van mijn appartement me de misgelopen inkomsten waard was. Voordat Airbnb bestond, was deze gedachte nooit in me opgekomen.

Wat mij overkwam strookt met wat onderzoek naar hoe consumenten denken laat zien: op het moment dat de mogelijkheid van geld verdienen zich voordoet, veranderen de afwegingen over wat je met tijd en goederen kunt doen. Spiller (2011) legt

uit hoe dit proces verloopt. “Voor ieder middel bestaan er gebruiksmogelijkheden die voor de hand liggend zijn, en daarom sneller als opportuniteitskosten worden beschouwd”, schrijft hij. Bij het nadenken over opportuniteitskosten, constateert Spiller, laten consumenten zich leiden door wat die bekende, voor de hand liggende gebruiksmogelijkheden zijn.

Wat de deelplatformen doen, is het palet aan gebruiksmogelijkheden uitbreiden. Zelf gekookt eten kan ook worden verkocht via Thuisafgehaald in plaats van te worden ingevroren. Een auto voor de deur wordt een artikel om te verhuren via Snappcar of een taxi om mee te rijden via UberPop. Vrije tijd kan worden ingezet om via een dienstenplatform aan anderen arbeid te verlenen. Zo bezien is het verschil tussen bestaande en nieuw gecreëerde capaciteit zoals Frenken (2016) dat hanteert kunstmatig. Digitale platformen creëren in zekere zin altijd nieuwe capaciteit. Op het platform transformeren niet-verhandelbare zaken tot economische goederen. Het platform maakt mensen ervan bewust dat die lege stoel in de auto of dat vrije uurtje verdienpotentieel heeft.

8.7 DEBAT OVER DE PLATFORMECONOMIE

Inmiddels is er ook een politieke discussie op gang gekomen over wat de platformeconomie betekent voor een mens die via de ik-bv in zijn levensonderhoud probeert te voorzien. Dat debat wordt gevormd door aan de ene kant optimisten, zoals Arun Sundararajan. In zijn toespraak voor het Amerikaanse Huis van Afgevaardigden hield hij zijn toehoorders voor dat “*peer-to-peer*-ondernemingen, mogelijk gemaakt door digitale platformen, een significant onderdeel van de economie zullen vormen”. Volgens de hoogleraar zal “dat een positieve impact hebben op economische groei en welzijn”, omdat dit type ondernemingen nieuwe vormen van consumptie aanwakkert, de productiviteit vergroot en individuele innovatie en ondernemerschap stimuleert.

Pleitbezorgers van de deeleconomie illustreren dit punt met talloze anekdotes. Op hun website vertellen de mensen van ShareNL over Izabella, een Portugese vrouw waar een van de oprichters een kamer van huurde tijdens een bezoek aan Lissabon. Izabella was haar baan kwijtgeraakt door de crisis en gebruikte Airbnb om in haar inkomen te voorzien. “Izabella is dankzij de deeleconomie aan het ondernemen geslagen. Zonder de mogelijkheid van Airbnb had zij wellicht een uitkering aangevraagd.”⁶ Bovendien kwam op die manier geld terecht bij ‘lokale winkels en cafés, en niet bij de grote ketens die zich doorgaans rond hotels clusteren.’ Botsman en Rogers (2010) presenteren verhalen van *peers* die de deeleconomie een verrijking van hun leven vinden: een vrouw uit New York die haar huis kon behouden dankzij het verhuren via Airbnb nadat zij en haar man werkloos waren geworden. En Dave, de 26-jarige ontwerper die in avonden bijklust als taxichauffeur.

Maar er klinkt ook ideologische kritiek op de platformeconomie. Digitale platformen zijn, in tegenstelling tot winkels of de straatmarkt, altijd open. Ze maken mogelijk dat werk kan infiltreren in iedere minuut. Een samenspel van deelplatformen, *peer-to-peer*-dienstverlening en digitaal freelancen kan op die manier leiden tot wat de Koreaans-Duitse filosoof Byung-Chul Han de ‘vercommercialisering van het complete leven’ noemt. Dankzij de nieuwe mogelijkheden die online-platformen bieden komen steeds meer momenten in het leven in aanmerking als werktijd. Daarmee kruipen facetten van de commercie, zoals nadenken over een juiste prijs, het onderhandelen daarover en de hang naar winst delen van het leven binnen die daarvoor buiten de markt vielen.

Een dergelijke conclusie wordt getrokken door Ursula Huws, hoogleraar arbeid en globalisering aan de Universiteit van Hertfordshire. De deeleconomie en vergelijkbare ontwikkelingen zijn volgens haar een manier waarop onderdelen van het leven die ooit gratis waren en op basis van sociabiliteit plaatsvonden (een lift, een logeerbed, een gedeelde maaltijd) binnen een verdienmodel worden getrokken. Hetzelfde geldt volgens haar voor informele klussen (via dienstensites zoals Task Rabbit en Croqqr) en kleine huisnijverheid (via verkoopplatformen als Etsy). Waarom die gebreide trui weggeven als je hem kunt verkopen? Waarom de buurman helpen met zijn tuin als die diezelfde klus ook ergens anders, betaald kan worden uitgevoerd? Opnieuw geldt hier het principe van opportuniteitskosten. In een wereld waar *peer-to-peer* kan worden verdiend, is gratis werk diefstal uit de eigen portemonnee. Bovendien is volgens Huws deze digitale arbeidsorganisatie een ‘nieuw normatief model’ waarbij werk zich vanuit alle hoeken en op alle momenten kan voordoen, en de werker daar permanent voor paraat moet staan (Huws 2015).

Meer in het bijzonder spitst de discussie zich toe op de positie van het werkende individu dat zich in de platformeconomie begeeft. Zo blijkt uit verschillende onderzoeken dat *peer-to-peer* verdienen betekent dat de bestaande ongelijkheid van kansen om te geld verdienen in stand blijft. Voor het delen van goederen geldt immers dat je wel eerst bezit moeten hebben voordat je dat tegen betaling met anderen kan delen. Airbnb is een goed voorbeeld. Een huis verhuren kan alleen als je het ook daadwerkelijk in bezit hebt. In veel gevallen is het huurders niet toegestaan om hun huis in te brengen in de deeleconomie. Bovendien leveren mooie huizen in aantrekkelijke buurten (die in de regel ook duurder zijn) meer op. *The Wall Street Journal* constateerde in mei 2016 dat vooral “rijke Amerikanen profiteren van de mogelijkheden die de *gig-economy* biedt om meer inkomen uit bezit te halen” (Morath 2016). Het gevaar bestaat kortom dat de baten van de platformeconomie vooral terechtkomen bij de klasse die het toch al goed heeft.

Tegelijk vrezen critici van de platformeconomie de toename van ‘precair werk’. Dat is werk aan onderkant van de arbeidsmarkt met lage, onregelmatige verdiensten voor freelancers die verstoken zijn van de bescherming die werknemers in vaste dienst hebben. Ook staat de platformeconomie vaak op gespannen voet met de mogelijkheid om een fatsoenlijk inkomen te verwerven. Werk in de reguliere economie kent een minimumloon. Op de platformen kan in principe elke prijsafspraken worden gemaakt, met als gevolg een wedloop van digitale micro-entrepreneurs die met elkaar concurreren op prijs. Volgens politiek wetenschapper en oud-minister van Arbeid in de Verenigde Staten Robert Reich is de opkomst van de platformeconomie schadelijk voor werkers, omdat opdrachtgevers, of dat nu *peers* of bedrijven zijn, een manier in handen krijgen om werk te laten doen zonder daarbij verantwoordelijkheid te nemen voor zaken als minimumloon, veilige arbeidsomstandigheden, verzekeringen en pensioenen (Reich 2015).

Reichs kritiek heeft alles te maken met het ontbreken van een collectieve dimensie in de platformeconomie, die doorgaans wel bij regulier werk komt kijken. De platformeconomie breekt werk immers op tot de kleinste deelbare eenheid: individuele afspraken tussen een aanbieder en een afnemer, die per transactie gemaakt worden. Dit maakt het aanzienlijk moeilijker voor werkenden om zich te organiseren en zo die bescherming af te dwingen. Zo bezien is de opkomst van de platformeconomie een ontwikkeling met twee kanten. Aan de ene kant opent zij nieuwe mogelijkheden voor individuen om in hun levensonderhoud te voorzien. Aan andere kant wordt dit juist moeilijker omdat online-verdiensten niet automatisch leiden tot een stabiel en regelmatig inkomen en geen garanties bieden op uitkeringen, pensioenen, verlof en andere vormen van sociale zekerheid.

Reich (2015) wijst op het fundamentele dilemma dat ten grondslag ligt aan de positie van de platformwerker: wordt hij beschouwd als werknemer of, zoals nu meestal het geval is, als individuele ondernemer? Het antwoord op die vraag is namelijk bepalend voor welke bescherming en rechten een werkende heeft. Illustratief is de discussie rondom taxiplatform Uber, met als inzet de kwestie of Uberchauffeurs werknemers of ondernemers zijn. Het antwoord op de vraag, die op verschillende plekken in de wereld inzet is van juridische strijd, is bepalend voor de verplichtingen die het digitale platform heeft ten opzichte van de micro-entrepreneurs die erop actief zijn. Reich biedt op dit punt het volgende antwoord: zodra iemand meer dan de helft van zijn inkomsten of gewerkte uren uit één bron haalt, is het vreemd om over die persoon te spreken als een zelfstandig ondernemer en niet als werknemer.

Het criterium van Reich mag dan een antwoord zijn op het Uber-vraagstuk, maar daarmee is het debat over welke sociale afspraken en regels gelden in de platformeconomie nog niet geslecht. Volgens Urs Gasser, hoogleraar recht en directeur van het *Harvard Berkman Center for Internet and Society*, brengt de opkomst van de

platformeconomie een nieuwe, permanente spanning met zich mee. Zodra werk op deze manier georganiseerd wordt, doen nieuwe belanghebbenden hun intrede die behoefte aan bescherming hebben om te voorkomen dat ze uitgebuit worden of werken onder slechte arbeidsomstandigheden. Bestaande arbeidswetgeving voldoet hierbij meestal niet, omdat die is toegesneden op werken in vast dienstverband of als ‘gewone’ zzp’er. De platformeconomie heeft in feite een derde type werker in het leven geroepen die tussen die twee categorieën inzit en in de meeste gevallen wat betreft juridische positie tussen wal en schip valt.

Gasser (2016) pleit dan ook voor het opstellen nieuwe regulering, speciaal toegesneden op de platformwerker. Hij wijst erop dat de Verenigde Staten, Europa en Azië een traditie hebben om economische sectoren van bovenaf te reguleren. Maar omdat de platformeconomie van onderaf wordt gedreven door *peers* die onderling zaken doen, sluit traditioneel *command and control*-beleid slecht aan bij dit type werk. Nieuwe afspraken moeten volgens hem gemaakt worden door beleidsmakers, platformwerkers en de platformen samen.

In welke richting de platformeconomie zich verder zal ontwikkelen hangt af van wetgeving, maatschappelijke afspraken en beleid waarin werken via platformen zal worden ingekaderd of juist zal worden vrijgelaten. Tot nu toe heeft de platformeconomie zich stormachtig gevestigd, zonder al te strakke juridische, maatschappelijke en politieke kaders die specifiek op deze manier van werken zijn gericht. De vraag die dan voorligt is in hoeverre samenlevingen besluiten het platformwerk te reguleren of dat zij deze vorm van werken blijven beschouwen als een economische transactie tussen individuele *peers* onderling zonder inmenging van buitenaf.

8.8 SLOT: EEN NIEUW WERKREGIME

Hoe de toekomst van losse klussen in een platformeconomie eruitziet, blijkt lastig te voorspellen. De bedrijven die aanjager zijn van deze trend zijn overwegend kleine startups. Verscheidene daarvan groeien hard, maar daarvan zal naar alle waarschijnlijkheid hooguit een klein deel uitgroeien tot het formaat Uber of Airbnb. Bovendien wordt deze verandering in de wereld van het werk sterk van onderaf gedreven, door individuen die per geval besluiten welke tijd en spullen wel of niet in te brengen in het systeem. Ook laat deze ontwikkeling zich lastig inschatten omdat digitale *peer-to-peer*-platformen over landsgrenzen heen opereren. Daarbij komt dat de ontwikkeling waarbij goederen en diensten worden verhandeld via digitale platformen moeilijk onder één noemer is te vangen. In deze bijdrage zijn verschillende termen aan bod gekomen die alle een deel van een nieuw werkparadigma beschrijven dat op deze manier ontstaat (zoals op-afroepeconomie, deeleconomie, schnabbeconomie en ‘collaborative consumption’).

Wel is er een kenmerk dat al deze vormen van arbeidsorganisatie met elkaar verbindt. Hoe dan ook draagt deze nieuwe economie bij aan het opheffen van de grenzen tussen werk en niet-werk, tussen consumptie- en kapitaalgoed en tussen werkgever en werknemer. De digitale economie vergroot de mogelijkheden om 'eigen baas' te zijn.

Op die manier voegt de digitale economie een hoofdstuk toe aan de ontwikkeling van flexibel werken. Koen Haegens (2012) zoekt de wortels van het flexibel werken in de jaren zestig. De ethos van individuele vrijheid en zelfontplooiing die in dat tijdvak gemeengoed werd, heeft volgens hem de basis gelegd voor een werkcultuur waarin veel waarde wordt gehecht aan zelfbeschikking over arbeidstijd. Er is volgens hem een tijdsdiscipline ontstaan die afwijkt van wat gebruikelijk was in het industriële tijdperk, zoals vaste werktijden, verbonden aan een vaste handeling op een vaste plek. Inmiddels "lijken we zelf te bepalen hoe we onze tijd indelen en in welk tempo we werken", schrijft Haegens. "Het gevolg is dat de tijdsdiscipline niet langer hoeft te worden afgedwongen door een opzichter of een prikklok." Volgens hem heeft de hedendaagse werkende mens de prikklok als het ware 'ingeslikt' en komt de nieuwe tijdsdiscipline 'van binnenuit'. Naarmate mensen meer gaan werken via online-platformen neemt het belang van die zelfdisciplinerende toe.

De prijs die we hierbij betalen is de vervloeiing van sferen die ooit afgebakend waren en bestempeld werden als 'werk' en 'vrije tijd'. Losgekoppeld van vaste arbeidsafspraken en met de mogelijkheid om werkopdrachten overal ter wereld, 24 uur per dag vandaan te halen wordt ieder uur onderworpen aan een afweging, waarbij opportuniteitskosten om de hoek komen kijken: ga ik wandelen door het park, of bied ik mijzelf aan op Mechanical Turk?

"Je eigen baas zijn, dat geeft zeker mogelijkheden om het leven in eigen hand te nemen", schreef deeleconomie-expert Sundararajan in een opiniestuk in *The Guardian*. Maar datzelfde geldt voor de zekerheid van een vast inkomen, regelmatige werkuren en secundaire arbeidsvoorwaarden, concludeerde hij. "Het is moeilijker je leven te plannen als je niet weet hoeveel je volgend jaar zult verdienen." Welke keuzes mensen op dit vlak maken hangt deels af van henzelf en deels van het beleid dat het flexibel werken in een digitale economie inkadert.

Hoe ingewikkeld dat is, toont de casus van *peer-to-peer* taxidienst UberPop, die in verschillende landen verboden is verklaard, vaak na protesten van de reguliere taxi-branche. Ook in Nederland werd de dienst verboden omdat die niet voldoet aan de regels voor commercieel personenvervoer. Toch wordt daarmee een fundamentele discussie omzeild: de grens tussen werknemer, ondernemer, consument en gewone burger op zoek naar een extra zakcent, waar ligt die precies? "The people formerly known as consumers" is een van de slagzinnen uit het repertoire van de

deeleconomie. Was het maar zo simpel. Consumenten worden in een schnabbel-economie in toenemende mate ook ondernemer, werkzaam in een economie die kampt met nieuwe onzekerheden.

NOTEN

- 1 Zie http://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf.
- 2 Ook wel *consumer-to-consumer* of persoon-tot-persoon genoemd. Het gaat hierbij om marktplaatsen waar bezoekers “in staat gesteld worden om vraag en aanbod direct bij elkaar te laten komen” (Ministerie van Economische Zaken 2015).
- 3 Zie: <http://www.sharenl.nl/netwerk>.
- 4 Voor een verdere beschrijving van verschillende soorten platforms zie: Gaver en Evans (2016) *The Rise of Platform Enterprise: A Global Survey, The Centre for Global Enterprise*.
- 5 Zie: www.ceps.eu/sites/default/files/FinalProgramme_1.pdf
- 6 Zie: www.sharenl.nl/kennis-1/#deeleconomie

LITERATUUR

- Botsman, R. en R. Rogers (2010) *What's Mine is Yours. How collaborative consumption is changing the way we live*, Collins.
- Buchanan, James (2008) 'Opportunity Cost', in Steven N. Durlauf en Lawrence E. Blume (red.), *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 2e ed., Palgrave Macmillan.
- Byung-Chul Han (2015) *Why Revolution is No Longer Possible*, beschikbaar op: www.opendemocracy.net/transformation/byung-chul-han/why-revolution-is-no-longer-possible.
- Chase, R. (2015) *Peers Inc. How people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism*, Headline/PublicAffairs.
- Eckhardt, G. en F. Bardhi (2015) 'The sharing economy isn't about sharing at all', *Harvard Business Review*, 28 januari, beschikbaar op: <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>.
- Economist (2015) *The on-demand economy. Workers on tap*, 3-1-2015.
- Evans, P.C. en A. Gawer (2016) *The Rise of Platform Enterprise: a Global Survey*, New York: The Centre for Global Enterprise.
- Frenken, K. et al. (2015) *Wat is nu eigenlijk deeleconomie?*, beschikbaar op: www.mejudice.nl/artikelen/detail/wat-is-nu-eigenlijk-deeleconomie.
- Frenken, K. (2016) *De deeleconomie onder één noemer*. Inaugurele rede in verkorte vorm uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar in Innovation Studies aan de faculteit Geowetenschappen van de Universiteit Utrecht, op vrijdag 12 februari 2016.
- Gasser, U. (2016) *The Sharing Economy: Disruptive Effects on Regulation and Paths Forward*, beschikbaar op: http://cgd.swissre.com/risk_dialogue_magazine/Digital_Economy/sharing_economy_disruptive_effects.html.
- Haegens, K. (2012) *Neem de Tijd. Overleven in de to-go Maatschappij*, Amsterdam: Ambo Anthos.
- Huws, U. (2016) *Logged in*, beschikbaar op: www.jacobinmag.com/2016/01/huws-sharing-economy-crowdsource-precarity-uber-workers/.
- Huws, U en S. Joyce (2016) *Crowd Working Survey February 2016*, University of Hertfordshire.
- ING Economisch Bureau (2015) *Ruim half miljoen huishoudens doen mee aan de deeleconomie*, juni 2015.
- JPMorgan Chase (2016) *Paydays, Paychecks and the Online Platform Economy. Big Data on Income Volatility*, februari.
- Kreijveld, M., J. Deuten en R. van Elst (red.) (2014) *De kracht van platformen. Nieuwe strategieën voor innoveren in een digitaliserende wereld*, Den Haag: Rathenau Instituut.
- Mason, P. (2015) *Postcapitalism*, Allen Lane.

- Ministerie van Economische Zaken (2015) *Innoveren in de Deeleconomie. Een inventarisatie van kansen en belemmeringen die innovatieve investeringen in de deeleconomie, op het gebied van groene groei, (on)mogelijk maken*, Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Morath, E. (2016) 'Why the Gig Economy May Not Put a Dent in Income Inequality', *The Wall Street Journal* 3 mei 2016.
- PWC (2015) *The Sharing Economy*, Consumer Intelligence Series, beschikbaar op: www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf.
- Reich, R. (2015) *Why the Sharing Economy is harming workers – and what must be done*, beschikbaar op: <http://robertreich.org/post/134080559175>.
- Schwab, K. (2016) 'The Fourth Industrial Revolution. What it means and how to respond', *Foreign Affairs*, beschikbaar op: www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution.
- Slee, T. (2016) *What is yours is mine. Against the Sharing Economy*, OR Books.
- Spiller, Stephen A. (2011) 'Opportunity Cost Consideration', *Journal of Consumer Research* 38, 4: 595–610.
- Sundararajan, A. (2015) 'The 'gig economy' is coming. What will it mean for work?', *The Guardian* 26 juli 2015.
- Thomas, C. (2014) 'Iedereen Kapitalist', *De Groene Amsterdammer* 24 september 2014.
- Wolf, M. (2015) 'Why the Techno-optimists are wrong', *Foreign Affairs* 94, 4, jul/aug: 15-22.