

ALS KLANTEN OPPERMACHTIGE WERKGEVERS WORDEN

Met de opkomst van de platformeconomie gooien we steeds meer regels over het beoordelen en organiseren van werk over boord, zo blijkt uit een artikel dat in *The Verge* verscheen in New York. Met de platformeconomie wordt dan het deel van de economie bedoeld dat betrekking heeft op alle diensten en producten die via digitale platformen worden aangeboden en verhandeld. Niet de werkgever, maar de klant blijkt in staat de toekomst van een medewerker te maken of te breken op die platformen. Zoals al in een van de Kamerbijeenkomsten aangegeven werd door een van de aanwezigen: zijn we bezig met de disruptie van businessmodellen of met de disruptie van arbeidsvoorwaarden? Hoe kunnen we de menselijke factor een plek geven en zo de waarde van werk hooghouden, is de vraag die eronder ligt. Aan ons de keuze...

Lees hier een abstract van het artikel dat opgepikt werd door *360 Magazine* en vandaag de dag nog altijd even actueel is voor onze situatie in Nederland. Het artikel verscheen in zijn oorspronkelijke vorm in *The Verge*, New York, 22 januari 2016.

Ratings Uber alles: hoe de deeleconomie ons tot veeleisende bazen maakt



Best fijn dat we tegenwoordig alles en iedereen een rating kunnen geven. Maar er is ook een keerzijde: de klant krijgt een bijna onbeperkte macht.

Binnenkort kun je bij restaurantketen Olive Garden je fettuccine Alfredo bestellen op de tablets van Ziosk die op de tafeltjes staan. En als je hebt afgerekend, kun je daarop de bediening een cijfer geven. Vervolgens kun je op die tablet een taxi van Uber bestellen, die je ook een

waardering van één tot vijf sterren geeft. Daarmee rijd je dan naar je Airbnb-adresje, dat je ook in verschillende categorieën kunt beoordelen. Je zou via Handy nog iemand kunnen inhuren om het huis schoon te maken voor je vertrekt. Kun je weer met sterren strooien.

De nieuwe deeleconomie, waarin alles op afroep verkrijgbaar is, verandert de verhoudingen tussen werkgever en werknemer op een wijze die rechtbanken en wetgevers nog maar net beginnen te ontrafelen. Tot nu toe spitst het debat zich vooral toe op de vraag of mensen die via zo'n platform hun diensten aanbieden werknemers of zelfstandigen zijn. Vaak komt dat neer op de vraag wie er eigenlijk de baas is: zijn ze freelancers en volledig eigen baas of is het platform eigenlijk hun baas – een baas die het werk verdeelt volgens vaste regels en computeralgoritmes? Maar er is nog een derde partij, die vaak over het hoofd wordt gezien: de klant. Zulke ratingsystemen bombarderen de klant tot chef. Deze 'leidinggevende' is gratis, altijd aanwezig en hypergevoelig voor het kleinste foutje. Het enige wat het algoritme nog hoeft te doen, is alle scores bij elkaar optellen en iedereen met een lage score op non-actief stellen.

NIEUWE VORM VAN TOEZICHT

Dankzij zulke ratingsystemen kunnen deze bedrijven heel groot-schalig opereren, met een enorm bestand aan werknemers voor wie ze opleidingskosten noch supervisie hoeven te betalen. Ook voor de klant is het fijn: die wordt voor weinig geld op zijn wenken bediend – al werkt die bediening soms met knikkende knieën.

Maar voor degenen die het werk doen en toch al in een onzekere positie verkeren, is het een angstwekkend idee dat elke klant hun baas wordt.

Toen rechter Edward Chen tot ongenoegen van Uber in maart 2015 besloot dat chauffeurs een groepsprocedure tegen het bedrijf mochten starten, baseerde hij zich mede op de gedachte dat zo'n ratingsysteem niet alleen een manier is om klanten naar hun mening te vragen, het is ook een nieuwe vorm van toezicht die veel indringender is dan de wantrouwigste chef. Beoordelingen van klanten, schreef Chen in zijn vonnis, geven Uber 'enorme macht over het functioneren van de chauffeur'. Citerend uit Foucaults *Discipline, toezicht en straf* schreef hij dat de chauffeur 'opzettelijk bewust wordt gemaakt van zijn permanente zichtbaarheid, waardoor de macht automatisch kan functioneren'.

SCHEVE VERHOUDINGEN

Soms mogen dienstverleners ook de klant een cijfer geven. Dat is voor beide kanten in de vraag-en-aanbodssituatie een prikkel om optimale kwaliteit na te streven, levert zowel professionals als klanten constructieve feedback op en is een extra communicatiemiddel. Maar bij die wederzijdse beoordelingen is de balans vaak zoek. Zo is slechts een van de twee partijen bijvoorbeeld afhankelijk van een goede rating voor zijn broodwinning. Bovendien gelden voor dienstverleners en klanten verschillende normen. Uber-chauffeurs worden op non-actief gezet als hun gemiddelde beoordeling te laag is, maar klanten met een lage rating worden nooit geweigerd. Soms zullen chauffeurs een klant met een lage rating misschien geen rit

aanbieden, maar kunnen ze op non-actief worden gesteld als ze dat te vaak doen. Vanwege die scheve verhouding zijn de dienstaanbieders extreem op hun hoede voor klanten.

VOOROORDELEN

Ratingsystemen geven ook ruim baan aan allerlei vooroordelen. Een moslim in Tampa grapte dat zijn beoordeling als chauffeur zakt naarmate zijn baard langer is. Benjamin Sachs, hoogleraar rechten aan Harvard, schreef onlangs dat als Uber door de rechter uiteindelijk tot werkgever wordt bestempeld, discriminatie in die ratings kan betekenen dat het bedrijf artikel VII van de Civil Rights Act overtreedt. Uber zegt geen gegevens over etnische afkomst bij te houden, maar omdat de kans op grootschalige discriminatie zo levensgroot is, hebben deze bedrijven de plicht hier iets aan te doen, of ze nou werkgevers zijn of niet. De algoritmes die het werk verdelen, zijn precies zo racistisch of seksistisch als de klant ze – via zijn beoordelingen – maakt.

Ratingsystemen kunnen worden gebruikt om het vertrouwen tussen klant en dienstaanbieder te vergroten, maar het kan ook een middel zijn om het niveau van de dienstverlening op peil te houden, zegt Arun Sundararajan, een docent aan de Stern School of Business van de New York universiteit. Alle ratingsystemen van onlinedienstverleningsplatforms kunnen sancties opleveren. Met als gevolg dat de platforms met een ongeorganiseerd bestand van individuele arbeidskrachten zonder officieel toezicht toch een opmerkelijk consistent niveau van dienstverlening kunnen garanderen. "Klanten hebben altijd macht gehad, feedback is van alle tijden

en werknemers lopen altijd het gevaar te worden afgestraft voor een ontevreden klant", zegt Sachs. "Wat nieuw is, is het gemak waarmee je als klant je mening kunt geven en de mate waarin die mening het personeelsbeleid bepaalt."



“De geschiedenis van de vakbeweging bestaat voor een groot deel uit de strijd tegen de willekeur van leidinggevenden”

De omschakeling van top-downmanagement naar een feedbacksysteem is een heel effectieve manier om een grote pool van gevarieerde en ongeschoolde arbeidskrachten om te vormen tot een overzichtelijk, flexibel netwerk. Maar in traditionele organisaties worden de arbeidskrachten door managers ook tegen boze klanten beschermd. En die managers moeten op zijn minst een goede reden hebben om iemand te kunnen ontslaan. Als je dat allemaal vervangt door ratings en geautomatiseerde systemen, wordt de positie van de arbeidskrachten wel heel hachelijk. "De geschiedenis van de vakbeweging bestaat voor een groot deel uit de strijd tegen de willekeur van leidinggevenden", zegt Sachs. "Je

wilt niet dat iemand kan worden ontslagen enkel omdat de baas hem niet mag of vindt dat hij hem vreemd aankijkt. Vakbonden dwingen regels af en leggen zo de macht van de leidinggevende aan banden. Maar er is geen limiet aan wat klanten kunnen doen, en het is ook nauwelijks voorstelbaar hoe je dat kúnt beteugelen."

MONOPOLISTISCHE NEIGINGEN

Ondanks alle klachten is er bijna geen dienstaanbieder te vinden, die pleit voor afschaffing van het systeem. Wel verlangen ze allerlei verbeteringen. Er is ook een radicaler idee. Sipp, de redacteur van Hack the Union, vindt dat werkenden zeggenschap moeten krijgen over wat er met een beoordeling gebeurt, en het recht om die mee te nemen naar een ander platform. Het netwerkeffect van ratingsystemen werkt de monopolistische neigingen van zulke platforms in de hand. "Het geeft de bedrijven die de data bezitten heel veel macht", zegt Sipp.

Ook Albert Wenger, een partner van investeringsfonds Union Square Ventures, ziet de uitwisseling van reputaties tussen platforms als een deel van de oplossing voor de onevenredige macht die platforms hebben. "We moeten zorgen dat de deelnemers aan zo'n platform ook een rol krijgen in de software. Het probleem is: als je je als chauffeur door Uber onheus bejegend voelt, kun je hooguit stoppen met voor ze te werken. Chauffeurs en passagiers hebben geen echte macht. Het dreigement om massaal op een ander systeem over te stappen wordt pas geloofwaardig als mensen tegelijkertijd aan meerdere systemen kunnen deelnemen."

Deze ideeën zijn allemaal nog theorie, het is niet duidelijk welke vorm zoiets moet krijgen. Een soort universele rating-ID zou dienstaanbieders in staat kunnen stellen makkelijker van platform te switchen en zo meer druk uit te oefenen om tot minder strenge beoordelingssystemen te komen. Maar het kan ook zorgen dat die ratings nog veel belangrijker en onvermijdelijker worden. Een universele rating-ID klinkt al verdacht veel als Peeples, het 'Yelp for people' waarop je andere mensen kunt recenseren – een site waarvan de lancering alom reacties van afschuw uitlokte.

Maar hoe groter de platformbedrijven worden en hoe meer arbeidskrachten ze weten te verzamelen, des te dringender wordt de vraag hoe ze precies beslissen wie op hun platform actief mag blijven en wie niet, en des te dringender ook de noodzaak van serieuze aandacht van de vakbeweging en officiële toezichthouders. En het is ook iets waar klanten bij stil moeten staan, want in deze nieuwe deeleconomie zijn zij onvermijdelijk medeplichtig. Ze zijn niet langer alleen een klant. Ze zijn ook een baas om bang voor te zijn.

Over De Kamer

Ontwikkelingen op economisch en maatschappelijk niveau volgen elkaar in hoog tempo op. De Kamer is een initiatief van Achmea om de krachten van grootzakelijke bestuurders te bundelen en samen naar de toekomst van Nederland te kijken. Dat doen we onder andere tijdens Kamerbijeenkomsten, waarbij genodigden hun visies, worstelingen en perspectieven met elkaar delen. Naast bijeenkomsten verbindt De Kamer deelnemers via publicaties en interviews. De inzichten die we opdoen, geven we door. Zo inspireren we elkaar én zakelijk Nederland.

Waarde van werk

Op dit moment staat het thema de Waarde van Werk centraal. De waarde van werk is niet alleen uit te drukken in geld, maar ook in maatschappelijke waarde, in status en eigenwaarde, in relevantie en ontwikkeling, individueel en collectief. En dat biedt volop stof om over verder te praten en na te denken over manieren waarop Nederland zich in de grote transitie van onze tijd kan positioneren, de keuzes die we moeten maken, de kansen die we zien en de mogelijkheden die we zullen moeten creëren om iedereen te laten meedoen. Een jaar samen met de BV Nederland reflecteren op het thema de Waarde van Werk heeft een rijke schakering aan perspectieven en inzichten opgeleverd. **Meer lezen? Download het boek Waarde van Werk op achmea.nl/boekww.**

De
Kamer

Samen verder kijken