

WORDT EEN FUTURE-PROOF UITZENDBUREAU MET EEN PLATFORM

Hoe platformen meer en snellere matches mogelijk maken

WHITEPAPER 2025

Index

Voorwoord	3
Platformen: geen optie, maar noodzaak	4
Hoe een platform je bureau vooruit helpt	8
De lessen en inzichten van flexplatform YoungOnes	10
Samenvatting en vervolgstappen	16

Voorwoord

De uitzend- en flexbranche staat onder druk. Marges zijn krap, recruiters zijn schaars en personeelstekorten blijven voorlopig bestaan. Tegelijk verandert de wet- en regelgeving snel. Denk aan het gelijktrekken van cao's of nieuwe Europese regels. Dat vraagt meer van jouw organisatie. Hoe blijf je vooroplopen als bemiddelaar? Hoe zorg je dat je relevant blijft in een markt die steeds digitaler georganiseerd wordt?

Wij geloven dat digitale platformen het verschil maken. Ze bieden flexibiliteit, overzicht én de mogelijkheid om op te schalen wanneer dat nodig is. Zo beweeg je mee met de veranderende arbeidsmarkt. In dit whitepaper leggen we uit hoe digitale platformen in de uitzend- en flexbranche het verschil maken, en vooral: hoe jij ze kunt inzetten om voorop te (blijven) lopen.



Platformen: geen optie, maar noodzaak

Digitale platformen zijn populair in de flexbranche. Niet per se bij traditionele uitzendorganisaties, maar wél bij flexwerkers en bedrijven. Wat maakt deze platformen zo aantrekkelijk? En is het terecht dat veel uitzendbureaus ze als een bedreiging zien?

De afgelopen jaren is de platformisering van de economie in een stroomversnelling geraakt. Ook binnen de arbeidsmarkt zijn platformen niet meer weg te denken. Ze veranderen fundamenteel hoe werk georganiseerd, aangeboden en ingevuld wordt — met name in de flexbranche.

Platformen bieden flexkrachten en bedrijven iets dat het traditionele uitzendmodel hen minder makkelijk kan garanderen; snelheid, laagdrempeligheid, volledige transparantie én de regie over hun eigen proces. Deze kenmerken sluiten naadloos aan op de drie leidende principes waarop succesvolle matchingsplatformen gebouwd zijn, zoals beschreven in het boek 'Bouw een succesvolle online marktplaats':

“Nadat vraag en aanbod elkaar hebben gevonden, zijn transparantie, vertrouwen en gemak bepalend voor het succes van een platform. Als gebruikers een platform ervaren als een plek die prettig aanvoelt, waar je andere partijen kunt vertrouwen en die het leven en werk een stuk makkelijk maakt, maak je kans een succesvol platform te worden.”

Tegelijkertijd leveren ze concrete voordelen voor bureaus die willen investeren in duurzame groei:

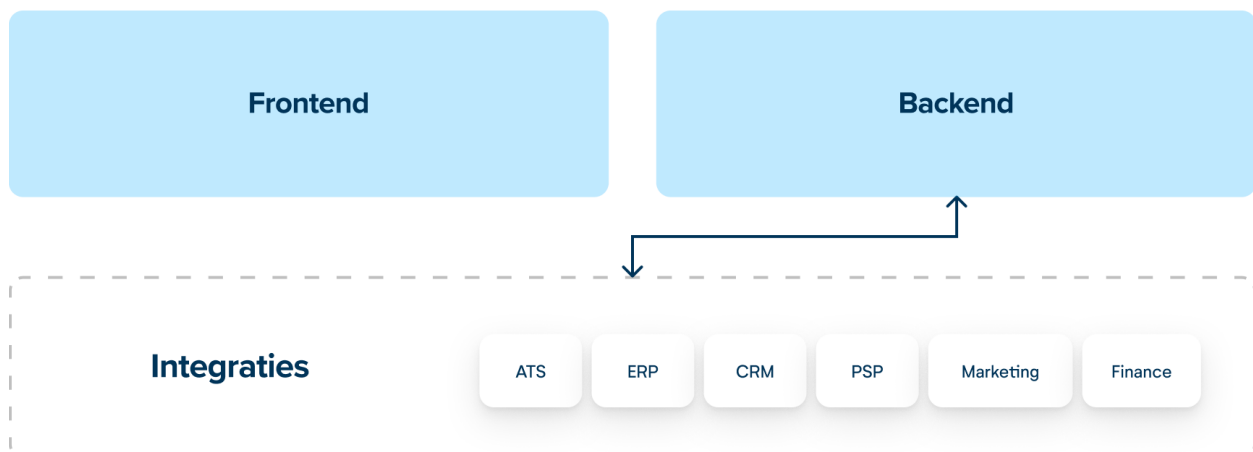
- **Meer grip op data en processen:** Bureaus kunnen beter sturen op kwaliteit en rendement.
- **Lagere wervingskosten:** Kandidaten blijven binnen het platform en zijn herhaald inzetbaar.
- **Hogere conversie:** Dankzij intuïtieve interfaces, mobiele toegankelijkheid en selfservice-functionaliteit.

- **Flexibiliteit in inzet en contractvormen:** Bijvoorbeeld bij gigwerk of skill-based matching.

Kortom, flexwerkers en opdrachtgevers waarderen het gemak en de autonomie. Bemiddelaars profiteren juist van operationele schaalbaarheid en wendbaarheid.

Dit betekent niet dat je rigoureus je hele organisatie om moet gooien. In de praktijk beginnen veel flexorganisaties juist klein: door bestaande processen slimmer te maken. Oftewel: stapsgewijs platformiseren. Denk bijvoorbeeld aan koppelingen tussen je ATS en planningstools, online portalen voor opdrachtgevers en kandidaten, of dashboards met realtime inzicht in prestaties.

Het klassieke wervingsproces blijft de motor van je organisatie, maar wordt sterker, sneller en efficiënter met digitale technologie. Je behoudt de menselijke aanpak, maar ondersteunt deze met slimme tools die zorgen voor schaalbaarheid en gemak.



De drie leidende principes

Tijdens het platformiseren van je bedrijfsprocessen houd je altijd rekening met de drie basisprincipes voor een succesvol online platform: transparantie, vertrouwen en gemak. We zoomen kort in op elk van deze drie principes.

1. Transparantie

Digitale platformen zijn volledig transparant over het aanbod dat beschikbaar is en tegen welke prijs, en over de stappen die volgen om tot een match en een transactie te komen. Deze informatie is gebruikelijk, via het doorsnee uitzendmodel, niet voor iedereen bekend. Voor gebruikers is de transparantie verfrissend, want het creëert een gelijk speelveld tussen flexkrachten en bedrijven. Het platform neemt daarbij de rol aan van 'onafhankelijke' derde partij die enkel de match en transactie faciliteert.

2. Vertrouwen

Als je naar de grootste digitale platformen kijkt, zie je dat een groot deel van hun succes is gebaseerd op het feit dat hun klanten of gebruikers elkaar én het platform vertrouwen. Een goed platform zorgt er zelfs voor dat mensen die in de fysieke wereld misschien niet helemaal pluis zijn, door het platform gedwongen worden zich volgens de regels te gedragen en dus betrouwbaar zijn. Dat betekent vooral transparant zijn over het proces, de kosten én de verantwoordelijkheden.

3. Gemak

Bij digitale platformen gaat gemak verder dan de next day delivery van een pakketje. Het platform met het grootste aanbod en de meeste vraag, is vaak ook de plaats die het meeste gemak biedt. Gemak in de zin van: het meeste aanbod om uit te kiezen en de grootste kans om zo snel en goed mogelijk tot een match te komen.

Naast transparantie, vertrouwen en gemak bieden digitale platformen ook veel flexibiliteit in hoe werk wordt georganiseerd. Die hyperflexibiliteit maakt het mogelijk om snel op- of af te schalen, werk op te splitsen in kleinere taken en makkelijk te schakelen tussen locaties, teams of werkvormen. Denk aan het tijdelijk inzetten van extra bezorgers tijdens drukke momenten, of aan het snel vinden van parttimers voor evenementen of seizoenswerk. Tegelijk krijgen werkzoekenden meer autonomie en keuzevrijheid.

Hoe een platform je bureau vooruit helpt

Doordat digitale platformen vertrouwen, gemak en transparantie bieden, zijn ze voor veel bedrijven en flexwerkers een prettig middel. Maar betekent dat dan dat alle flexbureaus een digitaal platform moeten lanceren? En hoe werkt dat dan: snijden digitale platformen the middle man (ofwel de flexbureaus) gewoon uit het wervingsproces? Nee, zeker niet. Gelukkig ligt het genuanceerder.

Platformen zijn geen vervanging van het uitzendmodel, maar een waardevolle aanvulling. De kracht zit in hun vermogen om bepaalde typen werk efficiënt te organiseren. Vaak gaat het om kortdurende, laagcomplexe klussen met weinig inwerktijd. Juist in sectoren als logistiek, horeca, retail en promotie – waar veel zzp'ers actief zijn en traditionele uitzenders minder voet aan de grond hebben – werkt het platformmodel goed. Met een platform snijdt een flexbureau zich dus niet in de vingers, maar het opent deuren naar nieuwe doelgroepen en een groter bereik.

Belangrijker is nog dat digitale platformen een concreet antwoord bieden op meerdere trends die de flexmarkt snel veranderen:

- **Skill-based matchen:** De focus verschuift van diploma's naar competenties. Platforms maken deze manier van matchen eenvoudiger.
- **Fragmentatie van werk:** Werk wordt steeds vaker opgedeeld in kleinere klussen. Dat vraagt om een slimme, flexibele planningstool.
- **Prijsdruk en dalende marges:** Door transparantie en automatisering dalen marges. Platformen helpen om kosten laag te houden.
- **Nieuwe wet- en regelgeving:** Denk aan de aankomende CAO 2026 en de WTTA. Flexibele systemen helpen je om hierin mee te bewegen.
- **Krapte en verloop onder recruiters:** Veel recruiters zijn relatief onervaren. Digitale tools en datagedreven ondersteuning helpen om de kwaliteit van besluitvorming en matches te verhogen.

In dat licht is de rolverdeling tussen platform en traditioneel wervingsproces helder: gebruik het platform om grote volumes eenvoudige klussen snel en efficiënt te matchen, en richt je binnen het klassieke model op structurele plaatsingen waarbij begeleiding en relatiebeheer belangrijk zijn.

De lessen en inzichten van flexplatform YoungOnes

Dat digitale platformen een krachtig wapen zijn in de branche ondervonden wij zelf toen we in 2018, samen met YoungCapital, het flexplatform YoungOnes lanceerden. In dit hoofdstuk delen we onze lessen en inzichten.

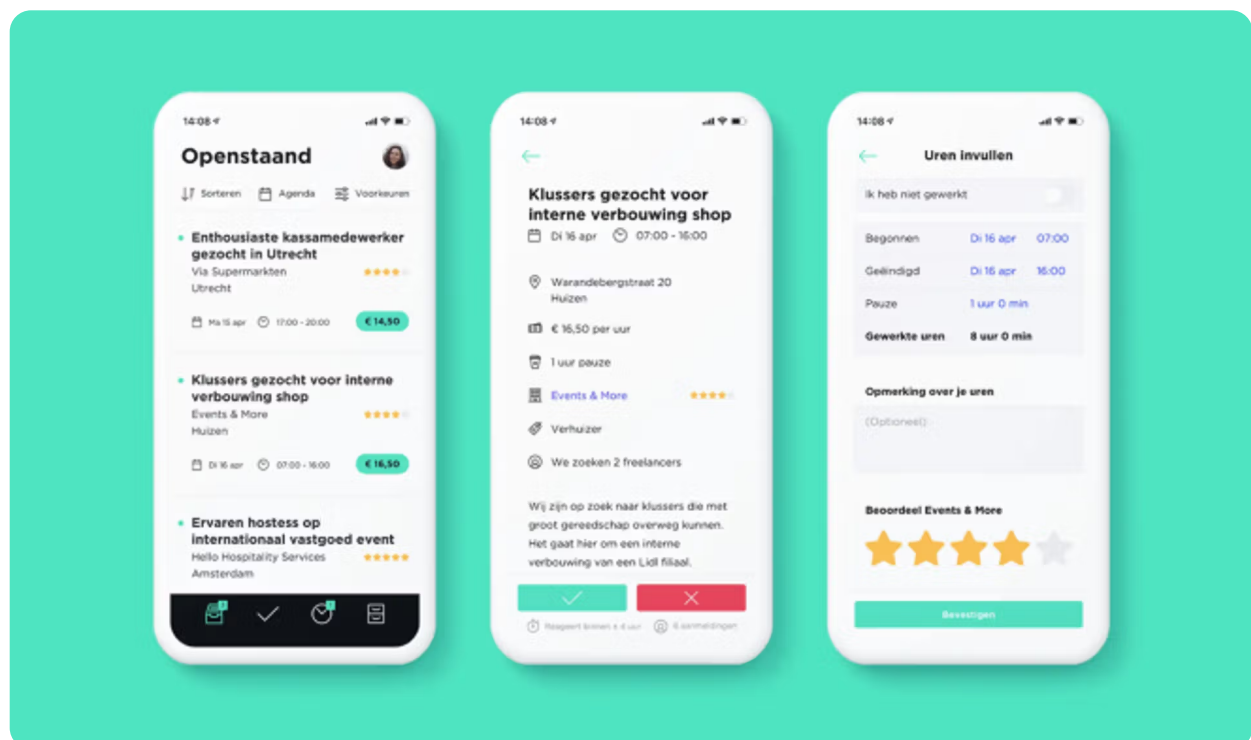
YoungOnes is een online marktplaats voor dagklussen. Bedrijven als The Sting, Kwantum, Crisp, Center Parks, Albert Heijn en Bruna plaatsen er hun klussen, en vervolgens kunnen flexwerkers daarop reageren. Roel Tuerlings, digitaal strateeg bij Freshheads en betrokken bij de ontwikkeling van YoungOnes: “Via YoungOnes weten beide partijen elkaar zelf te vinden, daar komt geen intercedent of recruiter aan te pas. Het hele proces is self-service gemaakt: onboarding van talenten en bedrijven, omschrijven van een profiel of klus, matching, reviews en facturatie.”

**Meer weten over ons werk
voor YoungOnes?**

Lees de case

**Meer weten over hoe
YoungOnes werkt?**

Bekijk de video



Het YoungOnes-platform, met links de klussen waar flexwerkers zich voor kunnen aanmelden, midden een informatiepagina van een specifieke klus, en rechts het invullen van je uren na het uitvoeren van de klus

Cijfers van YoungOnes

2.000.000

Opdrachten gematcht

3.600

Opdrachtgevers

50.000

Gewerkte uren per week

1.100%

Omzetgroei in 2019

Managing Director over het ontstaan van YoungOnes

Pim Graafmans heeft YoungOnes opgezet, samen met Freshheads en de oprichters van YoungCapital.

“Rogier, mede-eigenaar van YoungCapital, zag jaren geleden in Amerika al de opkomst van freelancewerk, zoals via UpWork. Geïnspireerd door dit soort platforms ontstond het idee voor YoungOnes: een digitale marktplaats die jongeren en organisaties op een veilige manier samenbrengt. Hij vroeg mij of ik zin had om zo’n platform op te zetten. Ik ben zelf geen techneut, maar vind het wel interessant en houd alles rondom platforms en online ontwikkelingen in de gaten.

In 2016 bedachten we een slimme manier waarop jongeren als freelancer konden werken met een eigen BTW-nummer en een modelovereenkomst die door de Belastingdienst is goedgekeurd. Met zo’n freelancercontract maakt het niet uit bij welke opdrachtgever je werkt, het gaat om wat de opdrachtgever je biedt. Daar vragen wij een percentage van. Het concept van YoungOnes vult het uitzenden aan. Bij uitzendkrachten speelt arbeidsrecht en CAO mee, bij freelancers alleen het bedrag. Uitzendwerk vereist vaak jarenlange ervaring. Voor onze dagklussen is dat niet nodig. Daarom komt er een jonge doelgroep op af; de gemiddelde leeftijd van onze freelancers is 22 jaar.



**Als wij het niet doen,
doen anderen het**

Pim Graafmans, Managing Director YoungOnes

Wij hebben onderzoek laten doen onder millennials naar wat ze nu echt belangrijk vinden. Op nummer 1 stond vrijheid; zichzelf kunnen ontwikkelen, veel afwisseling en veel verschillende opdrachtgevers. In tweede instantie gaat het pas over geld. Ze geven niks om pensioen, ze weten dat het belangrijk is, maar ze zijn nu nog aan het studeren. Vrije dagen hoeven ze ook niet. Met YoungOnes bieden we millennials die vrijheid en flexibiliteit. Ze bepalen zelf voor wie ze werken, waar en wanneer ze dat doen, en tegen een tarief waar ze blij van worden.

Via onze app krijgen freelancers direct opdrachten van diverse opdrachtgevers, zonder tussenkomst van een recruiter. Met één druk op de knop pakken ze deze opdracht en ontvangen ze via de app een bevestiging vanuit de opdrachtgever waarvoor hij of zij aan de slag gaat. Wij regelen de facturatie en geven tips en tricks met betrekking tot de Belastingdienst, zodat studenten zich bezig kunnen houden met de leuke aspecten van werken als freelancer.

Op het platform is er flexibiliteit in het uurtarief. Dat is minimaal 13 euro, maar kan meer worden in piekperiodes. Wij krijgen, onafhankelijk van het uurtarief, steeds 3,50 per uur, dus voor ons maakt het niet uit wat het tarief is. Jongeren kunnen op hun profiel invullen dat ze alles beneden de 16 euro per uur niet eens willen zien. Wat je nu ziet, is dat jongeren vanuit Amsterdam op bezoek gaan bij vrienden in Groningen en ondertussen kijken of er ook nog wat werk te doen is in die andere stad. Heel flexibel dus. Voor ons was dat een eyeopener. Ik ben ervan overtuigd dat dit steeds meer de toekomst gaat worden. Het werk in je broekzak meenemen en aan de slag gaan waar je maar wilt.

De uitzendbranche houdt vast aan traditionele modellen, bang voor kannibalisatie. Wij zien flex als communicerende vaten. Je moet het aandurven om je eigen model te challengen, anders doen anderen het. De platformeconomie gaat hoe dan ook de uitzendmarkt veranderen. Dankzij ons model kunnen jongeren dezelfde dag nog aan de slag, bijvoorbeeld in de horeca. Met uitzenden is dat lastig, maar als freelancerklus is dat makkelijker. Je hoeft de gegadigden niet meer te bellen of mailen, het staat gelijk op het platform en mensen kunnen zelf reageren. Ons model vult dat van uitzenden dus heel mooi aan.”

Wat maakt YoungOnes zo succesvol?

Roel Tuerlings, digitaal strateeg bij Freshheads, was vanaf het allereerste begin betrokken bij de bouw van YoungOnes. Over de kracht van het platform zegt hij:

“Waarom YoungOnes zo snel succesvol werd? Het platform geeft opdrachtgevers een garantie op een vlotte invulling van hun klus. Het is wel eens voorgekomen dat een geplaatste opdracht binnen 1:45 minuut was ingevuld. Anderhalf uur later stond die persoon in het magazijn van dat bedrijf orders te picken. Over hyperflexibiliteit gesproken. Zowel opdrachtgevers als flexwerkers staan zo aan het roer van hun eigen planning, en in direct contact met honderden kandidaten of organisaties.



**Zorg er altijd voor
dat beide partijen op
een platform blij zijn**

Roel Tuerlings, Digitaal Strateeg Freshheads

Wat denk ik ook de kracht is van YoungOnes, is dat het een eerlijk platform is. Dat is essentieel. Bij een platform heb je namelijk altijd te maken met meerdere partijen; vragers en aanbieders. Het gaat erom dat je de behoeften van die beide partijen bij elkaar brengt, zodat iedereen er blij van wordt. En dat betekent dus niet: flexwerkers uitbuiten, ze slechte arbeidsvoorwaarden bieden en lage uurlonen. Dan is een platform ten dode opgeschreven, want in the end wil geen enkele flexwerker daar onderdeel van uitmaken. En zonder flexwerkers is ook het grote voordeel voor opdrachtgevers verdwenen, namelijk: toegang tot een grote database van welwillende flexwerkers. Bij YoungOnes hebben we ons dat altijd beseft bij alle keuzes die we maakten. Zo is er nu een minimaal uurtarief van dertien euro, en staat het tarief van een klus standaard ingevuld op zestien euro. YoungOnes heeft zich gespecialiseerd in ‘handjeswerk’, ofwel taken waar je geen vergaande skills voor hoeft te hebben. Wil jij als uitzendorganisatie, payroller of recruitmentbureau iets vergelijkbaars doen?

Richt je met jouw platform dan vooral op datgene wat jouw organisatie uniek maakt. Is dat jullie kennis van een specifieke branche? Of jullie netwerk in een bepaalde regio van Nederland? Dan is de kans groot dat jouw platform aanslaat als jij je op zo'n niche richt.

Mijn tip is dus: ga op zoek naar wat jou uniek maakt. Natuurlijk, je kunt het model van YoungOnes kopiëren, maar op een gegeven moment is de markt verzadigd. Er zijn diverse manieren om te onderzoeken in welke vorm een platform voor jouw organisatie de meeste waarde heeft.”



Wil je meer weten over YoungOnes?

Of leg je jouw idee voor een digitaal platform graag even voor bij Roel, zodat hij je verder kan helpen? Dan mag je Roel altijd mailen via:

roel@freshheads.com

04

Samenvatting en vervolgstappen

In dit whitepaper deelden we onze ervaringen met het bouwen van digitale platformen. Sinds we ruim 20 jaar geleden Werkspot.nl ontwikkelden, zien hoe platformen markten kunnen opbreken, branches vernieuwen en doelgroepen langdurig aan zich binden. Dat geldt zeker voor de flexbranche. Daar hebben platformen inmiddels ruimschoots hun waarde bewezen. Ze zijn geen tijdelijke trend, maar blijvend relevant. Waarom? Omdat ze zorgen voor gemak, transparantie en vertrouwen. Gebruik ze dus in jouw voordeel!

Maar wat zijn nu concreet de vervolgstappen? Misschien heb je al een idee voor een platform. Hoe zet je de eerste stap richting realisatie? Dat is een proces met meerdere fases. Eigenlijk verdienen die elk hun eigen hoofdstuk, of zelfs een heel whitepaper. Voor nu wijzen we je graag door naar de volgende verdiepende content:

Meer over het ontwikkelen van een succesvol flexplatform

Het ontwikkelen en lanceren van een digitaal platform is een zorgvuldig proces. In onze artikelen, cases en podcasts duiken we in de uitdagingen en kansen van digitale platformen binnen de flexmarkt. Laat je inspireren door praktijkvoorbeelden, concrete inzichten en slimme technologieën die bijdragen aan een toekomstbestendig flexplatform.

Artikelen

- [Platformiseren van recruitment](#)
- [Hoe technologie jouw recruitmentproces slimmer maakt](#)
- [Platformprincipes om retentie te verhogen](#)

Cases uit de praktijk

- [Uitgelicht: Kevin zet met Based On Skills jongeren in hun kracht](#)
- [U-Connect: het nieuwe platform voor internationals in Nederland](#)
- [Hoe we bouwen aan de toekomst van Actief Werkt!](#)

Podcasts & webinars

- [ZipTalk podcast – platformen in de zorg](#)
- [Best of Breed in recruitment webinar \(+ toolkit\)](#)

Boek 'Bouw een succesvolle online marktplaats'

In september 2020 verscheen het boek 'Bouw een succesvolle online marktplaats' van platformexperts Wout Withagen en Joost Gielen. Dit boek neemt je mee langs alle fases van het bouwen van een online platform. Van het hebben van een geweldig idee, het analyseren en het valideren ervan, het bouwen van een team, het technisch realiseren, het voeren van de marketing en het activeren van de marketplace tot en met het opschalen van de organisatie. Kortom, waar dit whitepaper stopt, gaat het boek verder. Meer weten over het boek? Ga naar www.bouweenmarktplaats.nl



Benieuwd hoe een platform in jouw voordeel kan werken?

Platformspecialist Sepp denkt met je mee

Voor de flex- en uitzendmarkt houdt Sepp de aankomende trends en de unieke uitdagingen, valkuilen en oplossingen nauwlettend in de gaten. Jouw idee bespreken? Neem contact op via:

✉ sepp.haans@freshheads.com

☎ [013 - 539 00 40](tel:013-5390040)

 Connectie maken

