

Effecten van sharing economy op de samenleving en op wonen



**WHAT'S MINE
IS
YOURS**

Woordenboek van de Deeleconomie

Bezit Datgene waar jij eigenaar van bent. Dat kan een object zijn, of iets niet-tastbaars als kennis.

Gebruik Iets benutten waar het voor bedoeld is zonder dat het opgaat.

Verbruik Als het wel op gaat.

Toegang De mogelijkheid hebben en om iets te gebruiken dat niet jouw bezit is.

Delen Iemand toegang geven tot wat je bezit of waar je toegang toe hebt.

Verdelen Een object in al dan niet gelijke delen verkleinen en de delen aan verschillende eigenaars geven.

Geven Je maakt iemand anders eigenaar van je bezit. Jij bezit het niet meer, de ander wel. Je krijgt niets terug.

Ruilen Je maakt iemand anders eigenaar van je bezit in ruil voor iets dat de ander tot jouw bezit maakt.

Helpen Iemand je tijd, inzet, energie of kennis geven.

Huren Het tijdelijk gebruiken in ruil voor (meestal) geld.

Reputatie Het oordeel van anderen over jouw manier van delen, geven, ruilen. Sterk bepalend of iemand besluit wel of niet met je te delen.

Naam	: Laura Zuidgeest
Datum	: 18 november 2014
Opleiding	: MUAD
Begeleider	: M. Huffstadt
Beoordelaar	: K.-E. Bugge

Voorwoord

Delen is het nieuwe hebben. Leasen is het nieuwe kopen. Toegang is het nieuwe bezit. Van eigendom naar eigenslim. Van betalen voor bezit naar betalen voor gebruik en prestatie. Van centraal naar decentraal en digitaal. En van (individuele) (hyper)consumptiemaatschappij naar 'we-conomy'.

Delen is het nieuwe hebben: van muziek (Spotify) tot kennis (Google, Twitter #durftevragen), van maaltijd (Thuisafgehaald) tot boor (Peerby) en van designjurk (Rewear) tot vakantieverblijf (Airbnb).

Als delen inderdaad het nieuwe hebben wordt, welke effecten heeft dat op de samenleving? En welke effecten heeft dat op wonen? Met die vraag hield ik mij de afgelopen periode bezig.

De sharing economy is een nieuw en heel actueel thema. Bijna dagelijks heb ik nieuwe artikelen kunnen lezen en pas enkele onderzoeken zijn gepubliceerd. Diepgaande discussies in de media geven aan hoe breed het scriptieonderwerp maatschappelijk gezien is. Nieuwe inzichten worden in dit onderzoek verkregen doordat specifiek de relatie tussen de economie en het thema 'wonen' onderzocht is. Door de actualiteit van het onderwerp kunnen nieuwe inzichten uit mijn rapport des te meer van betekenis zijn.

In de periode van maart tot en met november 2014 heb ik met veel plezier aan dit onderzoek gewerkt. Het onderwerp 'sharing economy' interesseert mij enorm vanwege haar raakvlak met uiteenlopende, relevante thema's van lokaal tot nationaal en mondiaal niveau en de verbinding daartussen. Van nieuwe concepten en economische (business)modellen tot oplossingsrichtingen voor wereldproblematiek. De dynamiek van het onderwerp maakte het voor mij boeiend en zorgde voor een continue stroom van nieuwe kansen, ideeën en inspiratie. Tijdens de interviews ontmoette ik intrigerende mensen die mij diverse invalshoeken hebben laten zien, waardoor het mogelijk werd om van alle kanten de probleemstelling te analyseren. Ik heb deze periode ervaren als een verrijking op zowel persoonlijk als zakelijk vlak.

Allereerst wil ik mijn werkgever ERA Contour bedanken voor het bieden van de kans om deze opleiding te kunnen volgen. In de afgelopen jaren heb ik op zowel persoonlijk als inhoudelijk vlak veel geleerd en nieuwe inzichten verkregen.

Voor deze leerzame en plezierige onderzoeksperiode wil ik mijn begeleider vanuit de MUAD, Mirjam Huffstadt hartelijk bedanken voor haar fijne begeleiding, waardevolle feedback en de positieve stimulans.

Daarnaast wil ik mijn leidinggevers Edward van Dongen en Bianca Seekles bedanken voor het meedenken, meelesen en het mogelijk maken van de tijd die ik heb mogen besteden aan mijn onderzoek.

Ook wil ik graag alle geïnterviewde bedanken voor hun tijd en medewerking aan dit onderzoek. Zonder jullie bijdrage was dit onderzoek niet tot stand gekomen.

Tot slot wil ik mijn vriend Justin bedanken voor zijn steun, betrokkenheid en feedback tijdens mijn twee jaar durende opleiding en vooral tijdens mijn onderzoeksperiode.

Ik wens u veel plezier bij het lezen van dit onderzoek!

Laura Zuidgeest
Naaldwijk, november 2014

Samenvatting

Dit onderzoek richt zich op de sharing economy en de effecten die deze ontwikkeling heeft op enerzijds de samenleving en anderzijds op wonen. Doel van deze masterthesis is het verkennen of de transitie naar deeleconomie dusdanig van invloed kan zijn op onze samenleving dat daarmee een antwoord geboden kan worden op relevante maatschappelijke ontwikkelingen en om te verkennen wat de effecten zijn op het gebied van wonen, om daarmee nieuwe inzichten en voorwaarden te bieden aan bestaande danwel nieuwe woonvormen.

Deeleconomie is een belangrijke economische trend binnen de samenleving. Het is een economisch model waarin de transitie 'van bezit naar gebruik' centraal staat en biedt antwoord op de veranderende behoefte van consumenten. Consumenten zijn namelijk steeds minder bereid om tijd, geld en energie te verspillen en willen steeds vaker alleen nog maar voor de echte waarde (de daadwerkelijke prestatie) van een product betalen. Mensen gaan spullen en diensten op een slimmere manier met elkaar gebruiken, door persoonlijk bezit openbaar te stellen en deze onderling uit te wisselen. Daarmee worden toegang tot en prestatie van producten steeds belangrijker dan het daadwerkelijk bezitten van een product.

Hoewel er nog weinig onderzoek voorhanden is over de sharing economy, zijn voldoende handvaten gevonden om conclusies te kunnen trekken in dit onderzoek. Op een aantal aspecten zal nader onderzoek gedaan moeten worden. De conclusies zijn tot stand gekomen op basis van het bestuderen van de theorie aangaande de context van deeleconomie en maatschappelijke effecten van deeleconomie en verdiepende literatuurstudie aangaande deeleconomie en overige woonvormen op basis van het principe van delen. Daarnaast is de theorie getoetst door middel van diepte-interviews met experts.

Op basis van de gevonden resultaten zijn conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan.

Conclusies

1. De volgende effecten vanuit de sharing economy zijn kansrijk voor de samenleving. Deeleconomie is een vorm van burgerparticipatie als antwoord op de terugtrekkende overheid, het is een oplossing voor stedelijke problematieken, het biedt een sociale meerwaarde voor een weerbare samenleving, het biedt psychologische meerwaarde door haar bijdrage aan de eenzaamheidsproblematiek en het verhogen van de geluksfactor, het biedt kansen voor de economie, bedrijvigheid en werkgelegenheid, het bevordert de welvaart, levert een bijdrage aan armoedebestrijding, geeft op alternatieve wijze invulling aan zorg en onderwijs en draagt bij aan ecologische duurzaamheid en ruimtelijke kwaliteit.
2. De volgende effecten vanuit de sharing economy zijn kritisch c.q. nadelig voor de samenleving. Het verdienmodel van deeleconomieplatforms ontbreekt vaak nog waardoor concepten niet altijd haalbaar zijn, de deeleconomie kent gevaren op het gebied van privacy, doordat een diensteneconomie ontstaat is er geen (materiële) vermogensopbouw wat risico's met zich meebrengt, deeleconomieplatforms worden beschuldigd van oneerlijke concurrentie, gebrek aan eenduidige regelgeving heeft diverse gevolgen en belastinginkomsten worden door deeleconomie misgelopen.
3. De volgende effecten van de sharing economy zijn van toepassing op wonen. Het inspelen en monitoren van huidige en toekomstige trends en ontwikkelingen en het voldoen aan specifieke voorwaarden bij het opzetten van een deelplatform op het gebied van wonen. Daarnaast zijn diverse aspecten uit de deeleconomie interessant voor bestaande danwel nieuwe woonvormen, zoals: de verschuiving van product naar dienst, de verschuiving van massaproduct naar persoonlijk product met sociale waarden, de verschuiving naar betalen voor gebruik en prestatie, het integreren van oude en nieuwe economische modellen, het toepassen van professionele vastgoedverhuur via Airbnb, het inspelen op nichemarkten, het slechten van praktische bezwaren om de deeleconomie te vergemakkelijken, alternatieve vormen van timestharing, het delen op basis van een flexibel (verplaatsbaar) woonproduct, de benadering van wonen als totaalconcept, het delen benaderd vanuit efficiency, het delen benaderd vanuit een specifieke behoefte en het delen benaderd vanuit financieel-duurzaam oogpunt.

Aanbevelingen

De aanbevelingen geven richting vanuit de effecten op de samenleving en geven aan waar nader onderzoek gewenst is op basis van de ingrediënten voor nieuwe woonvormen.

1. Benut de kansrijke maatschappelijke effecten van deeleconomie.
2. Slecht de kritische maatschappelijke aspecten van deeleconomie
3. Onderzoek de volgende kansrijke (aspecten van) nieuwe woonvormen op basis van deeleconomie nader:
 - a. Van product naar dienst
 - b. Van massaproduct naar persoonlijk product met sociale waarden
 - c. Betalen naar gebruik en prestatie
 - d. Oude en nieuwe economie integreren
 - e. Professionele vastgoedverhuur via Airbnb
 - f. Inspelen op nichemarkten
 - g. Praktische bezwaren slechten om deeleconomie te vergemakkelijken
 - h. Timesharing in een andere vorm
 - i. Delen op basis van flexibel (verplaatsbaar) woonproduct
 - j. Wonen als totaalconcept
 - k. Delen vanuit efficiency vanuit de logistiek van het leven
 - l. Delen vanuit specifieke behoeften
 - m. Delen vanuit financieel-duurzaam oogpunt

Inhoudsopgave

1	Inleiding	9
1.1	Aanleiding	9
1.2	Probleem- en doelstelling	10
1.3	Onderzoeksvragen	10
1.4	Methodologie	11
1.5	Onderzoeksopzet.....	12
1.6	Leeswijzer	13
2	Context deeleconomie.....	15
2.1	Definitie	15
2.2	Geschiedenis	16
2.3	Trends en ontwikkelingen.....	17
3	Deelnemers deeleconomie.....	23
3.1	Profiel.....	23
3.2	Motieven	24
3.3	Voorwaarden	25
4	Maatschappelijke effecten.....	28
5	Deeleconomie-platforms	36
5.1	Deeleconomie per categorie.....	36
5.2	Deelplatforms uitgelicht	36
5.2.1	Concept	36
5.2.2	Doelgroep	38
5.2.3	Businessmodel	39
5.2.4	Feiten en cijfers	40
5.2.5	Voor- en nadelen	41
5.2.6	Duurzaamheid	43
5.2.7	Technologie	44
5.2.8	Bijzonderheden.....	44
5.3	Deelplatforms gericht op ruimte delen.....	47
6	Wonen op basis van (de principes van) delen	51
6.1	Delen op basis van tijd	51
6.1.1	Vast in tijd	51
6.1.2	Flexibel in tijd	52
6.2	Delen op basis van gemeenschappelijkheid	53
6.2.1	Woonruimte delen.....	53
6.2.2	Voorzieningen delen.....	54
6.3	Delen op basis van flexibiliteit	56
6.3.1	Flexibel woonproduct.....	56
6.3.2	Flexibel gebruik.....	57
6.4	Delen op basis van doelgroep	58

7	Interviews	61
7.1	Waarden van deeleconomie.....	62
7.2	Trends en ontwikkelingen.....	62
7.3	Maatschappelijke effecten en toekomstpotentie	64
7.4	Achtergrond in deeleconomie: principe en ervaringen	66
7.5	Businessmodel deeleconomie.....	67
7.6	Kansen, mogelijkheden, waardevolle aspecten	67
7.7	Valkuilen voor nieuwe woonvormen	71
7.8	Randvoorwaarden en uitgangspunten voor nieuwe woonvormen	71
8	Conclusies en aanbevelingen	73
8.1	Inleiding	73
8.2	Conclusies	73
8.2.1	Kansrijke effecten van de sharing economy op de samenleving	73
8.2.2	Kritische effecten van de sharing economy op de samenleving	75
8.2.3	Effecten van de sharing economy op wonen	76
8.3	Aanbevelingen	80
	Epiloog en reflectie	85
	Epiloog	85
	Reflectie	86
	Geraadpleegde literatuur	88
	Bijlagen	97
I.	Potentie deeleconomie	97
II.	Airbnb en regelgeving.....	98
III.	Kansen, kritieken, effecten van autodelen	99
IV.	Sharing city Seoul.....	100
V.	Deeleconomie per categorie.....	101
VI.	Deelplatforms gericht op ruimte.....	104
VII.	Interviewschema.....	112
VIII.	Uitwerking interviews	113



DELEN IS VERMENIGVULDIGEN

1 Inleiding

1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de opzet van het onderzoek uiteen gezet.

1.1 Aanleiding

De aanleiding van dit onderzoek is de opkomst van de 'deeleconomie'.

De deeleconomie is een sociaal-economisch systeem¹ dat een alternatief vormt voor de reguliere economie en waarbij termen als delen, lenen, ruilen, duurzaamheid, samenwerking en slim consumeren centraal staan. Het idee achter de deeleconomie is dat je iets niet hoeft te bezitten, zolang je er maar toegang toe hebt. De nadruk komt minder te liggen op eigendom, maar veel meer op de prestatie die het product of de dienst levert.

De belangstelling voor de deeleconomie heeft onder andere te maken met de huidige crisissen (enerzijds de economische crisis, maar anderzijds ook de klimaat-, energie- en voedselcrisis), waardoor een groot deel van de wereld geteisterd wordt. Hierdoor is in de afgelopen jaren het besef ontstaan dat er anders omgegaan moet worden met het consumeren van goederen en diensten om grote gevolgen voor de wereld op termijn tegen te gaan. De hyperconsumptie van de afgelopen jaren, waarin bezitsvorming centraal stond, blijkt niet zonder meer te werken en er is dan ook een trend zichtbaar naar een andere manier van consumeren: collaboratieve consumptie. In tegenstelling tot het delen en ruilen van vroeger, speelt in de huidige deeleconomie het internet een belangrijke rol. Websites en apps, zoals SnappCar, Airbnb en Thuisafgehaald maken het mogelijk vraag en aanbod inzichtelijk te maken en (onbekende) vragers en ontvangers aan elkaar te koppelen en elkaars vertrouwen te winnen. Ook de omslag naar een 'participatiemaatschappij' speelt een rol in de opkomst van de deeleconomie. Aangezien de overheid uit kostenoverwegingen steeds minder zal doen, zullen mensen steeds meer zelf en steeds meer samen moeten doen. De gemeenschap wordt hierdoor steeds belangrijker dan het individu en er ontstaat ook steeds meer behoefte aan samenhang binnen de gemeenschap.

Dankzij de crisis heeft de consument een groeiend besef dat er efficiënter gebruik gemaakt kan worden van de middelen die er zijn met de daarbij behorende voordelen. Door te delen, huren, lenen of ruilen in plaats van te kopen of bezitten kan men geld uitsparen of verdienen, duurzaam bezig zijn, mensen helpen en nieuwe sociale contacten opdoen. Ook 'organiseert de consument zich de afgelopen jaren steeds meer in netwerken ('power to the people'), is zij waakzamer, weet zij zich met de voorhanden middelen zoals nieuwe media steeds beter te wapenen tegen organisaties' en realiseert zo haar doelen.²

Dit onderzoek richt zich op de effecten op de samenleving en op wonen (mogelijke nieuwe kansen voor de woningmarkt), in aansluiting op de opkomende deeleconomie. Door de transitie naar deeleconomie in combinatie met andere relevante trends en ontwikkelingen zoals hierboven omschreven, verandert de context van de woningmarkt. Doen zich daarmee nieuwe kansen in de woningmarkt voor? Heeft de deeleconomie interessante aspecten in zich die van toepassing kunnen zijn op het gebied van wonen? Wat is de motivatie van deelnemers aan de deeleconomie en hebben zij andere behoeften? Welke effecten heeft de deeleconomie op de samenleving? In dit onderzoek worden deze vragen nader onderzocht en volgt een analyse van de deeleconomie. Gezocht wordt naar het antwoord welke effecten de deeleconomie heeft op de samenleving en of de deeleconomie kan leiden tot interessante, nieuwe woonvormen in de reguliere woningmarkt en welke voorwaarden of uitgangspunten daaraan vooraf meegegeven kunnen worden.

Het onderzoek richt zich met nadruk niet op wonen met een hoge mate van gemeenschappelijkheid ('co-housing', woongroep of cpo), maar te meer op woonvormen die aansluiten op de gedachte van lenen, delen, ruilen en van bezit naar toegang en prestatie, waarbij een hoge mate van collectiviteit niet perse noodzakelijk is. Daarnaast richt dit onderzoek zich op deeldiensten voor consumenten en niet op 'doorgeefmarkten' (markten waarin spullen na gebruik niet worden weggegooid, maar doorgegeven of verkocht worden aan anderen.) en 'business-to-business' deelconcepten.

¹ Botterblom, S. (2014), Wiki: Deeleconomie, <http://www.nieuworganiseren.nu/wiki/wiki-deeleconomie/>

² Bosma, T. (2010), Van hyper- tot collaboratieve consumptie, http://www.extendlimits.nl/nieuws/artikel/van_hyper_tot_collaboratieve_consumptie#sthash.qALutG4a.dpuf

Het innovatieve karakter van het onderzoek ligt in de combinatie van maatschappelijke trends en ontwikkelingen van waaruit nieuwe woonwensen en -eisen ontstaan anno 2014. Daarbij wordt ingezoomd op de effecten van deeleconomie en op nieuwe woonwensen en -concepten. Het onderzoek is nodig om een bijdrage te leveren op de vraag hoe er ingespeeld kan worden op deze veranderende context van de woningmarkt. Gezien de verwachte groei van zowel de 'participatiemaatschappij' als de 'deeleconomie' is het belangrijk dat zowel overheden als commerciële bedrijven kennis nemen van de deeleconomie om er achter te komen wat de deeleconomie voor hen te bieden heeft, zodat zij tot een optimaal beleid kunnen komen en zo vroeg mogelijk met toekomstige business modellen in kunnen spelen op de kansen die deze nieuwe economie biedt.

1.2 Probleem- en doelstelling

Welke effecten heeft de sharing economy op de samenleving? Brengt de opkomende deeleconomie kansen voor de woningmarkt met zich mee en hebben deelnemers aan de deeleconomie andere behoeften, motivaties en voorwaarden?

Om de woningmarkt goed te laten functioneren, is het van belang om tijdig in te kunnen spelen op nieuwe trends en ontwikkelingen en zodoende het aanbod continue af te stemmen op de (nieuwe) vraag. Met dit onderzoek wordt input geleverd voor innovaties op het gebied van wonen (nieuwe woonvormen) door een analyse te maken van de deeleconomie in relatie tot de reguliere woningmarkt. Het onderwerp wordt vanuit een breed perspectief bekeken, waarbij ingegaan wordt op zowel de vraagzijde als de aanbodzijde. Bij de vraagzijde wordt ingezoomd op het profiel van deelnemers die zich bezig houden met deeleconomie en hun motivatie en voorwaarden om deel te nemen. Bij de aanbodzijde wordt ingezoomd op de diverse initiatieven van deeleconomie en de daarbij behorende uitgangspunten en randvoorwaarden en worden daarnaast andere flexibele woonvormen onder de loep genomen. Door daarnaast te onderzoeken welke effecten de deeleconomie heeft op de samenleving, wordt de relevantie van deze ontwikkeling aan de hand van kansrijke en kritische effecten in beeld gebracht.

Op basis van de aanleiding is de volgende probleemstelling geformuleerd voor deze scriptie:

Welke effecten heeft de sharing economy op de samenleving en op wonen?

Doel van deze Master thesis is het verkennen of de transitie naar deeleconomie en de bijbehorende trends en ontwikkelingen dusdanig van invloed kunnen zijn op onze samenleving dat daarmee een antwoord geboden kan worden op belangrijke vraagstukken en er andere wensen en behoeften ontstaan ten aanzien van de woningmarkt. Om als onderdeel daarvan te verkennen of initiatieven vanuit de 'deeleconomie' bruikbare aspecten in zich hebben die kunnen leiden tot veranderingen in de woningmarkt of inspiratie vormen voor nieuwe woonconcepten. Om uiteindelijk vanuit die wetenschap inzicht te hebben in behoeften, kansen en voorwaarden als input voor nieuwe woonconcepten, verdienmodellen en/of samenwerkingsvormen als antwoord op relevante maatschappelijke ontwikkelingen.

1.3 Onderzoeksvragen

Om antwoord te kunnen geven op de probleemstelling zal inzicht moeten worden gegeven in een aantal kaders en aspecten waarbinnen het thema deeleconomie zich bevindt. Hiervoor zijn een aantal deelonderzoeksvragen geformuleerd:

- Wat houdt de opkomende deeleconomie in?
- Op basis van welke trends en ontwikkelingen is deze (mogelijke) transitie van deeleconomie tot stand gekomen? En welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op (lees: kunnen bijdragen aan) de deeleconomie?
- Wat zijn de kenmerken van de primaire deelnemersgroepen van de deeleconomie, welke motivatie hebben zij en onder welke voorwaarden nemen zij deel aan de deeleconomie?
- Welke maatschappelijke effecten zouden er vanuit de transitie naar deeleconomie, kunnen ontstaan op de Nederlandse samenleving?
- Welke aspecten, principes of (achterliggende) gedachten uit (voorbeelden van) deeleconomie (in andere branches) zijn interessant/ mogelijk bruikbaar (als inspiratie) voor een nieuwe woonvorm op basis van delen?

- Welke interessante voorbeelden van woonvormen waarbij delen, lenen of tijdelijk gebruik centraal staan zijn er ((inter)nationaal) vindbaar?
- Welke specifieke randvoorwaarden en uitgangspunten moeten worden gesteld aan een nieuw te ontwikkelen woonvorm op basis van het deeleconomie-principe wil het succesvol kunnen zijn?

Vanwege de haalbaarheid van het onderzoek zal onderstaande vraag niet diepgaand onderzocht worden. Wel zal – slechts ter inspiratie – zijdelings inzicht gegeven worden in de globale antwoorden hierop, omdat die mogelijk ter inspiratie kunnen dienen of richtinggevend zijn voor een vervolgonderzoek of pilotproject.

Het gaat om de volgende ‘bonusvraag’:

- Welke denkrichtingen zijn mogelijk voor een nieuwe woonvorm?

1.4 Methodologie

Dit onderzoek is praktijkgericht en kwalitatief van opzet. In dit onderzoek heb ik gekozen voor een onderzoeksmethodiek waarbij zowel desk- als fieldresearch zijn ingezet. Voor het verkrijgen van een gefundeerd antwoord op mijn onderzoeksvragen start ik eerst met literatuuronderzoek. Dit literatuuronderzoek is gericht op het begrip deeleconomie en de context waarin zij zich bevindt, het schetsen van het deelnemersprofiel en het inzichtelijk maken van de bijbehorende motivatie, de voorwaarden die er zijn om het concept deeleconomie vanuit zowel de consument als vanuit de platformzijde te laten functioneren, op diverse bestaande deeleconomie-platforms en andere nieuwe woonvormen en initiatieven in binnen- en buitenland gebaseerd op de waarden (lenen, delen) van deeleconomie.

Ter verificatie van de literatuurstudie en om nieuwe inzichten te genereren worden diepte-interviews gehouden met experts die betrokken zijn en/of interessante opvattingen hebben over deeleconomie en kansen en effecten voor wonen die daarop aansluiten. Inhoudelijk zijn de vragen gericht op het toetsen van kenmerken van de primaire groep die deelneemt aan deeleconomie, het onderzoeken van kansen en bedreigingen ten aanzien van de deeleconomie, het onderzoeken van kansen op het gebied van nieuwe woonvormen (in combinatie met deeleconomie) en het vormen van uitgangspunten en randvoorwaarden waaraan een nieuwe woonvorm op basis van (de waarden van) deeleconomie zou moeten voldoen. Daarnaast worden de trends en ontwikkelingen die bijdragen aan deeleconomie getoetst en wordt doorgevraagd op de mogelijke effecten die deeleconomie zou kunnen hebben op de samenleving. De diepte-interviews worden gehouden met de volgende personen.

- Marloes Pomp, ondernemer/ eigenaar van Digital Action, REWEAR & IedereenORlid en veelvuldig deelnemer aan de deeleconomie. Onlangs lanceerde zij de startup REWEAR, een platform dat het mogelijk maakt om online designkleding met andere te delen. Haar uitspraak: “Be ready to share, care and wear!”³
- Thomas Rau, ondernemer/ eigenaar RAU en TurnToo en 4^e op de jaarlijkse ranglijst van ‘Duurzame 100’ van dagblad Trouw. Hij wil mensen duurzaam laten leven en pleit middels TurnToo voor een circulaire economie, waarin grondstoffen zoveel mogelijk behouden worden en waarin producten worden ontwikkeld als grondstofbank op basis van performance based consumption. Zijn uitspraak: “Ik heb licht nodig, geen lampen”⁴
- Koen Frenken, hoogleraar economie van innovatie en technologische ontwikkeling aan de Universiteit Utrecht. Hij deed onderzoek naar autodelen in Nederland. Zijn voorspelling: “We staan aan het begin van een transitie in mobiliteit waarin autodelen gemeengoed zal worden.”⁵
- Mario van Vliet, ondernemer Mokka Communicatie en schrijver van ‘Ondernemen in 2020’. Hij kijkt naar de toekomst via trends, technieken en businessmodellen. Zijn voorspelling: “Het nieuwe delen wordt een dominante trend: mensen delen hun boormachine, auto en muziek. Dat geeft enorme consequenties voor ondernemers, zoals gevestigde hotelondernemers, die het lastig krijgen door AirBnb.”
- Martijn Arets, expeditieleider Crowd Expedition en ondernemer/eigenaar van Collaborative Economy Hub en ForgetThe Box B.V., door Sprout verkozen tot beste ondernemer van het jaar 2011 en vertegenwoordigt Nederland als een van de ‘40 Young Potential European Leaders under 40’. Samen met 80 verschillende stakeholders doet hij praktisch onderzoek naar de werkelijke toegevoegde waarde en potentieel van de collaborative economy, waarbij de focus

³ <http://www.rewear.io/>

⁴ Rau, T., interview (2014)

⁵ Frenken, K., interview (2014)

ligt op het leggen van een link tussen de 'nieuwe' en 'oude' economie. Zijn stelling: "The only way to create the future is to create it."⁶

- Rob van Kalmthout, commercieel manager bij Heijmans en namens Heijmans samen met gemeente Helmond, TNO, ECN, Enexis, BOM, Stichting Kiem en Athlon Car Lease initiatiefnemer van watdeelij.nl. Hij is samen met deze partners voornemens een buurt te realiseren waar gebruik voor bezit gaat. Zijn uitspraak: "Het delen van het goede der aarde met gelijkgestemden."⁷

Naast bovengenoemde personen, worden de volgende personen via bijeenkomsten of telefonisch contact bevraagd om dieper op de achtergrond van presentaties in te gaan of specifieke onderdelen van deelvragen uit te diepen:

- Jessica de Man, Share NL
Over een introductie en stand van zaken rondom de deeleconomie.
- Harmen van Sprang, Share NL
Over de basisprincipes en de potentie van deeleconomie.
- Michel Visser, Konnektid
Over het principe, de werking en het verdienmodel achter zijn deelplatform.
- Kim Tjoa, FLOOW2
Over het principe, de werking en het verdienmodel achter zijn deelplatform.
- Peter de Groot, projectmanager Klantbelang Centraal van Achmea
Over vertrouwen en verzekeren in de deeleconomie.
- Carlien Roodink, Amsterdam Economic Board
Over de maatschappelijke kansen en bedreigingen voor een stad als Amsterdam, als 'sharing city'.

1.5 Onderzoeksopzet

De onderzoeks(deel)vragen worden deels beantwoord door het uitvoeren van een literatuurstudie die resulteert in een beschrijving van de kenmerken van de deeleconomie, zodat een analytisch kader ontstaat voor deze scriptie. Dit kader wordt gevormd door de beantwoording van de eerste twee onderzoeksvragen. Het eerste deel van de literatuurstudie richt zich daarmee op de context van deeleconomie, op de deelnemers van deeleconomie en de trends en ontwikkelingen die bijdragen aan de totstandkoming van deeleconomie.

Het tweede deel van de literatuurstudie richt zich op de overige onderzoeksvragen en daarmee op de maatschappelijke effecten, de analyse van bestaande deeleconomieplatforms en alternatieve initiatieven en ontwikkelingen van nieuwe woonvormen gebaseerd op de waarden (lenen, delen) van deeleconomie.

In de literatuurstudie wordt gebruik gemaakt van verschillende recente onderzoeken, studies, nota's en opiniestukken naar en over deeleconomie, trends en ontwikkelingen en alternatieve woonvormen op flexibele basis.

In de volgende fase van het onderzoek worden diepte-interviews gehouden met experts uit de wetenschap en de praktijk. Door waardevolle aspecten uit bestaande deelplatforms te filteren en te projecteren op het onderzoeksthema, kan worden geanalyseerd welke kansen en mogelijkheden, maar ook valkuilen en voorwaarden verwacht kunnen worden ten aanzien van het thema wonen op basis van deeleconomie. Tevens worden de resultaten uit de literatuurstudie in de expert-interviews geverifieerd.

In de laatste fase van het onderzoek wordt een antwoord gezocht op de probleemstelling. Op basis van alle verzamelde informatie uit de voorgaande hoofdstukken, wordt een analyse gevormd, op basis waarvan de hoofdonderzoeksvraag wordt beantwoord. Om te beginnen wordt geanalyseerd welke (latente) behoefte er mogelijk is op basis van de deeleconomie en waar die behoefte vandaan komt. Dit antwoord wordt gefilterd uit de hoofdstukken over trends en ontwikkelingen, motivatie en voorwaarden van de deelnemers en de overeenkomsten van bestaande deeleconomieplatforms die onderscheidend zijn ten opzichte van de reguliere economie. Ten tweede wordt geanalyseerd welke effecten er zijn voor wonen (welke voorwaarden moeten worden gesteld bij het opzetten van nieuwe woonvormen) op basis

⁶ Arets, M. (2013), Gastcollege Brand Expedition, <http://timscheele.wordpress.com/opleiding-iemes-ce/iemes-week/iemes-week-3/gastcollege-martijn-arets/>

⁷ Kalmthout, R., LinkedIn, https://www.linkedin.com/vsearch/p?orig=TSEO_SN&firstName=Rob&lastName=Kalmthout&f_G=nl%3A5908&trk=TSEO_SN

van deeleconomie. Deze komen voort uit het hoofdstuk over voorwaarden, dat ingaat op enerzijds de voorwaarden van deelnemers om deel te nemen aan een deeleconomie-platform en anderzijds op de voorwaarden om een deeleconomie-platform goed te laten functioneren en toekomstbestendig te laten zijn. Als laatste wordt geanalyseerd welke mogelijke kansen de deeleconomie in zich heeft ten aanzien van de woningmarkt. Deze ingrediënten voor nieuwe concepten voor wonen en/of wijken komen voort uit de analyse van deeleconomie-concepten en de analyse van alternatieve woonvormen op basis van (de principes van) delen en flexibiliteit.

1.6 Leeswijzer

Dit rapport is als volgt opgebouwd. Allereerst wordt in hoofdstuk 2 de context van de deeleconomie beschreven. Dit hoofdstuk vormt het kader waar binnen dit onderzoek plaats vindt. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op het profiel van de focusgroep die deelneemt aan de deeleconomie en de belangrijkste motieven en voorwaarden om deel te nemen en de voorwaarden om deeleconomieplatforms te laten functioneren. In hoofdstuk 4 worden de maatschappelijke effecten op de samenleving uiteen gezet. In hoofdstuk 5 worden een drietal bestaande deeleconomie-initiatieven met elkaar vergeleken. Hoofdstuk 6 gaat in op (inter-)nationale initiatieven en ontwikkelingen die gebaseerd zijn op de waarden van deeleconomie. In hoofdstuk 7 zijn een aantal conclusies uit de interviews uitgewerkt. In hoofdstuk 8 volgen de conclusies en aanbevelingen.

2 Context deeleconomie

In dit hoofdstuk wordt de context van de deeleconomie beschreven aan de hand van de definitie en achtergronden van de deeleconomie, de geschiedenis van delen en de trends en ontwikkelingen die bijgedragen hebben aan de ontwikkeling van de sharing economy. Dit hoofdstuk vormt het kader waar binnen dit onderzoek plaats vindt.

2.1 Definitie

De 'deeleconomie' is in opkomst. De definitie van 'deeleconomie' zou je als volgt kunnen omschrijven: "Deeleconomie omvat die consumenten in de reguliere economie die zich er op richten om het volledige nut van verbruiksgoederen, al dan niet monetair gewaardeerd, ten alle tijden en aan zoveel mogelijk mensen aan te bieden. Samen investeren om collaboratief te consumeren. En daardoor net consuminderen."⁸ Oftewel: Delen, huren of lenen in plaats van kopen en bezitten. Delen ruilen en huren/lenen, hebben de overeenkomst: je bent niet geheel de eigenaar, maar hebt recht op een deel of tijdelijk recht op het gebruik. Delen kan gaan over producten en diensten, zoals mobiliteit, voedsel, zorg, tuin, verblijfplaatsen, muziek, kennis en vaardigheden. Volgens de theorie van de deeleconomie vindt men toegang tot en prestatie van producten steeds belangrijker dan het daadwerkelijk bezitten van een product. Mensen gaan spullen en diensten op een slimmere manier met elkaar gebruiken, door persoonlijk bezit openbaar te stellen en deze onderling uit te wisselen. Met het delen in plaats van bezitten heeft men minder verplichtingen: door bijvoorbeeld gebruik te maken van SnappCar. SnappCar is geen (ver-)huurbedrijf, maar een platform met een community waar je je eigen auto kunt verhuren of van iemand anders een auto kan huren. Door de auto te delen, heeft men geen eigen auto nodig en hoeft er dus ook geen 'geld uitgegeven te worden aan wegenbelasting, hoge parkeerkosten in de stad en dure autoverzekeringen'.⁹ Daarnaast is men flexibeler: op het ene moment kiest men voor een kleine auto om gemakkelijk te kunnen parkeren in de stad en op een ander moment staat er een grote gezinsauto om met de hele familie op vakantie te gaan. En presteert de auto niet goed? Dan leent men de volgende keer een andere auto. 'Er bestaan verschillende definities over de deeleconomie, maar het delen van kennis, hulpbronnen en ervaringen via ict (internet en sociale media) staat centraal.'¹⁰

De deeleconomie noemt men ook wel 'sharing economy', 'collaborative economy', 'collaborative consumption', 'platformeconomie' of 'peer-to-peer-rental' en de gehele beweging ook wel 'sharification'. Platformen als eBay of Marktplaats zijn eigenlijk de voorlopers van deze nieuwe economie. Hoewel het daarbij in strikte zin niet om lenen, huren of ruilen gaat, wordt het kopen van tweedehands spullen ook als collaborative consumption gezien. Alles wat door anderen is gebruikt, telt mee. Andere voorbeelden van de deeleconomie, zijn Thuisafgehaald voor het delen van maaltijden met de burens, AirBnB voor het verhuren en huren van een (vakantie)huis en Peerby voor het (uit)lenen van spullen. De term 'collaborative economy' wordt ook wel breder bekeken dan de deeleconomie, dit is 'de paraplu boven stromingen als crowdfunding, crowdsourcing, makersmovement en de deeleconomie'.¹¹

De deeleconomie is er van (particuliere) transacties tussen consumenten ('peer-to-peer'), maar ook door professionele bedrijven georganiseerd voor consumenten ('business-to-consumer') en voor bedrijven ('business-to-business'). FLOW2 is een voorbeeld van een business-to-business deelplatform waar bedrijven en organisaties overcapaciteit aan bedrijfsmaterieel en kennis/capaciteiten van werknemers met/ aan elkaar kunnen delen/verhuren.

De deeleconomie onderscheidt drie systemen.¹²

- Deeldiensten: consumenten betalen voor het gebruik van een product zonder dit product zelf te bezitten. Spullen worden op deze manier tussen particulieren gedeeld of verhuurd.
- Doorgeefmarkten: markten waarin spullen na gebruik niet worden weggegooid, maar doorgegeven of verkocht worden aan anderen.

⁸ Thoelen, B. (2013) Korte Keten Column: Duurzaam gedeelte, <http://www.voedselteams.be/korte-keten-column-duurzaam-gedeelte>

⁹ YoungWorks (2013), De sharing economy: een massale mindshift of een mindfck?, <http://blog.youngworks.nl/trends/de-sharing-economy-een-massale-mindshift-of-een-mindfck>

¹⁰ Ruilen (2014), Wikipedia <http://nl.wikipedia.org/wiki/Ruilen>

¹¹ Arets, M. (2014), Maken we de deeleconomie romantischer dan zij is?, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/maken-we-de-deeleconomie-romantischer-dan-zij-is>

¹² Carabain, C., Heilbron, M., van Geffen, M. (2013), Onderzoekreeks 20 Nederlanders & de deeleconomie, NCDO, http://issuu.com/is-magazine/docs/nederlanders_en_de_deeleconomie/8

- Deellifestyles: groepen mensen met vergelijkbare interesses of behoeften die samenkomen om minder tastbaar bezit zoals tijd, ruimte, capaciteiten en geld met elkaar te delen of te ruilen.

De deeleconomie is er van vroeger (bibliotheken, waar je boeken, muziek en games leende) tot nu. Internet (sociale media, websites, apps) en de technologische mogelijkheden van nu maken het veel gemakkelijker vraag en aanbod bij elkaar te brengen. Waar vroeger het deelproces offline plaats vond, bieden nieuwe organisaties online platforms. “Nieuwe technologieën worden gebruikt om het ouderwetse delen tussen mensen makkelijker te maken en vertrouwen te wekken tussen mensen die elkaar (nog) niet kennen.”¹³ Vertrouwen vormt één van de uitgangspunten van de deeleconomie.

2.2 Geschiedenis

Het concept ‘delen’ (en ruilen, lenen, huren, geven en barteren) is alles behalve nieuw; het is echter wel opnieuw uitgevonden. In dit onderzoek, is het relevant te weten waarom en hoe vroeger gedeeld (geleend en geruild) werd en waarom geld werd uitgevonden. Om het begrip deeleconomie in de huidige tijd te duiden, staat hier een korte terugblik in de geschiedenis.

Mensen lenen al sinds de oudheid spullen aan elkaar. “Tijdelijk iets lenen in ruil voor een bedrag is in ieder geval behoorlijk oude economie (praktijkvoorbeelden: Boels of ieder willekeurig autoverhuurbedrijf) en bedrijven als eBay zijn jaren terug al groot geworden dankzij online delen. eBay faciliteert slechts, particulieren doen onderling aan ruilhandel.”⁷ “In de oudheid werd handel gedreven doordat goederen en diensten rechtstreeks uitgewisseld werden in een verhouding die onderling overeengekomen werd. Ruilen is het direct uitwisselen van goederen, diensten of producten, zonder dat er gebruik gemaakt wordt van een vergelijkende standaard als geld, goud, olie, aandelen, graan of een ander ruilmiddel. “Ruilen doe je als je er beide ‘rijker’, beter van wordt. Je krijgt iets wat je niet hebt, zonder geld uit te geven.”

Ruilhandel heeft vier grote nadelen:

- Er is niet altijd een wederzijds verlangen.
- Veel producten zijn bederfelijk.
- Het is moeilijk om producten op waarde te schatten.
- Niet elk product is deelbaar.¹⁴

Op een gegeven moment werd deze ruilhandel in meer ontwikkelde samenlevingen (een dorp of stad) steeds onhandiger en omslachtiger. Er kwam steeds meer behoefte aan een voorwerp dat algemeen aanvaard werd in ruil voor goederen en dat makkelijk te hanteren was. Zo ontstond ‘geld’. Als ruil- of betaalmiddel moet ‘geld’ aan een aantal voorwaarden voldoen. Iedereen moet dat geld graag willen hebben, het moet niet kunnen bederven, een kleine hoeveelheid en laag gewicht moet al veel waard zijn. En je moet er niet makkelijk zelf veel van kunnen maken, want dan verliest het zijn waarde.” “Geld heeft drie functies: het kan gebruikt worden als tussengoei bij transacties, het kan dienen als waardemeter voor andere goederen en het kan een spaarmiddel zijn voor latere tijden.”¹⁵

“Ruilhandel (waarvan de deeleconomie in feite een vorm van is) keert terug in geval van ‘hyperinflatie’. Wanneer het geld zeer snel in waarde daalt, verliezen de mensen hun vertrouwen in geld en accepteren ze het niet meer als betaalmiddel. Het voordeel van ruilhandel is dan dat de koper en verkoper zich geen zorgen hoeven te maken over de pijlsnel stijgende prijzen.”¹⁶

De deeleconomie verbindt een aantal ideeën uit historische stromingen¹⁷, zoals hierna staat weergegeven.

- de vrije markt: de overdracht van goederen gebeurt vrijwillig
- communisme: goederen behoren toe aan de gemeenschap
- sociologie: mensen maken altijd deel uit van een groep, dat is onze natuur
- positieve psychologie: mensen hebben de behoefte aan delen, helpen maakt gelukkiger en de gelukkige mens is productiever

¹³ Participeren via de deeleconomie (2014), <http://www.burgerschapensocialmedia.nl/participeren-via-de-deeleconomie/>

¹⁴ Geld, Ruilhandel, Wikipedia, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Geld>

¹⁵ Geschiedenis van het geld, Wikipedia, http://nl.wikipedia.org/wiki/Geschiedenis_van_het_geld

¹⁶ Ruilen, Wikipedia, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Ruilen>

¹⁷ Over de deeleconomie, <http://deeleconomie.nl/over-de-deeleconomie/>

‘Het begrip shareconomy werd in de zeventiger jaren van de vorige eeuw voor het eerst gebruikt.’¹⁸ In die tijd werd er veel met elkaar gedeeld door ‘de communes uit de good old seventies’¹⁹. Ook ‘De Witte Beweging’ pionierde hiermee vijftig jaar geleden. “Toen in een context van steeds koelere, individuelere, verstedelijkende samenleving.”⁸ ‘De kraakbeweging uit de jaren tachtig kent een rijke geschiedenis van gezamenlijke bewoning, met als afscheiding tussen privaat en gedeeld vaak niet meer dan een gordijn. Maar waar in het verleden idealistische motieven op het gebied van menselijke relaties en maatschappelijk bezit de voornaamste redenen waren voor gemeenschappelijk wonen’¹⁹, hebben deelnemers nu ook andere motieven. Vanaf 2009 werd het begrip shareconomy vaker gebruikt en heeft het een nieuwe betekenis gekregen. ‘Shareconomy wordt dan vooral gebruikt om de maatschappelijke verandering van bezit naar gezamenlijk gebruik te duiden.’¹⁰

2.3 Trends en ontwikkelingen

Diverse trends en ontwikkelingen zijn van invloed (geweest) op de ontwikkeling van de deeleconomie. Van de hieronder genoemde trends en ontwikkelingen, is een drietal factoren van directe invloed geweest: de economische crisis, de uitbreiding van sociale netwerken en de internetmogelijkheden waardoor uitwisselen en delen (gemakkelijker) mogelijk is geworden. Daarnaast ‘had deze vorm van consumptie nooit ingang gevonden in onze ontwikkelde economieën als niet aan de volgende voorwaarden was voldaan: vertrouwen in het algemeen belang, onbenutte capaciteit en technologie’.²⁰

Europese Unie en crisis

Gekeken naar de internationale context wordt Nederland sterk beïnvloed door externe ontwikkelingen. Doordat Nederland lid is van de Europese Unie, maakt zij deel uit van de Europese economische gemeenschap, waarvan zij invloeden ondervindt. “Globalisering, de kredietcrisis, de financiële crisis in enkele eu-landen en de door sommige economen voorspelde pensioencrisis beïnvloeden de Nederlandse economie en de overheidsfinanciën.” Uit bovengenoemde crisissen vloeide ook een ‘ecologische crisis en een maatschappelijke crisis’ voort.²¹ Als gevolg daarvan daalde het vertrouwen van consumenten en ontstond er een negatieve spiraal. Ook werden consumenten in de praktijk geconfronteerd met de gevolgen van de crisis, wat tot gevolg had dat men beter is gaan kijken naar wat men wel bezit, dit meer is gaan waarderen en dat men op creatieve wijze omgaat met de middelen die er zijn. ‘We kijken kritischer naar wat we besteden en denken steeds meer na over verspilling en duurzaamheid. Onder invloed van tegenslagen worden we ons bewuster van andere waarden. Deze ontwikkeling luidt de komst van de deeleconomie in als overgang naar een positieve spiraal: Er is overvloed, die is alleen niet goed verdeeld.’²¹

Mondialisering

Mondialisering vindt momenteel op grote schaal plaats. “De mondiale economie ontwikkelt zich steeds meer tot een wereldwijd netwerk van goederen-, kapitaal-, informatie- en mensenstromen dat regio’s, sociale groeperingen en economieën onlosmakelijk met elkaar verbindt. De ‘verdichting’ van de wereld versterkt wederzijdse afhankelijkheden en maakt het wereldsysteem complexer. Deze verdichting is sterk versneld door de ontwikkeling en de brede verspreiding van informatie- en communicatietechnologie en door de sterk groeiende mogelijkheden op het gebied van transport van mensen en goederen. Mensen reizen steeds vaker en steeds verder. Het is niet te zeggen hoe de houding van burgers en de politiek ten opzichte van de voortgaande mondialisering zich zal ontwikkelen. Het kan zowel resulteren in een open als een gesloten houding tegenover deze ontwikkelingen.”²²

Demografische ontwikkelingen

Demografische ontwikkelingen op landelijk gebied vormen een belangrijk element in een groot aantal structurele ontwikkelingen en hebben hun weerslag op de hele economie, woningmarkt en organisatie voor de samenleving. Enkele essentiële ontwikkelingen zijn: “De groeiende levensverwachting van mannen en vrouwen, de hogere leeftijd waarop vrouwen hun eerste kind krijgen, c.q. het uitstel van

¹⁸ Beek, van der, P. (2013), Bereid je voor op de shareconomy, <http://www.mt.nl/332/75071/business/bereid-je-voor-op-de-shareconomy.html>

¹⁹ Bakker, P. (2014), Nieuwe wensen, nieuwe woningen, De Architect, http://www.dearchitect.nl/binaries/content/assets/architect/tijdschrift+archief/2014/07/webar_p028_ar-07-10-2014.pdf

²⁰ Bataller, B. H. (2014), De deel- en ruleconomie: een duurzaamheidsmodel voor de XXIe eeuw, Europees Economisch en Sociaal Comité

²¹ Wigny, M. (2014), In 2014 doen we het samen,

<http://www.snappcar.nl/nwcontent/files/Uitvoer%20nieuwe%20pdf%20van%20afbeeldingen.pdf>

²² Veldheer V. en Bijl R. (2011), Actuele maatschappelijke ontwikkelingen 2010, Sociaal en Cultureel Planbureau

ouderschap, de toename van de kinderloosheid, de afname van het kindertal, het hoge aantal echtscheidingen, de verdunning van huishoudens, de groeiende arbeidsparticipatie van vrouwen in vooral kleinere deeltijdbanen, het stijgend opleidingsniveau van de bevolking, het stijgende gezondheidsniveau en de veranderende samenstelling van de bevolking naar etniciteit.”

In samenhang met de demografische ontwikkelingen, zijn er ook sociologische trends waar te nemen. “Vergrijzing en individualisering zijn sterke trends waarvan verwacht wordt dat die de komende jaren zullen aanhouden.”²² Andere ontwikkelingen die hun weerslag hebben op onder andere de woningmarkt zijn de toenemende emancipatie (vrouwen gaan eerst zelfstandig wonen), de toename van scheidingen en de toenemende zelfredzaamheid (jongeren en ouderen willen langer zelfstandig wonen). Dergelijke ontwikkelingen beïnvloeden maatschappelijke processen waardoor behoeften van consumenten veranderen. Zo is een mogelijk resultaat van deze ontwikkeling dat er meer eenpersoonshuishoudens komen (37% nu, naar 44% in 2060)²³, dat er meer huishoudens zijn met een laag- tot middeninkomen en dat er meer vraag is naar huurwoningen en/of naar een ander type woningen.

Decentralisatie en burgerparticipatie

Een van de politieke trends die binnen het beleid van de overheid zijn waar te nemen, is de decentralisatie van de overheidstaken. “Gemeenten worden in 2015 verantwoordelijk voor jeugdzorg, werk en inkomen en zorg aan langdurig zieken en ouderen. Een deel van deze taken hebben zij nu ook al, een deel nemen zij over van de Rijksoverheid.”²⁴ Aangezien de overheid uit kostenoverwegingen steeds minder zal doen, moeten mensen het steeds meer zelf (‘zelfredzaamheid’) en samen (‘samenredzaamheid’) gaan doen. Er vindt een verschuiving plaats van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving, waarbij de gemeenschap belangrijker wordt dan het individu en er ontstaat steeds meer behoefte aan samenhang binnen de gemeenschap. De participatiesamenleving wordt omschreven als een “samenleving waarin de burger gestimuleerd wordt zelf verantwoordelijkheid te nemen en geactiveerd wordt een bijdrage te leveren aan maatschappelijke processen.”²⁵ De omslag naar een ‘participatiemaatschappij’ speelt een rol in de opkomst van de deeleconomie. Het delen van producten en diensten door de gemeenschap kan deels een antwoord vormen.

Verschuiving macht en vertrouwen

Cultureel gezien is er in Nederland momenteel een verschuiving van macht en vertrouwen van burgers gaande. Vertrouwen wordt steeds minder gegeven aan instituten en steeds meer aan individuen.²⁶ Dat is ingegeven door de komst van het internet, waardoor er een enorme transparantie is ontstaan en er miljoenen experts zijn, die hun kennis delen op internet. Mensen hebben veel wantrouwen gekregen tegen grote organisaties, waarbij mensen het gevoel hebben dat de eigen belangen van de bedrijven zwaarder tellen dan het belang dat jij hebt als burger/consument” of het belang van een betere wereld (milieu en mensenrechten).” Mensen vinden dat zij zelf centraler moeten komen te staan en willen en kunnen nu beter zeggenschap hebben over hun eigen leven.

Netwerksamenleving

Mede ingegeven door de crisis wat functioneert als transitieperiode naar een nieuwe tijd, waarin mensen diverse zaken in het leven opnieuw uitvinden en anders invullen, komt de consument in opstand door het heft in eigen handen te nemen: ‘Power to the people’. Van hiërarchisch denken groeit de samenleving toe naar transparante netwerken waarin mensen zich verenigen. Mensen hebben steeds meer invloed dan (voorheen) de markt. “Het tijdperk van instituties is binnenkort voorbij. De financiële sector, de verzekeringsbranche, sectoren waar het vertrouwen laag is en de overhead hoog, zij krijgen het moeilijk.”²⁷ Er ontstaan diverse, vaak kleine, coöperaties die samen zelfredzaam zijn, samen dingen regelen en samen een steeds belangrijkere opponent vormen voor het reguliere bedrijfsleven. Consumenten zetten energiecoöperaties op of haken aan bij United Consumers voor collectieve inkoop van energie en regelen zelf hun financiering via crowdfunding, verzekering via het broodfonds en dragen hun steentje bij aan (mantel)zorg via Zorgvoorelkaar. De kracht van netwerken biedt op grote schaal sociaal-economische mogelijkheden. Voor de opkomst van de deeleconomie, heeft deze ontwikkeling zijn weerslag.

²³ Ministerie BZK 2012

²⁴ Decentralisatie van overheidstaken naar gemeenten, <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gemeenten/decentralisatie-van-overheidstaken-naar-gemeenten>

²⁵ Arcon, M. Wiebusch en M. Moulijn (2013), Van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving? Een zoektocht naar een andere rolverdeling tussen overheid, burgers, zorg- en welzijnsinstellingen

²⁶ Botsman, R. (2010), What's Mine is Yours, HarperBusiness

²⁷ Glind, van der, P. (2014) – Bijeenkomst ‘Business in de deeleconomie’

Van hyperconsumptie naar deeleconomie

Er is een transitie van 'hyperconsumptie' (ofwel 'wegwerpcultuur'⁴) naar 'deeleconomie' zichtbaar. In de consumptiemaatschappij van de vorige eeuw werd er – als tegenreactie na de armoede en soberheid van de tweede wereldoorlog – veel waarde gehecht aan welvaart en bezit. "Een eigen huis, koelkast, auto, boormachine en boot. We hadden het gevoel recht te hebben op welvaart, we hadden het goed en werden steeds gelukkiger." Het zou kunnen zijn dat de toenemende welvaart met zich meebracht dat men steeds gelukkiger werd door de vrijheid die dat persoonlijke bezit met zich meebracht. Tegengesteld gedacht heeft men door al dat persoonlijke bezit juist steeds minder vrije tijd, aangezien men zich enigszins verplicht voelt om gebruik te maken van al het persoonlijke bezit dat men om zich heen verzameld heeft. "Volgens trendwatchers is het rijk van de hyperconsumptie ten einde. In de huidige tijd, waarin men steeds meer zelf en samen moet doen, is men genooddaakt met elkaar te overleggen om gezamenlijk oplossingen te vinden. "Oplossingen die er toe leiden dat we het met z'n allen beter hebben in tegenstelling tot oplossingen om zelf meer te hebben." Men ziet steeds vaker in dat het bezit en het tomeloos gebruik van grondstoffen, grote gevolgen heeft voor de wereld en dat men (ook financieel gezien) elkaar nodig heeft om te overleven. Een nieuw soort economie is hiervan een direct gevolg, met daaronder de deeleconomie als beschikbaar middel. "In de nieuwe economie gaan we er van uit dat de economie er is voor onze wereld, niet dat de wereld er is voor onze economie."

Oost-westtrend

In de wereld is een 'oost-west-trend' waar te nemen. Het Oosten is de afgelopen jaren steeds welvarender geworden en produceert dan ook steeds meer nieuwe producten en diensten, waardoor het gevolg steeds groter wordt dat grondstoffen snel opraken. "Het oosten laat zich met producten en politieke systemen kapitaliseren naar voorbeeld van het westen." In het Westen leert men juist van de manier van leven in het Oosten. Dit is te zien aan de tegenbeweging van het Westen, waar men zich meer inlaat met het spirituele aspect en de immateriële luxe, zoals men dat in het Oosten gewend is." Die immateriële luxe die vanuit het Oosten geïmporteerd wordt lijkt steeds belangrijker te worden. Door de welvaart met elkaar te delen, wordt men steeds gelukkiger. Het verheffen van toegang (tot mensen en middelen) ten opzichte van bezit – oftewel: de deeleconomie – is hier direct in terug te lezen.

Individualisering, informalisering, intensivering

Andere belangrijke sociale en culturele ontwikkelingen in ons land zijn de groeiende individualisering, informalisering en intensivering.

"Individualisering is een sociologisch concept dat duidt op het toenemend belang van het individu. Mensen hebben de vrijheid om hun eigen keuzen te maken en de competenties/ vaardigheden om dat ook te kunnen doen. Individualisering en keuzevrijheid zijn terug te zien in het fenomeen van vraagsturing van dienstverlenende instellingen: het aanbod wordt nauwkeurig afgestemd op de individuele behoefte, maatwerk is het motto."²²

"Informalisering is meer dan alleen het losser worden van de omgangsvormen tussen mensen. "Organisaties hebben in toenemende mate het karakter gekregen van netwerken, vaak virtueel van aard. Informalisering in relatie tot individualisering brengt in toenemende mate persoonlijke eigenschappen en voorkeuren als grondslag van organisaties in beeld: geslacht, leeftijd, etniciteit, seksuele voorkeur, belangstellingsferen (dieren, milieu, mensenrechten) spelen een rol. Informalisering doet de scheidslijn tussen publiek en privé, tussen werk en thuis, tussen vrije tijd en arbeid vervagen." Een andere ontwikkeling is 'intensivering'. "De belevingscomponent wijst op het verlangen van de moderne mens naar intense en intensieve emotionele ervaringen met persoonlijk contact en authenticiteit." "De tijdbestedingcomponent doelt op een verhoogd levensritme en meer drukte in het bestaan, met als gevolg ook meer tijdsdruk."²⁸

Duurzaamheid

Een andere relevante ontwikkeling is de toenemende aandacht voor duurzaamheid. Onder andere de duurzame ontwikkeling van de aarde en de bedreigingen die in dat verband op ons afkomen spelen een rol: het natuurlijk milieu, de klimaatveranderingen, de co2-uitstoot, de bedreiging van de biodiversiteit, en de verspilling en vervuiling van bodem, water en lucht. Duurzaam gebruik van grondstoffen betekent dat er niet meer grondstoffen aan de voorraad worden onttrokken dan de natuurlijke aanwas. Bij duurzame ontwikkeling gaat het om de toekomst van het (samen)leven en de welvaart van mensen."²⁸ "Duurzaamheid stelt de kwaliteit van leven van huidige en toekomstige generaties centraal. Duurzame ontwikkeling is een dynamisch concept dat op vele terreinen en op meerdere maatschappelijke niveaus aandacht krijgt: op globaal niveau maar ook op lokaal niveau spelen duurzaamheidsvraagstukken. Het betreft zowel individuele als collectieve gedragingen en gedragsalternatieven, het raakt aan keuzes bij

²⁸ V. Veldheer en R. Bijl (2011), Actuele maatschappelijke ontwikkelingen 2010, Sociaal en Cultureel Planbureau

het doen van economische investeringen en stimuleringen, het heeft te maken met het veranderen van instituties en beleidsvorming, er is een verband met technologische en sociale innovaties, demografische veranderingen, gender en intergenerationele relaties, en met globalisering (cbs, cpb en scp 2009). Ook de burger krijgt meer oog voor het milieu: uit de laatste cijfers van het cbs blijkt dat mensen in toenemende mate biologisch voedsel kopen, dat is een groeimarkt, ondanks het duurdere prijskaartje.”²⁸ “Men is steeds minder bereid om tijd, geld en energie te verspillen.

Eindigheid van grondstoffen

Het besef van het almaar schaarser worden en de eindigheid van grondstoffen neemt toe. De waarde van grondstoffen en noodzaak van een samenleving waarin geen verspilling meer plaats vindt wordt steeds meer ingezien. De nadruk komt meer op beschikbaarheid te liggen in plaats van op bezit en het ‘cradle-to-cradle’-principe wordt steeds vaker toegepast. Ontwerpers houden er al bij het ontwerpen van het product, steeds vaker rekening mee dat het ooit gerecycled moet gaan worden en passen hierop het ontwerp aan.

Deeconomie en duurzaamheid

De deeconomie draagt op verschillende manieren bij aan duurzaamheid. Er wordt bespaard op grondstoffen door voorwerpen met meerdere mensen, langer en efficiënter te gebruiken. Bedrijven die producten verhuren hebben in vergelijking met bedrijven die producten verkopen meer belang bij de ontwikkeling van duurzame producten in verhouding tot ‘wegwerpartikelen’. Dit draagt bij aan een goed business model voor het recyclen van afvalstromen. Naast ecologische duurzaamheid kan lenen ook sociale duurzaamheid bevorderen doordat contacten tussen mensen ontstaan of intensiveren. Ook op het vlak van economische duurzaamheid is winst te behalen: via de deeconomie kunnen mensen met minder geld makkelijker toegang krijgen tot dure diensten en bezittingen als bijvoorbeeld advies, een vakantiehuis of een auto, een vorm van ‘welvaart delen’. De relatie tussen delen en het ontzien van het milieu wordt door Nederlanders erkend.

Flexibilisering van de arbeidsmarkt

De arbeidsmarkt flexibiliseert. “Inhakend op de demografische ontwikkelingen moet het werk met minder mensen gedaan worden en steeds meer werknemers wenst niet meer fulltime te werken. Organisaties zullen steeds vaker behoefte hebben aan tijdelijke expertise of capaciteit. Daarnaast kiezen goed opgeleide werknemers, ook nu, steeds vaker zeer bewust voor het leven als interim professional of zzp’er. Momenteel zijn er circa 650.000 zzp’ers. Vast en tijdelijk groeien naar elkaar toe als arbeidsvorm.”²⁸

Flexibilisering van het arbeidsproces en thuiswerken

Steeds meer mensen werken op een flexibele manier (‘Het Nieuwe werken’).²⁸ “Bij flexibel werken gaat het om de vrijheid voor werknemers om te variëren in werktijden, op andere locaties te werken en te wisselen in duur van de arbeidstijden. Verwacht wordt dat hierdoor enkele maatschappelijke knelpunten aangepakt kunnen worden, zoals efficiëntere kinderopvang, een betere balans tussen werk en zorg, het oplossen van files en een grotere arbeidsparticipatie.”²⁹ De komende jaren zal het aantal bedrijven en instellingen dat volgens deze principes het arbeidsproces gaat inrichten naar verwachting sterk toenemen.”²⁸ Ontwikkeling van de ICT betekent in beginsel dat meer mensen thuis kunnen werken in plaats op kantoor. De grens tussen werk en thuis vervaagt en naarmate die tendens zich voortzet, is de locatie van de werkplek van minder belang en kan men de locatie van de woonplek meer laten bepalen door factoren die met de ligging van het huis en de woonomgeving te maken hebben.”²⁸

Sociale technologie

Dankzij de opkomst van sociale media en apps op smartphones, heeft de deeconomie de kans gekregen om zich te ontwikkelen. Enerzijds door de transparantie van deze systemen, waardoor oude businessmodellen, waarbij vraag en aanbod met elkaar verbonden worden zonder meerwaarde toe te voegen, opengebroken wordt. Anderzijds door het gemak dat sociale media met zich meebrengt, waardoor men elkaar gemakkelijk kan vinden en spreken en door het vertrouwen wat door de transparantie van de sociale netwerken ontstaat om te delen met mensen die je niet kent. Via social media kan gemakkelijk iemands reputatie nagegaan worden, wat een vertrouwd gevoel geeft bij het uitlenen van spullen. Ook helpt de techniek van smartphones met GPS mee in de ontwikkeling van deeconomie. “Smartphones met GPS laten mensen zien waar de dichtstbijzijnde verhuurbare auto wordt geparkeerd, sociale netwerken bieden de kans om vertrouwen op te bouwen en te zien met wie je zaken doet en online betaalsystemen hebben de facturering sterk vereenvoudigd.”

²⁹ TNS Nipo (2010)

Ontwikkelingen woningmarkt

Zoals algemeen bekend, heeft de woningbouw last van de economische en financiële crisis. “Veel nieuwbouwplannen zijn in de ijskast gezet. Van de huidige woningvoorraad is circa 58% een koopwoning. De meeste daarvan liggen buiten de Randstad, de meeste huurwoningen staan in de vier grote steden (ssn 2009).”²⁸

“Als gevolg van enkele trends zoals de individualisering, de vergrijzing en ontgroening, tweeverdienende huishoudens en de kortere duur van relaties, is de behoefte aan differentiatie van woningen gegroeid. De kwaliteit en grootte van de woning en de woonlocatie (in verband met werk) zijn voor bewoners steeds belangrijker geworden. Het uiterlijk en de inrichting van het huis zijn voor bewoners een uiting van hun smaak, waarmee zij zich kunnen/ willen onderscheiden van anderen.”²²

De financieel-economische crisis heeft het besparen van kosten bij consumenten gevoed. Zij worden gedwongen om verder te kijken dan zij gewend waren³⁰, hebben een groeiend besef dat efficiënter gebruik gemaakt kan worden van de producten die in omloop zijn en hebben meer oog gekregen voor de beschikbaarheid en voordelen van delen. Tussen 2008 en 2010 zijn dan ook veel peer-to-peer verhuurdiensten opgekomen.

Balans werk en privé

Het vinden van de balans tussen werk en privé is een veelgehoord dilemma. Nederlanders hebben het de afgelopen decennia drukker gekregen. Zij verdelen hun tijd steeds vaker over betaald werk, huishouden, de zorg voor kinderen en vrije tijd. Dat leidt voor veel mensen tot tijdsdruk: 60% van de vrouwen en 52% van de mannen tussen de 20 en 65 heeft het naar eigen zeggen meerdere malen per maand of zelfs per week te druk.” “Anders dan burgers zien deskundigen de problemen met de tijdsorde wel als een probleem van de samenleving of arbeidsorganisaties.”²⁸

Betalen naar gebruik

Betalen naar gebruik wordt steeds vaker de standaard.³¹ Er is een trend te zien waarbij consumenten alleen nog voor de echte waarde (de daadwerkelijke prestatie) van een product willen betalen.” Door het invoeren van een eerlijker systeem van beprijzen naar gebruik, komen diverse producten (die eigenlijk een dienst worden) in het bereik van grotere groepen gebruikers en worden mensen directer afgerekend op het verbruik van producten, wat ten gunste komt van een duurzamere samenleving.

Overige ontwikkelingen

Naast bovengenoemde ontwikkelingen, verandert ook de behoefte van mobiliteit. “De veranderende mobiliteitsbehoefte komt vanuit mobiliteitsgedrag (keuzevrijheid: mobiliteitskeuzes worden steeds flexibeler, senioren blijven langer mobiel, mobiliteit wordt steeds slimmer, het nieuwe werken beïnvloedt verstedelijking en mobiliteitsgedrag), energie en innovatie (de zoektocht naar onafhankelijkheid van olie wordt intensiever, schaarste dwingt tot innovatie), financieel (druk op rendement dwingt tot andere verdienmodellen, betalen naar gebruik wordt de standaard), beleid (politiek blijft onvoorspelbaar, invloed EU neemt toe).”³¹

³⁰ Sprang, van, H. (2014), <http://www.oneworld.nl/toekomstdenkers/nieuwe-economie/minder-hebben-meer-delen/>

³¹ B. Verhoef (red.) e.a., Trends in mobiliteit (2013), RAI Vereniging



3 Deelnemers deeleconomie

3 Deelnemers deeleconomie

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het profiel van de focusgroep die deelneemt aan de deeleconomie en de belangrijkste motieven en voorwaarden om deel te nemen. Daarnaast worden de voorwaarden omschreven op basis waarvan deeleconomieplatforms kunnen functioneren.

3.1 Profiel

Internationaal zijn er diverse studies uitgevoerd naar deelnemers aan de deeleconomie. Hoewel deze studies onderling nog niet goed vergelijkbaar zijn, geven zij voldoende handvaten om meer grip te krijgen op wie aan de deeleconomie deelnemen.

Deel-bereidheid

Over het aandeel deelnemers binnen het land van onderzoek, zijn de volgende uitkomsten bekend:

Verenigd Koninkrijk:

- 64% van de inwoners participeert in de deeleconomie. ('The People Who Share', 2013,)

Verenigde Staten:

- 52% van de bevolking heeft de afgelopen twee jaar auto's, fietsen, kleren, apparaten en andere spullen gehuurd, geleend of geleased in plaats van ze te bezitten. 83 % zou dit doen als het makkelijker zou zijn. ('Sunrun/Harris Interactive, 2013,)
- 23% van de Amerikanen neemt (al dan niet actief) deel aan de deeleconomie. 60% geeft aan delen een aantrekkelijk concept te vinden. (Campbell Mithun, 2013,)

Nederland:

- 97% van de Nederlanders deelt wel eens spullen. (Nederlanders en de deeleconomie, Nederland, 2014)
- 84,1% van de Amsterdamse respondenten zou willen deelnemen aan de deeleconomie. Dit verschilt per onderdeel (objecten, auto's, ritten, maaltijden, tuinen, accommodatie en vaardigheden). Gemiddeld wil 43,8% deelnemen als gebruiker en 31,9% als aanbieder. Voor accommodatie geldt een deelnamepercentage van 58% gebruikers met een grote bereidheid en 14,2% van een neutrale bereidheid versus 13,1% voor aanbieders met een grote bereidheid en 9,7% met een neutrale bereidheid. (onderzoek Pieter van de Glind)

Zoals hierboven te lezen is, delen Nederlanders veel met elkaar. Echter, slechts 6% van de Nederlanders deelt producten via websites of apps en slechts 4% van de Nederlanders deelt producten of diensten met onbekenden. Het vaakst delen Nederlanders hun eten, maar ook het delen van kranten/tijdschriften en kennis zijn populair. Marktplaats is de populairste website onder Nederlanders om spullen te delen. "Het onder Nederlanders meest bekende platform, Airbnb, wordt door circa 200.000 Nederlanders gebruikt en steekt daarmee ver boven de andere platforms uit."³²

Profiel deelnemers

Het profiel van deelnemers van de (peer-to-peer) deeleconomie is niet eenduidig te benoemen. Enkele kenmerken zijn echter weldegelijk opvallend. Hierna staan deze beschreven.

Generatieverschil

Er is een verschil waargenomen tussen verschillende generaties. Generatie X (geboren tussen 1961 en 1980) en generatie Y (ofwel de millennials-generatie, geboren tussen 1981 en 2000) hebben in de Verenigde Staten met respectievelijk 31% en 24% het hoogste percentage deelnemers aan de deeleconomie. Het aantal babyboomers dat deelneemt ligt veel lager (15%). De babyboomgeneratie groeide op met toenemende welvaart en koopkracht. Men wilde onafhankelijk zijn en de heersende gedachte was dat jouw bezit iets zegt over hoe succesvol je bent.' De generaties daarna groeiden op in een stabiele, welvarende periode waarin bezit vanzelfsprekend was en andere waarden hoger in het vaandel kwamen te staan. Generatie Y wordt ook wel de 'early adopters' van de deeleconomie genoemd. Jonge mensen hechten minder waarde aan statussymbolen zoals de auto en hebben minder behoefte aan bezit. Het autobezit onder jongeren is dan ook afgenomen (ook de crisis speelt hierin een rol). Een auto is voor hen meer iets functioneels, een vervoermiddel en zij ontlenen hun reputatie aan hun ervaringen: wat ze doen, hoe ze dat doen en met wie'. De deeleconomie kan onderdeel vormen

³² Boekee, S. e.a. (2014), 2014 NSMO - Cijfers Sociale initiatieven – 2014, http://pt.slideshare.net/newcomresearch/2014-nsmo-rapportage-sociale-initiatieven-2014?next_slideshow=1

van die identiteit. Bijvoorbeeld door eraan deel te nemen en dat uit te dragen of te kiezen voor een specifiek deelplatform. Daarnaast helpt het mee dat generatie Y is opgegroeid met delen: het downloaden van muziek via abonnementen op i-tunes of spotify (in plaats van cd's), het streamen van films via internet (in plaats van dvd's), het nieuws bij elkaar verzamelen via facebook, twitter en blendle (in plaats van kranten) en het delen van bestanden in de cloud via dropbox en youtube. Deze generatie is niet meer gehecht aan eigendommen en wil zich niet gebonden voelen, passend bij hun flexibelere manier van leven, waarin producten en diensten zoveel mogelijk 'à la carte' tot de beschikking zouden moeten staan. Ook zijn er verschillen waar te nemen tussen jongeren en ouderen over de wijze waarop wordt gedeeld. Jonge Nederlanders delen vaker via internet of apps. 17% van de jongeren (t.o.v. 8% van de ouderen) geeft aan door het internet en de mogelijkheden op de smartphone meer te gaan delen en 8% van de jongeren (t.o.v. 5% van de ouderen) geeft aan van plan te zijn meer spullen en diensten te delen met onbekenden via deelwebsites en/of apps. Daarnaast is er een verschil tussen generaties in producten en diensten die gedeeld worden. Nederlandse jongeren delen vooral eten, dvd's, media, woningen, fietsen, kleding en muziekinstrumenten. Ouderen delen vaker kranten, tijdschriften, auto's en zorg.³³

Productverschillen in deelbereidheid

Er is een verschil in producten die meer of minder geschikt zijn om te delen. Mensen willen de deeleconomie uitproberen door gereedschap (59%), media (58%), de auto (41%) en een woonruimte (39%) te delen. Wanneer het om het uitlenen van de eigen producten gaat, is de bereidheid minder groot. 42% is bereid zijn gereedschap uit te lenen, 37% zijn fiets of een ander sportinstrument, 24% zijn elektronische apparaten, 16% zijn kleding, 15% zijn auto en 15% zijn huis. 34% is helemaal niet bereid een van genoemde producten met anderen te delen. 59% van de ondervraagden staat er voor open om, wanneer hij een koopwoning in bezit heeft, samen met de burens gemeenschappelijke producten aan te schaffen en die met elkaar te delen. Demografische variabelen laten zien dat hogeropgeleiden meer en vrouwen lichtelijk meer geneigd zijn deelplatformen te gebruiken. De bereidheid gaat licht omlaag bij hogere leeftijden. Mensen met een hoger inkomen delen vaker. Een logische verklaring hiervoor kan zijn dat zij meer bezit hebben dat deelbaar is. Ook mensen die in hogere mate altruïstische waarden aanhangen delen vaker. Voor de bereidheid om deel te nemen helpt het mee wanneer er ervaring is met deeleconomie online (bv. Marktplaats.nl) of offline (bv. tweedehandswinkels, rommelmarkten). Voor mensen die vaker offline delen en gaan deelnemen aan online deelplatforms, is het een belangrijk motief dat naast het online delen, het ontmoeten en delen zelf offline plaats vindt.

Nederlandse deelplatforms

De vijf in Nederland meest gebruikte deelplatforms, Airbnb, Peerby, de 1%-club, Thuisafgehaald en SnappCar, worden veruit het meest gebruikt door mensen in de leeftijdscategorie 20 tot en met 39 jaar, waarbij de gemiddelde leeftijd van SnappCar (met 30 jaar) veel lager ligt dan bij de andere initiatieven (36/ 37/ 38 jaar). Bij alle platforms heeft circa 60% van de gebruikers een hoog opleidingsniveau. De meeste gebruikers van alle platforms zijn in loondienst en de verhouding man/ vrouw is in de meeste gevallen redelijk gelijkwaardig, hoewel meer mannen dan vrouwen gebruik maken van Peerby (66% om 34%), de 1%-club (59% of 41%) en SnappCar (58% om 42%).³² Airbnb bevestigt het hoge opleidingsniveau met de informatie (uit 2012) die zij heeft over zijn verhuurders. 'Opvallens is het opleidingsniveau: liefst 53% van de verhuurders studeerde aan de universiteit en 89% heeft minimaal hbo.' Een andere uitspraak over de doelgroep van Airbnb: 'Het beeld van de early adopters begint dus te ontstaan: een bereisde, intellectuele elite die op een mooie plek woont (soms in een sociale huurwoning), graag wil ondernemen en graag meer inkomen zou hebben'.

3.2 Motieven

Internationaal onderzoek onder ruim 10.000 mensen in 29 landen, heeft uitgewezen dat de volgende motieven gelden voor deelnemers aan de deeleconomie, waarbij per leeftijdscategorie de volgorde van belang verschilt.³⁴

- 32% om geld te besparen
- 13% het gevoel nuttig bezig te zijn
- 13% het verkleinen van de voetprint
- 10% een bijdrage leveren om de deeleconomie te laten groeien
- 9% om individuen en kleine bedrijven te ondersteunen

³³ Kamsteeg, P. (2013), Spullen delen geeft mensen goed gevoel, <http://issuu.com/juulmartin/docs/vk-delen-19122013>

³⁴ Havas Worldwide Prosumer Report (2014), The New Consumer and The Sharing Economy

- 8% voor de ervaring, om iets nieuws uit te proberen
- 6% om nieuwe mensen te ontmoeten

De motivatie van deelnemers ligt veelal op het gebied van 'de 3 S'en: social, sustainable en saving money'.²⁷ Aanhangers benadrukken de positieve kansen van de sharing economy: 'De deeleconomie brengt vraag en aanbod op een efficiënte manier zonder tussenpersonen bij elkaar, de eigenaar verdient wat bij, de gebruiker is goedkoper uit, met slimme sites en apps is alles zo geregeld en het is ook nog eens sociaal'.³⁵

Er is een verschil in motivatie tussen huidige gebruikers en potentiële deelnemers aan de deeleconomie. Huidige gebruikers van deeleconomieplatforms gebruiken de platforms vanwege de volgende extrinsieke motieven: praktische noodzaak, financieel gewin en het krijgen van complimenten. De belangrijkste intrinsieke motivaties voor het gebruik van de platformen zijn sociaal van aard, bijvoorbeeld het ontmoeten of helpen van mensen of duurzaam van aard, bijvoorbeeld het bijdragen aan een gezond milieu.

Onder Amsterdammers die potentieel deelnemers zijn van de deeleconomie, zijn motieven vooral: geld besparen/ verdienen, mensen ontmoeten, bijdragen aan een gezond milieu, aanbeveling, sociale attitude ten opzichte van de buurt, algemene sociale attitude en milieugedrag.⁵⁴ Ook worden het helpen van anderen en het besparen van tijd genoemd.

Motieven zijn heel divers: praktisch, sociaal, duurzaam, financieel of nieuwsgierig gericht.

Samengevat zijn dit de 5 (hoofd)redenen waarom mensen deelnemen aan de deeleconomie:

1. Delen is duurzaam/ goed voor het milieu.
2. Delen bespaart geld.
3. Met delen kun je geld verdienen.
4. Delen is sociaal.
5. Delen maakt gelukkig.

Andere motivaties die genoemd worden, zijn de volgende. Delen via een deelplatform is minder bureaucratisch in tegenstelling tot bijvoorbeeld een auto huren via een autoverhuurbedrijf. De flexibiliteit is groter wanneer je geen eigendom hebt; dan leen je bij mooi weer een cabrio en wanneer je de stad in gaat een Smart. Delen staat voor gemak; bij het lenen of delen van de auto hoeft je je geen zorgen te maken over het regelen van onderhoud of de verzekering van de auto.

3.3 Voorwaarden

Er gelden bepaalde voorwaarden voor het functioneren van de deeleconomie. Enerzijds zijn dit voorwaarden van deelnemers om deel te nemen aan een deeleconomie-platform. Anderzijds zijn het voorwaarden om een deeleconomie-platform goed te laten functioneren en toekomstbestendig te laten zijn.

Om inzicht te krijgen in de voorwaarden, staat hieronder eerst genoemd wat de belangrijkste barrières bij delen zijn, waaruit blijkt dat vertrouwen de belangrijkste barrière vormt: volgens onderzoek Campbell Mithun, 2013:):

- 30%: de angst dat spullen kwijtraken of gestolen worden
- 23%: twijfels over het vertrouwen in anderen in het netwerk
- 14%: bezorgdheid om privacy
- 12%: bezorgdheid over kwaliteit van de goederen of diensten
- 12%: vraag of het wel de moeite waard is
- 9%: overige factoren

Vertrouwen is een heel essentiële voorwaarde. De transparantie die het internet biedt, ondervangt een deel van het risico en zorgt als het ware voor het vertrouwen tussen vreemdelingen. Veel websites en apps hebben een beoordelingsmogelijkheid, waarin zowel aanbieder als vrager wordt beoordeeld op bijvoorbeeld hoe de deelnemer zich heeft gedragen, het nakomen van afspraken, hoe het product of de dienst bevalen is of hoe iemand met andermans spullen is omgegaan. Daarnaast telt de online reputatie mee: op internet laat men een spoor achter van foto's en informatie. Door inzicht te geven in deze informatie, kan vertrouwen worden gewonnen. 'Hoe meer we van onszelf laten zien, hoe transparanter we zijn, hoe meer een onbekende geneigd is om je te vertrouwen'. De online reputatie zal straks de toegang bepalen tot de deeleconomie en 'privacy is daarmee de valuta die we online gebruiken om

³⁵ Schimmelpenninck, S. (2014), <http://files.quotenet.nl/pdf/Airbnb.pdf>

vertrouwen te winnen'.³⁶ 'Dit reputatiekapitaal kan worden gezien als cruciale schakel in de economie van de XXIe eeuw: de kracht van de vroegere mond-tot-mondreclame is nu vervangen door de virale mogelijkheden van de netwerkmaatschappij.'²⁰

Naast het kunnen achterlaten van reviews, waarvoor een goede 'online reputatietool een vereiste is'¹¹, ligt een ander deel van de oplossing voor het winnen van vertrouwen in het verzekeren. Aangezien mensen elkaar in beginsel vaak niet vertrouwen, biedt een verzekering uitkomst. Diverse platforms faciliteren hierin. 'Zo biedt Airbnb de 'Verhuurders Garantie' die bescherming biedt voor maximaal €700.000,- schadevergoeding aan een gedekt pand.'³⁷ SnappCar biedt in samenwerking met Centraal Beheer Achmea een verzekering aan. De autoverzekering van de auto die verhuurd wordt via SnappCar wordt hier tijdelijk vervangen door de verzekeringspolis van SnappCar. Zo wordt de no-claim van de verhuurder niet beïnvloed en is de auto all-risk verzekerd in binnen- en buitenland.

Zowel het vertrouwen in de tegenpartij alsook het vertrouwen in het deelplatform zelf zijn voorwaarden voor deelname. Naast een professionele, representatieve website, moet een deeleconomieplatform een goede klantenservice inrichten, toegankelijk zijn en gebruikersgemak en beveiliging (bijvoorbeeld bij betalingen) bieden.³⁸ Een community kan het afbreukrisico beperken door consistentie te scheppen in de verwachtingen en kritisch te blijven op het aanbod (Airbnb zet eigen fotografen in voor een waarheidsgetrouwe weergave van het aanbod en laat grote vakantieaanbieders niet toe tot het aanbod).

Kritische massa is een belangrijke essentiële voorwaarden om te slagen. Er moet voldoende, divers, hoogwaardig aanbod aangeboden kunnen worden in de omgeving waar het deelplatform werkzaam is. Autodelen werkt immers alleen als er in de omgeving voldoende deelauto's beschikbaar zijn. 'Stel dat iedereen bij het verlaten van zijn huis binnen een straal van een paar honderd meter een busje kan pakken om naar Ikea te gaan of een cabrio lenen om naar het strand te toeren. Op dat moment is delen echt makkelijker en voordeliger geworden dan bezitten. Dan krijg je de massa mee.'³⁹

Ook het hebben van een gezamenlijke behoefte is een essentiële voorwaarde voor het slagen van een deelplatform. Er moet enerzijds een behoefte naar een product of dienst aanwezig zijn die anderzijds kan worden ingevuld door de eigenaar die datgene voor een substantieel deel van de tijd zelf niet gebruikt. De aanschafprijs van het product is daarin een belangrijke factor; 'deze moet zo hoog zijn dat men zich begint af te vragen of hij niet beter kan lenen.'

Andere voorwaarden voor een interessant en functionerend deeleconomieconcept zijn: een simpel concept, volledige transparantie in aanbod en regels, eenvoudig toe te passen in de dagelijkse leefwereld, het platform moet gemak bieden, een community met mensen met commitment en het in blijven spelen op toekomstige ontwikkelingen op het gebied van technologie'²⁰

Om het platform op de lange termijn te laten functioneren is een werkbaar verdienmodel essentieel.

Voor de groei van de deeleconomie is het van belang dat voldaan wordt aan diverse van de benoemde voorwaarden. 'Het volstaat in feite te kijken welke goederen, kennis en diensten niet ten volle worden benut en kunnen worden gedeeld in een context waarin een deel- of ruileconomie gemakkelijk wortel zou kunnen schieten, bijvoorbeeld als er tegelijk sprake is van een permanente ongunstige economische situatie, een toenemende vraag naar ethische en duurzame ontwikkeling en een dagelijkse realiteit waarin de burgers steeds nauwer met elkaar verbonden zijn. Op dit moment is aan al deze voorwaarden voldaan.'²⁰

De potentie van deeleconomie hangt sterk samen met de genoemde voorwaarden. In de bijlage vindt u een beknopte omschrijving van de toekomstpotentie van deeleconomie op basis van onderzoek van hoogleraar Koen Frenken.

³⁶ Esser, K., Harder, M.R. (2013), 'Delen kan niet zonder vertrouwen', <http://www.marketingfacts.nl/berichten/delen-kan-niet-zonder-vertrouwen>

³⁷ Airbnb.nl

³⁸ Battaller, B.H. (2014), 'De deel- en ruileconomie: een duurzaamheidsmodel voor de XXIe eeuw', Europees Economisch en Sociaal Comité

³⁹ Schipper, L. (2014), Delen, het nieuwe statussymbool?, http://www.croqer.com/wp-content/uploads/2013/10/Delen-het-nieuwe-statussymbool_-_Het-Financieel-Dagblad.pdf



4 Maatschappelijke effecten

4 Maatschappelijke effecten

In dit hoofdstuk worden de maatschappelijke effecten op de samenleving aan de hand van kansen en kritieken uiteen gezet. Aanhangers van de deeleconomie zien kansen in deeleconomie in het bijdragen aan het oplossen van mondiale vraagstukken van de eeuw, op het gebied van afval, armoedebestrijding, mensenrechten, milieu, grondstoffen, de economische crisis, duurzaamheidsvraagstukken⁴⁰, sociale cohesie en economische zelfredzaamheid.¹¹ Kritieken komen onder andere van gevestigde partijen met een traditioneel business model die de deeleconomie-initiatieven als oneerlijke concurrentie zien of het commerciële aspect van deeleconomie wordt als negatief gezien, omdat volgens hen enkel mensen met bezit er op vooruit gaan en belastinginkomsten afnemen.³⁵ Ook kent de deeleconomie nog veel vragen, bijvoorbeeld over de gevolgen voor de financiële waarde ten opzichte van de reguliere economie en de betekenis voor belastinginkomsten en werkgelegenheid.⁴⁰

Ecologische duurzaamheid: waarde van grondstoffen

De deeleconomie kan een bijdrage leveren aan ecologische duurzaamheid en vormt daarmee een mogelijk antwoord op belangrijke milieuvraagstukken, zoals de eindigheid van grondstoffen. Omdat volgens voorspellingen in '2020 de materialen op raken' is het van groot belang zuinig te zijn op natuurlijke bronnen en op zoek te gaan naar nieuwe alternatieven.⁴¹ In de deeleconomie 'wordt anders geconsumeerd (niet 'geconsuminderd') door voorwerpen met meerdere mensen, langer en efficiënter te gebruiken, waardoor bespaard wordt op grondstoffen (natuurlijke bronnen).'³³ 'Ook zijn er deelinitiatieven die – vanuit idealisme of vanuit een marketinggedachte – specifiek inhaken op het aanbieden van een duurzaam product of dienst. Door er in het businessmodel vanuit te gaan dat het product veel vaker gebruikt wordt dat traditioneel zou gebeuren, kan het ineens veel interessanter worden om een duurzamer product aan te schaffen. 'Sommige technologieën bereiken het omslagpunt waarop het financieel voordeliger is om de duurzame oplossing te kiezen.'⁴¹ Op het gebied van duurzaamheid, draagt de deeleconomie bij aan duurzame mobiliteit, minder co₂-uitstoot, het verbeteren van de kwaliteit van openbare ruimten en het tegengaan van voedselverspilling en de daarvoor gebruikte energie en middelen. 'De relatie tussen delen en het ontzien van het milieu wordt door Nederlanders erkend'.³³ Duurzaamheid is voor een deel van de gebruikers van deeleconomie een motivatie om deel te nemen, voor de meesten is het een mooie bijkomstigheid.

Sociale duurzaamheid, sociale cohesie, sociale zekerheid en sociale controle

De deeleconomie kan bijdragen aan sociale duurzaamheid, sociale cohesie, sociale zekerheid en sociale controle en daarmee een maatschappelijke meerwaarde betekenen voor de samenleving. 'De deeleconomie draagt bij aan sociale duurzaamheid doordat contacten tussen mensen ontstaan of intensiveren. Het is interessant hoe een meer weerbare participerende samenleving met dit middel gestimuleerd wordt, zodat de overheid efficiënter kan werken en daadwerkelijk een aantal taken kan minimaliseren.'⁴²

Interessante sociale netwerken ontstaan ter versterking van de sociale cohesie. Deelnemers leren nieuwe mensen kennen, ze bouwen een netwerk op. Dat zorgt voor waardevolle sociale contacten, het geeft een goed gevoel, mensen kunnen elkaar helpen of een oogje in het zeil houden. 'De kracht zit niet enkel in de efficiëntie van deze organisatievorm, maar juist in het feit dat fundamenteel menselijke behoeften worden ingevuld: persoonlijk contact met échte mensen, het gevoel van 'samenredzaamheid', de behoefte aan onderlinge verbondenheid en authentieke ervaringen.'⁴³ 'Men hecht tegenwoordig meer waarde aan immateriële zaken, zoals ervaringen, waardevolle sociale relaties en flexibiliteit.'⁴⁵ Het sociale aspect blijkt voor deelnemers aan de deeleconomie een belangrijke motivatie te zijn om deel te nemen (belangrijker dan duurzaamheid³³) Platform Thuisafgehaald ziet grote sociale effecten: 'De sociale spin-off is enorm. Mensen leren elkaar kennen, doen klusjes voor elkaar en passen op elkaars huisdier of woning in de vakantie.'⁴⁴

'Door de deeleconomie ontstaat een socialere samenleving. Dat het de sociale controle vergroot is goed voor de wijk en is voor bijvoorbeeld de verzekering positief.'⁴⁵ De deelfrequentie in een wijk kan – naast de fysieke gevolgen – sociaal gezien van betekenis zijn voor de waardeontwikkeling van een wijk.

⁴⁰ Derksen, M. (2013), De opkomst van de deeleconomie, <http://koneksa-mondo.nl/2013/08/24/de-opkomst-van-de-deeleconomie/>

⁴¹ Geerdink, J. Gemeenschap, <http://www.joachimgeerdink.nl/index.php/tag/gemeenschap/>

⁴² Roodink, C., Bijeenkomst 'Business in de deeleconomie'

⁴³ Demper, D. en Voorzanger, M. (2013), Hoe de deeleconomie merken en conversaties kan veranderen, <http://www.adformatie.nl/opinie/bericht/hoe-de-deeleconomie-merken-en-conversaties-kan-veranderen>

⁴⁴ Thuisafgehaald.nl (2014)

⁴⁵ Groot, de P., Achmea, interview (2014)

Gelukswaarde

Delen heeft een positief effect op de geluksfactor en kan eenzaamheid tegengaan. 'Delen geeft een beter gevoel over jezelf, het maakt blij.'⁴⁶ 'Iedereen die helpt wordt gelukkiger. We worden gelukkiger door welvaart met elkaar te delen en toegang tot middelen en mensen boven bezit te verheffen. Want we moeten dan meer samen doen, overleggen, oplossingen vinden. Oplossingen die ertoe leiden dat we het met z'n allen beter hebben in tegenstelling tot oplossingen om zelf meer te hebben.'¹⁷ De deeleconomie leidt tot meer geluk. Voor deelnemers zijn factoren die daaraan bijdragen: het menselijke, het persoonlijke, de moeite en de beleving. De moeite die iemand 'speciaal voor jou' genomen heeft komt veel dieper binnen. 'De sociale waarde is lager bij een goedkoop hotel dan bij een even dure kamer via Airbnb. Geld komt daarmee in relatie te staan tot iets anders: waarde. De andere manier van beleven: Airbnb 'haalt de wereld dichterbij en biedt unieke ervaringen'. 'Mensen krijgen inzicht in een stad vanuit vers, lokaal perspectief, wat leidt tot een authentieke en onvergetelijke ervaring.' De moeite: het is veel leuker om een auto te lenen die iemand net zelf heeft gepoetst. Ook aanbieders van producten en diensten in de deeleconomie worden gelukkig van delen doordat het bijdraagt aan trots, waardering, sociaal contact en beleving. Eén van de motieven om een deelplatform te gebruiken is dan ook 'gewaardeerd worden'.

Burgerparticipatie

Nu de overheid zich terugtrekt, liggen er kansen voor burgerparticipatie en biedt de deeleconomie des te meer sociale kansen. Bijvoorbeeld op het gebied van welvaart en armoedebestrijding. Aangezien de verschuiving van verzorgingsstaat naar participatiestaat de consequentie met zich meebrengt dat de centrale overheid haar verantwoordelijkheden op het gebied van onder meer zorg en sociale zekerheid afstoot en burgers geacht worden direct verantwoordelijkheid te nemen voor elkaar,⁴⁷ is het van belang na te denken over nieuwe oplossingen voor deze thema's.

Eenzaamheid, (mantel)zorg en onderwijs

Naast geluk, draagt de deeleconomie ook bij aan het tegengaan van eenzaamheid en ontstaat een alternatieve wijze van zorg. De deeleconomie biedt – nu de overheid zich terugtrekt – nieuwe manieren om geïsoleerde en kwetsbare groepen te steunen, doordat gebruikers van deelplatforms taken van de overheid overnemen. Zo biedt Thuisafgehaald's nieuwste concept 'Bijzonder Thuisafgehaald' een alternatief voor het voorheen gesubsidieerde 'tafeltje-dekje' en helpt daarmee de eenzaamheidsproblematiek te bestrijden en biedt zij een vorm van mantelzorg voor oudere en kwetsbare buurtgenoten die extra ondersteuning nodig hebben. Zorg wordt van onderop georganiseerd als vervangende dienst voor wat voorheen een overheidstaak was. Dat geldt ook voor concepten zoals het 'Broodfonds (verzekeringen voor ondernemers), de Financiële Coöperatie voor banken, Zorg voor elkaar. Ook voor onderwijs zijn er talloze online academies waar men (gratis) kan leren van elkaar, zoals Skillshare en Duolingo.'⁴⁰ Een volgende stap in de oplossing kan zijn: 'Niet alleen spullen maar ook tijd en aandacht delen. Al dan niet wederkerig: eenzame ouderen passen op de kat of hond of een oude wiskundeleraar helpt kinderen met huiswerk, in ruil voor het doen van boodschappen.'⁴⁰ 'Burgers pakken publieke (zorg)taken op, veelal gebaseerd op het principe van delen en bevinden zich op het snijvlak van sociaal gedrag, burgerparticipatie en ondernemerschap.'⁴⁸

Welvaart bevorderend

Het bevorderen van welvaart door het bieden van economische waarde voor burgers, doordat zij financiële waarde creëren (geld verdienen of besparen) via de deeleconomie, is een dergelijke oplossingsrichting voor vraagstukken over kosten voor zorg en werkgelegenheid. Immers, bij voldoende welvaart onder burgers hoeft er in mindere mate een beroep gedaan te worden op het sociale zekerheidsstelsel van de overheid.

Delen levert geld op wanneer men als burger zijn producten of diensten aanbiedt, waarvoor wordt betaald of door als ondernemer een platform op te zetten in de deeleconomie. Ondernemerschap wordt dankzij de deeleconomie gestimuleerd.

Delen bespaart geld. Via de deeleconomie hoeven artikelen die niet vaak gebruikt worden niet aangeschaft te worden, maar kunnen zij (sporadisch, wanneer nodig) gedeeld worden voor veel minder geld. Ook kunnen mensen met minder geld makkelijker toegang krijgen tot dure diensten en bezittingen als bijvoorbeeld advies, een vakantiehuis of een auto, een vorm van 'welvaart delen'.⁴⁹ Verder worden

⁴⁶ Olmedo, E. (2013), 5 Reasons People Share, <http://blog.storeitsquirrel.com/?p=180>

⁴⁷ Verzorgingsstaat, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Verzorgingsstaat>

⁴⁸ Bruijn, de W. en Denters, M. (2013), Burgers bestormen de markt, <http://tegenlicht.vpro.nl/nieuws/2013/april/artikel-de-nieuwe-liefde.html>

⁴⁹ Carabain, C., Heilbron, M., van Geffen, M. (2013), Onderzoeksreeks 20 Nederlanders & de deeleconomie, NCDO, http://issuu.com/is-magazine/docs/nederlanders_en_de_deeleconomie/13

via deeleconomie kosten bespaard: consumenten bundelen krachten en een intermediair wordt uitgesloten, en – doordat deelplatforms concurrentie bieden – zijn consumenten meer in staat te betalen voor de daadwerkelijke prestatie van een product.

Schaduweconomie

De kritiek die met de positieve waarden zoals burgerparticipatie in contrast staat, gaat in op het betalen en verdienen via de deeleconomie. Zo wordt genoemd dat de 'sharing economy extra inkomen genereert maar geen banen'⁵⁰ en wordt de deeleconomie een 'schaduweconomie' of 'informele economie' genoemd: 'In de praktijk is het niets meer dan een informele economie waarmee de Amsterdamse grachtengordel elite zich verrijkt met miljoenen aan zwart geld.'⁴⁸ Kritiek gaat over de verschillen tussen arm en rijk en de voordelen voor de burger zouden in schel contrast staan met commerciële platforms.⁴⁰

Armoedebestrijding en kapitaal opbouwen

Tegenover de veroordeling over 'schaduweconomie' en als middel tegen de bestrijding van armoede kan deeleconomie (door geld verdienen en geld besparen) kansen bieden voor armere groepen. Hoewel momenteel het profiel van de deelnemers nog erg links en hoogopgeleid is²⁷³⁵, kunnen armere groepen door hun kennis of talent te delen met anderen, hun vermogen laten groeien en bezit opbouwen. 'Ook al heb je geen werk of traditioneel geld, je eigen kennis als sociaal kapitaal kun je altijd delen en daar ligt het begin.' Het 'delen' creëert verbindingen die je in staat stellen waarde te creëren, zoals iets nieuws te starten.⁴⁰ Het financiële vermogen wat burgers via deze weg op kunnen bouwen, kan van grote betekenis zijn voor het sociale zekerheidsstelsel. Uit de motivatie van verhuurders op Airbnb blijkt dat sommige de inkomsten zelfs nodig hebben om rond te komen of dat zij deze inzetten als vermogensopbouw om een eigen onderneming te starten.³⁵

Geen bezit is geen vermogen

Kritiek gaat in op de nadelen die delen in zich heeft wanneer de trend van delen zich verder doorzet naar een economie waarin alles om delen en huren draait. Critici gaan in op het ontbreken van bezittingen als veilig onderpand (bij geldnood), het niet ten alle tijden ter beschikking hebben van spullen (zorgeloze flexibiliteit?), de omgang met abonnementsvormen (en betalingsachterstanden) en de verschuiving van macht naar aanbieders van bezit. Critici zeggen: 'Geen bezit is geen vermogen.' 'Het verdwijnen van bezit kan tot meer onzekerheid en risico leiden.

Privacy

Ook wordt kritiek geleverd op de privacy-gevaaren die schuilen in een huur-samenleving. 'Bij een samenleving waarin deeleconomie een hoofdrol speelt, zijn er nadelige consequenties doordat sociale en economische relaties steeds meer via platforms gaan, waardoor informatie in handen kan komen van grote bedrijven. Verhuurbedrijven kunnen veel informatie verzamelen over huurders, waaruit (zeker gecombineerd) veel privé-gegevens te herleiden zouden kunnen zijn.¹² 'Dan zijn centraal op één plek heel veel gegevens beschikbaar. We weten wie je bent, wat je doet, leest of graag eet of drinkt. Daarmee is veel mogelijk. Producenten kunnen hierop inspelen, verzekeraars kunnen je hiervoor bestraffen of belonen.'⁴

Kansen voor de stad

De deeleconomie brengt diverse kansen voor de stad met zich mee. Deze kansen haken in op de terugtrekkende overheid danwel op het 'als vanzelf' oplossen van problematiek waar steden soms al jaren mee worstelen en leveren economie op voor de stad. Zo ziet Amsterdam diverse positieve effecten van de sharing economy voor de stad: Airbnb geeft antwoord op haar vraag 'Hoe krijgen we meer toeristen naar Amsterdam?' en Uber geeft antwoord op haar jarenlange uitdaging hoe het taxibeleid in Amsterdam beter (netter) kan.⁵⁰ 'Uber werkt probleemoplossend. Drie keer een negatieve review en de taxichauffeur is niet meer welkom.'⁵⁰ Dankzij Airbnb komen er meer toeristen in Amsterdam die langer blijven en meer uitgeven, die meer verspreid over de stad verblijven, waardoor Amsterdam meer inkomsten heeft, het bestaansrecht van winkels en voorzieningen buiten het centrum wordt vergroot en er minder problemen zijn met het verkeer.⁵⁰ Ook fysiek gezien biedt de sharing economy kansen voor de stad. Doordat meer mensen gebruik maken van deelauto's, zijn er minder auto's en dus minder parkeerplaatsen nodig en blijft er ruimte over voor kwaliteit van publieke ruimten. Ook is er minder file in de stad, wat de logistieke beweegbaarheid in de stad vergroot.

⁵⁰ Carlien Roodink (2014), interview

Economie, bedrijvigheid en werkgelegenheid

De deeleconomie heeft zijn weerslag op economie, bedrijvigheid en werkgelegenheid. Door de opkomst van een nieuwe economie, zullen 'nieuwe bedrijven ontstaan en andere verdwijnen.'⁵¹ Sceptici benoemen vooral dat de werkgelegenheid daalt, doordat nieuwe bedrijven door de huidige technologie vaak met minder mensen af kunnen en duiden op de gevolgen daarvan voor de werkgelegenheid van burgers. Ook benadrukken zij de lagere kansen van deeleconomie van de 'gewone man' vanwege het bezit dat hij niet heeft.⁵² Aan de andere kant ontstaan er wellicht nieuwe kansen voor zowel bestaande bedrijfstvormen die hun businessmodel kunnen omvormen als voor nieuwe bedrijven. Daarnaast zijn er de deelplatforms zelf die hun bestaansrecht ontleen aan de nieuwe economie en zijn er aanverwante bedrijven (bv. spin-offs van Airbnb die administratie en schoonmaak uit handen nemen⁴⁸) die bijdragen aan de economie en werkgelegenheid en profiteren bedrijven van de deeleconomie door bijvoorbeeld gebruik te maken van business-to-business deelplatform FLOW2, waar menskracht en materieel voor kleine bedrijven en zelfstandigen gedeeld worden.

Oneerlijke concurrentie

Diverse bestaande bedrijven die de trend van deeleconomie niet omarmen zien in deelplatforms extra oneerlijke concurrentie of concurrentievervalsing. Gevestigde bedrijven komen in opstand tegen de deeleconomie omdat deelplatforms veel soepeler omgaan met wetgeving/ vergunningen, fiscale regelgeving/ belastingen en verzekering en dat dit toegestaan wordt door de overheid. 'Niet elke UberPop-chauffeur heeft een dure taxivergunning of een noodzakelijke verzekering voor de passagier. Een Airbnb-verhuurder hoeft zich niet aan hygiëneregels en brandveiligheidsvoorschriften te houden. Dit kan leiden tot concurrentievervalsing.'⁵¹ Ook zijn op Airbnb meerdere gebruikers te vinden die diverse panden verhuren en daar veel geld mee verdienen, terwijl legale hotels en bed & breakfasts te maken hebben met regelgeving, belasting en controle van de overheid.⁵² ⁵³ Grofweg twee typen reacties hierop volgen. Aan de ene kant wordt voorgesteld de regelgeving aan te passen en te handhaven om de concurrentie tussen de oude en de nieuwe economie daarmee eerlijker te maken. De andere kant is van mening dat er bij een nieuwe vorm van economie een andere denkwijze en andere regels horen, omdat door te reageren vanuit oude economiemodellen en oude reflexen, vernieuwing wordt tegengehouden. Zij ziet het als een logisch gevolg dat gevestigde bedrijven zich aangevallen voelen doordat hun huidige bedrijfsmodel aan waarde dreigt te verliezen⁵⁰ en vindt dat zij zich verschuilt achter politiek en de verouderde wet- en regelgeving'.⁴⁰ 'Bestaande bedrijven zullen hun strategie moeten overwegen'⁵⁰ Deelplatformen geven overigens zelf als reactie dat er maar een zeer klein percentage van de markt van de bestaande bedrijven wordt 'ingepikt' en dat zij juist ook markt toevoegen door hun concept. 'Een stijging van 1% van de Airbnb-aanbiedingen in Texas, resulteert in een 0.05% minder afname van driemaandelijkse hotelinkomsten.' Overigens zien veel mensen kansen in de nieuwe economie, maar ook nog steeds in de oude. 'Dat de nieuwe economie opkomt betekent niet dat de oude economie direct de prullenbak in kan. Het gaat om 'best of both worlds'.⁴⁰

Regelgeving deeleconomie

Zowel bestaande bedrijven (in de 'oude economie') als diverse regelgevers zijn het er over eens dat de regelgeving rondom deeleconomie aangepast moet worden. Ook om burgers te beschermen tegen aansprakelijkheid en fraude. Anderen noemen de Nederlandse mate van bescherming 'betuttelend en vragen zij zich af 'waarom je als verhuurder van je eigen huis, waar je altijd met je eigen kinderen woont en waar het om die reden echt wel veilig zal zijn, verplicht moet worden om nu ineens specifieke maatregelen te nemen?'⁵⁰ 'Om een antwoord te bieden op de kritiek van oneerlijke concurrentie, kunnen deelbedrijven 'afspraken maken met de overheid, fiscus en verzekeraars om de deeleconomie-activiteiten transparant, eerlijk en eenvoudig te laten verlopen.' Nieuw beleid en regelgeving kan ingaan op fiscale regelgeving, stadsplanning en bestemmingsplannen, verzekeringen, recht en risico's. Aangezien de overheid in de deeleconomie kansen ziet voor de maatschappij, wil zij haar niet teveel tegenhouden in haar ontwikkeling en daarom niet al te veel zaken verbieden. Ook in diverse reacties van buitenaf wordt de overheid geadviseerd niet te verbieden, maar wel te reguleren. Door enerzijds te ondersteunen in de ontwikkeling van deeleconomie door mee te denken en vertrouwen te scheppen voor het verzekeren en anderzijds alert te blijven op de toepassing van het systeem en de gevolgen, beschermt de gemeente haar burgers en benut de overheid de kansen die de deeleconomie biedt.⁵⁴ De gemeente Amsterdam, schreef onlangs twee notities met regelgeving naar aanleiding van de opkomst

⁵¹ <http://hetvaltwelmaarnietmee.nl/>

⁵² Bouma, K., Rengers, M. (2013), Veel overtredingen bij verhuur Airbnb, <https://blendle.nl/i/de-volkskrant/veel-overtredingen-bij-verhuur-airbnb/bnl-vkn-20140830-3486331/welcome>

⁵³ De diversiteit van de deeleconomie, <http://www.jipio.nl/deeleconomie-nieuws/2014/9/4/de-diversiteit-van-de-deeleconomie>

⁵⁴ Glind, van der, P. (2014), De potentie van Collaborative Consumption / deeleconomie (in Amsterdam), http://www.os.amsterdam.nl/pdf/2013_presentatie_pietervandegind.pdf

van Airbnb. In de praktijk blijkt de overheid soepel met regelgeving om te gaan en diverse zaken (al dan niet oogluikend) toe te laten. Ondertussen denkt ook de EU na over regelgeving op het gebied van de deeleconomie. Zij hanteert een vergelijkbare insteek zoals hierboven benoemd (niet verbieden, wel reguleren en aantrekkelijk houden). 'De deel- en ruileconomie staat voor een belangrijke economische, sociale en culturele omwenteling: het is daarom de taak van de Commissie alle mogelijke belemmeringen voor de ontwikkeling van deze activiteit op Europees niveau uit de weg te ruimen en regelgeving in te voeren om de sector zekerheid te bieden op lange termijn.'²⁰

Belastinginkomsten

De deeleconomie heeft mogelijk grote gevolgen voor belastinginkomsten bij de overheid. 'In vele deeleconomie-initiatieven wordt niet of nauwelijks belasting betaald, wat een informele economie insinueert. Het is de vraag of dit enerzijds eerlijk is tegenover bestaande verhuurbedrijven en anderzijds wat de gevolgen zijn voor onze maatschappij. De overheid loopt belasting mis wanneer de deeleconomie erg groot wordt en er steeds minder belasting wordt betaald doordat een 'ruiler'/'deler' niet BTW-plichtig is waar een '(ver)koper' dat wel is, doordat doorgaans geen toeristenbelasting wordt betaald'⁵⁵ en doordat inkomsten uit deelinitiatieven vaak niet gemeld worden. Dit gaat mogelijk om tientallen miljoenen.'⁴⁹ Waar de Amerikaanse belastingdienst ('IRS') streng omgaat met de handhaving van regels rondom de deeleconomie'⁴⁹, is dit bij de Nederlandse belastingdienst nog geen speerpunt.'⁴⁹ Met de vermindering van belastinginkomsten, kunnen verschillende scenario's ontstaan. Zo kan er te weinig geld beschikbaar zijn voor het betalen van wegen en ziekenhuizen in ons land of kan er wellicht dankzij de deeleconomie die een deel van de overheidstaken over lijkt te nemen, een vergelijkbare besparing zijn, waardoor ook minder belastinguitgaven nodig zijn.

Nieuwe kansen voor gevestigde merken

Naast de gevestigde merken die de deeleconomie als een bedreiging zien, zijn er ook bedrijven die de deeleconomie juist omarmen. Zij zien in dat er een behoefte is waardoor de deeleconomie kans van slagen heeft, leert ervan en speelt erop in om het verdienmodel (op onderdelen) aan te passen. Diverse autoproducenten investeren inmiddels in autodeel concepten: BMW met carsharing via DriveNow (gedeelde BMW's en Mini's in vijf steden) en Add-on Mobility (bij koop of lease van een elektrische BMWi de mogelijkheid om bij lange afstanden een ander model te huren), Daimler met Car2Go (verhuur van elektrische auto's op diverse plaatsen in Amsterdam) en Volkswagen met Quicar.⁵⁶ Deze autofabrikanten zien in dat de vraag naar individueel vervoer is veranderd. De autoproducenten verkopen 'mobiliteit in plaats van autobezit' en de bedrijven transformeren van 'autofabrikant naar mobiliteitsaanbieder'.⁵⁷ 'In plaats van te proberen een auto te verkopen aan één persoon, wil BMW de zelfde auto negen keer verkopen.'⁵⁸ Een ander voorbeeld van het 'omdenken' van het bedrijfsmodel is Philips. 'Philips verkoopt tegenwoordig toegang tot licht in plaats van verlichting. Bij 'licht als service' betaalt men voor het licht dat men gebruikt in plaats van voor de lampen.'⁵⁹

Deeleconomie kaapt deugden

De deeleconomie zou 'deugden als vriendelijkheid, delen en gastvrijheid hebben gekaapt voor commerciële doeleinden'. Ondanks dat er met de deeleconomie geld verdiend wordt, zijn genoemde deugden van toepassing.⁶⁰ Een deelnemer van Airbnb levert een financiële bijdrage (Airbnb verdient), maar heeft ook het gastvrije gevoel. Als reactie op het kapen van deugden, wordt aangegeven dat commerciële en maatschappelijke belangen prima naast elkaar kunnen bestaan. 'Commercieel is niet meer "vies": een maatschappelijk doel dienen en daaraan verdienen is helemaal niet erg.'⁶¹ Sterker nog, dat 'eigen belang en idealen bij de deeleconomie zo dicht bij elkaar liggen', kan juist enorm positief werken. 'Mensen kunnen nu anders consumeren, wat voor hunzelf allerlei voordelen heeft, en dan ook nog de wereld socialer en duurzamer maakt. Ik vind dat een grote win-win.'⁶²

⁵⁵ Bisschop, J. S. (2014), De nieuwe economie, waar iedereen elkaars buurman is, <http://www.frankwatching.com/archive/2014/09/21/de-nieuwe-economie-waar-iedereen-elkaars-buurman-is/>

⁵⁶ Schuijt, L. (2014), Snappcar, <http://www.watbezieltonen.nl/index.php/SnappCar/>

⁵⁷ (2014), 'Samen spelen samen delen', Sprout, <http://www.sprout.nl/artikel/deeleconomie/sharing-economy-samen-spelen-samen-delen>

⁵⁸ Owyang J., Financial Times, Altimeter Group.

⁵⁹ (2011), RAU en Philips starten met 'Pay per lux', http://www.architectenweb.nl/aweb/redactie/redactie_detail.asp?iNID=25366

⁶⁰ Kreijkes, F. (2014), Konnektid in de media: Nederlandse deeleconomie wel vernieuwend en sociaal, <https://www.konnektid.com/blog/konnektid-in-de-media-nederlandse-deeleconomie-wel-vernieuwend-en-sociaal>

⁶¹ Christern, N., Van Gameren, E., Slierlings, R. (2012), Kantelpunten in ondernemerschap, Young Entrepreneur Summit/ NRC http://www.eyentrepreneurship.nl/nl/artikel/19/kantelpunten_in_ondernemerschap/
http://www.eyentrepreneurship.nl/upload/1/files/nrc_xtr_09s_10juni_2.pdf

⁶² Hart, M. het, (2014), reactie op: Maken we de deeleconomie romantischer dan zij is?, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/maken-we-de-deeleconomie-romantischer-dan-zij-is>

Deeleconomie is zakelijk

Andere kritiek die geuit wordt ten aanzien van de deeleconomie, is dat deelplatforms 'rijk kunnen worden'.⁴⁰ De deeleconomie zou 'delen' tot een zakelijke transactie degraderen', omdat 'commerciële belangen de belangrijkste drijfveren achter de deeleconomie zouden zijn.' Diverse reacties van deelplatforms en gebruikers volgden. Toegegeven wordt dat er geld wordt verdiend in de deeleconomie, maar men vraagt zich af waarom dit negatief uitgelegd zou worden, aangezien daarmee juist de genoemde deugden in de deeleconomie op lange termijn mogelijk worden gemaakt. 'Wat is er mis met geld verdienen? Namelijk, als je met het uitvoeren van je idealen niet een continue stroom van inkomsten kunt genereren, kun je op lange termijn niet meer je idealen uitvoeren en ben je niet duurzaam bezig, want het gaat op de lange termijn niet duurzaam werken.'⁴² Daarnaast hoeven geld verdienen en gewaardeerde aspecten als nieuwe sociale relaties en milieudoelinden elkaar niet uit te sluiten c.q. kunnen immateriële en financiële motieven van deelnemers prima naast elkaar bestaan. Ook zou de deeleconomie zonder financieel gewin heel klein gebleven zijn.⁴⁵ Anderen stellen voor bij de term (deel)'economie' niet direct aan geld te denken maar de economie in waarden uit te drukken. 'Waarde in de vorm van goed gevoel, sociaal, duurzaam, referentie, netwerk, exposure, kennis en ja, ook geld.'⁴¹ Ook bestaan er niet-commerciële ideële platforms (Thuisafgehaald, Couchsurfing) die via deze kritiek over een kam geschoren worden met de commerciële variant (Airbnb, Uber). Dankzij niet-commerciële platforms is het mogelijk geworden om allerlei producten en diensten gratis (zoals spullen via Peerby en kennis en vaardigheden via Konnektid) of tegen kostprijs (een volledige maaltijd via Thuisafgehaald) met elkaar te delen, wat aangeeft dat commercie niet altijd een zwaarwegend belang heeft.

Verdienmodel ontbreekt

Er is kritiek op de deeleconomie dat een goed – realistisch haalbaar – verdienmodel vaak nog ontbreekt.⁴¹ 'Diverse deelplatforms hebben nog geen geschikt verdienmodel gevonden of draaien nog niet voldoende om dat verdienmodel haalbaar te laten zijn. 'Op deze manier lijkt het realisme onder te doen voor het idealisme dat getoond wordt op de platforms.'⁶⁰ Onder andere Thuisafgehaald, Peerby, Konnektid en Rewear geven aan dat hun platform momenteel nog geen haalbare businesscase heeft. Aan de andere kant bewijzen een aantal (grote) deelplatforms, zoals Airbnb en Uber het tegendeel.⁶³ 'Startups als Airbnb en Uber groeien exponentieel.'⁶³ De waarde van Airbnb werd in maart 2014 geschat op 'zeker 10 miljard dollar (7,3 miljard euro)⁵⁵ en die van taxi-app Uber op zo'n 17 miljard dollar in mei 2014.⁶⁴ Voorspeld wordt dat de waarde van Uber kan uitgroeien tot \$200 miljard of meer.'⁶⁵ Een werkend businessmodel is essentieel om de deeleconomie toekomstbestendig te laten zijn. Voor het haalbaar maken van het businessmodel kan het helpen om de deeleconomie niet op zich te bekijken, maar het onderdeel te laten uitmaken van een groter geheel. Door de nieuwe economie te verbinden met de oude economie (integreren in het bestaande bedrijfsmodel) kan de toegevoegde waarde van een deelplatform financieel aantrekkelijk worden wanneer het bijdraagt aan bijvoorbeeld de marketing- en salespropositie of het aantal contributie betalende leden van de hoofdactiviteit van een bedrijf.⁴² Het voordeel van veel peer-to-peerplatforms voor het haalbaar maken ten opzichte van de 'gevestigde orde' is dat er weinig in producten geïnvesteerd hoeft te worden: het kapitaal van anderen wordt benut. 'Dat zorgt ervoor dat ze amper risico lopen, weinig geld nodig hebben, en daardoor heel snel kunnen groeien.'⁶³ Doordat het verkopen van producten naar het aanbieden van diensten (delen, lenen, huren) verschuift, moet een ander businessmodel ontwikkeld worden. De cashflow zal er hierdoor totaal anders uitzien. Bij alle genoemde (aspecten van) businessmodellen is het een belangrijke voorwaarde voldoende kritische massa te hebben. Daaraan ontbreekt het vaak (nog).

Mogelijke businessmodellen

Mogelijke onderdelen van businessmodellen die bijdragen aan het economische rendabel maken van deeleconomieplatforms kunnen de volgende zijn:

- Abonnementsgeld: Verhuurders van Behomm maken de eerste 50 dagen gratis gebruik van het deelplatform en betalen daarna €40,- per kwartaal of €95,- voor een jaar. Bij FLOOW2 betaalt de verhuurder voor het plaatsen van 30 items op de site €75,- per maand. Ongelimiteerd gebruik kost €100,- per maand.
- 'Makelaarsmodel': percentages vragen (in de vorm van een fee) per transactie of per tijdseenheid ('huren per minuut').

⁶³ Noort, W. van, (2014), De zes geheimen van Airbnb, Uber en Tesla,

<http://www.elsevier.nl/Economie/achtergrond/2014/10/De-zes-geheimen-van-Airbnb-Uber-en-Tesla-1616165W/>

⁶⁴ Kraan, J. (2014), 'Waarde taxi-app Uber schiet omhoog naar 17 miljard dollar', <http://www.nutech.nl/apps/3785536/waarde-taxi-app-uber-schiet-omhoog-17-miljard-dollar.html>

⁶⁵ Boerop, L. (2104), Google Ventures: 'Taxi-app Uber wordt meer waard dan Toyota', <http://www.quotenet.nl/Nieuws/Google-Ventures-Taxi-app-Uber-wordt-meer-waard-dan-Toyota-121693>

- 'Upselling'⁴² : het koppelen, aanbieden en meeverkopen van alternatieve diensten aan het platform, zoals verzekeringen of marketing.
- Verkoop van ('big')data: Diverse deelplatforms (of wellicht een overkoepeld deelplatform a la Google) beschikken bij elkaar over zeer veel informatie van deelnemers. Deze informatie is van grote waarde voor bedrijven die hierdoor heel specifiek doelgroepen kunnen bedienen op hun wensen.
- Winst maken op verzendingen: Wanneer op grote schaal producten worden verzonden (zoals de jurken van Rewear) waardoor schaalvoordeel te behalen valt, kan een winstmarge ontstaan voor het bedrijf.
- (Gesponsorde) acties en evenementen: Acties en evenementen hebben een goede kans van slagen doordat deelplatforms vaak een heel specifieke doelgroep goed in beeld hebben.
- Advertentieruimte op de website/ het platform verkopen
- Betaalde sponsoracties en evenementen organiseren
- Aanvullende diensten en producten ontwikkelen in aansluiting op het initiatief en de deelnemersgroep die bereikt wordt.

Kosten kunnen bespaard worden, wat de kans op winstgevendheid van het bedrijf vergroot:

- Schaalvoordelen bij de inkoop van producten (bv. Car2Go)

Financiering kan op alternatieve wijze gemakkelijker georganiseerd worden:

- Crowdfunding: een mogelijke financieringsstrategie voor deelplatforms. Aangezien deelinitiatieven vaak een hoog sociaal karakter en veel betrokkenheid kennen, kan het funden van de investering door crowdfunding snel goed werken. Daarnaast levert crowdfunding veel ambassadeurs op. Immers, de investeerders geloven in het platform en zullen er gebruik van gaan maken en andere mensen enthousiasmeren. Aangezien de kritische massa een belangrijke voorwaarde is voor het bestaansrecht – ook financieel gezien – van een deelplatform, is het toevoegen van schaalgrootte via deze weg interessant.

In de bijlagen bij dit hoofdstuk vindt u:

- een toelichting op de werking van Airbnb in samenhang tot regelgeving
- een voorbeeld van kansen, kritieken en effecten van autodelen
- een toelichting op sharing city Seoul: een van de koploper in de wereld op het gebied van deeleconomie.



5 Deeleconomie-platforms

5 Deeleconomie-platforms

In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de brede schakering van thema's waarin bestaande initiatieven op het gebied van deeleconomie bestaan en worden een drietal bestaande deeleconomie-initiatieven – Snappcar, Uber en Airbnb – met elkaar vergeleken.

5.1 Deeleconomie per categorie

De deeleconomie kan op diverse vlakken in het leven een rol spelen. Van dienst tot product en van ruimte tot kennis. In dit hoofdstuk worden de thema's benoemd om een indruk gegeven van de bandbreedte van thema's en principes die bestaan om er in een volgend hoofdstuk enkele uit te werken. Een beknopte beschrijving van bestaande platforms binnen de thema's vindt u in de bijlage.

Via onderstaande categorieën kunnen deelplatforms ingedeeld worden:

- Ruimte/ verblijf: tijdelijke of permanente woonruimte, kampeerplekken, werkruimte, buitenruimte, parkeerplaatsen, toilet.
- Vervoer, mobiliteit, transport: autodelen, carpoolen, treinkaartje delen, taxi, boot, fiets, scootmobiel.
- Eten/ maaltijden: zelfgemaakte maaltijden koken of kopen, alternatief uit eten, overgebleven levensmiddelen delen.
- Spullen: allerhande spullen en gereedschap, wasmachines, bedrijfsmaterieel, 3D-printer, kleding, boeken.
- Menskracht en kennis: diensten, tijd, menskracht, kennis en talent via elkaar iets leren, voor elkaar zorgen, menskracht uitlenen, onderwijs en educatie, hulp, tips, innovatie, klussen, repareren en oplossingen delen.
- Overig: sociale leven, ervaringen, inspiratie, foto's, correspondentie, video's, muziek, financiering, energie, verzekering, kunst en cultuur, krant, Wi-Fi.

5.2 Deelplatforms uitgelicht

In dit hoofdstuk wordt een drietal succesvolle voorbeelden van deeleconomie toegelicht aan de hand van de volgende thema's: concept, doelgroep, businessmodel, feiten en cijfers, voor- en nadelen, duurzaamheid, technologie en overige bijzonderheden. De gekozen voorbeelden – Snappcar, Uber en Airbnb – komen uit diverse branches. Doel van deze analyse is om te onderzoeken welke aspecten vanuit de deeleconomievoorbeelden relevant zijn als antwoord op de vraag welke kansen er zijn voor het thema wonen. Voor het beschrijven van specifiek deze voorbeelden van deeleconomie is gekozen omdat ten eerste over deze drie concepten veel informatie beschikbaar is. Ten tweede omdat deze drie concepten het meest succesvol blijken te zijn qua financieel haalbaar businessmodel, aangezien er in dit onderzoek gezocht wordt naar realistische, haalbare, kansen. Daarnaast is specifiek voor het uitdiepen van Airbnb gekozen, omdat dit platform op het gebied van wonen momenteel de grootste in deeleconomie is. Hoewel het in dit concept gaat om tijdelijke woningen en dit onderzoek betrekking heeft op meer permanent wonen, kunnen er hieruit, voor het toepassen van de deeleconomie in de reguliere woningmarkt toch lessen getrokken worden.

5.2.1 Concept

1. SnappCar

SnappCar is een online platform, waar auto's die in privé bezit zijn, met anderen gedeeld worden. Meerdere personen hebben toegang tot verschillende auto's, waar zij gebruik van kunnen maken. Men huurt de gewenste auto van een privépersoon via platform SnappCar. Dat SnappCar geen eigen wagenpark heeft, maar gebruik maakt van bestaand bezit is een groot verschil met andere platforms zoals Greenwheels en Car2Go, waarbij gebruikers auto's huren van een verhuurbedrijf. SnappCar omschrijft het concept zelf als volgt: 'SnappCar.nl is de grootste Nederlandse online community waar particulieren makkelijk en veilig hun auto met elkaar kunnen delen. SnappCar brengt de vraag en het aanbod van ruim 35.000 particulieren bij elkaar. Met een allrisk verzekering (via Centraal Beheer Achmea), grondige checks van huurders en o.a. afhandeling van parkeer- en verkeersboetes neemt zij alle zorgen voor deelnemers weg. Bovendien is een auto (ver)huren via SnappCar voordelig, duurzaam

en sociaal.' Het ultieme doel van SnappCar is dat er 'in 2017 1 procent minder auto's in Europa rondrijdt, dat de gebruikers van deze 250.000 auto's in Europa delen via SnappCar en dat er als gevolg daarvan minder vervuiling in Europa zal zijn. Nu zijn er nog 250 miljoen auto's in Europa die gemiddeld 23 uur per dag stil staan.' Volgens SnappCar zijn directe gevolgen van autodelen: een forse reductie co2-uitstoot die vrij komt tijdens het rijden en tijdens de productie, autodelen zorgt voor bewuster rijgedrag en autodelen zorgt voor meer sociale cohesie tussen mensen onderling, doordat zij elkaar ontmoeten.

2. Uber

Uber is een app waarmee je een taxi ('auto met chauffeur') kunt bestellen, zonder dat er een taxicentrale aan te pas komt en waarbij de service hoger is in vergelijking tot een gewone taxirit.⁶⁶ Belangrijke waarden van Uber zijn dat het een hoogwaardige taxiservice is, dat het gebruiksvriendelijk werkt en betaalbaar is. 'Uber onderscheidt zich door wat er ná het bestellen gebeurt: Een nette chauffeur in een luxe auto die op tijd komt, services in de taxi zoals een krant, drankje en iPad, traceerbaarheid of de chauffeur de kortste route neemt, het verschuldigde bedrag wordt afgeschreven van je creditcard en de chauffeur wordt beoordeeld.⁶⁷ Via de app zoekt men op de kaart waar alle beschikbare Uber-taxi's rijden, waarna men de chauffeur en auto uitzoekt op basis van voorkeur voor merk, type of beoordeling en een taxi oproept voor een rit. Vervolgens spreekt men rechtstreeks af met de chauffeur, krijgt men aan de hand van de ingevoegde eindbestemming een prijsindicatie zodat men weet waar hij aan toe is en ziet men de exacte voortgang van de chauffeur naar de locatie waar men wacht.⁶⁸ Klanten betalen bij Uber per kilometer en de duur van de rit.⁶⁹ Uber omschrijft het concept zelf als volgt: "We maken een dienst die eerst alleen beschikbaar was voor VIP's en directeuren nu beschikbaar voor iedereen. We zorgen voor een geweldige ervaring om je gehuld in comfort van A naar B te verplaatsen".^{67 70} Uber heeft als doel mensen op een betere, betrouwbare en voordelige manier door de stad te vervoeren dan traditionele taxidiensten.⁷¹ Uber komt oorspronkelijk uit San Fransisco en bereidt zich uit. In Nederland is het momenteel alleen binnen de stadsgrenzen van Amsterdam of Rotterdam mogelijk om via de app een taxi op te roepen.⁷² Uber biedt continue nieuwe diensten aan die zich van elkaar onderscheiden, zoals: UberBlack en UberLux (professionele chauffeur met officiële taxi via de app, qua prijs hoger of vergelijkbaar met een normale taxi, maar met zekerheid van een nette, vriendelijke en betrouwbare chauffeur), UberX (goedkope versie van normale Uber, chauffeurs met licentie, maar minder luxe auto), UberXL (voor auto's met minimaal zes plekken), Uber Family (auto's met kinderzitjes), UberPool (ritprijs delen met iemand die dezelfde kant op moet), UberPop (particulieren kunnen zich aanbieden als taxichauffeur, 40% goedkoper dan met reguliere taxi, beoordeling via de app)⁶⁹ en Uber Zakelijk (maakt declareren van UberPop-ritten gemakkelijk). In Nederland zijn momenteel UberBlack, UberLux en UberPop (illegaal) beschikbaar.

3. Airbnb

Airbnb is een online marktplaats die mensen aan elkaar verbindt voor de verhuur van accommodaties. 'Airbnb is een afkorting voor AirBed & Breakfast'.⁷³ Particulieren stellen (een deel van) hun huis als slaapplek beschikbaar en reizigers kunnen hier gebruik van maken tegen betaling van het tarief dat de huiseigenaar zelf bepaalt.⁷⁴ Airbnb biedt daarmee een alternatief voor reguliere hotels dat vaak goedkoper is en een meer unieke, authentieke, reiservaring biedt. Doordat de 'locals' reizigers inzicht geven in hun lokale leven, zien reizigers hoe zij wonen en leven, welke gebruiken er zijn en ontvangen zij persoonlijke tips over restaurants, culturele activiteiten en bezienswaardigheden. Daarnaast worden in tegenstelling tot vaak meer standaard hotels, unieke slaapplekken – van stadsappartement, tot boomhut en kasteel - aangeboden op Airbnb. Airbnb beschikt over een groot aanbod aan slaapplekken in verschillende categorieën (gedeelte kamer, privékamer en volledig huis of appartement) en prijsniveaus. Airbnb controleert de presentatie van het aanbod op waarheid en wekt vertrouwen door

⁶⁶ Lamprecht, A. (2014), De digitale butler voor de hospitality industrie: personalisatie #etravel14, <http://www.travelnext.nl/de-digitale-butler-voor-de-hospitality-industry-personalisatie-etravel14.html>

⁶⁷ Blom, E. (2013), Niek van Leeuwen (Uber): "Uber brengt je gehuld in comfort van A naar B", <http://www.marketingfacts.nl/berichten/niek-van-leeuwen-uber-uber-brengt-je-gehuld-in-comfort-van-a-naar-b>

⁶⁸ Wat maakt Uber anders dan een normale taxi?, <https://support.uber.com/hc/nl/articles/201968463-Wat-maakt-Uber-anders-dan-een-normale-taxi>

⁶⁹ Hoek, C. van (2014), Uber: De opkomst van de populaire, maar controversiële taxi-app, <http://www.nutech.nl/apps/3783253/uber-opkomst-van-populaire-maar-controversiele-taxi-app.html>

⁷⁰ Steijger, R. (2014), Spraakmakende startups: Uber, iedereen een eigen privé-chauffeur, <http://www.remysteijger.nl/spraakmakende-startups-uber/#sthash.9aSMtDw2.dpuf>

⁷¹ Ruhaak, S. (2014), Ondernemen in de niche, <http://www.baaz.nl/content/ondernemen-in-de-niche>

⁷² RTL Nieuws (2014), Uber-app: wat is het nou eigenlijk?, <http://www.rtlnieuws.nl/nieuws/binnenland/uber-app-wat-het-nou-eigenlijk>

⁷³ Henk-Jan (2014), Wat is Airbnb en waarom is het bedrijf 10 miljard waard?, <http://emarketingblog.nl/2014/03/wat-is-airbnb-en-waarom-in-het-bedrijf-10-miljard-waard/>

⁷⁴ Schram, C. (2013), TIP: Op reis met Airbnb, <http://www.reisdoc.nl/tip-op-vakantie-met-airbnb/>

een goed beoordelingssysteem tussen verhuurder en huurder en door te zorgen voor een verzekering. De verhuurder kan gebruik maken van een reserveringssysteem en betalingen worden via Airbnb afgehandeld. 'Airbnb bevindt zich in meer dan 30.000 steden en 192 landen. Door de boekingen te faciliteren en de financiële transacties te regelen, maakt Airbnb het proces van adverteren en verhuren makkelijk en efficiënt.'⁷⁵ Particulieren kunnen gemakkelijk bijverdienen door een ongebruikte kamer of appartement te verhuren.

Airbnb omschrijft het concept zelf als volgt: 'Airbnb is een marktplaats waar gasten ruimtes bij verhuurders kunnen boeken, en waar mensen die plek over hebben in contact komen met degenen die op zoek zijn naar een plek om te verblijven. Door hun ervaringen op Airbnb bouwen gasten en verhuurders echt contact op met mensen van over de hele wereld.'⁷⁶ De filosofie van de oprichters van Airbnb: De oprichters zien AirBnB meer als een community dan als een bedrijf. 'De site nodigt gebruikers uit om terug te gaan naar een tijd waarin het mogelijk en veilig was om bij volkomen vreemden aan te kloppen, toen het alleen maar fijn was om dingen met elkaar te delen, want niemand was eigenlijk vreemd van elkaar.'

5.2.2 Doelgroep

1. SnappCar

Onderzoek van SnappCar wijst uit dat de 'gemiddelde gebruiker 25 tot 45 jaar is en een inkomen heeft boven modaal'. De gemiddelde leeftijd van zowel huurders als verhuurders bij SnappCar ligt onder de 40 jaar. Verhuurders zijn gemiddeld 5 jaar ouder dan huurders. Mensen die elkaar al kennen, lenen vaker van elkaar. Gebruikers van SnappCar vinden het sociale aspect van auto's delen het belangrijkste.

2. Uber

In eerste instantie richtte Uber zich met name op de niche van stedelingen met een hoger inkomen, passend bij de duurder variant uit het Uberpakket die als eerste geïntroduceerd werd. 'Onze doelgroep waren mensen die zich op comfortabele manier door de stad willen verplaatsen en een wat hoger inkomen hebben. De ritprijs lag zo'n 20 tot 25 procent hoger dan een gewone taxirit en daarvoor kreeg je een nette chauffeur in pak, een mooie auto en wat te drinken achterin.'⁷⁰ Uber richt zich op een specifieke 'lifestyle'. De focus ligt binnen de omschreven doelgroep op de niche: 'reizigers die van luxe houden'.⁷⁷ Uber richt zich op alles omtrent 'reizen anno nu'. 'Alles om de consument het hof te maken'. De waarden van Uber sluiten daar perfect op aan. 'Uber is sexy, classy en persoonlijk.'⁷⁷

Dat met name yuppen (met hogere inkomens)⁷⁸ gebruik maken van Uber, blijkt uit de kaarten die Uber onlangs openbaar maakte en die de ritten visualiseren in honderden steden. Daarin zijn 'de rijke districten qua ritten wel heel erg oververtegenwoordigd'.⁷⁹

Aangezien de doelgroep van stedelingen met een hoger inkomen niet erg groot bleek, is Uber erg van hen afhankelijk⁷¹ en heeft zij de doelgroep verbreed door het dienstenpakket steeds verder uit te breiden. Zo maken nu ook gezinnen, mensen die minder geld voor een taxi over hebben en grote groepen van de dienst gebruik. Naast de particuliere markt, wordt ook de stap naar de zakelijke doelgroep gemaakt.⁸⁰

3. Airbnb

Voor Airbnb is geen specifieke doelgroep vastgesteld. Het platform is geschikt voor iedereen die een accommodatie wil huren of verhuren.⁸¹ Airbnb geeft aan dat haar netwerk bestaat uit 'een community van onafhankelijke, veelal jonge (gemiddelde leeftijd van 35) gebruikers die gepassioneerd zijn over het bedrijf en enthousiast zijn om de wereld te verkennen en te verrijken door het delen van ruimte'.⁸² Onderzoek van Airbnb zelf (2012) geeft aan dat deelnemers aan het platform een 'opvallend hoog opleidingsniveau hebben: 53% van de verhuurders studeerde aan de universiteit, 89% heeft minimaal hbo. Dus geen doorsnee van de Nederlandse bevolking. Volgens Quote ontstaat het beeld van 'early

⁷⁵ Airbnb verified Facebook Page Statistics, <http://www.socialbakers.com/facebook-pages/447910818591344-airbnb>

⁷⁶ Wat is Airbnb?, <https://www.airbnb.nl/help/article/1>

⁷⁷ Elbers, L. (2014), The Uber of festivals, vluchten en Google?, <http://www.travelnext.nl/uber-of.html>

⁷⁸ Awwad, T. (2014), Waarom Nederlandse taxichauffeurs niet tegen Uber protesteren, <http://www.nu.nl/economie/3800375/waarom-nederlandse-taxichauffeurs-niet-uber-protesteren.html>

⁷⁹ Zandstra, P. (2014), Waar wonen de jonge verdieners? Uber kan een hint geven, <http://www.nrc.nl/carriere/2014/04/25/waar-wonen-de-jonge-verdieners-uber-denkt-het-te-weten/>

⁸⁰ Oever, R. van den (2014), Uber mikt nu ook op de zakelijke taxiklant, <http://www.sprout.nl/artikel/deeconomie/uber-mikt-nu-ook-op-de-zakelijke-taxiklant>

⁸¹ Sophie (2013), Airbnb, <http://portfoliosophie1.wordpress.com/2013/05/01/airbnb/>

⁸² Geel, R. van (2013), Zakelijk gebruik social media | AirBnB, <http://rensonline.wordpress.com/2013/06/05/zakelijk-gebruik-social-media-airbnb/>

adopters': 'een bereisde, intellectuele elite die op een mooie plek woont (soms in een sociale huurwoning), graag wil ondernemen en graag meer inkomen zou hebben.'⁸³ 'Deelnemers aan Airbnb lijken op elkaar. Het is een vaak jonge, stedelijke, kosmopolitisch ingestelde doelgroep en afkomstig uit de hedonistische middenklasse; hun wens om geld te verdienen is groter dan hun gevoel van privacy; zij reizen vaak en graag; zij wonen in een grote stad en willen graag vakantie houden in een grote stad in een ander land.'⁸³ De motivatie voor verblijven via Airbnb komt voort uit de veranderende wens naar meer luxe, flexibiliteit, aandacht en een 'persoonlijke touch'.⁸⁴

Het hierboven geschetste beeld lijkt te kloppen met de praktijk, wanneer Nederlandse wijken waar frequent verhuurd wordt via Airbnb vergeleken worden ten opzichte van wijken waar dit minder het geval is. 'De typische Airbnb'er woont in een buurt met veel 25- tot 44-jarigen, met veel ongehuwde inwoners (61,5% tegenover 44,7% landelijk) en eengezinshuishoudens (54,8% en 29,9% landelijk) rondom het centrum van een grote stad.' Met name in Amsterdam worden veel woningen verhuurd.

Naast dit genoemde profiel zijn er ook diverse ondernemers die gebruik maken van Airbnb om appartementen en woningen te verhuren via het platform.⁸⁵ 'Ondernemers die de website vroeg ontdekten, zagen al snel het potentieel van de website en bieden momenteel meerdere huizen, appartementen of kamers aan.'⁸⁵ De onderverdeling tussen particulieren en de zakelijke markt, kan globaal aan de hand van het aantal appartementen dat verhuurd wordt, bepaald worden, hoewel dat niet exact het geval is. Ter illustratie wordt de onderverdeling (in juli 2014)⁸⁵ inzichtelijk gemaakt:

- 7.300 Nederlanders bieden één woning aan op Airbnb.
- 900 personen hebben twee of drie advertenties geplaatst. 'Hier zitten echter ook veel mensen bij die hun woning hebben opgeknapt en een nieuwe advertentie publiceren zonder de oude te verwijderen.'
- 172 personen hebben minstens vier advertenties op Airbnb⁸⁵.

Aan de kant van de reizigers, blijken in de praktijk, naast vakantiegangers, ook steeds meer zakelijke reizigers gebruik te maken van Airbnb.⁸⁶

5.2.3 Businessmodel

1. SnappCar

Snappcar is een commercieel deelplatform. 'Als je sociaal maatschappelijk succesvol wilt zijn, dan moet er een businessmodel achter zitten waarmee je geld kan verdienen.' De service en de verzekering zijn de basis van het verdienmodel van SnappCar. Een vast bedrag van €10,- komt bovenop het verhuurbedrag, waarvan ongeveer de helft op gaat aan het betalen van medewerkers en algemene kosten. De andere helft van de fee gaat op aan verzekeringen, waarvoor SnappCar een deal heeft met Centraal Beheer Achmea. Daarnaast wordt € 2,50 aan transactiekosten in rekening gebracht. Aangezien de verzekering een vast onderdeel vormt van het verhuurbedrag en deelnemers de verzekering een belangrijk onderdeel blijken te vinden van het concept, blijven mensen – ook nadat ze elkaar persoonlijk hebben leren kennen – elkaars auto huren via SnappCar.

2. Uber

Het verdienmodel van Uber draait om commissie. Op elke taxirit wordt 20% van de ritprijs afgestaan door de chauffeur aan Uber. 'De app berekent de ritprijs, zodat iedere Uber-chauffeur een zelfde tarief rekent voor dezelfde afstand.'⁸⁷ Bovenop de ritprijs komt een basistarief van € 3,-. Daarna betaal je €1,90 per kilometer. De prijs verschilt daarmee niet heel veel met een reguliere taxi. 'Voor de andere diensten van Uber – uberBLACK en uberLUX – gelden hogere tarieven, bij BLACK is het minimumbedrag €10,-, LUX rijdt voor bij een minimumbedrag van €15,-. Voor deze diensten gebruikt Uber luxere auto's en professionele taxichauffeurs.'⁷² Uber experimenteert ook met andere diensten die in de toekomst kunnen bijdragen aan haar verdienmodel, zoals de koeriersdienst 'Corner Store' of 'Uber Rush' en de verhuisdienst 'Uber Movers'.⁸⁸

⁸³ Fennema, M. (2014), Airbnb: kosmopolitische middenklasse geniet, platteland mokt, <http://www.volkskrant.nl/dossier-meindert-fennema/airbnb-kosmopolitische-middenklasse-geniet-platteland-mokt-a3708215/>

⁸⁴ Mathijssen, L. (2013), Airbnb vs. Hotel: 10-0, <http://foodinspiration.nl/mobile/blog.php?id=2013-10-20-airbnb-vs-hotel-10-0>

⁸⁵ Hofstee, G. (2014), De waarde van Airbnb!, <http://www.digitaleconomics.nl/2014/07/30/de-150e-blog-van-ger-hofstee-de-waarde-van-airbnb/>

⁸⁶ Latumahina, L. (2014), Airbnb populair bij zakelijke reizigers, <http://secretaresse.blog.nl/actueel/2014/03/27/airbnb-populair-bij-zakelijke-reizigers>

⁸⁷ Vogel, C. (2014), Uber: voor ieder wat wils?, <http://www.mkb servicedesk.nl/9447/uber-voor-ieder-wat-wils.htm>

⁸⁸ Z24 (2014), Uber experimenteert met bezorgdienst pakjes en boodschappen, <http://www.z24.nl/ondernemen/uber-begint-experiment-met-bezorgdienst-489335>

3. Airbnb

Airbnb genereert haar inkomsten via een 'makelaarsmodel': met een percentage (fee) per transactie. Waar veel autodeelplatforms een fee vragen aan ofwel de huurder ofwel de verhuurder, profiteert Airbnb van een tweeledig systeem. Zij vraagt aan zowel de vraag- als de aanbodzijde een percentage. 'De boeker betaalt gemiddeld 10% servicefee over zijn huurprijs. AirBnB krijgt 10% van alle boekingen. Zij neemt het geld in en 24 uur na aankomst ontvangt de verhuurder het geld. Dus ontvangt Airbnb 10% plus de rente van het geld dat langer op de rekening staat. De host draagt 3% van het boekingsbedrag af aan AirBnB. Hoewel dat een bijzonder laag tarief is binnen deze markt' gaat dat om flinke bedragen.⁸⁹

⁹⁰ Als tegenprestatie voor deze tarieven biedt Airbnb het platform met de middelen om tot een transactie te komen en met bijbehorende diensten zoals een goede klantenservice en verzekering. In de toekomst zou Airbnb door de vele aanwezigen op de site een advertentiemodel aan haar businessmodel toe kunnen voegen.⁷³ of gebruik kunnen maken van 'affiliate marketing' (samen met de verhuur van appartementen bijvoorbeeld vliegtickets als 'package-deal' verkopen).⁹¹

5.2.4 Feiten en cijfers

In dit hoofdstuk worden enkele feiten en cijfers over de concepten genoemd.

1. SnappCar

SnappCar is actief in ruim 700 plaatsen in Nederland. 7000 Nederlanders verhuren (delen) hun auto via SnappCar en 33000 Nederlandse leden huren die auto's. Totaal zijn er dus 40.000 mensen aan het platform verbonden. Maandelijks vinden er ongeveer 1.500 transacties plaats, waarmee SnappCar het succesvolste Nederlandse voorbeeld is binnen de deeleconomie. SnappCar is marktleider op het gebied van autodelen in Nederland, is met de opzet van het platform gestart in oktober 2011 en draaide na 2,5 jaar (juni 2014) 'break-even'.⁹² De omzet groeit op dit moment met zo'n 15 a 20 procent per maand. SnappCar heeft sinds afgelopen zomer uitbreiding gezocht in Duitsland en heeft plannen om verder in het buitenland uit te breiden.

2. Uber

Uber werd in 2009 in San Francisco opgericht als 'UberCap', waarna de dienst vanaf 2010 van start ging. Momenteel is de app beschikbaar in ruim 150 steden in 45 landen. In Nederland rijden Uber-taxi's rond in de randstad: Amsterdam, Rotterdam en Den Haag.⁹³ In Nederland zijn er circa 100.000 gebruikers, enkele honderden auto's en duizenden ritten per week.⁸⁷ Over de waarde van Uber verschillen de meningen. Bedragen lopen snel op en lopen momenteel uiteen tussen de 12 en 17 miljard dollar. 'Volgens de Wall Street Journal zijn er zo veel partijen die willen investeren in de app, dat de waardering behoorlijk omhoog schiet.'⁶⁴ 'De waarde van Uber ligt zo hoog door onder meer de geschatte omzet van 1,5 miljard dollar die het volgend jaar moet bereiken en de structureel positieve reacties van consumenten. Gebruikscijfers maakt Uber niet bekend.'⁶⁹ Uber heeft diverse investeerders en samenwerkingen met interessante partijen zoals Google (Ventures).

3. Airbnb

Airbnb is opgericht in augustus 2008 en gevestigd in San Francisco, Californië. Momenteel biedt zij wereldwijd meer dan 800.000 accommodaties in meer dan 34.000 steden en 190 landen, waar meer dan 20.000.000 gasten gebruik van maken.⁹⁴ Op wereldniveau verblijven per nacht ca. 60.000 gasten via Airbnb.⁹⁵ 'Vanaf de oprichting in augustus 2008 tot juni 2012 werden 10 miljoen overnachtingen geboekt via Airbnb.'⁸⁵ In Nederland staan er medio 2014 zo'n 11.000 woningen of kamers op Airbnb. Dat zijn er 77% meer dan in 2013.⁹⁶ 'Deze accommodaties hebben een gemiddelde prijs per nacht van

⁸⁹ Reijssen, M. (2012), Wat de retail kan leren van Airbnb: collaboration als succesmodel, <http://www.frankwatching.com/archive/2012/12/07/wat-de-retail-kan-leren-van-airbnb-collaboration-als-succesmodel/>

⁹⁰ Roepel, M. (2014), Vastgoedeigenaar loopt risico in deeleconomie, <http://www.cobouw.nl/nieuws/algemeen/2014/10/10/vastgoedeigenaar-loopt-risico-in-deeleconomie>

⁹¹ Bijl, F. (2013), You're being Airbnb'ed: de sharing economy, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/youre-being-airbnb-de-sharing-economy>

⁹² Vogel, C. (2014), SnappCar en de toekomst van auto's delen, <http://claartjevogel.nl/SnappCar-en-de-toekomst-van-autos-delen/>

⁹³ (2014) Uber: 'Wij betalen boetes chauffeurs', <http://www.at5.nl/artikelen/135705/uber-wij-betalen-boetes-chauffeurs>

⁹⁴ <https://www.airbnb.nl/about/about-us>

⁹⁵ Beelen, J. (2012), Ole Ruch: Airbnb en het belang voor de lokale economie, <http://www.travelnext.nl/airbnb-en-het-belang-voor-de-lokale-economie.html>

⁹⁶ Rabobank Cijfers & Trends (2014), Hotels, <https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=print.printPdf&id=69189901-5dc3-4960-8f71-8f7e177a0550>

103 euro en een gemiddelde verhuurduur per woning van 41 dagen per jaar. Het gemiddelde aantal nachten van een boeking is 4 nachten.⁹⁵ Het aantal overnachtingen in Nederland via Airbnb is in een jaar tijd met 177% gestegen.⁹⁶ Met het businessmodel zoals toegelicht, heeft Airbnb een omzet van ongeveer '11,25% op elke nacht'. De gemiddelde prijs van een nacht op Airbnb geboekt is rond de \$100,-. Airbnb genereert nog geen andere inkomsten dan het aantal geboekte nachten maal de gemiddelde prijs per nacht maal de fee van 11,25%.' Met deze gegevens kan berekend worden dat Airbnb in 2014 circa \$ 1.35 miljard aan omzet heeft.⁹⁵ Over de waarde van Airbnb wordt gespeculeerd. De waardering schommelt tussen de 10 miljard (april 2014) en de 13 miljard (oktober 2014).⁹⁷ Met een dergelijke hoge waardering zou Airbnb het op één na waardevolste private bedrijf in Silicon Valley worden. Airbnb is daarmee meer waard is dan de grootste hotelketens die beursgenoteerd zijn. 'Wyndham Worldwide is momenteel 9,8 miljard dollar waard en Hyatt Hotels 9,2 miljard dollar.'⁹⁷

5.2.5 Voor- en nadelen

In dit hoofdstuk worden de voor- en nadelen van het concept benoemd, waar de motivatie voor het gebruik van het platform onderdeel van is.

1. SnappCar

Voordelen voor deelnemers van deze wijze van autodelen zijn: flexibiliteit in mobiliteit (autokeuze afstemmen op activiteit), gemak (geen zorgen over onderhoud en parkeervergunning), geen vaste lasten (wegenbelasting, verzekering, parkeervergunning, onderhoud en afschrijving) en met name voor leners die niet frequent van de auto gebruik maken kan deze wijze van mobiliteit voordeliger zijn. 'Men is tot €200,- per maand goedkoper uit in verhouding tot wanneer men een eigen auto heeft. 'Mensen die een auto bezitten en deze delen via SnappCar, verdienen geld aan de auto die gebruikt wordt terwijl deze anders stil zou staan. Wanneer de auto niet meer in bezit is, maar gebruik wordt gemaakt van autodelen, kiest men bewuster zijn vervoersmiddel, waardoor minder vaak voor de auto gekozen wordt, wat direct effect heeft op de portemonnee.

Een nadeel van autodelen kan voor deelnemers zijn dat men niet altijd en overal over een (gewenste) auto beschikt doordat er onvoldoende kritische massa is waardoor loopafstanden groot worden of doordat auto's niet altijd geschikt zijn voor het doel (bijvoorbeeld met kinderzitje). Ook wordt er door middel van autodelen een drempel opgeworpen, doordat de auto en de sleutels niet meer direct binnen handbereik zijn; de auto moet eerst gereserveerd worden en de eigenaar moet toestemming geven dat zijn auto gebruikt wordt en hechten sommige mensen veel waarde aan de auto als statussymbool. Als uitlener van de auto is er vertrouwen nodig. Er bestaat een kans op vernieling of vandalisme van de auto. Ondanks dat het uitlenen van de auto via SnappCar verzekerd is, zorgt het voor 'gedoe' wanneer er iets met de auto mis gaat.

2. Uber

Uber pretendeert 'efficiënter, klantvriendelijker en goedkoper vervoer' te leveren.⁹⁸ Voordelen voor de consument zijn dat zij op een gemakkelijke manier een taxi (c.q. privéchauffeur) kan reserveren, kan zien hoe lang hij er over doet om op de afgesproken plek te komen, dat hij vooraf zekerheid heeft over hoeveel de rit zal kosten, dat hij de chauffeur kan beoordelen waardoor enkel nog klantvriendelijke chauffeurs rondrijden, dat hij goedkoper door de stad vervoerd wordt en hij heeft een gemakkelijker betaalervaring, doordat hij niet meer met contact geld over straat hoeft maar het automatisch van de rekening wordt geschreven.⁹⁹ Verder biedt Uber functies waarbij een rit gedeeld kan worden met andere passagiers om de kosten te drukken. Door de manier van werken van Uber, krijgt zij het wel voor elkaar om een klantvriendelijke dienst aan te bieden in tegenstelling tot traditionele taxi's. De beoordelingsmogelijkheid van taxi's is hiervan een belangrijk onderdeel. Dankzij de concurrentiestrijd met de gevestigde taxi-orde, lijkt de consument de winnaar te worden.¹⁰⁰

Een nadeel van het gebruik van Uber is dat het niet helder is of de veiligheid wel gewaarborgd is, aangezien Uber zich niet houdt aan alle regels waar taxichauffeurs zich aan moeten houden. 'Het blijft

⁹⁷ Hoek, C. van (2014), 'Woningverhuursite Airbnb 13 miljard dollar waard', <http://www.nu.nl/internet/3911170/woningverhuursite-airbnb-13-miljard-dollar-waard.html>

⁹⁸ Adams, J. (2014), 'Terwijl taxichauffeurs Europa platleggen creëert Uber 20.000 jobs per maand', <http://www.express.be/business/nl/economy/terwijl-taxichauffeurs-europa-platleggen-creert-uber-20000-jobs-per-maand/205692.htm>

⁹⁹ Uber: een taxiservice voor de nieuwe generatie (met gratis promotiecode), <http://tipforyou.nl/uber-een-taxiservice-voor-de-nieuwe-generatie/>

¹⁰⁰ Verhaegh, P. (2014), 'Hoera, de Uber-mens is gearriveerd!', <http://www.vrijspreker.nl/wp/2014/08/hoera-de-uber-mens-is-gearriveerd/>

onduidelijk of passagiers bij een ernstig ongeval voldoende verzekerd zijn. Uber zegt van wel, maar zij kan moeilijk aansprakelijk gesteld worden als een verzekeraar weigert tussen te komen als blijkt dat een personenwagen ingezet wordt voor professioneel vervoer.¹⁰¹ Andere kleine nadelen van Uber in Nederland ten opzichte van het buitenland, hebben verband met de schaalgrootte van de dienst. Zo kan men op dit moment nog maar in enkele steden worden op gehaald. Daarentegen kan men wel overal naar toe gebracht worden. Ook kan men in Nederland nog niet kiezen uit verschillende auto's, wat in Amerika wel kan.⁹⁹

3. Airbnb

Voor reizigers biedt Airbnb de volgende voordelen. Men heeft een lokale ervaring door te verblijven bij de 'locals'. Men krijgt inzicht in een stad vanuit lokaal perspectief en staat zodoende dicht bij de cultuur, wat een unieke en authentieke ervaring met zich meebrengt.⁷⁴ Airbnb levert naast verblijf ook communicatie, in de zin van aanspraak. 'Het biedt de kans om een kijkje in een andere cultuur te nemen.'

⁸⁴ Airbnb heeft een heel nieuw aanbod gecreëerd door persoonlijke ruimtes voor een breed publiek beschikbaar te maken, waardoor een andere reiservaring bestaat. Deze zijn variërend in grootte, sfeer, locatie en prijscategorie. Men kan op bijzondere locaties verblijven, zoals een kasteel, boomhut of privé-eiland in plaats van in een (vaak meer standaard) hotel en de appartementen staan vaak in woonwijken in plaats van toeristische locaties, waardoor men tussen lokale barretjes en winkels verblijft. De prijs is bij Airbnb vaak lager dan bij reguliere hotels en meer gevarieerd: van budget tot high-end.⁷⁴ Verhuurders kunnen zelf op een vrij gemakkelijke manier geld (bij)verdienen via Airbnb. Wie een bank, kamer of huis overheeft, kan zich aanmelden als verhuurder.⁷⁴ Airbnb is betrouwbaar. 'Dankzij de reviews van zowel de huurder als de verhuurder weet men waar hij aan toe is, foto's van locaties worden gemaakt door een fotograaf van Airbnb, waardoor verwachtingen gemanaged worden.'⁷⁴ Om het vertrouwen te versterken zorgt Airbnb naast een heldere website met een goede klantenservice, voor de verzekering. 'Airbnb staat garant voor \$1.000.000 (€700.000) mocht er iets mis gaan tijdens het huren.'⁷³ Airbnb heeft een gebruiksvriendelijk platform dat aan de hand van data en wensen handig overzicht biedt van beschikbare plaatsen met foto's en beoordelingen.⁷⁴ Andere voordelen van Airbnb zijn: men is vrijer in de inchecktijd, het betalingssysteem van Airbnb is waterdicht: de huurder hoeft geen aanbetaling te doen en de verhuurder krijgt zijn geld pas wanneer hij zijn dienst heeft geleverd. Via Airbnb (en ook bij andere b&b's) heeft men de beschikking over veel faciliteiten, zoals een keuken, een bank, fietsen en gratis, onbeperkt internet.

Nadelen van Airbnb zijn er ook. Zo zou Airbnb voor bepaalde doelgroepen (met name ouderen, minder avontuurlijke reizigers) niet passen, omdat zij het niet gewend zijn een vreemde taal te spreken en geeft het hen een geruster gevoel een traditioneel hotel te boeken, omdat het soms langer zoeken is naar een adres.⁸⁴ Een minpunt aan het platform zelf is dat een accommodatie niet direct te boeken is, omdat de reiziger eerst een aanvraag doet die vervolgens nog door de verhuurder geaccepteerd of afgewezen kan worden. Aangezien de host 24 uur de tijd heeft om op een aanvraag te reageren, weet men niet direct of een kamer geregeld is of niet.¹⁰² Daarnaast pakt de totaalprijs vaak anders uit 'aangezien er nog servicekosten bij de prijs per nacht komen.'¹⁰² De verhuur van de woning via Airbnb, kan overlast veroorzaken voor de burens, doordat vaak geen toezicht is om de wisselende toeristen die de woning huren. Airbnb blijkt hierop geen stappen te ondernemen richting de betreffende verhuurder, waarmee zij 'haar maatschappelijke verantwoordelijkheid niet waarmaakt'. Dit kan negatieve gevolgen voor de publieke opinie met zich meebrengen en uiteindelijk ook gevolgen hebben voor een aanscherping van de regelgeving van de overheid.¹⁰³ Wanneer steeds meer ondernemers van het platform profiteren door grootschalig hun vastgoedaanbod op de website te plaatsen, kan het persoonlijke karakter worden ondermijnd. Andere nadelige gevolgen hebben betrekking op de maatschappij en gaan over oneerlijke concurrentie, over begripsvorming rondom delen in de netwerkeconomie versus commerciële verhuur in de formele economie, op de (verminderde) inkomsten voor de Belastingdienst/ Nederlandse staat en de gevolgen daarvan, de onttrekking van woningen, veiligheidsrisico's en op de mogelijke terugloop van arbeidsplaatsen.³⁵

¹⁰¹ Eeckhout, B. (2014) "Bedrijven als Uber en Airbnb overwoekeren alle duurzame bedoelingen", <http://www.demorgen.be/nieuws/-bedrijven-als-uber-en-airbnb-overwoekeren-alle-duurzame-bedoelingen-a2056797/>

¹⁰² Rooden, M. van (2014), Wimdu; overnachten bij locals in Berlijn, <http://berlijn-blog.nl/wimdu/>

¹⁰³ Mulder, R. (2014), Hup Airbnb (2), <http://www.eigenhuis.nl/actueel/blog/2014/544916-hup-airbnb-2/>

5.2.6 Duurzaamheid

In dit hoofdstuk worden de sociale en technische duurzaamheidsaspecten en -effecten van de concepten belicht.

1. SnappCar

Voor de maatschappij zijn er met name op het gebied van duurzaamheid interessante effecten. Doordat men bewuster zijn vervoersmiddel kiest, wordt minder vaak voor de auto gekozen en wordt vaker de fiets gepakt of met het openbaar vervoer gereisd, wat gunstiger is voor het milieu. Doordat minder auto's nodig zijn, vermindert de co2-uitstoot en het energie- en materiaalgebruik tijdens de productie van auto's. Ook is er bij minder auto's minder parkeerruimte nodig, waardoor efficiënter ruimtegebruik mogelijk wordt en waardoor duurzamere, aantrekkelijkere, leefbaardere buurten en wijken kunnen ontstaan waar kinderen veilig kunnen spelen, zijn er minder files en een verminderde co2-uitstoot en verbeterde luchtkwaliteit. Deelauto's zouden de binding tussen bewoners in een wijk bevorderen¹⁶⁰, mensen worden flexibeler in hun dagelijkse mobiliteit en bij grootschalig gebruik van autodelen zullen mensen nagenoeg op elke plek en op elk tijdstip kunnen beschikken over een auto naar keuze. Ook voor groepen in de samenleving die minder te besteden hebben waardoor zij geen auto kunnen aanschaffen, heeft autodelen betekenis. 'Incidenteel autogebruik wordt betaalbaar voor de laagste inkomens (bijv. studenten, ouderen) en als aanvulling voor mensen die anderszins van het openbaar vervoer gebruik maken (bijv. forensen, toeristen).' Zij kunnen hierdoor beter meedraaien in de samenleving.¹⁰⁴ Een aantal steden zijn 'pro-deeleconomie' en stimuleren het delen van auto's. Zo heeft de gemeente Utrecht het initiatief (en de website) www.utrechtdeelt.nl opgezet. Haar redenatie: "Als meer Utrechters gaan autodelen, dan zijn er minder auto's in de stad. Simpel. En mensen die in deelauto's rijden, maken er selectiever gebruik van. Een extra voordeel. Minder auto's in de stad en een selectiever en bewuster gebruik ervan, zorgen voor minder drukte op de weg. Dat maakt de stad Utrecht aantrekkelijker en beter bereikbaar."¹⁶⁰

2. Uber

Uber draagt bij aan ecologische duurzaamheid, doordat auto's van privéchauffeurs gebruikt worden, waardoor minder taxi's nodig zijn. 'Doordat mensen spullen delen die ze maar zelden gebruiken, zijn minder grondstoffen nodig, minder vervoer, verpakking en afval.'¹⁰⁵ Of Uber bijdraagt aan sociale duurzaamheid kan men op twee manieren uitleggen. Aan de ene kant kunnen burgers op een meer laagdrempeligere manier geld verdienen door andere burgers te vervoeren. 'Burgers komen makkelijker rond door de diverse deelconcepten.'⁸⁷ Het is echter de vraag of de chauffeurs van Uber voldoende betaald krijgen voor hun diensten.¹⁰⁵ Anderzijds kan het zo zijn dat traditionele taxichauffeurs hun baan verliezen, wanneer steeds minder mensen door de komst van Uber van hun diensten gebruik maken.

3. Airbnb

Door gebruik te maken van beschikbare capaciteit, in dit geval kamers en woningen, is Airbnb duurzaam. 'Airbnb laat ons andere kijken naar het delen van "de ruimte", het huren of gewoon gebruiken voor een korte tijd. Vanuit macro-economisch oogpunt is het belangrijkste aspect van Airbnb dat het helpt de bezettingsgraad van ons enorme, waardevolste en duurste activa te verhogen, namelijk ons huis.'⁸⁵ Wereldwijd onderzoek naar duurzaamheid onder 8000 gasten van Airbnb en hotels door de CleanTech Group wijst uit dat reizen met Airbnb een positieve invloed heeft op het milieu.¹⁰⁶ 'Reizen met Airbnb resulteert in een significante vermindering van de energie- en waterverbruik, de uitstoot van broeikasgassen, afval, en spoort aan tot meer duurzame praktijken tussen zowel gastheren en gasten.'¹⁰⁷ 'Vakantiegangers die overnachten in een Airbnb gedragen zich duurzamer dan hotelgasten. Zij gebruiken minder energie en water en stappen vaker in het openbaar vervoer of op de fiets. Bijna alle gasten, 94 procent, zeggen waar mogelijk te recyclen.'¹⁰⁸ Daarnaast is er sprake van 'minder uitstoot van broeikasgassen en afval. Het tijdelijk delen van een woning met telkens andere mensen is voor zowel de gastheer als de gast een extra aansporing voor duurzaam gedrag.'¹⁰⁸

¹⁰⁴ Martens, M., (2009), Kiezen voor autodelen, <http://www.crow.nl/documents/kpvy-publicaties/kiezen-voor-autodelen.aspx>

¹⁰⁵ Haan, N. de (2014), Duurzame vernieuwers, <http://www.sg.uu.nl/nieuwsblog/2014/10/13/duurzame-vernieuwers>

¹⁰⁶ Airbnb, 'Airbnb Community Shows Environmental Benefits of Home Sharing', <https://www.airbnb.nl/press/news/new-study-reveals-a-greener-way-to-travel-airbnb-community-shows-environmental-benefits-of-home-sharing>

¹⁰⁷ Iambnb (2014), Milieubewust op vakantie? Reis met Airbnb, <http://www.iambnb.nl/blog/2014/9/9/milieubewust-op-vakantie-reis-met-airbnb>

¹⁰⁸ Redactie DuurzaamBedrijfsleven.nl (2014), Airbnb-reiziger duurzamer dan hotelgast, <http://www.duurzaambedrijfsleven.nl/67537/airbnb-reiziger-duurzamer-dan-hotelgast/>

5.2.7 Technologie

Bij alle genoemde concepten speelt technologie een belangrijk rol, in de zin dat het delen via internet met de bijbehorende mogelijkheden (van social media) het ontstaan van netwerken en openbare beoordelingen mogelijk maakt. In dit hoofdstuk worden specifieke technologische oplossingen, wanneer van toepassing, toegelicht per concept.

1. SnappCar

De helft van de boekingen van SnappCar komt via mobiele apparaten, 'ook al is de site nog niet geoptimaliseerd voor mobiel'. In april is de mobiele app gelanceerd.

2. Uber

Net als bij andere concepten is de app de kracht van Uber. Andere technologische toepassingen zijn het toevoegen van een nieuwe betaalservice via een vernieuwde software, waardoor het betaalproces vergemakkelijkt wordt. 'We hebben het technische integratieproces van PayPal voor de apps versimpeld waardoor uiteindelijk ook het gebruikersgemak nog sterker is verbeterd. Een van de voordelen is dat de consument niet elke keer meer hoeft in te loggen als hij met PayPal met de app betaalt.'¹⁰⁹

Uber combineert diverse technische toepassingen die elkaar versterken. 'Uber is een voorbeeld van succesvolle toepassing van alle grote trends in één businessmodel: mobile, local, big data, de 'deeleconomie' en social.' Via big data wordt bijvoorbeeld de mogelijkheid geboden om de taxi-tarieven continue aan te passen op behoeften. Nu het systeem met de combinatie van deze technieken is uitgevonden en uitgewerkt, biedt dit kansen voor Uber om in de toekomst uit te breiden in andere markten, zoals pakjes vervoeren, fietskoeriers en een vliegtuigmaatschappij weten exact hoeveel passagiers op welk tijdstip een taxi zouden willen bestellen, een lokale openbare transportaanbieder kan een melding van een lokale storing verspreiden, winkels kunnen gerichte exposure kopen en Uber-passagiers informeren over lokale aanbiedingen.¹¹⁰

3. Airbnb

Net als voor de andere deelplatforms is de techniek en het internet een van de belangrijkste basisontwikkelingen van Airbnb. Het belang van een mobiel platform is daarin 'evident: 26% van alle boekingen komt vanaf de smartphone of tablet.' Airbnb zet sterk in op de combinatie 'Social, Local, Mobile' (SoLoMo). Dit principe zit verweven in het DNA van Airbnb, waarbij het gaat om de 'social community voor gasten en hosts: die ervaringen met elkaar delen, lijstjes van locaties kunnen maken en door elkaar beoordeeld worden. Doordat deze beoordelingsmogelijkheid gekoppeld is aan de creditcard van de gast, ontstaat technisch gezien een slim systeem.

5.2.8 Bijzonderheden

In dit hoofdstuk worden eventuele, opvallende zaken van de concepten benoemd. Dit kunnen (onderdelen van) succesfactoren van het concept zijn.

1. SnappCar

- Community

SnappCar besteedt veel aandacht aan het opbouwen van de community. 'Het platform groeit vooral dankzij ambassadeurs en mond-tot-mondreclame', vertelt Ontijd.' SnappCar benut haar community door haar te betrekken bij de toekomst 'We bellen gebruikers soms ook gewoon op om ze te vragen wat ze van ons vinden en wat beter kan. Niet alleen voelen mensen zich dan gewaardeerd, maar we kunnen ook echt iets met de input van de community.'⁹² Ook maakt SnappCar gebruik van haar community door haar te betrekken voor de financiering voor uitbreiding van het gebruik. 'Wat is er logischer dan de mensen die geloven in onze missie, te betrekken bij onze toekomst? Hoe groter de crowd die achter ons staat, hoe sterker we staan.' Via een crowdfundingcampagne trekt SnappCar meer kapitaal aan om de community uit te breiden en om in het buitenland te investeren. via de website oneplanetcrowd.nl die een duurzaam karakter heeft, kreeg SnappCar het voor elkaar om – in plaats van het doel om € 200.000,- op te halen – maar liefst € 560.000,- op te halen.¹¹¹ 'Ongeveer de helft kwam van bestaande fans en leden', vertelt Ontijd. Zo'n crowdfundingcampagne is een prachtig middel om je

¹⁰⁹ Martini, I (2013), Betaal in wagens van chauffeursdienst Uber met mobiele telefoon, <http://paypalbenelux.grayling.nl/64883-betaal-in-wagens-van-chauffeursdienst-uber-met-mobiele-telefoon>

¹¹⁰ Boer, M. de (2014), Uber's big data strategie, <http://www.adformatie.nl/blog/ubers-big-data-strategie>

¹¹¹ Vogel, C. (2014), "Begin met een CTO en een verdienmodel", <http://www.mkbservicedesk.nl/9209/begin-met-cto-verdienmodel.htm>

community uit te breiden. Het zorgt voor publiciteit en mensen die investeren voelen zich meteen verbonden met je bedrijf. Zij worden vaak ambassadeurs en steken grote investeerders aan.'

- Vertrouwen en verzekeren

SnappCar neemt eventueel wantrouwen bij het delen van auto's weg door het regelen van een goede verzekering. 'Wanneer men een auto huurt via SnappCar wordt de autoverzekering van de verhuurder tijdelijk vervangen door de verzekeringspolis van SnappCar. Zo wordt de no-claim van de verhuurder niet beïnvloed en is de auto all-risk verzekerd in binnen- en buitenland.'⁹² Tevens maakt de samenwerking met Centraal Beheer Achmea het mogelijk om iedere nieuwe huurder te checken op identiteit, kredietwaardigheid en waar mogelijk ook rijhistorie en -gedrag.¹¹²

2. Uber

- Van niche naar marktverbreiding

Uber richtte zich in eerste instantie – met enkel de chique Uber variant – op een niche.⁷¹ Nadat de nichemarkt bereikt was, is Uber haar diensten gaan uitbreiden naar andere nichemarkten, die gezamenlijk een heel brede doelgroep hebben. 'Uber biedt voor zoveel specifieke doelgroepen, specifieke diensten aan, gebaseerd op dezelfde waarden, maar met haar eigen specifieke kenmerken. Continue wordt er ingespeeld op de vraag.'⁶⁹ De diversificatiestrategie van Uber werkt op diverse wijzen. Zij biedt verschillende kwaliteitsniveaus aan ('van high-end naar low-end')¹¹³, biedt diensten voor grote groepen, grote auto's om spullen te vervoeren, auto's met kinderzitjes voor gezinnen en taxi's/ ritten die met andere gedeeld kunnen worden.¹¹³ Uber geeft aan 'van de niche af te kunnen stappen' wanneer een onderneming blijft focussen op waar hij goed in is'. In het geval van Uber is dat 'Mensen vervoeren'. 'Heb je de mogelijkheid om de niche uit te stappen en je te verbreden in iets waar je inderdaad goed in bent en waarmee je je onderscheidt, dan is het zeker een aanrader dat te doen.'⁷¹ Uber biedt nu ook een koeriersservice en zo zijn er nog diverse kansen voor Uber om haar diensten uit te bereiden, zoals het specialiseren in totaalconcepten van vervoer, voor bijvoorbeeld op vakantie. 'Dat begint met ophalen en wegbrengen van jou en je gezin naar het vliegveld, gaat verder met het aanbieden van Uber ijsco trucks bij aankomst en wordt misschien wel uitgebreid met Uber gondelaars, Uber auto stadstours en Uber flightseats.'⁷⁷

- Marktaandeel

Bij het vergelijken van de kansen van Uber met het kapitaal dat momenteel in (lokale) taximarkten opgaat, is te zien dat er nog op grote schaal marktaandeel te behalen is voor Uber (of vergelijkbare bedrijven, zoals Lyft, SideCar en GetTaxi).⁹⁸

- Succesfactoren voor gebruikers: service, prijs

Uber wordt met name geroemd om de service die zij levert en de lage prijzen.⁸⁷ De prijs wordt laag gehouden doordat de kosten voor een taxicentrale met taxi's niet meer nodig zijn doordat gebruik gemaakt wordt van het bestaande aanbod auto's. De service wordt hoog gehouden doordat chauffeurs door Uber worden gecheckt, gediplomeerd, verzekerd en door de klant worden beoordeeld. 'Uberchauffeurs moeten hun reputatie hoog houden en dat stimuleert een goede dienstverlening.'⁸⁷ Ook helpt het mee dat het concept en de app zo simpel en transparant mogelijk gehouden worden.⁶⁶

- Succesfactoren voor Uber: schaalbaar model, vervoer als lifestyle, slimme marketing, agressieve aanpak

De succesfactoren voor de groei en de kracht van het businessmodel van Uber, bestaat uit een aantal aspecten. 'Uber heeft een schaalbaar en multi-inzetbaar business model waarvan de onderliggende componenten op verschillende manieren kunnen worden uitgenut.'¹¹⁰ De kosten zijn in verhouding laag ten opzichte van de opbrengsten die ontstaan vanwege de grote schaal waarop het concept kan worden uitgerold. 'De ontwikkeling van de app heeft tijd en geld gekost en ook moeten er de nodig dollars in promotie worden gestoken, maar verder heeft het bedrijf geen torenhoge kosten als het in een land wil uitbreiden. Uber geeft iedere chauffeur enkel een iPhone om op het systeem aan te sluiten, het heeft geen eigen chauffeurs in dienst of autovloot op de balans staan en het maakt van privéchauffeurs van bijvoorbeeld hotels of bedrijven gebruik die in hun vrije uurtjes onder de Uber-vlag willen bijverdienen. 'Iedere gebruiker genereert direct omzet'.¹¹⁴ Een andere factor is dat Uber meerwaarde creëert door het aanbieden van een andere, meer servicegerichte en klantvriendelijke beleving. Uber creëert als het ware een andere perceptie bij mensen van wat een taxirit zou moeten zijn: 'een luxe rit', 'vervoer als onderdeel van een avond uit' en 'opgehaald worden in een Bentley met een chauffeur die je behandelt alsof je de ceo van een multinational bent'. Zoals Uber het zelf zegt: 'Uber heeft vervoer tot lifestyle

¹¹² Oerle, P. P. van (2012), SnappCar: de ideale auto lenen, <http://www.marketingonline.nl/bericht/accnture-innovation-awards-concept-van-de-week-snappcar-de-ideale-auto-len>

¹¹³ Arts, O. (2014), Uber als disruptieve kracht voor de taxibranche, <http://www.thaesis.nl/nl/nieuws/uber-als-disruptieve-kracht-voor-de-taxibranche.html>

¹¹⁴ Sprout (2014), De 3 succesfactoren van Uber, <http://www.sprout.nl/artikel/innovatie/de-3-succesfactoren-van-uber>

gemaakt'.¹¹⁴ 'Door een positief beeld rond ons merk te creëren, zetten we ons af van onze concurrenten.' Dat gaat gemakkelijk doordat het beeld rond taxibedrijven vaak negatief is. Op een slimme manier gaat Uber met haar marketingbudget om door in plaats van dure advertenties, haar merk door opvallende marketingacties onder de aandacht te brengen. Zo heeft Uber 'zijn app uitgeleend aan ijscokarren en vervolgens gezegd dat iedereen die via de iPhone een ijsje bestelt die binnen 15 minuten bezorgd krijgt.' Daarnaast is Uber agressief in zijn aanpak. Zij gaat tegen de regels in door het 'toch te doen' of het gevecht aan te gaan. 'Als iets een grijs gebied is, dan doen we het gewoon altijd. Als iets illegaal is, dan denken we er alsnog over na'.¹¹⁴ 'We slaan echter keihard terug'. Uber probeert de publieke opinie mee te krijgen in haar mening 'Deze mensen houden innovatie tegen' om zo de wetgevers een duwtje in de rug te geven.¹¹⁴

- 'Realtime marktwerking' via big data

Uber past taxitarieven aan op het aanbod door gebruik te maken van een 'realtime commerciële toepassing van de beschikbare data'.¹¹⁰ Taxitarieven zijn daarmee dynamisch en kunnen bijvoorbeeld afhankelijk van tijdstip, drukte, locatie, risico via een algoritme worden berekend. Tarieven worden hoger, maar niet zo hoog dat ze boven de reguliere taxiprijzen uitstijgen en dankzij de big data kan Uber haar chauffeurs waarschuwen 'op welke locaties een hoge vraag wordt uitgeoefend opdat het aanbod kan worden vergroot en de prijzen kunnen dalen'.¹¹⁰ Andere manieren waarop Uber in de toekomst gebruik kan gaan maken van big data, zijn door aan passagiers aan te geven dat de vraag naar Uber-taxi's stijgt met de benadering of men zijn Uber-taxi al wil bestellen 'om voordelig naar huis te reizen'. Ook kunnen ratings van chauffeurs worden gebruikt om hogere tarieven te vragen kan een extra passagier opgepikt worden die dezelfde route moet afleggen als de klant van een rit die reeds is ingestapt, met een korting voor de eerste passagiers.¹¹⁰

- UberPop

Eén van de diensten die Uber sinds kort aanbiedt, UberPop, zorgt voor veel ophef in de taxibranche die aangeeft dit initiatief 'oneerlijke concurrentie te vinden'. Via UberPop kunnen particulieren – bijvoorbeeld op weg naar hun werk of in hun vrije tijd – passagier oppikken. De tarieven zijn hierbij veel lager dan bij normale taxi's. Volgens brancheverenigingen, de inspectiedienst en taxicentrales en -chauffeurs omzeilt Uber met deze dienst de regels. UberPop wordt een "snordersdienst" genoemd, omdat de particuliere chauffeurs niet aan dezelfde eisen hoeven te voldoen als professionals.⁹⁸ Uber omzeilt regulering doordat zij 'feitelijk als een gewoon taxibedrijf' werkt, maar onder de regels zegt te vallen van 'contractvervoer'. In diverse steden wordt de app tegengehouden, aangezien het gebruik van 'de app' als middel om (particuliere) taxi's aan te houden nog steeds als illegaal beschouwd.¹¹⁴ UberPop is in Amsterdam verboden. 'Het is wel nog steeds mogelijk UberPop te gebruiken, maar voor de chauffeurs dreigt een boete'.⁶⁹ 'De twee andere diensten uberBLACK en uberLUX zijn wel legaal, het zijn taxi's met chauffeurs met een officiële taxivergunning.' Uber vindt het bestaan van de dienst zelf terecht om de reden dat innovatieve diensten als antwoord op 'niet goed functionerende markten, zoals de taximarkt' juist gestimuleerd moeten worden.' Zij geeft daarbij aan dat de overheid wel de 'basis zou moeten waarborgen, in dit geval veiligheid'.⁸⁷

- Strategische samenwerkingen

Uber zoekt strategisch haar investerings- en samenwerkingspartners uit. Zo investeerde Google Ventures onlangs '258 miljoen dollar in het bedrijf'. De samenwerking met Google zorgt ervoor dat het gemakkelijker wordt om de app te ontwikkelen en geeft kruislinkse voordelen. 'Binnenkort zie je in de routeplanner van Google Maps naast reisopties auto, fiets of ov ook de optie Uber'.⁸⁷

3. Airbnb

- Persoonlijk

Een van de grootste succesfactoren van Airbnb is het persoonlijke benadering. Via Airbnb leggen de particuliere verhuurder en een mogelijke huurder contact waarbij Airbnb de huurder aanraadt om persoonlijke vragen te stellen. "Vertel iets over jezelf. Wat brengt jou naar Amsterdam? Wat vind je geweldig aan deze ruimte?" Zodra de huurder en verhuurder een goed gevoel aan dit contact overhouden, wordt de boeking definitief gemaakt.⁸⁵ Maar ook in het dicht bij het persoonlijke leven komen van de verhuurder en zo een lokale, authentieke ervaring rijker worden. 'In een hotel word je netjes behandeld, in een Airbnb op een persoonlijke manier'.⁸⁵

- Tussenpersoon

AirBnB is een platform dat slechts de verbinding maakt. Daarmee wordt Airbnb de nieuwe reisagent, maar is de verhuurder dit eigenlijk zelf. 'Vooral de host zelf moet de unieke ervaring van verblijven in zijn/haar verblijf kunnen vertellen.'

- Klantgericht bedrijfsmodel

Door continue met gebruikers – het grootste kapitaal van de website – in contact te zijn over verbeteringen, maar ook bijvoorbeeld om angst weg te nemen over het verhuren van hun woning,

ontstaat een klantgericht bedrijfsmodel. 'Zo waren er in New York City slechts enkele woningeigenaren die hun huis durfde te verhuren. Na een toelichting van Airbnb liep dit aantal op.' Om de wensen van klanten optimaal te kunnen inschatten, heeft de een van de oprichters van Airbnb besloten geen eigen appartement te huren of te kopen, maar elke steeds van een andere AirBnB-accommodatie gebruik te maken.

- Succesfactoren voor gebruik

Social login is een manier om via sociale media in te loggen die helpt bij het opbouwen van vertrouwen en zekerheid voor deelnemers van Airbnb. Andere succesfactoren zijn de weergave van het aanbod: Airbnb heeft eigen fotografen in dienst die zorgen voor een aantrekkelijke, waarheidsgetrouwe weergave van het aanbod, de kritische massa: voldoende divers en hoogwaardig aanbod en het plaatsen van reviews vanuit zowel de verhuurder als de huurder. Ook service vanuit het platform is een belangrijke succesfactor. Airbnb geeft aan dit heel belangrijk te vinden, aangezien 'gebruikers voor de aanbiedingen komen, maar ze blijven voor het vertrouwen en de goede zorgen.'

- Focussen versus verbreden in service(s)

Bij een nieuw concept is het essentieel een goede focus te houden en het concept scherp te houden. Zo laat Airbnb geen grote vakantie-aanbieders meer toe. 'Veel aanbod zou AirBnB snel voldoende kritische massa bieden, maar dit aanbod past niet goed genoeg bij de doelgroep, dus is AirBnB er weer mee gestopt.' Airbnb kan dus uitbreiden, zo lang het goed binnen het concept past. Airbnb breidt uit door een 'speciale sectie voor zakelijke reizigers' aan haar platform toe te voegen,⁸⁵ waarbij zakelijke gebruikers hun uitgaven beter kunnen bijhouden, waarin Airbnb het aanbod van woningen en appartementen voor zakelijke gebruikers filtert en waarin het voor zakelijke gebruikers gemakkelijker wordt om hun voorkeuren voor het verblijf aan te passen op speciale zakelijke wensen, zoals een nette accommodatie voor een grote groep of het huren van vergaderruimte bij de woning.⁸⁵ Een andere dienst die Airbnb wellicht toe zal voegen aan haar aanbod is een restaurantservice ('huiskamer-restaurants')¹¹⁵ Het idee is dat 'amateurkoks hun huiskamer kunnen omtoeveren tot gelegenheidsrestaurant. Het is echter de vraag of deze dienst buiten de voor officiële restaurants geldende veiligheidsvoorschriften, hygiëneregels en alcoholvergunningen kan opereren.¹¹⁵

5.3 Deelplatforms gericht op ruimte delen

In dit hoofdstuk worden diverse deelplatforms in de categorie 'verblijf' met elkaar vergeleken. In het schema staat een beknopte uitwerking weergegeven aan de hand van overeenkomsten en verschillen met andere platforms. In de bijlage vindt u een uitgebreide toelichting per platform.

Naam deelplatform	Omschrijving	Bijzonderheden
HomeAway	Woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb	Andere betalingsregeling
Wimdu	Woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb	Bijna exacte kopie van Airbnb
9flats	Woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb	Andere betalingsregeling, ander verdienmodel (enkel percentage van verhuurder)
Housetrip	Woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb	N.v.t.
Behomm	Woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep: designers	Exclusieve toegang voor designers. Abonnementsgeld is vast bedrag, logeren is gratis.
BeMate	Woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, in combinatie met hotelfaciliteiten	Combinatie privé-accommodaties (Airbnb) met dienstenpakket van (bestaande) hotels: authenticiteit met faciliteiten op maat.

¹¹⁵ Pickard, J. (2014), Airbnb maakt van je huiskamer een restaurant, http://www.joop.nl/economie/detail/artikel/27264_airbnb_maakt_van_je_huiskamer_een_restaurant/

Ebab	Woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep: homo's	Homo-vriendelijke accommodaties
Roomorama	Woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep: hogere segment	Richt zich op particuliere en zakelijke reizigers in hogere segment. Gemiddeld boekt een Roomorama gebruiker een verblijf voor 9 nachten of langer en betaalt \$1.000+ per boeking – meer dan het dubbele van het gemiddelde in de industrie
Housing Anywhere	Woningdeelplatform voor middellang verblijf, specifieke doelgroep: studenten	Richt zich op onderverhuur kamers studenten. Antwoord voor onderwijsinstellingen op hun huisvestingsvraag. Housing Anywhere werkt op basis van samenwerking met universiteiten en hogescholen. Voor studenten is het platform gratis te gebruiken.
Roomlr	Zoekmachine met aanbod van diverse woningdeelplatforms	Wereldwijde zoekmachine voor vakantiehuis en -appartementen die het bestaande aanbod van 33 boekingsites samenbrengt, zeer grote database. Businessmodel door commissies of door leads per klik. Achterliggende strategie: door grootste aanbod in de markt affiliatieprogramma's gaan uitvoeren 'met bv. KLM of Skyscanner'.
Woningruil	Woningruilplatform, permanent verblijf	Advertenties van mensen die hun huurwoning (permanent) te ruil aanbieden.
Homelink/ Holiday Link	Woningruilplatform, tijdelijk verblijf	Tijdelijke huizenruil, bedoeld voor tijdens vakanties. Soms ook afspraken over oppassen op huisdieren of gebruik van schoonmaakster. Verdienmodel: jaarabonnement.
Love Home Swap	Woningruilplatform, tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Homelink	N.v.t.
Home for exchange	Woningruilplatform, tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Homelink	Ook aanbod voor last minute woningruils.
HomeExchange / Huizenruil.com	Woningruilplatform, tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Homelink	Bemiddelt bij gelijktijdige en niet-gelijktijdige woningruil, en ook bij deals waarbij je om de beurt als gast in elkaars huis verblijft.
HomeExchange-Gold	Woningruilplatform, tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep met luxe huizen	Richt zich op het luxe segment.
Facebookgroep 'Ruil je huis'	Woningdeelplatform, tijdelijk verblijf, gratis slaapplek	N.v.t.
Vrienden op de fiets	Woningdeelplatform, tijdelijk verblijf, gratis slaapplek	Non-profit netwerk van overnachtingsadressen voor doortrekkende fietsers of wandelaars die meerdaagse tochten maken. Telefonisch direct bij particulieren reserveren. Altijd 19 euro per persoon per nacht voor logies en ontbijt.
Warmshowers	Woningdeelplatform, tijdelijk verblijf, gratis slaapplek	Vergelijkbaar met 'Vrienden op de fiets', maar wereldwijd en gratis.
Couchsurfing	Logeerplekkenplatform, tijdelijk verblijf	Wereldwijd social netwerkplatform van reizigers die andere reizigers gratis een slaapplek aanbieden. Wie zich bij de website aanmeldt voor couchsurfing, moet zelf ook bereid zijn om mensen in huis te nemen.
Campinmygarden	Deelplatform voor kampeerplekken in privétuin	'Space sharing' voor tuin of buitenhuisje. Tuineigenaren bepalen zelf het bedrag

Tuintje delen, De groene vinger	Deelplatform voor privétuinen	Verbindt tuiniers die op zoek zijn naar een tuin met tuineigenaren.
Landshare	Deelplatform voor privégrond (gratis)	Verbindt mensen die land willen gebruiken met mensen die land over hebben/ beschikbaar stellen.
Spareground	Deelplatform voor privégrond (tegen betaling)	Vergelijkbaar concept als Landshare, maar met Spareground kan men geld verdienen door ongebruikte ruimte te verhuren (land, tuin, wei, oprit, garage, schuur, zolder, etc.).
Parkshare	Platform voor parkeerplaatsen	Particulieren verhuren hun oprit als parkeerplaats aan andere particulieren.
AirPnP	Platform voor toiletbezoek	Naam afgeleid van Airbnb. ver)huur van toilet.
Deelstoel	Platform voor werkplekken	Overheidsinstellingen zetten deuren open en bieden werkplekken voor ambtenaren. Geen verdienmodel, wel kostenbesparend.
Seats 2 meet	Platform voor werkplekken	Gestoeld op het principe van ontmoeten. Flexibele werkplekken zijn gratis, geld wordt verdiend met verhuur van vergaderruimtes, stilteplekken en bij evenementen
Tsiferblat	Café, verblijfsruimte, betaling op basis van tijd en toegang	Caféconcept in Rusland (Moskou) met uitgangspunt 'Tijd is geld'. Betalen voor toegang en gebruik: Betalen voor de tijd dat iemand er is: '2 roebel per minuut. Koffie, thee en alle andere versnaperingen zijn inbegrepen bij je verblijf.



6 Wonen op basis van (de principes van) delen

6 Wonen op basis van (de principes van) delen

Naast reguliere huurconcepten en de in het hoofdstuk hierboven benoemde sharing economy-concepten, worden in dit hoofdstuk (inter-)nationale woonvormen uiteen gezet waarbij delen op een andere manier centraal staat: delen op basis van tijd, delen op basis van gemeenschappelijkheid en als laatste komt delen op basis van flexibiliteit aan de orde. Daarnaast wordt kort weergegeven voor welke doelgroepen wonen op basis van delen mogelijk interessant is en welke behoeften daarbij horen.

Door de diverse woonvormen met elkaar te vergelijken, worden verschillen en overeenkomsten inzichtelijk gemaakt. Mogelijk leiden de combinaties van aspecten vanuit de diverse woonvormen danwel het inzicht in specifieke doelgroepen met haar woonwensen en profiel tot nieuwe kansen voor wonen.

6.1 Delen op basis van tijd

In dit hoofdstuk worden een aantal vormen van woningdelen toegelicht, waarbij gedeeld wordt op basis van tijd. Individueel, maar na elkaar wordt gebruik gemaakt van woonruimte. Soms zijn er vooraf vaste tijden (en lengte van perioden) voor het gebruik afgesproken, soms is de tijd flexibel in te vullen.

6.1.1 Vast in tijd

Timesharing

De analyse van timesharing biedt inzicht in delen als tijdelijke woonvorm met een meer vast karakter, door de vooraf afgesproken tijdstippen voor gebruik. Door de voor- en nadelen van dit concept vast te stellen, wordt onderzocht of timesharing relevante aspecten in zich heeft voor een nieuwe woonvorm. Bij timesharing is men onder het motto 'Samen investeren, individueel vakantie vieren' voor een bepaald gedeelte van het jaar eigenaar van de accommodatie.¹¹⁶ ¹¹⁷ Timesharing betekent letterlijk 'deeltijd' (time= tijd en share = delen). Een aantal mensen is gezamenlijk eigenaar van meerdere vakantieverblijven in populaire vakantiebestemmingen en zij kopen het recht om in deeltijd gebruik te maken van een van deze accommodaties. 'Een deeltijdformule wil zeggen dat de appartementen aangeboden worden per week, de klant koopt het gebruiksrecht op het appartement in het resort voor één of meer weken per jaar.'¹¹⁸ Meestal wordt het tijdstip van bewonen vooraf vastgelegd. Deelnemers zijn dus met een hele groep mensen 'mede-eigenaar van eenzelfde stukje vastgoed'.¹¹⁹ Naast appartementen, kan het bij timesharing ook gaan om een luxe zeiljacht of vakantiehuis/bungalow.¹¹⁷ Timesharing vindt vooral plaats aan land en rondom de Middellandse Zee, met name Turkije en Griekenland.¹¹⁷ Er zijn veel verschillende varianten van timesharing: bij de één koop je het gebruiksrecht voor een bepaalde periode, bij de ander geldt het gebruiksrecht onbeperkt en is het ook overerfbaar. De prijs verschilt per accommodatie; ze zijn er van eenvoudig tot zeer luxe ingericht. Ook moeten jaarlijks onderhoudskosten en verplicht lidmaatschap van de overkoepelende organisatie betaald worden.¹²⁰ Het verkopen van deze accommodatie op basis van timesharing vindt plaats door timesharing-organisaties¹¹⁷, die ervoor zorgen dat de appartementen in de overige tijd aan andere timesharemensen verhuurd wordt en dat ze onderhouden worden.¹²¹ Timesharing wordt vaak verkocht met de mogelijkheid om met vele andere vakantieaccommodaties in andere plaatsen te ruilen. Zo kan men ieder jaar naar een andere plaats.¹²¹

De voordelen van timesharing zijn

1. Financieel: Men is eigenaar van een vakantiewoning, maar aangezien dit slechts voor een beperkt aandeel van het jaar is, zijn de kosten voor een 'tweede woning' vele malen lager. Met timesharing wordt een vakantiewoning in het buitenland wel haalbaar (in tegenstelling tot een

¹¹⁶ <http://www.hapimag.com/nl/idee.html>

¹¹⁷ Timesharing (toerisme), [http://nl.wikipedia.org/wiki/Timesharing_\(toerisme\)](http://nl.wikipedia.org/wiki/Timesharing_(toerisme))

¹¹⁸ <http://www.timesharefoundation.com/nl/home.php>

¹¹⁹ Boer (2011), Timesharing: wat koop je er mee?, <http://reizen-en-recreatie.infonu.nl/diversen/88363-timesharing-wat-koop-je-er-mee.html>

¹²⁰ Bosscher, D. (1995) Time-sharing: lucratief, maar niet voor iedereen, <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/2663180/1995/02/18/Time-sharing-lucratief-maar-niet-voor-iedereen.dhtml>

¹²¹ arcade2202 (2012), Slechts drie weken gewerkt in deze branche ,nog spijt, Time Share , Pure volsverlakerij ofwel Oplichterij !, <http://plazilla.com/page/4294996044/time-share-cran-canaria-mogan-na-25-jaar-nog-spijt-slechts-drie-weken-gewerkt-pure-oplichterij>

traditionele aankoop) doordat de aankoopprijs wordt verdeeld tussen verschillende mede-eigenaars en leegstand wordt voorkomen.¹¹⁹

2. Organisatorisch: Voor wie wel een tweede (vakantie)woning wenst, maar niet alle zorgen voor onderhoud wil hebben, is time-sharing een alternatief, omdat de timeshare-organisatie het onderhoud regelt. Zo heeft men geen last van de gebreken die opgetreden zouden kunnen zijn terwijl men niet in het (eigen) vakantieverblijf aanwezig was.¹¹⁹

De nadelen van timesharing wegen zwaar op tegen de voordelen. Op internet zijn vele negatieve artikelen over (ervaringen met) timesharing te vinden. Deze gaan met name in op de agressieve verkooptrucs. Bij timesharing worden meestal vakantiegangers in het vakantieland aangesproken en verleid door verkopers voor deelname aan timesharing. Zowel in het concept als in de trucs van de verkoper, zitten diverse addertjes onder het gras. Enkele voorbeelden:

1. Bij diverse timesharings is het mogelijk het appartement te ruilen met vele andere appartementen op andere populaire vakantiebestemmingen. Echter, vaak ziet enkel het appartement wat bezocht wordt bij de aankoop er 'spik en span' uit en blijken de andere appartementen van een totaal ander niveau te zijn.¹²¹
2. Een deel van de kosten wordt verzwegen, waardoor er voor aankopers geen helder en eerlijk kostenoverzicht is.
3. Verkopers stellen timesharing zeer rooskleurig voor; als een goede belegging met een strikt eigendomsrecht dat makkelijk en snel met winst te verkopen is, terwijl dat niet het geval is.¹¹⁹ Het komt vaak voor dat de contracten onverkoopbaar blijken te zijn, 'waardoor eigenaren overblijven 'met een zware financiële opdoffer'.¹¹⁹
4. Sommige timesharingbedrijven eisen van de eigenaar bij doorverkoop van de woning een bepaald percentage over de verkoopprijs af te staan aan de firma.
5. Wetgeving en taalbarrière: Vaak is de wetgeving van het land waar het timesharecontract wordt afgesloten van toepassing en zijn deelnemers niet bekend met de inhoud daarvan.¹²² Ook zijn contracten vaak niet in de voertaal van de deelnemer opgesteld, waardoor het voor hem niet goed leesbaar is. Het gevolg kan zijn dat ontbinding van het contract niet meer mogelijk is of dat er bijvoorbeeld andere verplichtingen zijn waar de deelnemer vooraf niet mee bekend was.

6.1.2 Flexibel in tijd

Hotel: huren per nacht

Iedereen kent het principe van een hotel. Een hotel is een verblijf gericht op gastvrijheid en dienstverlening waar men tegen betaling kan overnachten, eten en drinken. Een hotel is een flexibel concept: een hotelkamer kan men huren per dag of nacht (en soms ook per uur) en eventueel aanvullen met ontbijt, lunch en diner en diverse services (al dan niet betaald). Hotels zijn er in diverse soorten en maten: van low-budget tot luxe 5-sterren hotels en all-inclusive resorts.¹²³ De term 'hotel' roept bij de consument een bepaalde verwachting op qua serviceniveau en is over het algemeen luxe qua uitstraling en dienstverlening en duur.¹²⁴

Voordelen van een hotel zijn: het gemak ('gespreid bed', er wordt schoongemaakt, eten en drinken is beschikbaar), de service (hoog niveau van dienstverlening), de standaard (luxe), extra diensten (sport, sauna) en de tijdelijkheid (boeken per nacht in plaats van per week, maand of jaar).

Nadelen van een hotel zijn: met name de hoge kosten en ook de eenduidige uitstraling (weinig persoonlijkheidsgevoel) en het maximum aantal personen per kamer (vaak twee, soms meer, waardoor verblijf met een gezin niet overzichtelijk is), hoewel er soms ook familiekamers zijn.¹²⁵

Hotelhuis: huren per maand

Voor langere tijd wonen in een hotel is mogelijk via hotels die zichzelf als 'woonhotel' positioneren of via het bemiddelingsplatform voor woonhotels: HotelHuis.nl die hotelkamers aanbiedt voor langere tijd (minimaal twee maanden) tegen een 'huurtarief van een normale woning'.¹²⁶ ¹²⁷ Voor de volgende groepen mensen kan wonen in een hotel interessant zijn: mensen die noodgedwongen hun woning

¹²² (2013), Time-sharing: pro's en contra's, <http://www.inspirerend-wonen.be/geld-en-wonen/financieel-juridisch/time-sharing-pros-en-contras.html>

¹²³ Hotel, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Hotel>

¹²⁴ <http://www.nationalehorecagids.nl/hotel/paginas/hotel.html>

¹²⁵ <http://www.opreisdoo.nl/hotels.html>

¹²⁶ <http://www.hotelhuis.nl/over/veelgestelde-vragen>

¹²⁷ Lindner, f. (2014), Wonen in een hotel via verhuurplatform, <http://www.hospitality-management.nl/nieuws/wonen-in-een-hotel-via-nieuw-platform-17672/>

moeten verlaten, studenten, starters, zakenmensen, artiesten of expats die voor middellange tijd ergens verblijven en voor die korte periode geen sores van huren wensen te hebben, mensen die willen wonen met een hoog serviceniveau, dienstverlening of in een luxe sfeer die hen erg aanspreekt (en dit ook kunnen betalen) en mensen die in een onzekere situatie verkeren (bijvoorbeeld bij een beginnende relatie als 'relatietest').

De 'Student Hotel' is een voorbeeld van een dergelijk principe. 'The Student Hotel biedt volledig ingerichte kamers aan voor internationale (rijkere) studenten gedurende maximaal 10 maanden. Daarnaast is een deel van de accommodatie gedurende het gehele jaar beschikbaar voor toeristische en zakelijke hotelgasten en short-stay.' Deze gemeubileerde 'short-stay' appartementen hebben de volgende kenmerken: dienstverlening van een hotel, flexibel af te nemen (huren per maand), luxe (design)uitstraling en allerhande voorzieningen en diensten gericht op stedelijk georiënteerde studenten.¹²⁸

Woonhotel: permanent wonen met hotelservices

Naast kort verblijf kan er ook voor langere tijd gewoond worden in hotels of worden appartementencomplexen uitgevoerd met de services van een hotel. Beide vormen zijn gebaseerd op toegang hebben tot (woning of voorzieningen) naar behoefte. Een woonvorm die zich veelal richt op vermogende ouderen is het permanent wonen in een luxe appartementencomplex in combinatie met toegang tot 'de volledige service die een viersterren-de-luxe-hotel biedt': ontbijt, boodschappen, schoonmaak, roomservice, laundryservice.¹²⁹ Aan het eind van de maand worden alle afgenomen services afgerekend.¹²⁹ Andersom geldt hetzelfde principe. Hotels bieden steeds vaker hotelkamers te koop aan. De voordelen daarvan zijn: een eigen hotelkamer voelt meer als 'thuis' omdat er niet van kamer gewisseld hoeft te worden, men kan altijd gebruik maken van de uitgebreide hotelservices en gemak en veiligheid: wanneer men op zakenreis of tournee gaat wordt er goed op het appartement gepast door het hotelpersoneel en heeft men geen sores van bijvoorbeeld het betalen van verzekeringen of het onderhoud van de woning.¹³⁰ Bekende artiesten maken hier gebruik van.

6.2 Delen op basis van gemeenschappelijkheid

In dit hoofdstuk worden een aantal vormen van woningdelen toegelicht, waarbij gedeeld wordt op basis van gemeenschappelijkheid. Gemeenschappelijk wonen is in te delen in diverse concepten die onderverdeeld worden in twee categorieën: woningdelen en voorzieningen delen (al dan niet binnen een specifieke gemeenschappelijke woonbuurt). De analyse van gemeenschappelijk wonen is relevant voor dit onderzoek omdat inzicht wordt verkregen in de diversiteit aan deelmogelijkheden.

6.2.1 Woonruimte delen

Bij 'woningdelen' wonen mensen 'onder één dak'. Mensen leven in mindere of meerdere mate van betrokkenheid met elkaar samen, met minstens een sociale meerwaarde als doel.¹³¹ Gemeenschappelijk wonen kan verschillende vormen aannemen: door de 'mate van gemeenschappelijkheid (co-housing of woongroep), de doelgroep (specifiek of intergenerationeel), de grootte van het project, de inplanting (stedelijk, landelijk) en de accenten die gelegd worden door de bewoners, zoals: zorgfunctie, kunst, cultuur, (stads)landbouw, workshops, natuur, buurthuis, co-working, autodelen, etc.'¹³³ Woningdelen is in diverse categorieën mogelijk. Hieronder worden enkele voorbeelden genoemd, in volgorde van een hoge mate van gemeenschappelijkheid en betrokkenheid tot een lager 'samen-gehalte'.

¹²⁸ The Student Hotel Rotterdam, <https://www.werkenineenhotel.nl/hotels/the-student-hotel-rotterdam/-/rotterdam/>

¹²⁹ Egdom, H. van (1996), Permanent wonen in een luxe hotel, <http://www.digibron.nl/search/detail/012de365394d088832a3c285/permanent-wonen-in-een-luxe-hotel>

¹³⁰ Trend: wonen in een hotel, <http://www.trendstyle.net/trends/wonen-in-een-hotel.html>

¹³¹ <http://www.samenhuizen.be/>

¹³² Rombouts, D. (2014), Gedeeld wonen: een overzicht, <http://www.bewustverbruiken.be/artikel/gedeeld-wonen-een-overzicht>

¹³³ Gillabel, J. e.a., Deel de toekomst, <http://www.zeronaut.be/wp-content/uploads/2014/02/Deel-de-toekomst-65-maatregelen-voor-de-Vlaamse-deeleconomie.pdf>

Gemeenschapshuizen

Gemeenschapshuizen hebben privékamers (kamergewijze verhuur) in een gemeenschap en het huishouden is gedeeltelijk samen.¹³⁴ Deze woning wordt gedeeld door bijvoorbeeld 'studenten of jongwerkers'. Privé hebben ze meestal een slaapkamer, de rest van het huis wordt gemeenschappelijk gebruikt. Een gemeenschapshuis heeft veelal een tijdelijk karakter.¹³⁴ Gemeenschapshuizen worden door een aantal eigenaren samen gekocht of bewoners huren van een vastgoedeigenaar. Studentenhuisen komen in Nederland veel voor.

Woongroepen

Woongroepen hebben privékamers in een gemeenschap en het huishouden is gedeeltelijk samen.¹³³ 'Een woongroep lijkt op een gemeenschapshuis, hoewel er soms meer privéruimte is. Het is meestal duurzamer dan een gemeenschapshuis omwille van de inwoners die al wat ouder zijn, zelfs tot senioren.'¹³⁴

Leefgemeenschappen

Leefgemeenschappen hebben privékamers in een gemeenschap en het huishouden is volledig samen.¹³³ 'Een leefgemeenschap kenmerkt zich door een duurzamer karakter en een grotere mate van gemeenschappelijkheid, zo wordt het huishouden voor het grootste deel gemeenschappelijk georganiseerd. Er is meestal een zekere ideologische factor die de bewoners bindt, zoals religie, ecologie of solidariteit. Doordat er meer activiteiten gezamenlijk georganiseerd worden is er ook meer overleg tussen de bewoners.'¹³⁴

Overige vormen van woningdelen

Andere vormen van woningdelen, zijn:

- Inwonen: bijvoorbeeld inwonen bij ouders of hospitaerverhuur. En andersom: Als de hoofdhuurder bijvoorbeeld te weinig verdiend, staat een ouder garant.
- Reguliere huur met twee volwassenen: anders dan samenwonenden met een relatie, is het sinds 2011 ook mogelijk een woning te huren voor een huishouden met twee volwassenen zonder dat zij een relatie met elkaar hebben.¹³⁵

6.2.2 Voorzieningen delen

Co-housing

Co-housingsbuurten hebben privéwoningen en gemeenschappelijke ruimten/ deelvvoorzieningen. 'Naast dat iedereen zijn eigen volledig uitgeruste privéwoning en -tuin heeft, hebben cohousers ook op projectniveau een gemeenschappelijke tuin en een centraal gebouw waarin functies gedeeld worden, zoals wasruimte een bewonerscafé, werkplaats, gastenkamers, ontspanningsruimte of bijvoorbeeld zwembad.'¹³³ Daarnaast is er in het gemeenschapshuis een gemeenschappelijke keuken/ eetzaal waar bewoners minstens enkele keren per week samen eten.¹³⁶ Een cohousingwijk probeert het buurtgevoel van een traditionele dorpskern te restaureren. In een Cohousingproject kennen de burens elkaar en leeft er een sociale bewogenheid. Het woonproject vormt ruimtelijk, architecturaal en juridisch één geheel. De architectuur van een cohousingproject biedt een verhoogde kans op sociale interactie. De gemeenschappelijke faciliteiten worden collectief ontworpen, gebruikt en beheerd. Cohousing geeft een antwoord op een aantal ruimtelijke knelpunten: 'slimmer ruimtegebruik, rustige wijken, veilige speelruimte voor kinderen, compacter bouwen, meer groenbehoud en aandacht voor waterhuishouding.'¹³⁷

Centraal wonen

Bij centraal wonen heeft men een eigen woning in combinatie met gedeelde ruimten, waarbij beperkte gemeenschappelijke ruimten/ deelvvoorzieningen zijn. Iedere bewoner heeft een eigen "unit" met naast slaap- en woonkamer ook een eigen keuken en badkamer. Daarnaast zijn er op projectniveau een aantal voorzieningen zoals een bewonerscafé, werkplaats, gastenkamers, ontspanningsruimte, tuin, etc. Er is zelden een keuken en/of eetzaal voor de volledige gemeenschap.¹³⁶ Centraal wonen projecten worden meestal door burgers opgezet. In onderstaande gevallen is er echter sprake van professionals die dergelijke initiatieven hebben geïnitieerd.

¹³⁴ <http://www.samenhuizen.be/onder-%C3%A9%C3%A9n-dak>

¹³⁵ NUL20 (2013), Inwonertal blijft groeien

– ondanks bouwcrisis – , <http://www.nul20.nl/sites/default/files/pdf/NUL20%20nr%2069.pdf>

¹³⁶ <http://www.samenhuizen.be/wat-bedoelen-we-met-cohousing>

¹³⁷ <http://www.cohousingprojects.be/index.php/cohousing>

- Noord4Us, voorbeeld centraal wonen, georganiseerd door professionals

Noord4Us is een woningbouwproject in Amsterdam, waarbij bewoners een eigen appartement met eigen buitenruimte hebben, maar vanuit financieel en efficiency oogpunt voorzieningen met elkaar delen.^{138 139} Architect en bewoners ontwikkelen samen het bijbehorende 'sharing economy concept', waardoor toegang tot extra's mogelijk wordt, zoals: een logeerappartement, elektrische auto's, aparte ruimte voor kinderopvang of werkplekken, fitnessruimte, wasmachines en fietsen. Door deze manier van wonen maakt men efficiënter gebruik van de (in Amsterdam dure) ruimte, maar heeft men toch de beschikking over meer ruimte, is men milieuvriendelijk en bespaart men geld.

- Watdeeltij.nl, voorbeeld centraal wonen, georganiseerd door professionals

Watdeeltij is een (nog niet fysiek uitgevoerd) initiatief van diverse partijen – Heijmans, gemeente Helmond, TNO, ECN, Enexis, BOM, Stichting Kiem en Athlon Car Lease – die voornemens zijn een buurt te realiseren waar gebruik voor bezit gaat. De filosofie is dat men door te delen een betere, duurzamere buurt kan maken. Hieronder staan enkele aspecten benoemd waaruit deze 'deelbuurt' zou kunnen bestaan:

- Mobiliteit: passende mobiliteitsoplossingen (in plaats van eigen auto's)
- Energie: gezamenlijke energieopwekking
- Ruimte: gedeelde gastenkamers voor de hele buurt (in plaats van ieder zijn eigen logeerkamer)
- Ruimte: een gedeelte van de woning; slaapkamer, werkkamer, tuinspellenhok, zwembad, kinderspeelkamer
- Goederen: eigendommen in huis, zoals een heggenschaar
- Services; het voorlezen van een boek of kinderopvang bij de burens.

Onderzoek voor deze wijk wijst uit dat mensen bereid zijn diverse zaken met elkaar te delen: de tuin (mits men daarnaast over een stukje privétuin beschikt), de tweede auto of een elektrische scooter. De eigen woning voelt erg privaat en wordt liever niet gedeeld.¹⁴⁰

- De Studio, GAK-gebouw, Amsterdam

Het voormalig GAK-gebouw biedt ruimte aan 331 studio's in drie verschillende uitvoeringen van ca. 28 m² tot en met ca. 47 m² woonoppervlak gericht op starters. Deze doelgroep is na het studentenleven toe aan een eigen plek, maar heeft ook nog behoefte aan collectiviteit. Het concept sluit hier naadloos op aan. De studio's beschikken over een eigen keuken en badkamer en bewoners maken gebruik van een centrale laundrette/ wasserette, servicebalie met huismeester en coffeecorner. Tevens kunnen zij naar wens een berging of parkeerplaats afnemen. 'De Studio Amsterdam sluit aan bij Tokyo, Parijs en New York waar klein wonen steeds hipper wordt.'¹⁴¹

Gedeelde voorzieningen

Diverse zaken kunnen in wijken en buurten met elkaar gedeeld worden. Zonder volledig te zijn, volgt hieronder een opsomming (met voorbeelden) van de mogelijkheden:

- (samengevoegde) privé-achtertuinen. Al dan niet met faciliteiten daarin (gezamenlijk bouwen van een zwembad, bubbelbad, pizzaoven, gezamenlijke huiskamer en werkplekken).¹⁴²
- Ruimte, gehele woning: bv. via Airbnb.
- Ruimte, onderdeel woning: Nieuwe bestemmingen voor leegstaande kamers in huis. Buurtbewoners maken daarvan een gezamenlijk hotel, kinderopvang of vergaderruimten voor mensen uit de buurt die vaker thuis willen werken (co-housing).¹⁴³
- Diverse typen ruimten (los van de eigen woning), bv. klusruimte.¹⁴⁴
- Wasmachineruimte in plaats van eigen wasmachines.¹⁴⁴
- Glasvezel delen¹⁴⁴
- Buurtmobiliteit: elkaars auto's (e-bikes en andere vervoermiddelen) gebruiken, elektrische buurtauto's, een buurtbakfiets.^{143 145}
- Duurzaamheid: samen energiebesparende maatregelen inkopen, wijkwindmolens: eigen stroom duurzaam opwekken, zonnepanelen op scholen t.b.v. schone energie.^{143 145}
- Elektronische apparatuur: huurders van woningcorporatie Eigen Haard schaffen hun eigen witgoed niet meer aan, maar huren deze via de woningcorporatie bij fabrikant Bosch. De huurder kan de duurzame koelkast voor een laag bedrag huren, waarmee hij het aanschafbedrag en elektriciteitskosten bespaart. Na zeven jaar neemt Bosch de koelkast terug,

¹³⁸ <http://noord4us.nl/nieuws/hoe-meer-je-deelt/>

¹³⁹ <https://www.facebook.com/noord4us>

¹⁴⁰ Kalmthout, R., interview (2014)

¹⁴¹ <http://www.de-studio.nl/projectomschrijving/>

¹⁴² Snijboon (2014), Buurland, <http://www.partici-appel.nl/buurland/>

¹⁴³ Heijden, J. van der (2014), Productie door de burger, <http://www.atosborne.nl/media/files/productie-door-de-burger.pdf>

¹⁴⁴ <http://www.kersentuin.nl/>

¹⁴⁵ <http://www.duurzaamsoesterkwartier.nl/>

zodat het apparaat uit elkaar gehaald kan worden waarna Bosch de fossiele grondstoffen kan hergebruiken voor een nieuwe koelkast. Op deze manier is 100% hergebruik mogelijk en heeft de huurder met weinig geld, toch profijt van de beste apparatuur.¹⁴⁶

- Andere zaken, zoals meubels, maar ook mobiliteit en onderhoud: Naar bovengenoemd voorbeeld op initiatief van Thomas Rau, stelt Rau voor alle onderdelen van het huis (apparatuur, meubels, licht, etc.) als abonnement aan te bieden in plaats van aan te schaffen.¹⁴⁶
- Materialen: grasmaaiers, haagscharen, boormachines, etc.

Lokale (online) buurtnetwerken t.b.v. deeleconomie

In tegenstelling tot co-housing en centraal wonen, zijn lokale buurtnetwerken pas opgezet nadat bewoners er woonden. Buurtbewoners hebben niet bewust samen een wijk gebouwd waarin vooraf afspraken gemaakt zijn over gemeenschapsfactoren, maar zij zetten op eigen initiatief lokale buurtblogs, online buurtnetwerken en buurtplatforms op. Dergelijke buurtnetwerken zijn veelal sociaal, maar soms ook duurzaam of financieel van aard.¹⁴⁷ Naast diverse andere zaken, kunnen deelinitiatieven een onderdeel uitmaken van deze online buurtnetwerken. In de platforms kunnen lokale marktplaatsen geïntegreerd zijn, bijvoorbeeld voor het delen en lenen van goederen of mogelijkheden voor autodelen. Voorbeelden hiervan zijn 'HolloIJBurg' en 'Buurtbalie':

- HallolJBurg is een netwerk in de wijk IJBurg in Amsterdam dat 'mensen met ideeën verbindt met mensen met kennis, ervaring, energie en/of geld'.¹⁴⁸ HallolJBurg is een krachtig netwerk met drieduizend leden' en heeft een lokale marktplaats voor producten en diensten, de Flexbieb (boeken delen) en Moes32 (moestuin delen).
- De Buurtbalie is een netwerk in de Indische buurt in Amsterdam dat 'wil uitbreiden met een interactief centrum waar vraag en aanbod gematcht wordt. Naast bijvoorbeeld het vraag en aanbod van (vrijwilligers-)vacatures, zou deze marktplaats ook ruimte moeten bieden aan vraag en aanbod van ruimten. 'Leegstand is slecht voor de buurt. Daarom willen we het aanbod van ruimtes inventariseren en tegelijkertijd de vraag naar ruimtes in kaart brengen.

Ook zijn er buurtplatforms op initiatief van professionals. Via dergelijke platforms kan de deeleconomie in een buurt gestimuleerd worden, wat tot gevolg kan hebben dat de sociale cohesie versterkt, de duurzaamheid in de wijk verbeterd en de financiële situatie van buurtbewoners verbeterd. De overheid en woningcorporaties hebben belang bij deze effecten. Een voorbeeld hiervan is:

- Woningcorporaties Portaal en De Alliantie hebben een platform voor de buurt ontwikkeld vanuit het geloof in 'levendige buurten waar bewoners elkaar versterken vanuit eigen kracht'. In een afgesloten virtuele omgeving kunnen buurtbewoners met elkaar communiceren en delen.¹⁴⁹ Diverse voorstellen om te delen worden op het platform belicht, zoals: permanente woonruimte ruilen, woonruimte tijdens vakantie delen, werkruimte en pop-up-shops in leegstaand vastgoed, gronden voor tijdelijk gebruik van moestuinen, vervoer en mobiliteit (auto's, fietsen, carpoolen), spullen delen, lenen, ruilen of opruimen, wifi delen en kennis- en klushulp.

6.3 Delen op basis van flexibiliteit

In dit hoofdstuk worden flexibiliteit in zowel product als proces (gebruik) toegelicht. De analyse van flexibele woonproducten en -processen is relevant voor dit onderzoek omdat dit product overeenkomsten geeft met de waarden van deeleconomie: flexibiliteit in de zin van tijdelijk gebruik en toegang hebben tot. Wanneer woonruimte fysiek flexibeler is, zou het delen van woonruimte (danwel fysiek tegelijkertijd, danwel opvolgend aan elkaar) wellicht gemakkelijker kunnen zijn, waardoor dit mogelijk kansen biedt voor de deeleconomie.

6.3.1 Flexibel woonproduct

Hieronder worden twee voorbeelden van flexibele woonproducten toegelicht.

- Heijmans One

'Heijmans One' is een verplaatsbare eenpersoonswoning die zich richt op alleenstaanden. Omdat deze groep woonconsumenten momenteel op zowel de huur- als koopmarkt niet terecht kan, wordt ingespeeld op de woonbehoeften van eenpersoonshuishoudens. Doel van het ontwerp was 'een meer

¹⁴⁶ Altijd Wat (2014), http://www.npo.nl/altijd-wat/26-08-2014/KN_1660977

¹⁴⁷ Zo communiceert de buurt online, <http://www.partici-appel.nl/praktijkvoorbeelden/>

¹⁴⁸ Snijboon (2014), Vinex der vinexen en wijkonderneming ten voeten uit., <http://www.partici-appel.nl/hallo-ijburg/>

¹⁴⁹ Snijboon (2014), <http://www.partici-appel.nl/author/snijboon/page/6/>

duurzame variant van een tijdelijke woning die het gevoel van een noodoplossing overstijgt: een flexibele (tijdelijke, verplaatsbare), maar kwalitatief hoogstaande woning.' Haar flexibiliteit moet het mogelijk maken tijdelijke situaties in te vullen (braakliggende terreinen). In tegenstelling tot containerwoningen is de Heijmans One dubbelhoog, gebouwd met lichte, duurzame materialen (voornamelijk hout) en heeft het een eigen terras. De woning heeft een klein vloeroppervlak van 33 m². Dankzij de uitvoering in hout is de woning licht en gemakkelijk met een trailer te verplaatsten. Het materiaalgebruik zorgt voor flexibiliteit/ verplaatsbaarheid en maakt de woning gemakkelijk aanpasbaar en demontabel. 'In de toekomst gaan we steeds meer lichtgewicht, op de doelgroep toegesneden woningbouw zien.'

- Keetwonen

'Keetwonen' betekent wonen in omgebouwde (zee)containers. 'In 2006 opende woningcorporatie De Key in Amsterdam het studentencomplex Keetwonen, dat met duizend woningen de grootste containerstad ter wereld is.'¹⁵⁰ Het project is afgestemd op de woonwensen van de doelgroep: een plaats voor zichzelf, een eigen douche en toilet en de mogelijkheid om anderen te ontmoeten.¹⁵⁰ Een keetwoning heeft een oppervlakte van 22 tot 30 m² en de kale huur bedraagt €250 per maand.¹⁵¹ De keetwoningen beschikken over een eigen keuken, badkamer en balkon, een aparte slaap- en studeerkamer, grote ramen voor genoeg daglicht.¹⁵² De woningen zijn van alle gemakken voorzien: een automatisch ventilatiesysteem, verwarming door een centraal gasboilersysteem, warm water door een tank per huis, een supersnelle draadloze internetverbinding, een draadloze tv-aansluiting en een centraal audiosysteem voor bezoekers. Studenten die een container betrekken krijgen korting op het assortiment van IKEA.¹⁵¹ Naast de eigen voorzieningen in de containers, beschikken studenten over de mogelijkheid met elkaar in contact te komen in gemeenschappelijke ruimtes¹⁹ en zijn er op de campus faciliteiten, zoals een kleine winkel, horecagelegenheid, wasserette, sportfaciliteiten, eigen parkeerplaatsen en een fietsenstalling.¹⁵⁰ 'De keetwoningen zijn razendpopulair.'¹⁵² De keetwoningen zijn tijdelijk¹⁵² en de gemeente heeft al toegezegd een nieuwe plaats te zoeken wanneer zij ruimte moeten maken. Doordat er zekerheid is over herbestemming is de woning een duurzaam product.¹⁵² De omgebouwde containers bieden de volgende voordelen: 'lage bouwkosten, hoge stapelbouw mogelijk, bijzonder stevig van constructie en simpel te verhuizen met lage verhuiskosten. De containerwoning past standaard op iedere ISO containerwagon, containerauto en containerschip en kan door iedere havenkraan worden opgepakt'.¹⁵¹ Een dergelijk huis kost op 13.000 euro en na 5 jaar kan het hele dorp weer verplaatst worden waardoor vergunningen makkelijk te krijgen zijn.¹⁵⁴

6.3.2 Flexibel gebruik

Hieronder wordt een (nog conceptueel) voorbeeld toegelicht van hoe 'de dienst wonen' flexibel gebruikt kan worden. Uitgangspunt hierin is het toegang hebben tot diensten in plaats van de producten te bezitten en betalen voor prestatie ('wonen per minuut').

- ZAP

ZAP is een woonconcept van Lincubator dat zich richt op een grote middengroep van jongeren die behoefte heeft aan dynamiek en niet geïnteresseerd is in bezit, maar des te meer in gebruik en prestatie.¹⁵⁵ ZAP Wonen organiseert alles wat met het wonen te maken heeft en geeft garantie op een passende woonruimte, voor een vast bedrag per maand. Jongeren betalen een vast bedrag per maand, waarvoor ze een woning huren, maar waarbij ook de energie, internet, belasting etc. inclusief zijn. Binnen de ZAP-community kan geruild worden van woning en is er onderling contact tussen de huurders. Partners worden uitgedaagd om interessante producten aan te bieden aan de ZAP-community, waarbij het gaat om een mix van bestaand en tijdelijk vastgoed. Wanneer men wil verhuizen (bijvoorbeeld omdat de gezinssamenstelling of arbeidsomstandigheden veranderen) geeft men op één aanspreekpunt aan waar en hoe hij zou willen wonen. ZAP geeft de garantie af dat men binnen vier maanden een nieuwe woning heeft. Het business model van ZAP is gebaseerd op schaalgrootte en kostenbesparing door de incentive te verleggen naar bedrijven die de producten leveren. Kenmerken van ZAP zijn: dynamisch, vraaggestuurd en ontzorgend. Het model sluit aan op de dynamiek van het leven van jongeren en biedt duidelijkheid en zekerheid, naast keuzevrijheid en flexibiliteit.

¹⁵⁰ Keetwonen (Amsterdam student housing), <http://www.tempohousing.com/projects/keetwonen.html>

¹⁵¹ Telegraaf (2003), Amsterdam bouwt 1100 keetwoningen, <http://www.bouwenwonen.nl/news/read.asp?id=4359>

¹⁵² Peijs, H. (2005), Keetwoningen zijn grote hit, http://www.tempohousing.com/pdf/press/051026_metro.pdf

¹⁵³ (2003), Amsterdam bouwt 1100 keetwoningen, Telegraaf

¹⁵⁴ Everts, V. (2006), Funda: Innovatie in de vastgoed wereld, <http://www.vincenteverts.nl/funda-innovatie-in-de-vastgoed-wereld/>

¹⁵⁵ Luijten, A. (2013), Innovatie vraagt om creativiteit in plaats van efficiency, <http://www.gebiedsontwikkeling.nu/artikel/8425-innovatie-vraagt-om-creativiteit-in-plaats-van-efficiency>

6.4 Delen op basis van doelgroep

In dit hoofdstuk wordt een beeld geschetst voor welke doelgroepen woningdelen mogelijk (extra) interessant kan zijn. Een aantal doelgroepen en hun woonwensen worden beschreven. Soms gaat het om een combinatie van doelgroepen en factoren (zoals starters met weinig geld). Door inzicht te geven in een aantal specifieke doelgroepen, haar woonwensen en profiel, kunnen kansen op het gebied van woningdelen geschetst worden die aansluiting vinden op de vraag.

Studenten

Zij zijn veelal op zoek naar een plaats voor zichzelf met een eigen douche en toilet en tegelijkertijd de mogelijkheid om anderen te ontmoeten.¹⁵⁰ Ook zijn zij regelmatig op zoek naar een studentenkamer waarbij nog meer faciliteiten (zoals badkamer, keuken en woonkamer) met elkaar gedeeld worden.

Gescheiden mensen

Na een verbroken relatie heeft een van beide partners geen onderdak meer. Op een zo kort mogelijke termijn wenst hij vervangende woonruimte. Bij singles (zonder kinderen) hoeft deze ruimte niet groot te zijn, maar het moet wel een fijne plek zijn waar men tot rust kan komen. Vaak zoeken singles de dynamiek van de stad op, waardoor een centrale locatie fijn zou zijn. Wellicht is het ook een wens om met gelijkgestemden (andere gescheiden mensen) in een gebouw te wonen en faciliteiten met elkaar te delen. Daarmee worden de algemene woonlasten laag gehouden en zijn faciliteiten (zoals wasmachines en services, zoals stomerijservices) toch toegankelijk en kunnen nieuwe contacten worden opgedaan met gelijkgestemden. Aangezien de persoonlijke situatie op het moment onzeker is, is een tijdelijke huurvorm gewenst.

Eenpersoonshuishoudens

Alleenstaanden zoeken een woning die binnen het budget van één persoon past. Een kleine woning met gedeelde faciliteiten zou hiervoor een oplossing kunnen bieden.

Mensen die ‘in-between-houses’ zitten

In deze tijd van crisis kiezen steeds meer mensen ervoor eerst hun eigen woning te verkopen en daarna een nieuwe aan te kopen. Vaak sluiten de verkoop en koop qua tijd niet goed op elkaar aan. Deze doelgroep is op zoek naar een betaalbaar, goed, huis, aangezien zij het geld graag in de nieuwe woning wil investeren. Afhankelijk van de gezinsgrootte, verschillen de kenmerken.

Alleenstaande ouders

Alleenstaande ouders zijn op zoek naar een betaalbare woonvorm, die kan bijdragen aan ‘de logistiek van het leven’. Als alleenstaande ouder is de zorg voor de kinderen moeilijk te combineren met het werkende leven. Bijvoorbeeld groepswonen zou uitkomst kunnen bieden: leden kunnen voor elkaars kinderen zorgen, wanneer ouders aan het werk zijn, aan het sporten zijn of een avondje uit willen.

Expats¹³⁵

Expats zoeken goede, kwalitatief hoogwaardige woonruimte, dat tijdelijk en flexibel gehuurd kan worden. Aangezien de werksituatie (qua bestemming) vaak onzeker is, zou meer flexibiliteit in tijdelijkheid – bijvoorbeeld huurcontracten op maandbasis – prettig zijn.

Mensen met weinig geld

Mensen met een laag inkomen (doordat ze bijvoorbeeld werkloos zijn), zoeken woonruimte dat zo betaalbaar mogelijk is. Het delen van voorzieningen met andere in het wooncomplex of het huren van elektronische apparatuur voor een laag bedrag per maand, kan uitkomst bieden.

Zorgbehoevenden, ouderen, maatschappelijk kwetsbaren

Zorgbehoevenden en/of ouderen zijn op zoek naar een woonvorm met (mantel)zorg. Zij wensen maatschappelijke ondersteuning in een omgeving die als ‘thuis’ aanvoelt.¹³³

Starters, jongeren

Young professionals, hebben na het beëindigen van hun studie nog niet direct een baan of verdienen nog niet zoveel. Zij willen graag in hun studentenstad blijven wonen, maar zijn toe aan een plek voor hen zelf, eventueel met gelijkgestemden (niet meer met studenten met een andere levensstijl). ‘In Amsterdam bijvoorbeeld is een duidelijke trend zichtbaar dat studenten na het voltooien van hun studie in de stad willen blijven wonen. Deze groep van 25- tot 35-jarigen begint net met een eerste baan, woont

overwegend alleen en zet op veel vlakken het studentenbestaan voort.¹⁵⁶ Aangezien de wens om in de stad te blijven wonen, gezien het beperkte aanbod en de hoge prijs vaak niet realistisch is, zoekt deze doelgroep momenteel andere oplossingen. Zo wordt geconstateerd dat deze groep na enkele jaren 'weer bij de ouders aanklopt'. 'Uit onderzoek van het CBS blijkt dat van de generatie die begin deze eeuw het huis verliet bijna 20 procent van de vrouwen en 13 procent van de mannen tijdelijk terugkeert op het ouderlijk nest. Dat is bijna het dubbele aantal van veertig jaar geleden; in de jaren zeventig trok 7 procent van de jongens en 13 procent van de meisjes na een aantal jaar weer bij hun ouders in.'¹⁵⁶ Naast het beëindigen van de studie, blijkt ook het terug gaan na een verbroken relatie veel voor te komen. Doordat jongeren in de huidige tijd vaak een aantal relaties hebben, voordat zij settelen, wonen zij tussen deze relaties door vaker bij hun ouders, in tegenstelling tot vroeger, toen men vaak eenmaal 'het huis uit ging om te trouwen'. 'De stap om terug te gaan naar je ouders was dus veel groter.'¹⁵⁶ Young professionals 'zoeken elkaar veel op, brengen veel tijd buitenshuis door en gebruiken de eigen woning vooral om in te slapen, waardoor de faciliteiten nabij de woning belangrijker zijn dan die in de woning zelf. Liever een wassalon in de buurt dan een eigen wasmachine, liever een restaurant om de hoek dan een duur fornuis.'¹⁹ Reden om te kiezen voor woningdelen door deze doelgroep van jonge stedelingen komt voort uit een meer pragmatische afweging. 'Enerzijds is het niet mogelijk om met een starterssalaris de hoge hypotheek af te sluiten die nodig is om de huizen in populaire steden zoals Amsterdam en Utrecht te betalen. Anderzijds bestaat juist in deze steden een lange wachtlijst voor huurwoningen. Woningdeling anno 2014 is in zekere zin uit nood geboren.'¹⁹ Voorbeeld van een antwoord op deze behoefte is Overhoeks in Amsterdam. Hier worden 'Friends-appartments' ontwikkeld. Dit concept speelt in op de vraag van starters die na hun studie graag in Amsterdam willen blijven wonen, maar hier moeilijk een geschikte woning kunnen vinden. 'Een appartement bestaat uit twee als Siamese tweeling aan elkaar gegroeide studio's. 'De twee bewoners hebben hun eigen slaapkamer en berging, maar delen de woonkamer, keuken en badkamer. Dankzij de besparing die deze deling van functies oplevert, kunnen de woningen ondanks hun grootte van ongeveer 87 vierkante meter tegen een betaalbaar bedrag per 'friend' worden gehuurd'.¹⁹ Op deze manier worden vrije sector appartementen door te delen, betaalbaar.

¹⁵⁶ Jobse, H. (2013), Hee mam, ik kom weer thuis wonen, <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/3471361/2013/07/06/Hee-mam-ik-kom-weer-thuis-wonen.dhtml>



behomm

The Home Exchange Community
for Designers and Visual Artists



[What is Behomm ?](#)

[View homes](#)

[Testimonials](#)

[Free 1-Year Trial](#)

7 Interviews

7 Interviews

In dit hoofdstuk zijn een aantal conclusies uit de interviews uitgewerkt. Om de theorie te toetsen, zijn diverse diepte-interviews gehouden en is de bijeenkomst 'Business in de deeleconomie' bezocht. In dit hoofdstuk worden de uitspraken onder elkaar gezet die een bijdrage kunnen leveren aan het antwoord op de onderzoeksvraag. Per thema worden de reacties weergegeven. Voor de complete interviews wordt verwezen naar de bijlagen. De reacties zijn afkomstig van onderstaande personen.

Naam	Functie en bedrijf	Kennisgebied/ connectie met deeleconomie
Bijeenkomst Business in de deeleconomie		
Harmen van Sprang	Co-founder, Share NL	Kennis over deeleconomie vanuit kennisplatform Share NL
Michel Visser	Oprichter, Konnektid	Praktijkervaring vanuit deelplatform Konnektid
Kim Tjoa	Oprichter, FLOWW2	Praktijkervaring vanuit deelplatform FLOWW2
Carlien Roodink	Partner Holland FinTech, Lid, Amsterdam Economic Board	Kennis over beleid, kansen en bedreigingen vanuit deeleconomie voor ('sharing city') Amsterdam
Peter de Groot	Projectmanager klantbelang centraal, Achmea	Kansen en bedreigingen vanuit en voor de deeleconomie m.b.t. vertrouwen en verzekeren.
Bijeenkomst Business in de deeleconomie + interview		
Koen Frenken,	Hoogleraar economie van innovatie en technologische ontwikkeling, Universiteit Utrecht	Wetenschappelijke kennis vanuit onderzoek naar toekomstpotentie van autodelen
Interview		
Jessica de Man - Slijpen	MT-lid, Vellekoop & Meesters, Co-creator Share NL	Kennis over deeleconomie vanuit kennisplatform Share NL
Marloes Pomp	Ondernemer/ eigenaar: Digital Action, IedereenORlid, Apps B.V. en REWEAR Oprichter Deelstoel Coach, The Pitch	Praktijkervaring als veelvuldig gebruikmakend deelnemer van de deeleconomie en vanuit deelplatforms REWEAR en Deelstoel.
Mario van Vliet	Ondernemer/ eigenaar, Mokka Communicatie Schrijver, Ondernemen 2020	Kennis over de nieuwe economie en nieuwe businessmodellen
Thomas Rau,	Ondernemer/ eigenaar/ architect, RAU en TurnToo	Kennis over de nieuwe economie vanuit geloof en kennis in duurzaamheid en circulaire economie.
Martijn Arets	Ondernemer/ eigenaar: Collaborative Economy Hub en ForgetTheBox Expeditieleider, Crowd Expedition en Brand Expedition	Kennis over deeleconomie, nieuwe economie (en de link met oude economie) vanuit praktijkonderzoek naar de toegevoegde waarde van 'collaborative economy'
Rob van Kalmthout	Commercieel manager, Heijmans	Kennis vanuit initiatief van Heijmans + partners: 'Wat deel jij?', idee voor een buurt waar gebruik voor bezit gaat.

7.1 Waarden van deeeconomie

Hieronder staat omschreven wat de deeeconomie volgens de respondenten interessant maakt.

Alternatieve waarden

In de deeeconomie wordt waarde niet altijd in geld uitgedrukt, maar ontstaat er een ander waardemodel (ander verdienmodel), waarin naast het monetaire en het financiële, ook het sociale verbonden wordt. De collectieve aspecten, de zachte kant, maken deeeconomie interessant alsmede de voordelen van huur- of deelvormen: geen onderhoud, minder afval en het ontzorgt. Voor deelnemers vormt de deeeconomie een alternatief antwoord op het 'gemak' waar men afgelopen jaren aan gewend is geraakt door ongelimiteerde toegang tot alles, kan het de wereld dichterbij halen en is men in staat dingen te doen die men normaal niet bereikbaar zouden zijn. Het individu wordt – aangewakkerd door de economische shift en gefaciliteerd door online platformen – empowered zichzelf te organiseren, vaak buiten de traditionele kanalen om.

Duurzaamheid

Deeeconomie is van betekenis voor duurzaamheid. Het is het middel om het doel: nooit meer iets verloren laten gaan aan grondstoffen, het activeren van grondstofwaarde. Door de deeeconomie veranderen bestaande begrippen: Slopen wordt demonteren, afval bestaat niet meer maar wordt een grondstof zonder identiteit, afval krijgt een paspoort: een grondstofpaspoort voor alle producten. Twee zaken in het gesloten systeem waarin we leven, zijn onbeperkt op voorraad: we hebben oneindig veel energie en oneindig veel data. Dit zijn de enige grondstoffen die groeien. Voor de gebruiker is deeeconomie interessant, omdat zij daarin niet meer verantwoordelijk wordt gehouden voor iets waar hij niet verantwoordelijk voor kan of wil zijn. Hij kan niet verantwoordelijk gehouden worden voor de tweede levensduur van gebruikte materialen in zijn producten, dat moet de producent regelen. Verbruiker wordt dan ook gebruiker. De producent komt in een hele andere verantwoordelijkheidcontext te staan. Producenten zullen anders moeten leren denken, omdat zij verantwoordelijk worden voor de consequenties van hun eigen handelen. In plaats van niet meer om te kijken naar de rommel die zij achter laten als het product verbruikt is, worden duurzame producten (door leaseconstructies) en het hergebruik van grondstoffen gestimuleerd. 'Wie afval produceert, moet betalen.'

7.2 Trends en ontwikkelingen

Hieronder staat omschreven welke trends en ontwikkelingen voorafgaand aan de deeeconomie stimulerend gewerkt hebben. Ingezoomd wordt op drie onderdelen van trends en ontwikkelingen: waarden, duurzaamheid en technologie.

Algemeen en op waarden

Crisis

De crisis heeft de ontwikkeling van deeeconomie versneld. Tevens heeft deze tegenbeweging te maken met grote ontwikkelingen zoals milieuproblematiek en klimaatverandering en doordat verzadiging is bereikt met materiële consumptie. Mensen veranderen wanneer zij van bewustzijn veranderen óf als er een ramp gebeurt: noodzaak maakt creatief. Daarnaast worden nieuwe producten alsmaar duurder, waardoor het een must wordt om te delen, omdat de kans dat men het kan betalen steeds kleiner wordt.

Sociale norm verschuift

Mede door de crisis verschuift de sociale norm. De samenleving wordt minder bezitgeoriënteerd, maar consumptiegeoriënteerd. De behoefte voor eigen identiteit en status verdwijnt niet, maar daarvoor is geen bezit nodig. Mede ingegeven door de oost-westtrend, hecht men tegenwoordig veel waarde aan immateriële zaken. Het oosten laat zich kapitaliseren naar voorbeeld van het westen, met producten en politieke systemen. In het westen ontstaat een tegenbeweging, zij laat zich meer in met het spirituele aspect en de immateriële luxe zoals men dat in het Oosten gewend is. Waarden die daarbij horen: lokaal, persoonlijk, authentiek, bewustwording van wie we zijn in plaats van wat we hebben, tijd, moeite doen, emotie, kwaliteit van leven. Er vindt een transitie plaats van 'me-maatschappij' naar 'we-maatschappij': Samen doen en samen delen worden steeds belangrijker. De maatschappij verandert van mannelijke waarden (individualisme, confrontatie en competitie) naar meer vrouwelijke waarden (reflectie, maat kunnen houden en intuïtief, empathisch, samenwerkingsgericht, inspirerend en geduldig). Mensen hebben er geloof in zelf bij te dragen aan het verbeteren van de wereld.

De macht is aan klein: van massa naar persoonlijk

Consumenten worden steeds machtiger. Consumenten worden producenten, omdat productiemodellen democratischer worden en kennis beschikbaar is. We nemen afscheid van alles waar 'hyper' of 'massa' voor staat, dat wil de consument niet meer: van massacommunicatie naar persoonlijk via Facebook, van massaverkoop naar custom made. Er moet beter ingespeeld worden op de behoefte van de klant. Mogelijk is het antwoord van klein en persoonlijk een uiting van collectieve woede of frustratie: dingen die niet goed geregeld zijn voor de klant. Ook de transitie van grote lineair-georganiseerde (hiërarchische) bedrijven naar kleinere, plattere organisaties is hiervan een voorbeeld.

Participatiesamenleving

De participatiemaatschappij is in opkomst en dit heeft tot gevolg dat een andere manier van denken nodig is: nabuurschap en mantelzorg. In sommige gemeenten zijn de schulden al zo hoog opgelopen, dat de bevolking taken over zal moeten nemen.

Kiezen op basis van prestatie en flexibiliteit

Keuzen worden steeds minder merkgeboden en steeds meer prestatiegebonden. Het merkdenken gaat veranderen. Je ziet dat bij bv. auto's. Koplopers die een nieuwe auto willen, verbinden zich prestatieverbonden, niet meer merkgebonden. Ook zien mensen steeds meer de voordelen van flexibiliteit en gaan zij breder denken. Het gevoel van niet gebonden zijn, niet verantwoordelijk zijn, geen eigendom nodig hebben is fijn.

Motivatie om te kiezen voor de economie

De belangrijkste motieven om te delen zijn de 3 S'en: Social (elkaar ontmoeten/ helpen), Sustainable (duurzaamheid; minder gebruik grondstoffen, etc.), Saving money (geld besparen/ verdienen). Bij het ontwikkelen van nieuwe bedrijven en businessmodellen moeten deze waarden dan ook altijd van toepassing zijn. 'Mijn businessmodel is goed voor de wereld en goed voor de samenleving'. Vroeger waren keuzes vaak scherper, tegenwoordig wordt vaker voor een hybride vorm gekozen. Wie links was (qua politiek), gedroeg zich ook zo in al haar uitingen. Tegenwoordig is het veel meer 'mix & match': je kiest IKEA, hebt een deelauto, maar vliegt ook de wereld over (wat weer niet zo duurzaam is).

Duurzaamheid

Grondstoffenschaarste

De crisis heeft ons met diverse consequenties duidelijk gemaakt dat wij in een gesloten systeem leven, waarin we altijd worden geconfronteerd met de consequenties van ons eigen handelen en dat er ook op het gebied van klimaat en grondstoffen crisissen zijn. We worden ons langzaam bewust van dat alles wat fysiek is eindig is, waardoor we onze houding moeten gaan veranderen om eindigheid tegen te gaan. In 2020 raken de materialen op. Alles wat we tot 2020 niet doen inspelend op die wetenschap, heeft gigantische consequenties. Generaties zullen er over doen om dat goed te maken. De eindigheid van grondstoffen is een belangrijk vraagstuk waarop actie ondernomen moet worden. Wetmatigheden van de de economie zijn een deelantwoord op hoe we in de toekomst kunnen produceren en hoe we het consumeren moeten organiseren. Het is niet nodig om te consuminderen, maar we moeten anders gaan consumeren. Alle concepten gaan over hergebruik, een tweede (en derde, vierde, vijfde..) leven. Over 10 jaar kan men geen producten meer verkopen, dan zijn alle producten een dienst.

Technologie

Internet

Zonder internet de de economie er nooit kunnen zijn. Internet zorgt voor toegankelijke kennis, transparantie waardoor mensen elkaar gemakkelijker vertrouwen en maakt heel snel inzichtelijk wat men van elkaar kan gebruiken. Internet of Things is een trend die laat zien dat langzaam maar zeker alle apparaten en objecten met het internet verbonden zullen zijn.

Gevolg van de economie op techniek

Het gevolg van de economie op technologie, is dat innovatiesprongen groter worden, maar innovatiecycli langer. Producenten wachten namelijk langer met een nieuw product op de markt brengen, want in dat half jaar het nieuwe product verder doorontwikkeld worden, maar blijft het eerdere model nog goed verhuurd. Dit leidt tot minder, maar grotere vernieuwingen.

De toekomst van internet/technologie

Er worden 'beslissingsondersteunende' systemen ontwikkeld, die veel beter weten dan een mens zelf op basis van haar voorkeuren en die dat regelt, waardoor men steeds minder hoeft te zoeken. Voor de deeleconomie kan dat betekenen dat men tips op maat krijgt over waar je welke product het beste kunt lenen op basis van jouw persoonlijke voorkeuren. De deeleconomie wordt op die manier gemakkelijker.

Mogelijke effecten van nieuwe techniek voor wonen

Grote technologische ontwikkelingen staan op stapel. Een professor aan de TU ziet de volgende ontwikkeling voor zich voor woningen. De woonkamer en de gehele begane grond worden publiek domein, doordat men collectief over gaat op Facetime. Via een wand in de huiskamer heeft men constant contact: 'iedereen (van werkgever tot aanbieder van commerciële diensten) komt je huiskamer binnen'. De gevolgen: De grens publiek-privaat verschuift van de voordeur naar in huis. De benedenverdieping krijgt een andere rol. Dit is een openbare plek waar gezinnen communiceren met de buitenwereld. Er gaat om die reden straks veel meer aandacht naar de verdieping, de slaapkamer. Dat is nu bijvoorbeeld al te zien in badkamers: deze plek wordt meer een verwenruimte, een relaxruimte, waar men met z'n tweeën nog privaat is. De vraag is ook: waar ligt dan de grens? Voor vrienden en familie en voor noodzakelijke gevallen ben je altijd aanwezig, en voor je werk?

7.3 Maatschappelijke effecten en toekomstpotentie

Hieronder staat omschreven welke mogelijke gevolgen en effecten voorspeld worden naar aanleiding van de deeleconomie (onderverdeeld in kansen, kritieken, neutrale effecten) en wat de toekomstpotentie en -voorspelling is.

Kansen

Algemeen en sociaal

Mogelijke effecten van deeleconomie zijn van toepassing op milieu en sociale cohesie. De maatschappij kan een stuk socialer worden en ook efficiënter. De deeleconomie heeft positieve gevolgen voor sociale zekerheid, werkgelegenheid en diverse stedelijke problematieken: platforms nemen over wat overheden gewend waren te doen. Denk aan het Amsterdamse taxibeleid en toeristenbeleid en aan bezuinigingen op subsidies voor bijvoorbeeld 'Tafeltje Dekje' waar Thuisafgehaald zowel sociaal als praktisch gezien een mooie vervanger voor is. Dergelijke kwesties worden van onderop georganiseerd. Door deelplatforms kan de zorg georganiseerd worden zonder veel overheadkosten. Door een platform als intermediair worden kosten voor bv. schoonmakers of verplegend personeel bespaard (en kunnen de lonen van laagopgeleiden die dit werk doen iets hoger worden). Ook de mogelijke gevolgen van de deeleconomie voor verzekeraars zijn groot: waar ligt de eigendomsgrens en wie is verantwoordelijk? Ook zijn er positieve effecten voor verzekeraars: bv. minder zorgkosten (neveneffect Thuisafgehaald) en minder kans op inbraken (socialere samenleving: oogje in het zeil/ meer sociale controle), waardoor minder kosten vergoed hoeven te worden.

Duurzaam en ondernemerschap

De deeleconomie zorgt voor minder productie en is daarmee duurzamer. Mensen denken steeds bewuster na over welk bezit zij aanschaffen en of dit deelbaar/ verhandelbaar is. De overheid moet de deeleconomie slim managen, zij moet het stimuleren, aangezien zij daarmee een troef in handen heeft: zowel duurzaamheid als ondernemerschap worden gestimuleerd. Het is een vorm van hoe mensen op particulier niveau zelf ondernemen. Nieuwe bedrijven ontstaan en andere verdwijnen.

Financieel

Doordat mensen meer besparen, kan er meer geld in de economie gepompt worden (aan andere dingen worden besteed). Per saldo is het goed voor de maatschappij. Door te delen kunnen mensen met weinig geld toch op een hoogwaardige manier deelnemen aan de maatschappij: bv. autorijden, tuinieren of een keer een mooie jurk aan doen. De deeleconomie stelt mensen in staat om veel flexibeler en veel dichter langs de as van behoeften je levensomstandigheden te organiseren. Daardoor raken mensen minder in financiële problemen, zijn er minder problemen met mobiliteit, maar ook bijvoorbeeld minder psychische problemen omdat je veel directer je behoeften kunt bedienen.

Ruimtelijk

Meer auto delen levert veel op: minder parkeerplaatsen nodig, minder file, het leven wordt leuker!

Kritieken

Ontbreken van belastinginkomsten, werkgelegenheid

Deeleeconomie heeft gevolgen voor (het ontbreken van) belastingeninkomsten. Gevestigde bedrijven gaan failliet en banen kunnen verdwijnen.

Big data

Mogelijke effecten van de deeleeconomie zijn van toepassing op sociale en economische relaties die steeds meer via platforms verlopen, waardoor informatie in handen komt van grote bedrijven. Mogelijk ontstaan er grote platforms die alle vormen van delen gaan aanbieden en daarmee veel voordelen bieden, maar die straks heel veel gegevens beschikbaar hebben: big data. Bedrijven krijgen inzicht in wat mensen aan elkaar verhuren. Zij weten wie je bent, wat je doet, wat je leest of graag eet of drinkt. Google en Allerhande services van AH weten nu al veel over je. De gevolgen zijn enorm en kunnen zowel positief als negatief uitgelegd worden. Producenten kunnen door big data inspelen op klantwensen, verzekeraars kunnen mensen bestraffen of belonen. De privacycultuur gaat veranderen, privacy wordt een belangrijk onderwerp. Diverse mensen hechten waarden aan hun privacy en zijn daarom negatief over dit soort initiatieven, zij zien een 'Big Brother maatschappij' voor zich. Anderen vinden dat de consequenties voor het eigen handelen op deze manier beter genomen kunnen worden.

Neutraal

Duurzaamheid

Het hele systeem gaat veranderen. Er wordt op een andere manier naar afschrijvingen gekeken. We kunnen het ons niet veroorloven in een gesloten systeem waarde te gaan vernietigen. Wie waarde vernietigt, die moet betalen, wie waarde maakt wordt beloond. Met andere woorden: wie afval genereert dat niet hergebruikt kan worden, moet betalen.

Arbeid

Of oude bedrijven kunnen blijven bestaan of dat er voldoende arbeidsplaatsen voor terug komen zal de toekomst uitwijzen. Als het een behoefte invult, gaat het gewoon gebeuren. Dan houd je het toch niet tegen.

Ruimtelijk

De gevolgen voor de gebouwde omgeving kunnen groot zijn. De toename naar flexwerken was een ontwikkeling die met deeleeconomie vergeleken kan worden. Het gevolg is de overcapaciteit aan kantoren. Mogelijk geldt dit scenario straks ook voor hotels en verzorgingshuizen.

Toekomstpotentie

Toekomst na de crisis

De crisis is niet incidenteel; oude reflexen zijn niet meer van toepassing. De gevolgen en effecten voor de maatschappij zijn fundamenteel: alles wordt anders. Dit is de nieuwe standaard, waardoor er veel gaat veranderen. Anderen geven aan dat de crisis niet overgaat en voorspellen een scenario met jarenlang een minimale groei. Dat voedt het anders denken, wat positieve invloed heeft op de deeleeconomie. We hebben als geen ander meegemaakt hoe de crisis in positieve zin ons heeft veranderd. Een systeemverandering krijg je er niet door als er allen maar economische groei is.

Toekomst van deeleeconomie

De deeleeconomie is onderdeel van een radicaal innovatie proces wat zich voortzet en wat steeds groter wordt. De deeleeconomie is een onomkeerbare trend, omdat men het straks eenmaal gewend is, omdat het zo makkelijk werkt en omdat het nieuwe dingen mogelijk maakt. Ook wordt de deeleeconomie groter omdat het goed is voor de wereld: het houdt de wereld sociaal en lokaal, het menselijke deel wordt steeds belangrijker. De deeleeconomie wordt straks integraal onderdeel van de maatschappij: Bestaande organisaties gaan deeleeconomie integreren in hun bestaande dienstverlening en het wordt veel meer onderdeel van ons dagelijks leven in plaats van een aparte afzetting. Zowel de oude als de nieuwe economie komt meer in dienst van de eindconsument te staan. De deeleeconomie is een nieuwe sociale praktijk die heel groot kan worden in sommige markten. Naast mobiliteit (fietsen, boten, auto's) zullen er ook veel appartementen verhuurd gaan worden. De toekomstpotentie van autodelen is positief en anderen voorspellen een positieve toekomst van Airbnb. Het is een toevoeging op de bestaande economie, maar in de oude en nieuwe economie zullen wel dezelfde spelregels moeten gaan gelden.

Anderen twijfelen eraan of het echt 'groots en mainstream' wordt, omdat het een hele andere houding nodig heeft van mensen. Toch ziet men het vanuit zowel de jongerengroep als vanuit oudere generatie, beide met een andere motivatie, snel gebeuren.

Toekomst algemeen

De verandering van de nieuwe economie kan in drie lagen onderverdeeld worden. Er komt een mentale transformatie (een nieuw bewustzijn) op gang, andere producten worden gemaakt en andere businessmodellen worden toegepast. Andere voorspellingen zijn: Energie wordt goedkoop, materialen krijgen een hogere belasting, krimp is de allergrootste groeiemarkt waarvoor nieuwe businessmodellen gemaakt moeten worden, innovatiecycli worden langer, innovatiesprongen worden groter, decentralisatie neemt toe en massaproductie wordt productie door de massa. Ontwikkelingen als 3D-printen stellen ons in staat om op lokaal niveau te doen wat nu nog niet mogelijk is.

7.4 Achtergrond in deeleconomie: principe en ervaringen

Hieronder staat omschreven welke principes en ervaringen met de respondenten besproken zijn.

Marloes Pomp: REWEAR staat voor het principe van een 'oneindige kledingkast'. Iedereen 'hangt' er een item in om mee te kunnen doen. Via de app kan iets nieuws geleend worden van iemand anders. De app heeft drie varianten: gratis (daarop mag alles staan), elite (van bepaalde designers en bepaalde aanschafwaarden) en de elite club variant (met stylistes). REWEAR maakt design betaalbaar en laagdrempelig en consumenten hoeven kunnen naar ieder feest een ander jurkje aan.

Thomas Rau gelooft in deeleconomie vanuit de gedachte van circulaire economie. Het interieur van zijn vorige kantoor was geheel op basis van 'turn-too'. Alle materialen, meubels, etc. die gebruikt werden konden een tweede bestemming krijgen. Met diverse producenten werd samengewerkt om voor elkaar te krijgen met hen in gebruik te denken in plaats van aanschaffen en weggooien. Bijvoorbeeld voor de vloerbedekking, wandafwerking, meubels, maar ook met Philips voor het licht. 'Wij wilden licht, geen lampen. We betaalden Philips dan ook alleen voor het gebruik.'

Koen Frenken heeft onderzoek gedaan naar de toekomstpotentie van specifiek het thema autodelen binnen de deeleconomie. Middels innovatiewetenschap onderzocht hij technische, economische en maatschappelijke aspecten, waarmee uitgewezen kan worden of autodelen een nichetoeepassing zal blijven of daadwerkelijk een dominante vorm van mobiliteit wordt. De analyse geeft aan dat "autodelen allerhande gunstige eigenschappen omvat die verdere verspreiding van dit fenomeen zullen bevorderen".

Martijn Arets doet met 'Crowd Expedition': tweejarig onderzoek naar de toegevoegde waarde en het potentieel van de collaborative economy. Daarin worden diverse aspecten uitgelicht, zoals mobiliteit en financiële dienstverlening. 'Collaborative Economy' (nieuwe economie) is een paraplueterm voor crowdfunding, crowdsourcing, deeleconomie (collaborative consumption) en co-creatie. Deze lijken qua karakter veel op elkaar, omdat men bij alle vormen iets van elkaar wil gebruiken dat een ander heeft. Online platforms helpen deze wensen en aanbiedingen te stroomlijnen en zorgen ervoor dat de juiste massa bereikt wordt en dat mensen zich er comfortabel bij voelen.

Rob van Kalmthout is betrokken bij het initiatief Watdeel jij.nl vanuit zijn rol bij Heijmans, in samenwerking met gemeente Helmond, TNO, ECN, Enexis, BOM, Stichting Kiem en Athlon Car Lease. Het voornemen is om een buurt te realiseren waar gebruik voor bezit gaat. Het initiatief ontstond vanuit een technologische wens, dit is omgevormd naar consumentenonderzoek: mensen hebben op drie avonden meegedacht over 'delen in de buurt'. De deelbuurt bestaat uit: een totaal elektrische straat, woningen bouwen is een essentieel onderdeel van de nieuwe wijk, elektrapalen, peakshaving, via smart grids zaken met elkaar verbinden, een omgeving waar je dingen met elkaar deelt, de auto, een gedeelte van je woning, de spullen daarin, services. Met als doel: hoe natuurlijk vallen energie, vervoer, het huis onder die wensen? De uitkomst: Veel wil men met elkaar delen, behalve delen van de woning. Het delen van het huis wil men volgens dit onderzoek rationeel gezien wel, maar emotioneel gezien niet. Buiten de woning wil men wel graag de tuin (naast een stukje privétuin) delen, deelauto's ter vervanging van de tweede auto, een elektrische deelscooter en bv. de heggenschaar. Hij gelooft erin dat een dergelijke wijk in de praktijk zal slagen. Dit initiatief staat nader toegelicht in hoofdstuk 6.2.2.

7.5 Businessmodel deeleconomie

Hieronder staat omschreven welke mogelijke verdienmodellen in de deeleconomie van toepassing zijn er in hoeverre de deeleconomie financieel haalbaar is.

Geld verdienen in de deeleconomie

Er wordt nog weinig geld verdiend in de deeleconomie. Het is lastig om een sluitend model te krijgen. Er is nogal eens ophef van idealisten over dat er geld wordt verdiend met de deeleconomie. Afgevraagd wordt wat er mis is met geld verdienen in de deeleconomie: 'Als je met het uitvoeren van je idealen niet een continue stroom van inkomsten kunt genereren, kun je op lange termijn niet meer je idealen uitvoeren en gaat het op lange termijn niet duurzaam werken.' Delen (idealistisch) en veel geld verdienen (kapitalistisch) hoeven elkaar niet uit te sluiten. Motieven zijn immaterieel, maar ook financieel en andere aspecten zoals nieuwe sociale relaties en milieudoelinden worden gewaardeerd. Zonder financieel gewin zou de deeleconomie heel klein gebleven zijn. Ook wordt afgevraagd of 'delen' wel een goed begrip is, aangezien er betaling in het spel is.

Mogelijke businessmodellen

Mogelijke onderdelen van verdienmodellen in de deeleconomie zijn: percentages vragen over de dienst: een fee per transactie of minuut, upselling, abonnementsgeld, geld op verzendingen, schaalvoordelen (bij inkoop), het koppelen van andere diensten en de verkoop van data/ gegevens. Ook is het een optie om het businessmodel breder te bekijken door de nieuwe economie te integreren in bestaande organisaties en bedrijfsmodellen.

Haalbaarheid van deeleconomie en wonen

Onderdelen van woonwijken (smartgrid of andere energieopwekkende systemen) zijn waarschijnlijk financieerbaar, wellicht door huurvormen vanuit de aanbieder. Mobiliteit als haalbaar onderdeel van een wijk met een beperkte schaal is lastig: er is massa nodig om de kosten/ bezettingsgraad gedekt te krijgen. In het Timmerhuis in Rotterdam wordt in samenwerking met BMW een deelauto neergezet voor alle bewoners. In een wijk met minder auto's en parkeerplaatsen is ruimte voor meer woningen of het toevoegen van andere kwaliteiten zoals een speeltuin, wat de waarde van de wijk/ woningen vergroot.

7.6 Kansen, mogelijkheden, waardevolle aspecten

Hieronder staat omschreven welke kansen, mogelijkheden en waardevolle aspecten er zijn voor nieuwe woonvormen op basis van deeleconomie.

Mensen en veranderende behoeften

Doelgroepen

Steeds meer mensen verblijven in een ruimtelijke context die niet meer bij hen past. Oudere mensen wonen in een huis wat veel te groot is met veel te hoge lasten, omdat het momenteel niet te verkopen is. Jongere mensen hebben het probleem precies andersom. Dit leidt tot grote gevolgen: onder andere op financieel vlak, maar uiteindelijk ook op psychisch vlak.

Leefstijlen (SmartAgent)

Voorals mensen die links en hoogopgeleid zijn maken gebruik van de deeleconomie: de rode leefstijl. Het is opvallend dat juist zij meedoet, omdat rood en blauw juist de meer individuele kanten zijn. Wellicht past het 'nieuw collectivisme' bij deze groep. Blauw doet ook steeds meer mee met de deeleconomie. Ondanks dat de gele en groene leefstijl meer voor het collectief staan doen zij nog niet mee. Zij zijn vaak wat later en de waarden van de deeleconomie passen heel goed bij de waarden van hun kleur (collectieve waarden), waardoor we zouden kunnen verwachten dat zij hierna ook mee gaan doen.

Geen vaste verblijfplaats

Steeds meer mensen wonen, werken en/of hebben een relatie op meerdere plekken, dat is een interessante doelgroep. Soms wonen zij helemaal nergens meer, denk aan wetenschappers die van universiteit naar universiteit trekken zonder vaste verblijfplaats. Zij zoeken een meer permanente oplossing: meerdere woningen tegelijk aanhouden, maar steeds een paar dagen per week. Zo werkte een van de respondenten in Eindhoven, terwijl hij in Amsterdam woonde. Als hij 's avonds besloot te blijven, was de enige optie een duur hotel. Is er een alternatief? Het is interessant als er een systeem

bedacht wordt voor forensen waarbij appartementen geruild kunnen worden (evt. voor langere periode, jij in het weekend, hij doordeweeks, etc.). Daar zou in bepaalde grote steden zeker markt voor zijn.

Toename zzp'ers en verandering wonen-werken

Een toename aan kleine zzp'ers draagt bij aan het gebruik van de economie. Zij huren liever (bv. een deelauto), omdat kopen nog niet loont. Ook lopen wonen en werken steeds meer in elkaar over. 'Ik werk waar ik zin heb om te werken of hoe het uitkomt.' De manier waarop Regus inspeelt op flexibiliteit in de kantorenmarkt, zou voor de bouw van woningen ook kunnen werken.

Inspelen op technologische ontwikkelingen en aanpassingen in ontwerp

Maak het ontwerp geschikt voor bredere doelgroepen

Maak het ontwerp van een auto of huis geschikt voor bredere doelgroepen en voor intensiever gebruik en delen. Dit zijn fysieke aanpassingen voor onderdelen die nu nog een barrière vormen. Een auto is nu ontworpen voor dagelijks gebruik, maar moet geschikt zijn om met veel verschillende mensen te delen. Bij de aanpassing aan huizen kan men denken aan: twee ingangen maken, een voorziening waarmee van een kamer twee kamers gemaakt kunnen worden of als sleutel een kastje met pincode.

Logistieke problemen en geavanceerde apps

Het ideaalbeeld bij autodelen: Er is een knop op de telefoon, waarmee men in de buurt kan zien welke auto's er beschikbaar zijn, onder welke condities, prijs en met welke info over de verhuurder. Nadat er een gekozen is, wordt de telefoon tegen het raampje gehouden, krijgt men toegang en kan men wegrijden. Maak een dergelijke app voor appartementenverhuur. Dan hoeft men minder te plannen als toerist of als zakenman. Het huis wordt een computer. Denk aan slimme woningen met sensoren en apps die mensen suggesties geven: 'Als je dit huis leuk vond, kijk dan ook eens naar dit huis.' Of maak een app waarmee, wanneer spontaan besloten wordt in een plaats te overnachten, men kan zien waar iemand niet thuis is die nacht, zodat daar betaalbaar overnacht kan worden. De sleutel is bij zowel auto's als bij wonen een onhandig logistiek probleem, het vormt een fysieke barrière. Een persoon of instantie kan tussenpersoon worden (bv. de Bruna of AH) of sloten kunnen worden vervangen door een elektronisch slot met pincodes. Alle apparaten krijgen in de toekomst sensoren, waardoor delen (en verzekeren) makkelijker wordt. De hele materiële infrastructuur wordt daarmee slimmer en beter benut.

Regelgeving

Regelgeving moet de de economie versoepelen. Het is belangrijk dat niet dezelfde normen voor bv. verzekering en brandveiligheid gesteld worden als voor een hotel, dat maakt de economie onhaalbaar. Ook een heel ander systeem in België is interessant, omdat er juist niet sterkt op regels gestuurd wordt. Daar is een geïnstitutionaliseerd systeem (met stimulerende regels en belastingmaatregelen), waardoor zaken veel duurzamer en gemakkelijker kunnen werken. Zo wordt er bij kinderopvang veel vrij gelaten en lossen mensen dit met elkaar op. Mensen hebben het sociale netwerk zelf al en het is prettig dat het dicht in de buurt kan. Waar geen regels zijn, letten mensen zelf op wat het soms veel eenvoudiger maakt. Bv. bij hygiëne en veiligheid bij een kindercrèche: 'Waar het vies is, daar komt geen kind.'

Duurzaamheid

Woningontwikkelaars, bouwers en architecten moeten de volledige verantwoordelijkheid nemen voor alles wat nodig is om tot de woning te komen. Woningen worden verkocht met de desbetreffende plichten aan de volgende verkoper. Alles moet eraan gedaan worden om waarde te borgen. Er wordt alleen iets toegepast wanneer er niet alleen een eerste, maar ook een tweede klant gedefinieerd is, pas dan is bekend dat het niet verloren gaat en is het herbruikbaar en cradle-to-cradle te noemen.

Service verlenen

All-in en flexibel

Iedere product wordt een service, een dienst. Mensen willen integrale woon- en mobiliteitslasten hebben. Men voelt de drang om de behoefte wonen overzichtelijk te hebben en wil daar niet zoveel geld en tijd meer aan kwijt wil zijn. Daarnaast wenst men flexibiliteit: 'Als je morgen wat anders wil, dan kies je weer voor wat anders. Dat is de integrale afweging.' Met deze behoefte ontstaat de ruimte voor een nieuwe sector die alles gaat faciliteren op het gebied van wonen en leven. Via totaalpakketten of losse abonnementen voor de wasmachine, auto, vloerbedekking, etc. er komen facilitaire diensten die servicecontracten bundelen. Dit nieuwe systeem leidt tot een totaal andere samenleving, waarbij alles veel meer op maat te organiseren is.

Inspringen op gebreken van de economie

Professionele serviceproviders zijn de nieuwe intermediairs die een brug slaan tussen mensen, zij geven antwoord op de bezwaren die er nu zijn. Zij helpen tegen het wegnemen van onzekerheden en bieden vertrouwen en verzekering. Dit zal ook gekoppeld worden aan merken die vertrouwen meebrengen. Bijvoorbeeld bij autodelen: autoverhuurbedrijf Leaseplan biedt de servicecomponent die nu nog ontbreekt door een garantie te geven dat jouw auto geserviced wordt bij het uitlenen. Op een bepaald punt wordt jouw auto gecheckt en gewassen en gezogen. In een merk als Leaseplan hebben mensen vertrouwen wat het gevoel geeft dat het zeker goed komt. Partijen als ERA Contour en Heijmans zouden sterke merken kunnen zijn die een traditionele beheertaak kunnen oppakken.

Nieuwe rollen voor professionele vastgoedpartijen, nieuwe partijen

Projectontwikkelaar

Projectontwikkelaars kunnen de intermediairs vormen voor het managen van systemen en daarmee ontzorgen door te schakelen tussen bewonersgroepen en deze systemen: de bouwkolom, de energiekolom, de mobiliteitskolom, vergunningen, al het regelen. Projectontwikkelaars zouden meer andersom moeten kijken welke mensen samen dezelfde behoefte hebben die vervuld kan worden. Taken van de overheid kunnen verbonden worden met taken van mensen. Vroeger stond de projectontwikkelaar niet voor niets voor 'initiatiefnemer in gebouwde omgeving'. Hij zorgde ervoor als mensen een wens hadden om te managen dat het voor elkaar kwam.

Belegger

De klassieke belegger met jaarcontracten en 'service nul' gaat het verliezen. De kracht van Airbnb is het persoonlijke: het appartement heeft een gezicht gekregen. De klassieke vormen van huren gaan veranderen, extra's zijn nodig. Shortstay is bijvoorbeeld al iets meer servicegericht, maar het is ontzettend duur en hoewel het serviceniveau beter is, is het niet persoonlijk maar geïnstitutionaliseerd.

Nieuwe partijen

Voor het opzetten van een echt revolutionaire nieuwe woonvorm op basis van delen zijn er rijke dwarsdenkers nodig: iemand die baanbrekend, slim en rijk is en die niet vanuit de branche zelf komt. Denk aan de eigenaar van Tesla of Richard Branson (Virgin) die de wereld van vliegvluchten totaal heeft omgegooid. Een nieuw systeem voor wonen op basis van delen moet heel authentiek zijn. In de klassieke vastgoedgehouding sta je eigenlijk al 2-0 achter.

Deelwijk

Van wonen naar leven als lifestyle

Wonen moet niet beperkt worden tot het denken in een huis, maar er moet veel meer gekeken worden naar de hele lifestyle en leefomgeving: een totaalconcept neerzetten waar het huis toevallig een onderdeel van is. Het gaat om leven en wonen niet om de baksteen. Kijk dus breder dan alleen het huis dat je koopt, zo kun je een verschil maken.

Logistiek van het leven

In goed functionerende wijken zijn mensen al heel veel gewend om te delen, dat kan helpen. Omdat alle ouders werken en omdat tijd het belangrijkste is wat je hebt, wordt tijd gemanaged door bijvoorbeeld met burens om en om de kinderen op te vangen en er is een mannetje voor de tuin, etc. Het is al een ongelooflijke 'regeleconomie'. De inzet van de economie in de woningmarkt kan een bijdrage leveren door vooraf rekening te houden met de logistiek van het leven. Denk niet alleen aan het delen van producten, maar ook aan het delen van belangen, tijd en voorzieningen.

Delen vanuit praktische, sociale of duurzame overwegingen

Een hele nieuwe woonwijk waarbij alles gedeeld wordt zou interessant zijn. Wijken kunnen zonder specifiek toebedeelde deelconcepten al beoordeeld worden op basis van delen: wijken waar veel gedeeld wordt, zullen aantrekkelijker zijn, omdat hier de sociale cohesie en de veiligheid beter is. Door deelconcepten te combineren met de leefomgeving, kunnen wijken leuker gemaakt worden. Denk aan asset sharing: binnen de woonbuurt zijn plekken waar wasmachines, deelauto's, printers en mobiliteit gedeeld worden. Voeg dergelijke diensten aan het wonen toe die het delen leuk maken en betrek ook daadwerkelijk ondernemers erbij. Ook kunnen (onderdelen van) woningen gedeeld worden, zoals logeerkamers. Eventueel kunnen ook diensten gedeeld worden net als bij de ruil met tijdelijke vakantieverblijven gebeurt, denk aan de oppas en schoonmaker, erg handig en leuk. Ook de openbare

ruimten kunnen gedeeld worden. Woningeigenaren worden dan mede-eigenaar van de openbare ruimte door een beheersconstructie te maken waarbij de gemeente het eigendom houdt en de helft van de onderhoudsgelden doet, de andere helft betalen bewoners. Bewoners bepalen samen en kiezen jaarlijks met elkaar wat er met het budget betaald wordt: maaien we het gras, geven we een buurtfeest of laten we een kunstwerk maken voor in de buurt. Dit is 'mentaal eigenaarschap' van het park. Het gevoel van 'Wij betalen eraan!' werkt heel goed. Door het delen van de openbare ruimte, wordt sociale verbondenheid gecreëerd.

Dichtheid en andersdenken

Dichtheid is een enorme stimulans om te delen binnen een wijk. Zowel fysiek in een stad als op een platform. Hoge grondprijzen helpen mee in de stimulans om te delen, dat is te zien aan Amsterdam. Opvallend is de hoge drang bij de jeugd om in Amsterdam te wonen. Ook al is de huurprijs heel hoog, nog woont zij veel liever in een 'klein hok in het centrum in plaats van op Amsterdam Noord of in een buitenwijk'. Deze mensen denken andersom: in locatiekeuze. De locatie staat op de absolute nummer 1 en als daar veel voor betaald moet worden, dan is dat zo, maar er blijft wel weinig geld over voor andere zaken/ lasten, zoals mobiliteit. Daarnaast is het huren van een parkeerplaats zo duur dat het in schil contrast staat met het weinige gebruik van de auto. De aanwezigheid van een autodeelsysteem kan de oplossing bieden. Zo is de mobiliteit gewaarborgd wanneer een enkele keer van de auto gebruik gemaakt wordt. Dit soort plekken zijn vanwege dichtheid broedkamers voor woonkansen.

Overcapaciteit benutten en biedt een flexibel product

Maak appartementengebouwen of studentenflats met 100 kamers voor 120 mensen: benut de overcapaciteit. Maak een geraamte voor een appartementencomplex met veel flexibiliteit: een modulair bouwsysteem waar laden uitgehaald en ingestopt kunnen worden: 'Hier komt een senior te wonen, daar komt een starter in het appartement wonen.' Een la is een kant-en-klare, volledig ingerichte woning.

Betaalbaar tijdelijk wonen

Aangeraden wordt om ook naar andere businessmodellen te kijken en deze toe te passen. Ter vergelijking het voorbeeld van een hotel (het delen van om de beurt een kamer). In Zweden is dit concept verder uitontwikkeld: hele goedkope hotels waar alles automatisch gaat: het ontbijt maak je zelf, alles gaat via internet, er is geen receptionist, toegang tot de kamer gaat via een pincode. Het hotel verleent hier enkel toegang tot een kamer. Een low-cost concept in Nederland is niet ontwikkeld. Dat komt omdat de afstanden hier klein zijn (in Nederland gaan de meeste mensen weer naar huis). In Zweden is een grotere markt voor goedkope hotelovernachtingen. Maar de ideeën daaruit zijn bruikbaar.

Wonen als wereldwijd abonnement

Denk aan een woonvorm op basis van delen: een abonnementsvorm met allemaal huizen wereldwijd, met een planningssysteem en investeerders erachter. Overal moet het niveau dan wel hetzelfde zijn (of je moet dat kunnen verwerken door bv. minder te betalen).

Delen voor gelijkgestemden, delen op basis van niches

In de deeleconomie ontstaan steeds meer 'subgroepjes' (communities). Mensen zijn op zoek naar gelijkgestemden en gelijkdenkenden om samen mee te delen. Bij Snappcar kan men met een clubje van vier mensen die elkaar vertrouwen (afgezonderd) autodelen en FLOOW2 biedt ook het delen op kleinschaliger, lokaal niveau aan. Een van de respondenten geeft aan haar huis te delen via HomeExchange en HomeExchange Gold. Tussen deze platforms zit een verschil in type woningen: traditioneel en luxe. Bij HomeExchange Gold is er al een onderverdeling te zien tussen de echte 'gold-huizen' en 'silver-gold-huizen'. Ook Behomm is zo een niche: de Airbnb voor ontwerpers en kunstenaars. Mensen ruilen graag gelijkwaardig. Als de markt van autodelen verzadigd is, dan zullen er sites ontstaan die zich enkel op een specifiek soort auto's richten: bv. elektrische auto's of cabrio's.

Delen integreren in bestaande bedrijfsmodellen

Er komen steeds meer hybride vormen. De traditionele economie en de deeleconomie (kopen en delen) worden aan elkaar gekoppeld en lopen in elkaar over. Zoals te zien is bij bijvoorbeeld Daimler, kan de deeleconomie kansen bieden door onderdelen ervan te integreren in bestaande bedrijfsmodellen.

7.7 Valkuilen voor nieuwe woonvormen

Hieronder staat omschreven welke valkuilen er mogelijk aanwezig zijn voor nieuwe woonvormen op basis van deeeconomie.

Wonen is traditioneel.

Wonen is een traditionele markt, daar is moeilijker doorheen te breken dan bijvoorbeeld met kleding. Het is de vraag hoe gemakkelijk (of traag) de gedragsverandering van mensen op gang komt die traditioneel denken. Mensen moeten het gaan snappen. Het helpt om goede voorbeelden te creëren.

Wonen is genot en privacy

Wonen staat voor genot en privacy. In tegenstelling tot autodelen is wonen een intieme ervaring. Dat is een groot verschil. De eigen woning en delen is een moeilijke combinatie: 'My home is my castle!'

Kapitaal

Bij het opzetten van een nieuw deeeconomieplatform is er bij wonen meer kapitaal nodig dan bij andere sectoren. Hoewel woningdelen zou kunnen werken, zullen bewoners niet vooraf met elkaar willen investeren in bijvoorbeeld een extra slaapkamer. Dat geld steken ze liever ergens anders in.

Mensen komen in financiële problemen

Bij het huidige systeem met koop, koopt men voor een bepaalde periode. Als men dingen in gebruik heeft en er maandelijks voor betaald moet worden, kunnen al die kleine bedragen per maand, opgeteld gigantische maandelijkse lasten worden. Mensen moeten daar in de beginfase voor behoed worden.

7.8 Randvoorwaarden en uitgangspunten voor nieuwe woonvormen

Hieronder staat omschreven welke randvoorwaarden en uitgangspunten er nodig zijn om nieuwe woonvormen op basis van deeeconomie mogelijk te maken.

Politiek en regelgeving

Voldoende politieke druk is nodig om nieuw beleid te bedenken. Nieuwe regels zijn nodig en kunnen enorm helpen ter stimulering van de deeeconomie. Bijvoorbeeld: stel dat bij auto's de belasting verhoogd wordt (voor de aanschaf) en de benzine wordt goedkoper, dan wordt het nog veel interessanter om een auto te gaan delen.

Erkenning en echtheid

De motivatie van de afzender (het deelplatform) moet kloppen, geloofwaardig zijn en aansluiten op de motivatie van de gebruiker. Aanbieders worden steeds vaker afgerekend op het verhaal.

Flexibiliteit

Flexibiliteit is een heel belangrijke randvoorwaarde. Flexibiliteit in alles: het soort huis, het soort omgeving, de inrichting en in de financiering van de woning.

Ruilen op gelijkwaardige basis

Ruil op gelijkwaardige basis met elkaar in plaats van iets van iemand te huren. Ruilen geeft meer zekerheid: 'Wat je geeft, komt ook weer bij je terug'.

Integreer de deeeconomie in een groter geheel

Zie de deeeconomie niet als een losstaand iets maar zorg ervoor dat het onderdeel gaat uitmaken van een groter geheel. Van de hele nieuwe economie, maar ook van de bestaande economie. Businessmodellen moeten onderdeel worden van bestaande bedrijfsmodellen.

Alles wat met vertrouwen en verzekeren te maken heeft, zijn zeer belangrijke voorwaarden voor het slagen van de deeeconomie.

Overig

Andere zaken die van belang zijn als randvoorwaarde: Maak het delen zo overzichtelijk en zo makkelijk mogelijk, zorg voor gemakkelijke, tijdsbesparende systemen en eenvoudige deelplatforms, zorg voor voldoende dichtheid en geef het de tijd.



8 Conclusies en aanbevelingen

8 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk volgen de conclusies en aanbevelingen.

8.1 Inleiding

De centrale vraag van dit onderzoek is: “Welke effecten heeft de sharing economy op de samenleving en op wonen?”

In dit hoofdstuk worden de resultaten samengevat, voortkomend uit literatuur, interviews en verdieping. De conclusies zijn tot stand gekomen vanuit de theorie aangaande de context van deeleconomie (hoofdstuk 2 en 3) en maatschappelijke effecten van deeleconomie (hoofdstuk 4), verdiepende literatuurstudie aangaande deeleconomie (hoofdstuk 5) en overige woonvormen op basis van het principe van delen en vormen die een bijdrage kunnen leveren aan wonen en delen (hoofdstuk 6). Daarnaast is de theorie getoetst door middel van diepte-interviews met experts (hoofdstuk 7).

Aangezien er nog weinig onderzoek gedaan is naar deeleconomie, kunnen de conclusies niet op veel onderzoek gebaseerd worden. Op een aantal aspecten zal nader onderzoek gedaan moeten worden.

In hoofdstuk 8.2 worden de resultaten van dit onderzoek uiteengezet aan de hand van gecombineerde conclusies. Deze worden onderverdeeld aan de hand van drie onderwerpen. In hoofdstuk 8.2.1 worden de kansrijke maatschappelijke effecten beschreven, in hoofdstuk 8.2.2 staan de kritieke maatschappelijke effecten benoemd en in hoofdstuk 8.2.3 staat de effecten voor wonen omschreven. Vervolgens worden in hoofdstuk 8.3 enkele aanbevelingen gedaan voor het nader onderzoeken van kansrijke ingrediënten voor nieuwe woonvormen, voortkomend uit de conclusies.

8.2 Conclusies

In dit hoofdstuk staan de conclusies uit de theorie, de verdiepende literatuurstudie en de diepte-interviews benoemd. De conclusies zijn

8.2.1 Kansrijke effecten van de sharing economy op de samenleving

De maatschappelijke effecten die deeleconomie in zich heeft, bestaan uit kansen en kritieken op diverse schaalniveaus. In dit hoofdstuk worden de kansen benoemd.

Burgerparticipatie

Aangezien de overheid zich terugtrekt, vindt een verschuiving plaats van verzorgingsstaat naar participatiestaat. De centrale overheid stoot haar verantwoordelijkheden af op het gebied van onder meer zorg en sociale zekerheid, wat tot consequentie heeft dat burgers geacht worden direct verantwoordelijkheid te nemen voor zichzelf en voor elkaar. Door deze systeemwijziging dient naar nieuwe oplossingen gezocht te worden. Diverse initiatieven binnen de deeleconomie vormen een oplossingsrichting als antwoord op verminderde overheidsbudgetten voor bijvoorbeeld scholing, zorg en armoedebestrijding door op alternatieve wijze invulling te geven aan deze thema's. Via deeleconomieplatforms ontstaan 'win-winsituaties', doordat men via de deeleconomie anders kan consumeren, wat persoonlijke voordelen biedt en tegelijkertijd de wereld socialer en duurzamer maakt. Zo neemt de deeleconomie over wat overheden gewend waren te doen.

Oplossing voor stedelijke problematieken

De deeleconomie biedt oplossingen voor problematieken waar steden soms jarenlang mee worstelen. Denk aan belangrijke stedelijke vraagstukken zoals het aantrekken van meer toerisme ter bevordering van de lokale economie, het bevorderen van goede bereikbaarheid en het voeren van een aantrekkelijk taxibeleid voor bewoners en toeristen. De deeleconomie zorgt – veelal beredeneerd vanuit een gebruiksbehoefte – indirect voor de antwoorden op dergelijke vraagstukken.

Sociale meerwaarde

De deeleconomie kan bijdragen aan sociale duurzaamheid, sociale cohesie, sociale zekerheid en sociale controle en daarmee een sociale meerwaarde betekenen voor de samenleving. Middels de faciliteiten van online deelplatforms, ontstaan waardevolle, nieuwe contacten tussen mensen of worden

bestaande contacten geïntensiveerd. Dit levert een bijdrage aan een meer sociale, efficiënte en uiteindelijk meer weerbare samenleving.

Interessante sociale netwerken ontstaan ter versterking van de sociale cohesie. Menselijke behoeften worden ingevuld door de opbouw van een netwerk met waardevol sociaal, persoonlijk contact, een goed gevoel, flexibiliteit, elkaar helpen, het gevoel van samenredzaamheid, onderlinge verbondenheid en authentieke ervaringen. Doordat een socialere samenleving ontstaat waarin mensen elkaar vaker kennen en een 'oogje in het zeil houden', wordt de sociale controle en veiligheid in buurten en wijken vergroot.

Psychologisch meerwaarde

Delen heeft een positief effect op de geluksfactor en kan eenzaamheid tegengaan. De geluksfactor, waaraan veel mensen hun bestaansrecht afmeten, wordt op een aantal manieren in positieve zin beïnvloed door de deeleconomie. De gelukswaarde van deelnemers wordt bevorderd door welvaart met elkaar te delen en door elkaar te helpen, maar ook door de beleving van het persoonlijke, het gevoel dat iemand de moeite voor een ander gedaan heeft en het opdoen van unieke, authentieke, lokale, ervaringen.

De gelukswaarde van aanbieders in de deeleconomie wordt bevorderd door het gevoel te kunnen delen of helpen, de sociale contacten en het ontvangen van waardering (trots).

De deeleconomie draagt bij aan het bestrijden van de eenzaamheidsproblematiek. De deeleconomie biedt nieuwe manieren om geïsoleerde en kwetsbare groepen te steunen doordat zij beter in staat zijn via deelplatforms sociale contacten op te doen, waardoor zij niet vereenzamen. Zowel indirect – door contacten die ontstaan via platforms die gebruiksproducten met elkaar delen – als direct – doordat naast fysieke spullen ook tijd en aandacht gedeeld kunnen worden: mensen gaan (al dan niet wederkerig) voor elkaar gaan zorgen.

Economie, bedrijvigheid en werkgelegenheid

De deeleconomie heeft zijn weerslag op economie, bedrijvigheid en werkgelegenheid. Door de opkomst van een nieuwe economie, zullen bedrijven verdwijnen. Aan de andere kant kunnen er nieuwe kansen ontstaan voor zowel bestaande bedrijfspvormen die hun businessmodel kunnen omvormen en voor nieuwe bedrijven. Wat de gevolgen hiervan zijn voor de werkgelegenheid is nog onbekend. Dat is afhankelijk van het aantal bedrijven dat verdwijnt doordat zij niet meer past in de nieuwe economie, het aantal nieuwe bedrijven dat gevestigd wordt en het bedrijfsproces met een het aantal arbeidsplaatsen. Daarnaast kan de economie op een andere wijze blijven renderen: Het geld dat via de deeleconomie bespaard wordt, kan voor de uitgaven van andere zaken in de economie gepompt worden.

Welvaart

Het bevorderen van welvaart door het bieden van economische waarde voor burgers doordat zij financiële waarde creëren (geld verdienen of besparen) via de deeleconomie, is een dergelijke oplossingsrichting voor vraagstukken over kosten voor zorg en werkgelegenheid. Immers, bij voldoende welvaart onder burgers hoeft er in mindere mate een beroep gedaan te worden op het sociale zekerheidstelsel van de overheid. Delen levert geld op wanneer men als burger zijn producten of diensten aanbiedt, waarvoor wordt betaald of door als ondernemer een platform op te zetten in de deeleconomie.

Naast de inzet van waardevol (kostbaar bezit) kan men (armere mensen) ook kapitaal opbouwen door de inzet van kennis of talent.

Armoedebestrijding

Deeleconomie kan helpen in de bestrijding van armoede. Hoewel momenteel het profiel van de deelnemers nog erg links en hoogopgeleid is, kan de deeleconomie juist kansen bieden voor armere groepen om hen extra inkomsten te bieden. Naast de genoemde inzet van kennis of talent waardoor zij hun vermogen kunnen laten groeien, kunnen zij geld besparen door gebruik te maken van de deeleconomie.

Door de (werking en kansen van) deeleconomie meer bekendheid te geven onder armere groepen en door armere groepen te stimuleren gebruik te maken van de deeleconomie, kan armoede worden bestreden.

Zorg en onderwijs

De deeleconomie levert op alternatieve wijze een bijdrage aan (mantel)zorg en onderwijs doordat burgers publieke taken oppakken. Taken die voorheen bij de overheid hoorden, worden van onderop door burgers georganiseerd. Dat gebeurt via netwerken, door tijd en aandacht met elkaar te delen

(bijvoorbeeld door het helpen bij huiswerk of de boodschappen te doen), door met elkaar grote kosten voor producten en diensten te delen (bijvoorbeeld voor kennis, zorg of verzekeringen).

Ecologische duurzaamheid

De deeleconomie kan een bijdrage leveren aan ecologische duurzaamheid en vormt daarmee een mogelijk antwoord op belangrijke milieuvraagstukken, zoals de eindigheid van grondstoffen. Doordat in de deeleconomie anders geconsumeerd wordt door voorwerpen met meerdere mensen, langer en efficiënter te gebruiken, wordt bespaard op grondstoffen (natuurlijke bronnen). Aangezien producenten die producten verhuren meer belang hebben bij de ontwikkeling van duurzame producten (die lang mee gaan), komen zij in een hele andere verantwoordelijkheidscontext te staan en zullen zij zich inzetten om duurzame, recyclebare producten te produceren.

Ruimtelijke kwaliteit

Dankzij de deeleconomie ontstaan er fysiek-ruimtelijk gezien kansen voor de stad. Doordat meer mensen gebruik maken van deelauto's, zijn er minder auto's en dus minder parkeerplaatsen nodig en blijft er ruimte over voor kwaliteit van publieke ruimten. Ook is er minder file in de stad, wat de logistieke beweegbaarheid in de stad vergroot.

8.2.2 Kritische effecten van de sharing economy op de samenleving

De maatschappelijke effecten die deeleconomie in zich heeft, bestaan uit kansen en kritieken op diverse schaalniveaus. In dit hoofdstuk worden de kritieken benoemd.

Verdienmodel ontbreekt

Kritieken op de deeleconomie geven aan dat een haalbaar verdienmodel ontbreekt. Vaak is dat inderdaad nog het geval. Echter bewijzen een aantal initiatieven met enorme groeicijfers het tegendeel. Een haalbaar verdienmodel is wel randvoorwaarde voor het duurzaam goed functioneren van een deeleconomieplatform. Voldoende kritische massa is een van de belangrijkste voorwaarden voor het rendabel maken van een platform. Tevens geven zowel de theorie als de interviews aan dat het voor onder andere het verdienmodel goed is om de deeleconomie niet op zich te bekijken, maar te integreren in de bredere context van de 'nieuwe economie' en de 'oude economie'. Daarmee kan de toegevoegde waarde van een deelplatform financieel aantrekkelijk worden.

Privacy

Kritiek wordt geleverd op de privacy-gevaarsen die schuilen in een samenleving waarin deeleconomie een hoofdrol speelt. Doordat sociale en economische relaties steeds meer via platforms gaan, komt veel informatie ('big data') in handen van grote bedrijven. Wanneer zij beschikken over veel privé-gegevens en hier gebruik van maken, kan dit gebrek aan privacy opleveren. De meningen over het thema privacy verschillen. De positieve kant van big data is dat, doordat men overal traceerbaar is, de consequenties moet nemen voor zijn eigen handelen.

Diensteneconomie versus vermogensopbouw

Kritiek gaat in op de nadelige effecten van een economie waarin alles om delen en huren draait. Nadelige effecten kunnen zijn, het ontbreken van bezittingen als veilig onderpand, de omgang met abonnementsvormen wanneer men het niet meer kan betalen, verlies van controle door het niet ten alle tijden ter beschikking hebben van de benodigde spullen en de mogelijke verschuiving van macht naar aanbieders van bezit doordat in de deeleconomie grote monopolistische tendensen kunnen ontstaan.

Ooneerlijke concurrentie

Diverse bestaande bedrijven zien in deelplatforms extra oneerlijke concurrentie of concurrentievervalsing, omdat deelplatforms tussen de regels door laveren, waar bestaande bedrijven wel gecontroleerd worden. Deelplatforms voldoen niet aan wetgeving/ vergunningen, fiscale regelgeving/ belastingen en verzekering (en dat wordt vaak oogluikend toegestaan door de overheid). Vaak wordt in de interviews en literatuur aangegeven dat de gevestigde orde hun businessmodellen zou moeten aanpassen: Daar waar op nieuwe manieren geld wordt verdiend, staan oude verdienmodellen nu eenmaal onder druk. Diverse bedrijven bewegen dan ook mee.

Regelgeving

Zowel bestaande bedrijven (in de 'oude economie') als diverse regelgevers zijn het er over eens dat de regelgeving rondom deeleconomie aangepast moet worden. De regels moeten vernieuwd en verhelderd

worden om burgers te beschermen tegen aansprakelijkheid en fraude en moeten een antwoord geven op de kritiek van oneerlijke concurrentie. De overheid wordt vanwege de kansen die de deeleconomie voor de overheid biedt, geadviseerd niet te verbieden, maar wel te reguleren door enerzijds te ondersteunen in de ontwikkeling van deeleconomie en vertrouwen te scheppen en anderzijds alert te blijven op de toepassing van het systeem en de gevolgen. Nieuw beleid en regelgeving kan ingaan op fiscale regelgeving, stadsplanning, verzekeringen, recht en risico's. Om regulering en handhaving van regelgeving en belasting op een goede manier te organiseren, zal de begripsvorming van en de scheidslijn tussen de oude en nieuwe economie steeds opnieuw goed gedefinieerd moeten worden. 'Waar houdt de netwerkeconomie op en begint de formele economie?'

Belastinginkomsten mislopen

De deeleconomie kan grote gevolgen hebben voor het mislopen van belastinginkomsten. De overheid loopt momenteel onder andere BTW, toeristenbelasting en inkomstenbelasting mis, wat tot een flink bedrag kan oplopen. Door de verminderde belastinginkomsten, is er mogelijk te weinig geld beschikbaar voor het betalen van wegen en ziekenhuizen. Een ander scenario is dat er een vergelijkbare besparing is doordat de deeleconomie een deel van de overheidstaken overneemt waardoor minder belastinguitgaven nodig zijn. De effecten van beide scenario's zijn nog niet uitgewerkt.

8.2.3 Effecten van de sharing economy op wonen

In dit hoofdstuk worden de uitgangspunten voor nieuwe woonvormen op basis van de (principes van de) 'sharing economy'. Benoemd worden de voorwaarden die gesteld moeten worden aan het opzetten van een deelplatform en de kansen voor wonen die er zijn naar aanleiding van deeleconomie en de daarmee samenhangende waarden en principes.

Inspelen op trends en ontwikkelingen

Zoals voor het ontwikkelen van nieuwe woonconcepten in zijn algemeen geldt, is het ook voor nieuwe woonconcepten op basis van deeleconomie van belang in te spelen op trends en ontwikkelingen die gaande zijn. De belangrijkste trends en ontwikkelingen die van invloed zijn geweest op de ontwikkeling van de deeleconomie en haar gestimuleerd hebben en zowel door de literatuur als de diepte-interviews onderschreven worden, zijn de volgende: de financiële crisis (dalend vertrouwen, minder inkomsten, bewustwording van andere waarden), technologische ontwikkelingen (onder andere sociale technologie), decentralisatie en burgerparticipatie, verschuiving van macht en vertrouwen, de kracht van een netwerksamenleving, de afkeer tegen de consumptiemaatschappij waarin hyperconsumptie een hoofdrol speelt, de individualisering, informalisering en intensivering van de maatschappij en de toenemende aandacht voor duurzaamheid. Het is interessant om deze ontwikkelingen in de toekomst te monitoren om de effecten van positieve danwel negatieve invloeden op deeleconomie te analyseren. Tevens zijn er trends en ontwikkelingen die kunnen bijdragen aan nieuwe woonvormen op basis van delen, doordat nieuwe behoeften ontstaan of nieuwe ontwikkelingen hun intrede doen. Dergelijke trends zijn: de flexibilisering van de arbeidsmarkt, de flexibilisering van het arbeidsproces, veranderende woonbehoeften door demografische ontwikkelingen en tendensen in de samenleving, de toenemende zoektocht naar balans tussen werk en privé en de toenemende mate van betalen naar gebruik (en voor daadwerkelijke prestatie).

Voorwaarden

Om een nieuwe woonvorm op basis van deeleconomie te laten functioneren, moet minimaal aan een aantal uitgangspunten worden voldaan. Vertrouwen is een heel essentiële voorwaarde van deelnemers om gebruik te maken van een platform. Platforms kunnen ondersteunen in het winnen van vertrouwen door inzicht te bieden in de online reputatie van deelnemers, door een goede online reputatietool te bieden, door garanties te bieden via een goede verzekering, door het opzetten van een professionele, representatieve website en door het inrichten van een goede klantenservice. Ook zijn toegankelijkheid van het platform, gebruikersgemak en beveiliging (bijvoorbeeld bij betalingen) belangrijke aandachtspunten en helpt het om afbreukrisico tegen te gaan door de verwachtingen goed te managen (met waarheidsgetrouwe informatie op de website) en kritisch te blijven op het aanbod. Kritische massa is een belangrijke essentiële voorwaarde om te slagen. Er moet voldoende, divers, hoogwaardig aanbod aangeboden kunnen worden in de omgeving waar het deelplatform werkzaam is. Ook het hebben van een gezamenlijke behoefte is een essentiële voorwaarde voor het slagen van een deelplatform. Er moet enerzijds een behoefte naar een product of dienst aanwezig zijn die anderzijds

kan worden ingevuld door de eigenaar die datgene voor een substantieel deel van de tijd zelf niet gebruikt. De aanschafprijs van het product is daarin een belangrijke factor.

Andere voorwaarden voor een interessant en functionerend deeleconomieconcept zijn: een simpel concept, volledige transparantie in aanbod en regels, eenvoudig toe te passen in de dagelijkse leefwereld, het platform moet gemak bieden, een community met mensen met commitment en het in blijven spelen op toekomstige ontwikkelingen op het gebied van technologie.

Om het platform op de lange termijn te laten functioneren is een werkbaar verdienmodel essentieel.

Verder is het bij deeleconomie op het gebied van wonen van belang aandacht te schenken aan het feit dat wonen een intieme ervaring is, waarbij genot en privacy voorop staan.

Van product naar dienst

De deeleconomie bestaat uit het aanbieden en afnemen van diensten – lenen, huren, delen – in plaats van het kopen en bezitten van producten. De dienst geeft toegang tot het gebruik van producten en diensten. Uit hoofdstuk 2 (definitie en trends en ontwikkelingen) blijkt dat toegang tot en prestatie van producten steeds belangrijker worden dan het daadwerkelijk bezitten van een product. Diverse interviews ondersteunen dit. Volgens Thomas Rau wordt 'ieder product een service, een dienst. Door producten als dienst aan te bieden hebben gebruikers veel minder 'gedoe'. Zij hebben geen omkijken meer naar de producten. Want, wanneer zij enkel betalen voor de prestatie, wordt de producent van het product gestimuleerd te zorgen voor een continue goede prestatie.' Doordat het verkopen van producten naar het aanbieden van diensten (delen, lenen, huren) verschuift, moeten andere businessmodellen ontwikkeld worden. Wanneer de parallel doorgetrokken wordt naar woningbouw, zou een bouwbedrijf van het ruimtelijk product 'huis', de dienst 'wonen' kunnen aanbieden.

Van massaproduct naar persoonlijk product met sociale waarden

Sociale waarden van initiatieven in de deeleconomie blijken zeer waardevol voor gebruikers, voor wie dit een reden is voor deelname. Zo blijkt uit hoofdstuk 3.2 Onderliggende waarden die veelvuldig genoemd worden, zijn: authentiek, persoonlijk, lokaal, uniek, echt en eerlijk. Uit hoofdstuk 2.3 en uit de diepte-interviews blijkt dat dergelijke waarden aansluiten op de 'nieuwe' behoefte van consumenten: het 'samengevoel', power to the people, toenemende aandacht en verantwoordelijkheid voor duurzaamheid en andere wereldproblematieken en de hang naar autonomie, individualisering en keuzevrijheid. Mensen laten steeds minder leiden door de ratio en gaan steeds meer af op gevoel en emotie. Kim Tjoa geeft aan dat de maatschappij verandert van mannelijke waarden (individualisme, confrontatie en competitie) naar meer vrouwelijke waarden (reflectie, maat kunnen houden en intuïtief, empathisch, samenwerkingsgericht, inspirerend en geduldig), die steeds belangrijker worden. Toekomstdeskundigen voorspellen dat deze trend zich opvallend ver zal gaan doorzetten.

Betalen naar gebruik en prestatie

Zoals hoofdstuk 2.3 aangeeft, wordt betalen naar gebruik steeds vaker de standaard. Consumenten betalen alleen nog voor de daadwerkelijke waarde en prestatie en het daadwerkelijke gebruik. De deeleconomie sluit sterk op dit principe aan, aangezien zij draait om flexibiliteit en op de gewenste momenten toegang hebben tot een product of dienst. Betalen voor gebruik en prestatie sluit aan op de voordelen ervan en de behoeften van consumenten omdat het zorgt voor een betere prijs-kwaliteit verhouding, meer flexibiliteit (per prestatie een ander middel inzetten), meer gemak en tijdsbesparing (betalen voor de prestatie van een goede service waardoor men zelf geen omkijken heeft naar bijvoorbeeld onderhoud). Betalen naar gebruik en prestatie heeft ook effecten op duurzaam gebruik van grondstoffen. Thomas Rau ondersteunt bovenstaande in zijn interview: 'We moeten in gebruik gaan denken in plaats van aanschaffen en weggooien. Producenten worden daarmee verantwoordelijk voor de prestatie die geleverd wordt en voor de tweede levensduur van gebruikte materialen in zijn producten.'

Oude en nieuwe economie integreren

Wanneer gevestigde bedrijven deeleconomie integreren in bestaande economische modellen, kunnen juist door de combinatie nieuwe kansen ontstaan. Ook kan de verbinding van deeleconomie met bestaande bedrijven de haalbaarheid van deeleconomie vergroten.

Zoals in hoofdstuk 4 staat beschreven, ontplooiën diverse bestaande bedrijven nieuwe activiteiten die aansluiting vinden op (de waarden van) deeleconomie, welke zij integreren in hun bestaande modellen. Zo wordt bij Daimler tegenwoordig 'mobiliteit' in veel bredere context verkocht, waar voorheen auto's als product verkocht werden. Het businessmodel is aangepast: 'Straks ga ik niet 1000 BMW's verkopen, maar 1 BMW 1000x'.

De interviews bevestigen bovenstaande. Marloes Pomp geeft aan dat er steeds meer hybride vormen komen tussen de traditionele economie en de deeleconomie. Martijn Arets geeft aan dat de haalbaarheid van deeleconomie vergroot wordt door het businessmodel te integreren in bestaande organisaties en bedrijfsmodellen.

Professionele vastgoedverhuur via Airbnb

Zoals in hoofdstuk 5.2.1 staat aangegeven, maken diverse professionele vastgoedbeleggers gebruik van Airbnb. Via Airbnb is na te gaan dat veel geld wordt verdiend aan de tijdelijke verhuur aan (met name) toeristen. Hoewel dit niet de oorspronkelijke insteek is van Airbnb en de woningen veelal geen vaste bewoners hebben, spelen deze vastgoedbeleggers in op de wensen van consumenten om een aantrekkelijke woning, flexibel en met services te huren op een persoonlijke manier.

Inspelen op nichemarkten

Via de deeleconomie wordt ingespeeld op diverse nichemarkten. Hoofdstuk 5.2.1 licht toe hoe taxi-app Uber dit sterk heeft uitgewerkt, door binnen haar concept haar diensten uit te breiden en in te spelen op de behoefte van specifieke doelgroepen. In hoofdstuk 5.3 staat benoemd hoe verschillende deeleconomieplatforms op het gebied van wonen inspelen op niches. Zo is Behomm exclusief ontwikkeld voor professionele ontwerpers en kunstenaars en richt HomeExchangeGold zich op het luxueuze segment woningen. Zowel Koen Frenken als Marloes Pomp geven in interviews aan dat ook delen in 'subgroepjes' steeds vaker voorkomt. In dat geval kunnen mensen zelf een groep samenstellen van mensen die elkaar vertrouwen of op basis van gelijkgestemden, gelijkdenkenden. Marloes Pomp geeft in het interview aan dat het fijn is om op gelijkwaardige basis te ruilen.

Praktische bezwaren slechten om deeleconomie te vergemakkelijken

Zowel uit de literatuurstudie als uit de interviews blijkt dat deelname aan de deeleconomie praktisch gezien gemakkelijker zou kunnen. Bijvoorbeeld bij logistieke problemen als het overdragen van bezit en het toegang verlenen, bij de geschiktheid van producten die gedeeld worden en als het gaat over de flexibiliteit van het plannen van diensten in de deeleconomie. Nog te ontwikkelen hulpmiddelen kunnen bijdragen aan het opheffen van praktische bezwaren. Koen Frenken geeft in zijn interview aan dat de overdracht van de sleutel een onhandig logistiek probleem is, dat producten niet altijd geschikt zijn voor delen (bijvoorbeeld bij gebruik van andere doelgroepen) en dat men lang van tevoren moet wanneer men iets wil huren.

Timesharing

Naast de nadelen van timesharing, zoals ze in hoofdstuk 6.11 beschreven worden, levert timesharing op onderdelen ook interessante inzichten op. Bij Timesharing (time= tijd en share = delen) zijn een aantal mensen gezamenlijk eigenaar van meerdere (vakantie)verblijven in populaire vakantiebestemmingen en kopen zij het recht om in deeltijd gebruik te maken van een van deze accommodaties. Dit sluit aan op het principe van deeleconomie: het intensiever gebruik maken van kapitaal, door te delen en zo geld te besparen. Financieel gezien kan het voordelig zijn om met meerdere mensen op opvolgende tijden gebruik te maken van dezelfde woning. In tegenstelling tot een hotel (verhuur per uur of nacht), short-stay (tijdelijke verhuur) en traditionele verhuur (verhuur per maand of jaar), kunnen via timesharing bepaalde (terugkerende) periodes afgesproken worden.

Delen op basis van flexibel (verplaatsbaar) woonproduct

Flexibiliteit is een heel belangrijk principe van de deeleconomie, zo blijkt uit onder andere hoofdstuk 2.1. Martijn Arets geeft in het interview aan dat flexibiliteit een belangrijke randvoorwaarde is, waarmee hij doelt op 'flexibiliteit in alles'; het soort huis, het soort omgeving, de inrichting, etc. Door de flexibiliteit zijn producten gemakkelijker met anderen te delen. In hoofdstuk 6.3.1 staan de voordelen aangegeven van verplaatsbare ruimten (Heijmans One, keetwoning en omgebouwde zeecontainers), namelijk: flexibiliteit, gemakkelijk te verplaatsen, lage verhuiskosten en duurzaam doordat of de woning aanpasbaar en demontabel is (Heijmans One) of de woonfunctie weer terug omgebouwd kan worden naar de oude functie van zeecontainer of de woning verplaatsbaar is naar andere plekken in de stad of elders. Doordat deze woonruimten (fysiek) flexibel zijn, zijn ze verplaatsbaar waardoor ze gemakkelijker gedeeld of geruild kunnen worden. Doordat deze woonruimten gemakkelijker aanpasbaar zijn, kan de ruimte gemakkelijker op de doelgroep of nieuwe functies toegesneden worden.

Wonen als totaalconcept

Zoals in hoofdstuk 3.2 en 3.3 staat aangegeven zijn belangrijke behoeften van consumenten gemak (geen zorgen voor onderhoud) en flexibiliteit (flexibel kunnen besluiten wat men leent en spontane

opzegbaarheid mogelijk). Uit hoofdstuk 2.3 blijkt dat men steeds meer tijdsdruk voelt, wat kan betekenen dat ontzorgen een antwoord kan bieden. Ook uit de interviews komen deze behoeften naar voren. Martijn Arets raadt aan hier rekening mee te houden door aspecten die hierop een antwoord vormen te integreren in nieuwe woonvormen. Rob van Kalmthout ziet de behoefte in integrale woon- en mobiliteitslasten voor bewoners, omdat zij niet zoveel geld en tijd meer willen uitgeven aan wonen. Volgens hem voelen mensen de drang om de behoefte wonen inclusief kosten overzichtelijk te hebben. In hoofdstuk 6.3.2 wordt ingezoomd op het woonconcept ZAP. Het model van ZAP is interessant. Echter, de kritische massa van voldoende aanbod (zodat dit aansluit op de nieuwe woonwensen) is ook hier ontzettend belangrijk. Aangezien het hier om vaste woonruimte gaat waaraan hoge eisen worden gesteld, is het zeker naarmate de doelgroep bereid is meer woonlasten te betalen, de vraag in hoeverre men zich laat beperken in het aanbod. Voor andere doelgroepen kan dit model wel passen. Met een woonconcept als ZAP kan het gat gedicht worden tussen enerzijds de mogelijkheid om voor een gewone huurwoning te kiezen waarbij men veelal verplicht is voor een heel jaar te huren en anderzijds de mogelijkheid om flexibel te huren per dag, door gebruik te maken van een hotel of Airbnb (wat in verhouding erg kostbaar is).

Delen vanuit efficiency: Logistiek van het leven

Een woonvorm op basis van delen kan interessant zijn vanuit het oogpunt van efficiency. Het woonconcept geeft antwoord op de behoefte om het leven logistiek gezien gemakkelijker en efficiënter te maken, waar behoefte naar is zoals blijkt uit de hoofdstukken 2.3, 3.2 en 3.3. Deze behoefte naar gemak en flexibiliteit komt enerzijds voort uit tijdgebrek. De balans tussen werk en privé is een groot dilemma in de maatschappij, zo blijkt uit hoofdstuk 2.3. Zoals Rob van Kalmthout aangeeft in het interview wordt delen in 'goed functionerende vinexwijken' al veel gedaan: omdat de ouders van de vele gezinnen werken en omdat 'tijd het belangrijkste bezit is', worden taken met elkaar gedeeld. Zowel in dit interview als in de theorie worden buurten voorgesteld waarin zorgtaken met elkaar gedeeld worden. Naast bovengenoemde behoeften, geeft een 'deelbuurt' mogelijk ook antwoorden op het opvangen van toenemende zorgkosten (bijvoorbeeld voor de kinderopvang).

Delen vanuit specifieke behoefte

Een woonvorm op basis van delen kan interessant zijn vanuit het oogpunt van specifieke doelgroepen met een gelijkwaardige behoefte. Zowel uit de theorie van hoofdstuk 2.3 als hoofdstuk 6.2 blijkt dat er een aantal groepen is met specifieke behoeften, die mogelijk aansluiten bij de economie. Nieuwe doelgroepen ontstaan door demografische ontwikkelingen en een veranderende vraag. Onder andere de toenemende emancipatie, de toename van scheidingen, de toenemende zelfredzaamheid en de hang naar de stad, hebben hun weerslag op woonbehoeften. Zoals uit hoofdstuk 2.3 blijkt resulteren genoemde ontwikkelingen naar verwachting in onder andere meer eenpersoonshuishoudens, meer huishoudens met een laag- tot middeninkomen en meer vraag naar huurwoningen of ander type woningen. Behoefte ontstaat danwel vanuit financieel belang danwel vanuit de situatie van tijdelijkheid waarin men verkeert. Delen van óf de woning óf voorzieningen (zoals beschreven in hoofdstukken 6.2.1 en 6.2.2) op basis van doelgroep, profiel en woonwensen kan uitkomst bieden.

Delen vanuit financieel-duurzaam oogpunt

Een woonvorm op basis van delen en duurzaamheid kan interessant zijn voor mensen die of vanuit idealistisch oogpunt een bijdrage aan duurzaamheid van belang vinden of vanuit financieel oogpunt voordelen zien in duurzaamheid. Deze beide behoeften staan omschreven in hoofdstuk 4 onder ecologische duurzaamheid. In hoofdstuk 3.2 staan geld besparen of verdienen en een bijdrage leveren aan een duurzaam milieu als belangrijke motieven voor deelname genoemd. Net als bij een leefgemeenschap waar duurzaamheid de gemeenschappelijke waarde vormt (zoals beschreven in hoofdstuk 6.2.1) kan ook een traditionele wijk duurzaamheidsaspecten in zich hebben. In diverse interviews worden aspecten genoemd uit duurzame wijken op basis van de economie. Martijn Arets vraagt zich af wanneer de eerste wijk ontstaat waarin alles gedeeld wordt. Marloes Pomp verwacht dat wijken 'leuker' gemaakt kunnen worden door plekken te ontwerpen waar bijvoorbeeld deelauto's of gezamenlijke wasmachines staan, wat ontmoeting stimuleert. In hoofdstuk 5.2.6 staat aangegeven hoe een deelautosysteem zoals Snappcar een bijdrage kan leveren aan een duurzame buurt. Autodelen levert naast een verminderde co₂-uitstoot en een verbeterde luchtkwaliteit, ruimte op waardoor duurzamere, aantrekkelijkere, leefbaardere buurten en wijken kunnen ontstaan waar kinderen veilig kunnen spelen. Ook blijken deelauto's de binding tussen bewoners in een wijk te bevorderen. Rob van Kalmthout ziet vanuit het initiatief 'Watdeeltij' nog een aantal andere aspecten die een bijdrage kunnen leveren aan een betere, duurzamere buurt, zoals gezamenlijke opwekking van energie.

8.3 Aanbevelingen

De aanbevelingen komen voort uit de hierboven beschreven conclusies en geven aanbevelingen vanuit de effecten op de samenleving en geven aan waar nader onderzoek gewenst is op basis van de ingrediënten voor nieuwe woonvormen.

1. Benut de kansrijke maatschappelijke effecten van deeeconomie.

Gezien de vele positieve maatschappelijke effecten, zoals te lezen is in hoofdstuk 8.2.1, blijkt de deeeconomie zeer waardevol voor de Nederlandse samenleving. Aanbevolen wordt om de genoemde kansrijke aspecten van deeeconomie verder uit te diepen, om de relatie tussen deeeconomie en de positieve invloed op de samenleving vervolgens verder te kunnen versterken. De overheid wordt verder aangeraden om in de tussentijd de 'sharing economy' in het hart te sluiten' en haar als kans te benaderen door te ondersteunen in de ontwikkeling van deeeconomie door mee te denken en vertrouwen te scheppen.

2. Slecht de kritische maatschappelijke aspecten van deeeconomie

Om de kansrijke effecten van de deeeconomie op de samenleving blijvend te kunnen benutten, is het van belang dat de 'sharing economy' zich in de nabije toekomst verder ontwikkelt. Daarom is het van belang dat de kritische kanttekeningen die bij deeeconomie geplaatst worden, zoveel mogelijk worden geslecht. Omdat de deel- en ruileconomie voor een belangrijke economische, sociale en culturele omwenteling kan zorgen, is het de taak van de overheid alle mogelijke belemmeringen voor de ontwikkeling van deze activiteit op nationaal en provinciaal danwel stedelijk niveau uit de weg te ruimen. Aangezien de grootste kritiek zich richt op de regelgeving rondom de nieuwe economie, wordt de overheid aangeraden om deze te vernieuwen en te verhelderen om haar burgers te beschermen en om een antwoord te geven op de kritiek van oneerlijke concurrentie en zo de sector zekerheid te bieden op lange termijn. Geadviseerd wordt daarbij de volgende insteek te kiezen: niet verbieden, wel reguleren en aantrekkelijk houden. Ook dient de overheid continue alert te blijven op de toepassing van het systeem en de mogelijke gevolgen.

3. Onderzoek kansrijke (aspecten van) nieuwe woonvormen op basis van deeeconomie nader

Aanbevolen wordt nader onderzoek te verrichten naar aanleiding van de kansen die ontstaan voor onderstaande (aspecten van) nieuwe woonvormen op basis van deeeconomie.

a. Van product naar dienst: nader onderzoek naar de 'dienst' wonen in tegenstelling tot het ruimtelijk product 'huis'.

Onderzocht kan worden of en wat de dienst wonen meer in zich heeft dan het product woning an sich. Denk daarbij aan: een huis klaar om in te wonen (aangekleed en ingericht), een totaalpakket met all-in prijs voor services zoals gas, elektra, water, internet, etc. en het flexibel af kunnen nemen van de dienst wonen (zoals bij een hotel per nacht betaald en afgenomen kan worden). Mogelijk is er ruimte voor een intermediair die alles gaat faciliteren en servicecontracten bundelt op het gebied van wonen en leven. Totaalpakketten of losse abonnementen voor de wasmachine, auto, vloerbedekking, etc. zijn onderdeel van het concept.

Onderzocht kan worden of potentiële 'huurders' behoefte hebben aan de dienst (service) wonen, waarbij mogelijk invulling gegeven wordt aan de volgende aspecten. Door producten als dienst aan te bieden hebben gebruikers veel geen omkijken meer naar de producten en dus minder 'gedoe' en zorgen. Want, wanneer zij enkel betalen voor de prestatie, wordt de producent van het product gestimuleerd te zorgen voor een continue goede prestatie. Deelnemers beschikken bij deze dienst over de nieuwste producten: aangezien 'innovatie tegenwoordig sneller is dan de afschrijvingsmogelijkheid' kan een inwisselbare (opzegbare) dienst voordeel bieden boven eigendom.

b. Van massaproduct naar persoonlijk product met sociale waarden: nader onderzoek naar de het toepassen van sociale waarden in de woningmarkt.

Onderzocht kan worden hoe bij het ontwikkelen van nieuwe woonvormen op basis van delen, ingespeeld kan worden op de genoemde sociale waarden. Voorbeelden hiervan zijn: het geven van meer persoonlijk contact, het opbouwen van een relatie (aandacht voor elkaar, open en transparant naar elkaar zijn), het bieden van individuele service en het uitdragen van (een echt verhaal over) de sociale of maatschappelijke missie, doelstellingen of bijdrage die het bedrijf levert. Onderdelen kunnen zijn: 'meer aandacht voor historie, ambacht, natuur, emotie, vrijheid (minder regels), schoonheid, fantasie, creativiteit, intuïtie, het nieuwe, het onverwachte, het eigene van ieder mens, spontaniteit,

improvisatie, samenwerking, 'slow' leven (eenvoudiger, langzamer), het platteland, het regionale, familie, het gemeenschappelijke'.

c. Betalen naar gebruik en prestatie: nader onderzoek naar betalen naar gebruik en prestatie.

Onderzocht kan worden of consumenten betalen naar gebruik of naar prestatie prefereren dan het betalen van een vast huurbedrag of een vaste koopprijs. De woonvorm 'Wonen per minuut, uur, dag of maand' kan uitgewerkt worden, waarbij gedacht kan worden aan allerlei services die men per periode kan afnemen: van witgoed tot stroom en van meubels tot licht. Ieder huishouden kan maandelijks een persoonlijk overzicht krijgen waarin alle kosten van diensten te vinden zijn en er kan een systeem komen waar services gemakkelijk mee aangevraagd of opgezegd kunnen worden. Als voorbeeld geldt het innovatieve 'KilometerLease'-concept in de auto-industrie, waarbij onderscheid gemaakt wordt tussen kosten van autobezit (abonnementskosten: vast bedrag per maand voor vaste kosten) en autogebruik (flexibel bedrag per maand gebaseerd op het aantal gereden kilometers).

Producenten zullen concurrenten voor moeten blijven en zullen duurzame, recyclebare producten moeten maken, waardoor zij vanzelfsprekend zuiniger worden op de natuur.

Voor consumenten kan het huren per periode comfort bieden doordat de service wanneer het niet bevalt of wanneer er geen gebruik meer van wordt gemaakt omdat het niet meer nodig is, zo weer opgezegd kan worden. Men is flexibeler en heeft meer kans op levering van een goede prestatie.

d. Oude en nieuwe economie integreren: nader onderzoek naar het integreren van oude en nieuwe economische modellen.

Onderzocht kan worden hoe bestaande bedrijven nieuwe businessmodellen zoals deeleconomie kunnen integreren in hun bestaande organisaties en bedrijfsmodellen, waardoor een meerwaarde kan ontstaan. Gevestigde bedrijven wordt aanbevolen na te denken over hoe het bedrijfsmodel er uit zou zien wanneer geheel of gedeeltelijk gebruik gemaakt wordt van de deeleconomie. Als voorbeeld: ERA Contour zou de dienst wonen verder uit kunnen breiden en services bij de woning die verkocht wordt, kunnen aanbieden.

e. Professionele vastgoedverhuur via Airbnb: nader onderzoek naar de mogelijkheden om Airbnb te gebruiken vanuit professionals.

Onderzocht kan worden hoe professionele partijen gebruik kunnen maken van bestaande woningplatform zoals Airbnb. Diverse partijen in de woningmarkt zouden baat kunnen hebben bij de tijdelijke verhuur van hun woningaanbod via Airbnb. Woningcorporaties zouden leegstaand bezit tijdelijk kunnen verhuren via Airbnb om haar wijken leefbaar te houden en inkomsten te genereren bij leegstand. Beleggers zouden bij frictieleegstand hun vastgoed tijdelijk kunnen verhuren om in deze periode toch inkomsten te genereren. Ontwikkelaars/ bouwers zouden hun onverkochte opgeleverde woningen tijdelijk kunnen verhuren, zodat enerzijds inkomsten gegenereerd worden (niet opwegende tegen de gemaakte kosten, maar toch een bijdrage) en anderzijds potentiële kopers over de streep getrokken kunnen worden doordat zij op een leuke manier (met ontbijtje, bloemetje, etc.) kennis kunnen maken met de te koop staande woning. Belangrijk accent in het onderzoek naar deze woonvorm zal komen te liggen op de aandacht die gegeven moet worden aan de onderliggende waarden van Airbnb (authentieke ervaring, complete inrichting, etc.), aangezien beoordelingen van deelnemers ook snel het tegendeel kunnen bewijzen en de website in eerste instantie niet voor professionals bedoeld is.

f. Inspelen op nichemarkten: nader onderzoek naar de mogelijkheden om in te spelen op nichemarkten.

Onderzocht kan worden welke interessante 'nichemarkten' er op het gebied van wonen zijn. Niches kunnen onderscheidend zijn op basis van doelgroep, leefstijl product of waarde (bijvoorbeeld duurzaamheid). Nieuwe woningdeelconcepten zouden vervolgens op basis van deze niches vormgegeven kunnen worden.

g. Praktische bezwaren slechten om deeleconomie te vergemakkelijken: nader onderzoek naar hoe praktische bezwaren geslecht kunnen worden.

Onderzocht kan worden hoe praktische bezwaren op het gebied van de sharing economy en wonen opgelost kunnen worden. Gedacht kan worden aan het slechten van logistieke barrières, door bijvoorbeeld woningen te ontwikkelen met een extra voordeur als ingang voor (Airbnb-)logees zodat zij een eigen opgang hebben naar het appartement of door het gebruik van een elektrisch slot met een pincode om de woning binnen te komen in plaats van het gebruik (en de overdracht) van de sleutel.

h. Timesharing: nader onderzoek naar hoe timesharing in een andere vorm toegepast zou kunnen worden.

Onderzocht kan worden op welke wijze het principe van timesharing van betekenis kan zijn op nieuwe woonvormen in de deeleconomie. Vanuit de behoefte naar middellang of lang verblijf, kan gedacht worden aan huurconcepten op basis van timesharing voor dit segment.

Time sharing zou mogelijk een antwoord kunnen vormen op de behoefte van flexwerkers, die op basis van tijdelijke contracten op diverse plaatsen in het land werkzaam zijn. Deze groeiende groep (vaak hogeropgeleide) werknemers reist momenteel een of twee keer per week (in plaats van ieder dag) op en neer tussen werk- en woonplaats. In plaats van het verblijf in een hotel of het aanhouden van meerdere (deels onbezette) woonruimten (in de werk- en een in de woonplaats) zou het via Timesharing wellicht mogelijk worden op een financieel aantrekkelijkere manier zowel doordeweeks als in het weekend meer 'eigen' woonruimte te hebben.

Voor deze doelgroep zou een 'Airbnb-achtig' platform opgericht kunnen worden, waarop aangegeven kan worden welke woonruimte men tot beschikking heeft en op welke dagen voor welke periode men woonruimte zoekt in een bepaalde plaats. Via dit platform zouden woningen één-op-één geruild kunnen worden (mits de aansluiting precies klopt) of kunnen woningen in breder verband geruild en gedeeld worden.

Dit systeem zou met eigen woningbezit gedaan kunnen worden. Ook zouden er beleggers op kunnen staan die inspringen op deze behoefte. Door dergelijke partijen zou onderzocht kunnen worden op basis van arbeidsplaatsen op welke plaatsen (bv. in de randstad) veel vraag is naar dergelijke woonruimte en in welke steden woonruimte aangeboden zou kunnen worden voor (middel)lang verblijf en op basis van time sharing.

Het verschil met short stay is overigens dat de zelfde woning hier voor een middellange periode verhuurd kan worden aan bijvoorbeeld twee mensen: persoon A in het weekend, persoon B doordeweeks. Hierdoor kan deze woonvorm financieel voordeliger aangeboden worden dan short stay deelnemers leren elkaar mogelijk kennen op een platform en maken huishoudelijke afspraken met elkaar. In dit model zal voldoende aanbod essentieel zijn om de kritische massa te bereiken; bij weinig aanbod werkt de 'schuifpuzzel' niet.

i. Delen op basis van flexibel (verplaatsbaar) woonproduct: nader onderzoek naar de mogelijkheden om te delen op basis van flexibele woonproducten.

Onderzocht kan worden hoe flexibele woonproducten op gemakkelijke wijze deelbaar zijn met anderen (waarbij het wonen individueel is). Onder andere de volgende drie mogelijkheden kunnen vanuit het principe van flexibele verplaatsbaarheid, onderzocht worden.

- Flexibele, verplaatsbare woningen ruilen

De beschreven flexibele woningen zijn in de huidige vorm een statisch (niet uitbreidbaar) product, waardoor eventuele nieuwe levenssituaties niet zomaar in te passen zijn in de woning. Wanneer er juist voor deze specifieke doelgroep van eenpersoonshuishoudens (de doelgroep die nu en waarschijnlijk ook in de toekomst) een blijvend tekort is aan dergelijke woningen, zou er op deze manier op natuurlijke wijze weer woningaanbod voor nieuwe eenpersoonshuishoudens vrij kunnen komen. Deze woningen zouden dan doorverkocht kunnen worden, opnieuw verhuurd kunnen worden óf (al dan niet tijdelijk) met anderen gedeeld worden. Er zou een deelsysteem kunnen komen van verplaatsbare eenpersoonswoningen. Doordat deze woningen verplaatsbaar zijn, zou de gewenste woonplaats los komen te staan van het product, waardoor het mogelijk wordt om flexibel dergelijke woningen met elkaar te delen.

- Flexibele, verplaatsbare woningen aan elkaar koppelen

Een ander alternatief zou zijn om One's of keetwoningen met elkaar samen te voegen. De verplaatsbaarheid zou dit mogelijk kunnen maken. Wanneer een single stel wordt en er een 'One' of 'Keetwoning' verderop in de straat vrij komt, zou deze verplaatst kunnen worden en aangesloten worden op de woning die een van beide partner al in eigendom had. Vervolgens zouden deze woningen door enkele kleine ingrepen aan elkaar verbonden kunnen worden. Gedacht kan worden aan een tussendeur tussen de woningen die de woningen verbindt en flexibele (op maandbasis gehuurde) badkamers en keukens die losgekoppeld kunnen worden, waardoor ruimte ontstaat voor een twee- of zelfs drie-persoonshuishouden.

- Flexibele woonruimte ook voor andere functies bruikbaar

Aangezien genoemde woonconcepten erg populair blijken te zijn in de praktijk en er tevens afgelopen tijd een trend lijkt te zijn van hoe mensen klein en toch heel fijn wonen op enkele vierkante meters, zijn dit mogelijk aanleidingen om op een andere manier naar deze flexibele woningen te kijken. Bij de trend van 'mini-appartementen' krijgt de uitspraak 'veel voor weinig' ineens een heel andere betekenis: in dit geval is het niet meer 'veel' in de zin van een groot oppervlak, veel m²'s voor weinig geld, maar veel in

de zin van veel luxe en van alle gemakken voorzien. Op diverse manieren en ook voor andere doelgroepen dan studenten en starters zou dit een aantrekkelijk uitgangspunt kunnen zijn. Hoewel Keetwonen van De Key erg studentikoos en 'hufferproof' is ingericht, zijn er andere voorbeelden van containerwoningen die laten zien hoe prachtige (kleine) designwoningen kunnen ontstaan.¹⁵⁷ Ook deze zijn deelbaar (vrij verhandelbaar, vrij verplaatsbaar) met anderen. Bij een veranderende woonsituatie of door de containers niet alleen als hoofdwoonruimte te benutten, maar als flexibele 'bijruimte' (zoals als tuinhuis, vakantiehuis of kantoorunit) te gebruiken ontstaan een flexibel én multifunctioneel product: van woning tot kantoor aan huis of tuinhuis, die wanneer niet meer aan de behoefte wordt voldaan, weer vrij verhandeld zou kunnen worden.

j. Wonen als totaalconcept: nader onderzoek naar wonen als totaalconcept.

Onderzocht kan worden of een woonconcept als ZAP het gat zou kunnen dichten tussen enerzijds de mogelijkheid om voor een gewone huurwoning te kiezen waarbij men veelal verplicht is voor een heel jaar te huren en anderzijds de mogelijkheid om flexibel te huren per dag, door gebruik te maken van een hotel of Airbnb (wat in verhouding erg kostbaar is) en vaak minder geschikt is voor een gezin. Ook 'short stay' zal niet altijd aan de wensen kunnen voldoen, aangezien hierin maar beperkt aanbod is en ook dit vaak erg duur is. Het delen van tijdelijke woonruimte kan hier uitkomst bieden. De toevoeging van het all-in concept kan interessant zijn vanwege de duur van het verblijf en de doelgroep, die in genoemde gevallen mogelijk druk zal zijn met het regelen van andere zaken.

k. Delen vanuit efficiency: Logistiek van het leven: nader onderzoek naar wonen en delen op basis van efficiency

Onderzocht kan worden hoe zorgtaken met elkaar gedeeld kunnen worden in een 'deelbuurt'. Een deelbuurt zou zich kunnen richten op mensen die vanuit deze behoefte bij elkaar in een wijk zouden gaan wonen en zou kunnen worden ingericht als buurt waar men producten en diensten met elkaar deelt om 'de logistiek van het leven' efficiënter te laten verlopen, waardoor deze huishoudens meer vrije tijd en mogelijk ook meer geld over zouden kunnen houden.

In een dergelijke buurt zouden enkele deelauto's kunnen staan (waardoor in plaats van parkeerplaatsen voldoende ruimte is voor bomen, speel- en ontmoetingsruimte), koken burens om en om voor elkaar en delen zij het eten via Thuisafgehaald (waardoor men tijd over houdt) en er zou een speciale online buurtcommunity kunnen zijn, waar vraag en aanbod afgestemd wordt over zaken zoals de zorg (oppassen of spelen) van de kinderen, efficiëntere inzet van schoonmakers of hoveniers of het delen van producten (van kinderfiets tot grasmaaier).

l. Delen vanuit specifieke behoefte: nader onderzoek naar wonen en delen op basis van specifieke behoeften

Onderzocht kan worden of en hoe het delen van óf de woning óf voorzieningen op basis van gedeelde behoeften vanuit een specifieke doelgroep, profiel en woonwensen uitkomst zou kunnen bieden. Dergelijke doelgroepen zouden danwel vanuit financieel belang danwel vanuit een tijdelijke situatie mogelijk behoefte kunnen hebben om op flexibele basis een woning te delen of te huren waar zij individueel in wonen. Onderzocht zou kunnen worden of het model van een studentenhuus ook voor starters interessant zou kunnen zijn. Net als dat een studentenhuus gebruik maakt van het vergelijkbare profiel en de woonbehoefte van studenten – een eigen plek en gemeenschappelijke ruimten vanuit behoefte aan ontmoeting en vanuit financieel oogpunt – zou deze deelvorm dit ook voor starters kunnen doen, die zodoende in de (dure) stad kunnen blijven wonen door met andere starters de woonkamer, de keuken en badkamer te delen, mits zij daarnaast ook een eigen kamer hebben (niet meer met studenten). Dit model zou goed kunnen aansluiten bij haar woonwensen: een betaalbare (financieel haalbare) woning, gezelligheid met anderen (na de studententijd) en liever klein in de stad, dan groot en alleen in een buitenwijk.

Een andere mogelijke doelgroep is gescheiden mensen. Aangezien steeds meer partners uit elkaar gaan, ontstaat er vaak behoefte aan tijdelijke woonruimte: een plek waar men tot rust kan komen en na kan denken over een nieuwe permanente woonsituatie. Onderzocht kan worden of het hen aan zou spreken in een appartementencomplex te wonen, waar iedere huurder over een eigen appartement inclusief alle dagelijkse functies beschikt met daarnaast gemeenschappelijke ruimte, zoals een grand café of sportschool waar men elkaar kan ontmoeten.

¹⁵⁷ (2013), Compact en toch luxe wonen in een container, <http://roomed.nl/compact-en-toch-luxe-wonen-in-een-container/>

m. Delen vanuit financieel-duurzaam oogpunt: nader onderzoek naar wonen en delen op basis van financieel-duurzame voordelen

Onderzocht kan worden hoe een duurzame buurt eruit zou kunnen zien en of de behoefte daadwerkelijk aanwezig is om er te wonen. Een duurzame buurt zou ontwikkeld kunnen worden voor mensen die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan en die bereid zijn om met elkaar te delen om een zo hoog mogelijke duurzaamheidsambitie te bereiken én voor mensen die duurzaamheid aantrekkelijk vinden vanuit het financieel voordeel dat mogelijk te behalen is. Deze duurzame buurt zou er als volgt uit kunnen zien: met elkaar wordt energie opgewekt en aan elkaar doorgeleverd, energiezuinige, elektrische deelauto's worden gebruikt, er wordt zuinig omgesprongen met energie in de openbare ruimte, er is aandacht voor ecologie, er is een gezamenlijke groentetuin en een coöperatieve supermarkt, en de woningen zijn cradle-to-cradle.

Epiloog en reflectie

Dit hoofdstuk vormt de nabeschuiving van het onderzoek. Daarin blik ik terug op het afgelopen half jaar waarin ik onderzoek heb gedaan naar de sharing economy en de effecten op de samenleving en op wonen. Enerzijds wordt de inhoud van mijn scriptie geëvalueerd aan de hand van de toegepaste literatuur en methodologie en worden suggesties gedaan voor vervolgonderzoek. Anderzijds reflecteer ik op het doorlopen onderzoeksproces en mijn persoonlijke ervaringen daarin.

Epiloog

Onderzoeksproces

Bij de start van dit onderzoek naar deeleconomie was dit onderwerp nog vrij nieuw voor mij. Zo links en rechts had ik er het een en ander over gehoord en gelezen, maar de exacte in's en out's waren nog niet helder in beeld, waardoor het onderwerp aanvankelijk nog niet goed te kaderen was. Door uitgebreid vooronderzoek te doen ontstond overzicht en kon de onderzoeksopzet goed worden neergezet. Hoewel de probleemstelling aanvankelijk gericht was op het onderzoeken van nieuwe woonvormen op basis van deeleconomie, bleek het begrip 'nieuwe woonvormen' zodanig breed te zijn dat dit diverse onderzoeken op zich zouden kunnen worden. Tijdens het onderzoek is de onderzoeksvraag daarom aangepast naar de huidige die zich onder andere richt op de effecten van de deeleconomie op wonen, waarbij ingrediënten vanuit de deeleconomie benoemd worden die als input kunnen dienen voor nieuwe, kansrijke woonvormen.

Tevens is de onderzoeksvraag uitgebreid naar het onderzoeken van effecten vanuit de deeleconomie op de samenleving. Dit is een waardevolle toevoeging op de onderzoeksvraag, omdat de effecten en kansen op wonen veel interessanter worden naarmate onderzoek inzicht geeft in de relevante effecten van deeleconomie op de samenleving.

Naast het bestuderen van de theorie en verdiepende literatuurstudie maken de diepte-interviews met experts belangrijk onderdeel uit van dit onderzoek. De diepte-interviews zijn zo goed mogelijk ingebed in literatuur en resultaten van empirisch onderzoek. Een breed scala aan respondenten – zowel vanuit de invalshoeken deeleconomie als vanuit wonen, van experts met praktijkervaring in de deeleconomie tot wetenschappelijke onderzoekers – is geraadpleegd en waar noodzakelijk is goed doorgevraagd, waardoor de onderbouwing als valide kan worden aangemerkt.

Suggesties voor vervolgonderzoek

Aangezien er nog weinig onderzoek gedaan is naar deeleconomie, kunnen de conclusies niet op veel onderzoek gebaseerd worden. Op een aantal aspecten zal nader onderzoek gedaan moeten worden. Om de effecten van deeleconomie op de samenleving te onderzoeken, is met name onderzoek gedaan door middel van literatuurstudie en zijn de respondenten in de diepte-interviews op dit onderwerp bevraagd. Om de conclusies zoals geschetst verder te onderbouwen, zou nader (praktijk)onderzoek moeten plaatsvinden, waarbij aangemerkt moet worden dat het stadium waarin de deeleconomie zich bevindt, waarschijnlijk nog te pril is om hier goede waarnemingen in te verrichten die de effecten op lange termijn onderbouwen.

Om de effecten van deeleconomie op het gebied van wonen te onderzoeken en mogelijke kansen te kunnen benoemen, heeft het onderzoek zich beperkt tot een aantal cases op basis van (de principes van) deeleconomie en wonen: enerzijds sharing economy-concepten en anderzijds (inter-)nationale woonvormen waarbij delen op basis van tijd danwel gemeenschappelijkheid en flexibiliteit aan de orde zijn. Dit onderzoek heeft op basis daarvan een aantal punten aangestipt die interessant zijn om uitbreider aan de hand van meer cases te onderzoeken, bijvoorbeeld aan de hand van een survey of literatuurstudie. Ook zou dit aanvullend onderzoek kunnen worden verricht op basis van andersoortige cases, zoals de toepassing van deeleconomie in de kantorenmarkt of een verdiepingsslag van deeleconomie in de autobranche.

Terugkijkend op het onderzoek kan geconstateerd worden dat het onderzoek heeft geleid tot een aantal nieuwe resultaten en inzichten. Het biedt informatie, voorwaarden, kaders en kansen om de deeleconomie en woonconcepten verder uit te werken. Ik ben van mening dat dit onderzoek naar de sharing economy voldoende handvatten biedt voor verder onderzoek op het vlak van effecten op de samenleving en om voorwaarden en ingrediënten voor nieuwe woonvormen nader te onderzoeken.

Reflectie

Aan het eind van de scriptie is het goed terug te kijken naar hoe het proces verlopen is. Ondanks dat de tijd die het uitvoeren van diepgaand onderzoek kost niet altijd even gemakkelijk te combineren is met het werkende leven en het sociale leven, heb ik met heel veel plezier aan dit onderzoek gewerkt en heb ik er gedurende het onderzoek continue veel energie van gekregen. Enerzijds door steeds een nieuwe fase in het onderzoek te bereiken, waardoor de nieuwsgierigheid naar de conclusies steeds groter werd. Anderzijds kreeg ik veel energie van het onderwerp 'sharing economy' en zowel de actualiteiten in het nieuws als de kansen die ik tegenkwam om het principe toe te passen op het gebied van wonen. Naarmate het proces vorderde, is dit onderwerp mij steeds verder gaan intrigeren.

Hoewel het houden van een open vizier veel kan betekenen voor kansen in dit onderzoek, ben ik er ook achter gekomen dat dit, als ik kritische naar mezelf kijk, ook een valkuil zijn. Door voortdurend open te blijven staan voor nieuwe informatie en kansrijke zaken die breder gaan dan het onderzoek, is het soms moeilijk om nieuwe actualiteiten er niet continue bij te betrekken en goed te blijven kaderen.

De relatie die de MUAD legt tussen enerzijds theoretische inzichten en anderzijds de ervaringen uit de praktijk is nuttig en heeft me een reflectie gegeven op de wijze waarop verdieping in de theorie een bijdrage kan leveren aan de dagelijkse praktijk.



Geraadpleegde literatuur

Geraadpleegde literatuur

- Adams, J. (2014), Terwijl taxichauffeurs Europa platleggen creëert Uber 20.000 jobs per maand, <http://www.express.be/business/nl/economy/terwijl-taxichauffeurs-europa-platleggen-creëert-uber-20000-jobs-per-maand/205692.htm>
- Airbnb , Airbnb Community Shows Environmental Benefits of Home Sharing, <https://www.airbnb.nl/press/news/new-study-reveals-a-greener-way-to-travel-airbnb-community-shows-environmental-benefits-of-home-sharing>
- Airbnb verified- Facebook Page Statistics, <http://www.socialbakers.com/facebook-pages/447910818591344-airbnb>
- Airbnb.nl
- Altijd Wat (2014), http://www.npo.nl/altijd-wat/26-08-2014/KN_1660977
- arcade2202 (2012), Slechts drie weken gewerkt in deze branche ,nog spijt, Time Share , Pure volsverlakerij ofwel Oplichterij !, <http://plazilla.com/page/4294996044/time-share-cran-canaria-mogan-na-25-jaar-nog-spijt-slechts-drie-weken-gewerkt-pure-oplichterij>
- Arcon, M. Wiebusch en M. Moulijn (2013), Van verzorgingsstaat naar participatiesamenleving? Een zoektocht naar een andere rolverdeling tussen overheid, burgers, zorg- en welzijnsinstellingen
- Arendonk, E. van (2014), (Boekrecensie) Zakendoen in de nieuwe economie, <http://www.marketingonline.nl/blog/boekrecensie-zakendoen-de-nieuwe-economie>
- Arets, M. (2013), Gastcollege Brand Expedition, <http://timscheele.wordpress.com/opleiding-iemes-ce/iemes-week/iemes-week-3/gastcollege-martijn-arets/>
- Arets, M. (2014), Maken we de deeleconomie romantischer dan zij is?,- <http://www.marketingfacts.nl/berichten/maken-we-de-deeleconomie-romantischer-dan-zij-is>
- Arets, M., interview (2014)
- Arts, O. (2014), Uber als disruptieve kracht voor de taxibranche, <http://www.thaesis.nl/nl/nieuws/uber-als-disruptieve-kracht-voor-de-taxibranche.html>
- Auto delen, utrechtdeelt.nl
- Awwad, T. (2014), Waarom Nederlandse taxichauffeurs niet tegen Uber protesteren, <http://www.nu.nl/economie/3800375/waarom-nederlandse-taxichauffeurs-niet-uber-protesteren.html>
- B. Verhoef (red.) e.a., Trends in mobiliteit (2013), RAI Vereniging
- Bakker, P. (2014), Nieuwe wensen, nieuwe woningen, De Architect, http://www.dearchitect.nl/binaries/content/assets/architect/tijdschrift+archief/2014/07/webar_p028_ar-07-10-2014.pdf
- Battaller, B. H. (2014), De deel- en ruileconomie: een duurzaamheidsmodel voor de XXIe eeuw, Europees Economisch en Sociaal Comité
- Battaller, B.H. (2014), 'De deel- en ruileconomie: een duurzaamheidsmodel voor de XXIe eeuw', Europees Economisch en Sociaal Comité
- Beek, van der, P. (2013), Bereid je voor op de shareconomy, <http://www.mt.nl/332/75071/business/bereid-je-voor-op-de-shareconomy.html>
- Beelen, J. (2012), Ole Ruch: Airbnb en het belang voor de lokale economie, <http://www.travelnext.nl/airbnb-en-het-belang-voor-de-lokale-economie.html>
- Behomm.com
- BeMate.com
- Betlem, R. (2014), Start-up groeit internationaal met ruilhandel studentenkamers, <http://fd.nl/ondernemen/779952-1404/start-up-groeit-internationaal-met-ruilhandel-studentenkamers>
- Bijeenkomst Business in de deeleconomie (juni 2014), Amsterdam Economic Board, <http://www.amsterdameconomicboard.com/agenda/7149/business-in-de-deeleconomie>
- Bijl, F. (2013), You're being Airbnb'ed: de sharing economy, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/youre-being-airbnb-ed-de-sharing-economy>
- Bisschop, J. S. (2014), De nieuwe economie, waar iedereen elkaars buurman is, <http://www.frankwatching.com/archive/2014/09/21/de-nieuwe-economie-waar-iedereen-elkaars-buurman-is/>
- Bitlock, <https://www.kickstarter.com/projects/126495570/bitlock-turning-your-smart-phone-into-your-bike-ke>
- Blom, E. (2013), Niek van Leeuwen (Uber): "Uber brengt je gehuld in comfort van A naar B", <http://www.marketingfacts.nl/berichten/niek-van-leeuwen-uber-uber-brengt-je-gehuld-in-comfort-van-a-naar-b>

- Blom, R. (2014), Geld verdienen door je huis te verhuren, <http://huis-en-tuin.infonu.nl/kopen-en-huren/137081-geld-verdienen-door-je-huis-te-verhuren.html>
- Boekee, S. e.a. (2014), 2014 NSMO - Cijfers Sociale initiatieven – 2014, http://pt.slideshare.net/newcomresearch/2014-nsmo-rapportage-sociale-initiatieven-2014?next_slideshow=1
- Boer (2011), Timesharing: wat koop je er mee?, <http://reizen-en-recreatie.infonu.nl/diversen/88363-timesharing-wat-koop-je-er-mee.html>
- Boer, M. de (2014), Uber's big data strategie, <http://www.adformatie.nl/blog/ubers-big-data-strategie>
- Boerop, L. (2104), Google Ventures: 'Taxi-app Uber wordt meer waard dan Toyota', <http://www.quotenot.nl/Nieuws/Google-Ventures-Taxi-app-Uber-wordt-meer-waard-dan-Toyota-121693>
- Borsboom, A. (2014), Behomm: woningruil met creatieven over de hele wereld, <http://www.stylink.nl/blogs/3-blogs/1990-behomm-woningruil-met-creatieven-over-de-hele-wereld->
- Bosma, T. (2010), Van hyper- tot collaboratieve consumptie, http://www.extendlimits.nl/nieuws/artikel/van_hyper_tot_collaboratieve_consumptie#sthash.qALutG4a.dpuf
- Bosscher, D. (1995) Time-sharing: lucratief, maar niet voor iedereen, <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/2663180/1995/02/18/Time-sharing-lucratief-maar-niet-voor-iedereen.dhtml>
- Botsman, R. (2010), What's Mine is Yours, HarperBusiness
- Botterblom, S. (2014), Wiki: Deeleeconomie, <http://www.nieuworganiseren.nu/wiki/wiki-deeleeconomie/>
- Bouma, K., Rengers, M. (2013), Veel overtredingen bij verhuur Airbnb, <https://blendle.nl/i/de-volkskrant/veel-overtredingen-bij-verhuur-airbnb/bnl-vkn-20140830-3486331/welcome>
- Brand, G. (2014), Room Mate gaat strijd aan met Airbnb, <http://zakenreis.nl/hotels/room-mate-gaat-strijd-aan-met-airbnb/>
- Bright Spot: Seats2meet, <http://www.bright.nl/spot/seats2meet>
- Bruijn, de W. en Denters, M. (2013), Burgers bestormen de markt, <http://tegenlicht.vpro.nl/nieuws/2013/april/artikel-de-nieuwe-liefde.html>
- Cantilis (2013), Huizenruil voor designers en kunstenaars, <http://www.nav.be/pages/nieuws-detail.php?id=2283>
- Carabain, C., Heilbron, M., van Geffen, M. (2013), Onderzoeksreeks 20 Nederlanders & de deeleeconomie, NCDO, http://issuu.com/is-magazine/docs/nederlanders_en_de_deeleeconomie/8
- Carabain, C., Heilbron, M., van Geffen, M. (2013), Onderzoeksreeks 20 Nederlanders & de deeleeconomie, NCDO, http://issuu.com/is-magazine/docs/nederlanders_en_de_deeleeconomie/13
- Cardinaal, V. (2014), Housing Anywhere: "De lange adem, die loont", <http://versbeton.nl/2014/05/housing-anywhere-de-lange-adem-die-loont/>
- Carlien Roodink (2014), interview
- Christern, N., Van Gameren, E., Slierlings, R. (2012), Kantelpunten in ondernemerschap, Young Entrepreneur Summit/ NRC http://www.eyentrepreneurship.nl/nl/artikel/19/kantelpunten_in_ondernemerschap/
http://www.eyentrepreneurship.nl/upload/1/files/nrc_xtr_09s_10juni_2.pdf
- Daalder, L. (2014), Ronald van den Hoff (Seats2Meet): "De geest is uit de fles, die stop je niet meer terug", <http://fastmovingtargets.nl/episodes/ronald-van-den-hoff-seats2meet-de-geest-uit-de-fles-die-stop-je-niet-meer-terug/>
- De diversiteit van de deeleeconomie, <http://www.jipio.nl/deeleeconomie-nieuws/2014/9/4/de-diversiteit-van-de-deeleeconomie>
- Decentralisatie van overheidstaken naar gemeenten,- <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gemeenten/decentralisatie-van-overheidstaken-naar-gemeenten>
- Deelstoel.nl
- Dempster, D. en Voorzanger, M. (2013), Hoe de deeleeconomie merken en conversaties kan veranderen, <http://www.adformatie.nl/ opinie/bericht/hoe-de-deeleeconomie-merken-en-conversaties-kan-veranderen>
- Derksen, M. (2013), De opkomst van de deeleeconomie, <http://koneksa-mondo.nl/2013/08/24/de-opkomst-van-de-deeleeconomie/>

- Duurzaam consumeren, <http://www.consumentenbond.nl/test/woning-huishouden/woning/duurzaam-consumeren/extra/deeleconomie/>
- Eeckhout, B. (2014) "Bedrijven als Uber en Airbnb overwoekeren alle duurzame bedoelingen", <http://www.demorgen.be/nieuws/-bedrijven-als-uber-en-airbnb-overwoekeren-alle-duurzame-bedoelingen-a2056797/>
- Eenzaamheid hoort er bij, <http://www.eenzaam.nl/ik-en-eenzaamheid/eenzaamheid-hoort-erbij>
- Egdom, H. van (1996), Permanent wonen in een luxe hotel, <http://www.digibron.nl/search/detail/012de365394d088832a3c285/permanent-wonen-in-een-luxe-hotel>
- Elbers, L. (2014), GESPOT: De nieuwe vakantiehuizen database van Roomlr met 1,4 miljoen, locaties <http://www.travelnext.nl/gespot-de-nieuwe-vakantiehuizen-database-van-roomlr-met-14-miljoen-locaties.html>
- Elbers, L. (2014), The Uber of festivals, vluchten en Google?, <http://www.travelnext.nl/uber-of.html>
- Esmeë (2014), Goedkoop op vakantie, ruilen van huis, <http://reizen-en-recreatie.infonu.nl/diversen/57447-goedkoop-op-vakantie-ruilen-van-huis.html>
- Esser, K., Harder, M.R. (2013), 'Delen kan niet zonder vertrouwen', <http://www.marketingfacts.nl/berichten/delen-kan-niet-zonder-vertrouwen>
- Everts, V. (2006), Funda: Innovatie in de vastgoed wereld, <http://www.vincenteverts.nl/funda-innovatie-in-de-vastgoed-wereld/>
- Fennema, M. (2014), Airbnb: kosmopolitische middenklasse geniet, platteland mokt, <http://www.volkskrant.nl/dossier-meindert-fennema/airbnb-kosmopolitische-middenklasse-geniet-platteland-mokt-a3708215/>
- Frenken, K. (2012), Autodelen verspreidt zich over heel Nederland, <http://m.mejudice.nl/m/a/ar/autodelen-verspreidt-zich-over-heel-nederland>
- Frenken, K., interview (2014)
- Geel, R. van (2013), Zakelijk gebruik social media | AirBnb, <http://rensonline.wordpress.com/2013/06/05/zakelijk-gebruik-social-media-airbnb/>
- Geerdink, J. Gemeenschap, <http://www.joachimgeerdink.nl/index.php/tag/gemeenschap/>
- Geld, Ruilhandel, Wikipedia, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Geld>
- Geschiedenis van het geld, Wikipedia, http://nl.wikipedia.org/wiki/Geschiedenis_van_het_geld
- Gillabel, J. e.a., Deel de toekomst, <http://www.zeronaut.be/wp-content/uploads/2014/02/Deel-de-toekomst-65-maatregelen-voor-de-Vlaamse-deeleconomie.pdf>
- Glind, van der, P. (2014) – Bijeenkomst 'Business in de deeleconomie'
- Glind, van der, P. (2014), De potentie van Collaborative Consumption / deeleconomie
- Groot, de A. (2013), De gelukswetenschap, <http://www2.eur.nl/fsw/research/veenhoven/interviews/Gelukscourant2013.pdf>
- Groot, de P., Achmea, interview (2014)
- Haan, N. de (2014), Duurzame vernieuwers, <http://www.sg.uu.nl/nieuwsblog/2014/10/13/duurzame-vernieuwers>
- Hart, M. het, (2014), reactie op: Maken we de deeleconomie romantischer dan zij is?, <http://www.marketingfacts.nl/berichten/maken-we-de-deeleconomie-romantischer-dan-zij-is>
- Havas Worldwide Prosumer Report (2014), The New Consumer and The Sharing Economy
- Heijden, J. van der (2014), Productie door de burger, <http://www.atosborne.nl/media/files/productie-door-de-burger.pdf>
- Henk-Jan (2014), Wat is Airbnb en waarom is het bedrijf 10 miljard waard?, <http://emarketingblog.nl/2014/03/wat-is-airbnb-en-waarom-in-het-bedrijf-10-miljard-waard/>
- Hoek, C. van (2014), Uber: De opkomst van de populaire, maar controversiële taxi-app, <http://www.nutech.nl/apps/3783253/uber-opkomst-van-populaire-maar-controversiele-taxi-app.html>
- Hoek, C. van (2014), 'Woningverhuursite Airbnb 13 miljard dollar waard', <http://www.nu.nl/internet/3911170/woningverhuursite-airbnb-13-miljard-dollar-waard.html>
- Hofstee, G. (2014), De waarde van Airbnb!, <http://www.digitaleconomics.nl/2014/07/30/de-150e-blog-van-ger-hofstee-de-waarde-van-airbnb/>
- HomeAway, Inc. (2014), Mijlpaal voor 's werelds grootste vakantiehuizenverhuurder HomeAway(r), <http://www.perssupport.nl/apssite/persberichten/full/2014/09/24/Mijlpaal+voor+s+werelds+grootste+vakantiehuizenverhuurder+HomeAwayr>
- homeaway.nl
- HomeExchange.com, HuizenRuil.com

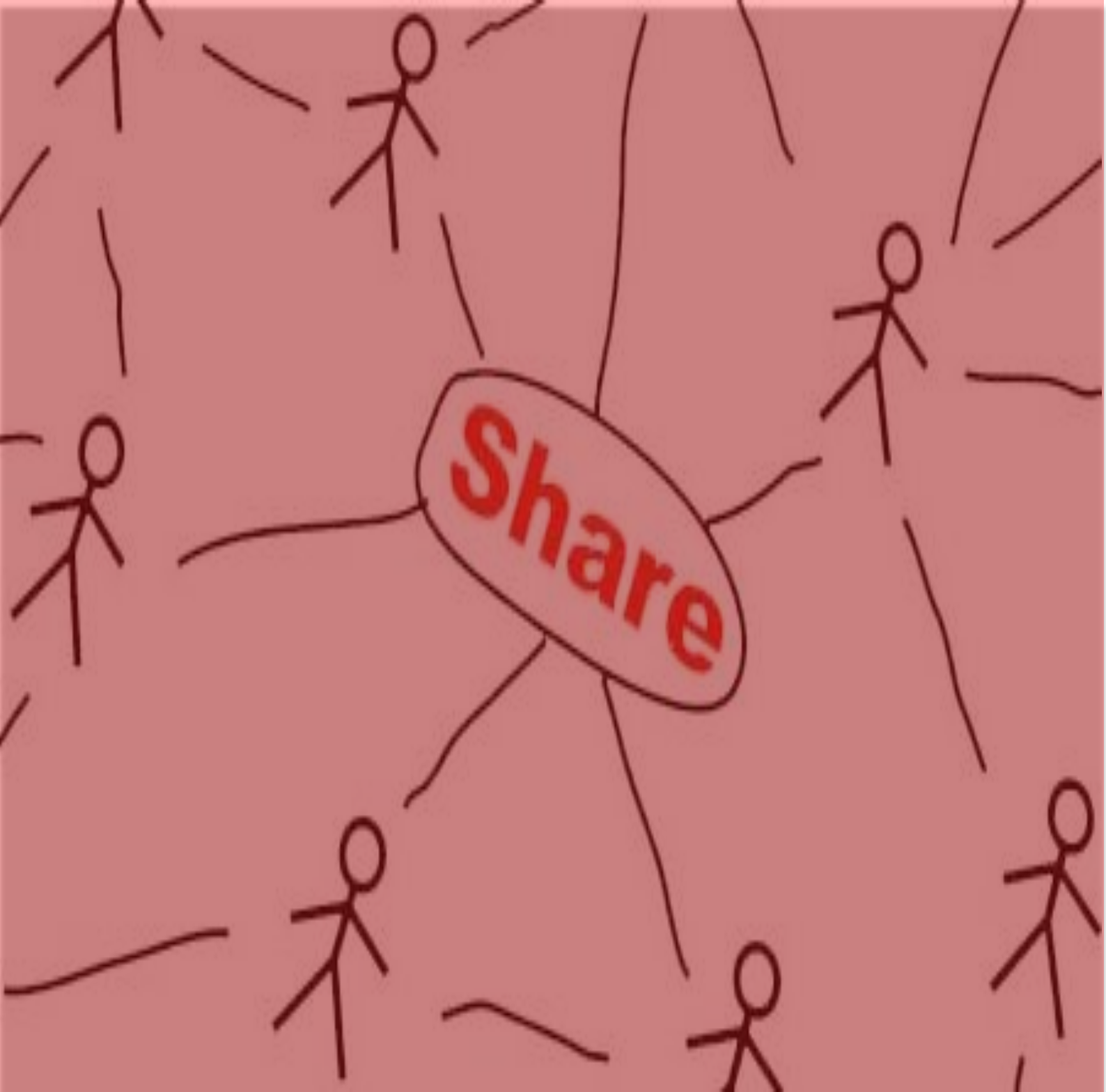
- Hotel, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Hotel>
- HousingAnywhere.com
- <http://a-a-ah.com/tsiferblat>
- <http://betrokkentijd.nl/>
- <http://deeleconomie.nl/fiksters/>
- <http://deeleconomie.nl/verblijf/>
- <http://deelstoel.nl/>
- <http://dosocial.nl/>
- <http://geluksroute.nu/>
- <http://hetvaltwelmaarnietmee.nl/>
- <http://noord4us.nl/nieuws/hoe-meer-je-deelt/>
- <http://noord4us.nl/voor-wie/>
- <http://www.cohousingprojects.be/index.php/cohousing>
- <http://www.de-studio.nl/>
- <http://www.de-studio.nl/projectomschrijving/>
- <http://www.duurzaamsoesterkwartier.nl/>
- <http://www.ebab.com/about-us>
- <http://www.hapimag.com/nl/idee.html>
- <http://www.homeaway.nl/info/adverteer-bij-ons>
- <http://www.homeaway.nl/info/over-homeaway>
- <http://www.homelink.org/index.jsp?language=8>
- <http://www.hotelhuis.nl/over/veelgestelde-vragen>
- <http://www.kersentuin.nl/>
- <http://www.nationalehorecagids.nl/hotel/paginas/hotel.html>
- <http://www.opreisdoor.nl/hotels.html>
- <http://www.rewear.io/>
- <http://www.samenhuizen.be/>
- <http://www.samenhuizen.be/onder-%C3%A9%C3%A9n-dak>
- <http://www.samenhuizen.be/wat-bedoelen-we-met-cohousing>
- <http://www.timesharefoundation.com/nl/home.php>
- <http://www.tuintjedelen.nl/over-tuintjedelen/>
- <http://www.voordelig-overnachten.nl/vriendenopdefiets/>
- <http://www.vriendenopdefiets.nl/nl/>
- <http://www.woningnetregioamsterdam.nl/Uitleg%20en%20informatie/Een%20woning%20ruilen>
- <http://www.woningruil.nl/Home.aspx>
- <https://corp.fon.com/en>
- <https://www.airbnb.nl/about/about-us>
- <https://www.couchsurfing.org/>
- <https://www.facebook.com/FlexBieb/info>
- <https://www.facebook.com/groups/208363495922536>
- <https://www.facebook.com/noord4us>
- <https://www.roomorama.nl/about/for-hosts>
- <https://www.seats2meet.com/>
- <https://www.uniiverse.com/home>
- Hulshof, A. (2012), Airbnb en Wimdu, zoek de verschillen, <http://www.travelnext.nl/airbnb-en-wimdu-zoek-de-verschillen.html>
- Hulshof, M. en Veen, van der, M. (2013), Opkomst van de huureconomie, <http://www.vn.nl/Archief/Samenleving/Artikel-Samenleving/Opkomst-van-de-huureconomie.htm>
- Iambnb (2014), Millieubewust op vakantie? Reis met Airbnb, <http://www.iambnb.nl/blog/2014/9/9/millieubewust-op-vakantie-reis-met-airbnb>
- Inez (2014), Inspiratiegesprek: Thuisafgehaald, <http://www.ineziatief.com/thuisafgehaald/>
- Inspiratie (2014), Nieuwe Businessmodellen: het tijdcafé en kamperen in andermans tuin, <http://www.sociaalondernemen.nu/wordpress/2013/06/nieuwe-businessmodellen-het-tijdcafe-en-kamperen-in-andermans-tuin/>
- Jobse, H. (2013), Hee mam, ik kom weer thuis wonen, <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/3471361/2013/07/06/Hee-mam-ik-kom-weer-thuis-wonen.dhtml>

- Jobse, H. (2014), Ik deel een huis met anderen, <http://www.nrc.nl/next/van/2014/april/17/ik-deel-een-huis-met-anderen-1370555>
- Johnson, C. (2014), Sharing City Seoul: a Model for the World, <http://www.shareable.net/blog/sharing-city-seoul-a-model-for-the-world>
- Joozt (2014), Vijftien ónmisbare websites voor reizen op budget, <http://reizen-en-recreatie.infonu.nl/diversen/101834-vijftien-onmisbare-websites-voor-reizen-op-budget.html>
- Kalmthout, R., interview (2014)
- Kalmthout, R., LinkedIn, https://www.linkedin.com/vsearch/p?orig=TSEO_SN&firstName=Rob&lastName=Kalmthout&_G=nl%3A5908&trk=TSEO_SN
- Kamsteeg, P. (2013), Spullen delen geeft mensen goed gevoel, <http://issuu.com/juulmartin/docs/vk-delen-19122013>
- Keetwonen (Amsterdam student housing), <http://www.tempohousing.com/projects/keetwonen.html>
- Keswiël, M. (2014), Hotelvernieuwer Kike Sarasola: 'Deeconomie is blijvertje', <http://www.sprout.nl/artikel/deeconomie/hotelvernieuwer-kike-sarasola-deeconomie-blijvertje>
- Kraan, J. (2014), Airbnb 10 miljard dollar waard na nieuwe investeringsronde, <http://www.nu.nl/tech/3731427/airbnb-10-miljard-dollar-waard-nieuwe-investeringsronde.html>
- Kraan, J. (2014), 'Waarde taxi-app Uber schiet omhoog naar 17 miljard dollar', <http://www.nutech.nl/apps/3785536/waarde-taxi-app-uber-schiet-omhoog-17-miljard-dollar.html>
- Kraan, J. (2014), 'Waarde taxi-app Uber schiet omhoog naar 17 miljard dollar', <http://www.nuzakelijk.nl/starten/3785555/waarde-taxi-app-uber-schiet-omhoog-17-miljard-dollar.html>
- Kranenburg, M. (2012), Nieuw! Kamperen in de achtertuin van een particulier, <http://www.travelnext.nl/nieuw-kamperen-in-de-achtertuin-van-een-particulier.html#more-8550>
- Kreijkes, F. (2014), Konnektid in de media: Nederlandse deeconomie wel vernieuwend en sociaal, <https://www.konnektid.com/blog/konnektid-in-de-media-nederlandse-deeconomie-wel-vernieuwend-en-sociaal>
- Lamprecht, A. (2014), De digitale butler voor de hospitality industrie: personalisatie #etravel14, <http://www.travelnext.nl/de-digitale-butler-voor-de-hospitality-industry-personalisatie-etravel14.html>
- Latumahina, L. (2014), Airbnb populair bij zakelijke reizigers, <http://secretaresse.blog.nl/actueel/2014/03/27/airbnb-populair-bij-zakelijke-reizigers>
- Leeuwen, R. van (2014), Kopieer je naar de top: 5 voorbeelden van Rocket Internet, <http://www.mt.nl/332/87295/business/kopieer-je-naar-de-top-5-voorbeelden-van-rocket-internet.html?order=2>
- Lieshout, I. (2013), AirBnB-variant biedt wereldwijd tuinen voor je tent, <http://www.bright.nl/airbnb-variant-biedt-wereldwijd-tuinen-voor-je-tent>
- Lieshout, I. van (2014), Huizenruilen voor villa's: de AirBNB voor designers, <http://www.bright.nl/huizenruilen-voor-villas-behomm>
- Lindner, f. (2014), Wonen in een hotel via verhuurplatform, <http://www.hospitality-management.nl/nieuws/wonen-in-een-hotel-via-nieuw-platform-17672/>
- Llewellyn, T. (2014), Sharing Cities Network Launches Pilot Fellowship Program, <http://www.shareable.net/blog/sharing-cities-network-launches-pilot-fellowship-program>
- LoveHomeSwap.com
- Luijten, A. (2013), Innovatie vraagt om creativiteit in plaats van efficiency, <http://www.gebiedsontwikkeling.nu/artikel/8425-innovatie-vraagt-om-creativiteit-in-plaats-van-efficiency>
- Martens, M., (2009), Kiezen voor autodelen, <http://www.crow.nl/documents/kpvm-publicaties/kiezen-voor-autodelen.aspx>
- Martin, J., Koopdelen – het project, <http://www.juulmartin.nl/waarmaken/koopdelen-project/>
- Martini, I (2013), Betaal in wagens van chauffeursdienst Uber met mobiele telefoon, <http://paypalbenelux.grayling.nl/64883-betaal-in-wagens-van-chauffeursdienst-uber-met-mobiele-telefoon>
- Mathijssen, L. (2013), Airbnb vs. Hotel: 10-0, <http://foodinspiration.nl/mobile/blog.php?id=2013-10-20-airbnb-vs-hotel-10-0>
- Ministerie BZK 2012

- Mooyman, R. (2014), De groeipijnen van de deeleconomie, <http://www.oneworld.nl/business/de-groeipijnen-van-de-deeleconomie>
- Mulder, R. (2014), Hup Airbnb (2), <http://www.eigenhuis.nl/actueel/blog/2014/544916-hup-airbnb-2/>
- Noort, W. van, (2014), De zes geheimen van Airbnb, Uber en Tesla, <http://www.elsevier.nl/Economie/achtergrond/2014/10/De-zes-geheimen-van-Airbnb-Uber-en-Tesla-1616165W/>
- NUL20 (2013), Inwonertal blijft groeien
- Oerle, P. P. van (2012), SnappCar: de ideale auto lenen, <http://www.marketingonline.nl/bericht/accenture-innovation-awards-concept-van-de-week-snappcar-de-ideale-auto-len>
- Oever, R. van den (2014), Airbnb wil zakelijke reismarkt overhoop halen, <http://www.sprout.nl/artikel/e-commerce/airbnb-wil-zakelijke-reismarkt-overhoop-halen>
- Oever, R. van den (2014), Uber mikt nu ook op de zakelijke taxiklant, <http://www.sprout.nl/artikel/deeleconomie/uber-mikt-nu-ook-op-de-zakelijke-taxiklant>
- Olmedo, E. (2013), 5 Reasons People Share, <http://blog.storeitsquirrel.com/?p=180>
- ondanks bouwcrisis – , <http://www.nul20.nl/sites/default/files/pdf/NUL20%20nr%2069.pdf>
- Opgelicht (2014), Airbnb & HomeAway, <http://www.opgelicht.nl/dossiers/detail/7513/>
- Over de deeleconomie, <http://deeleconomie.nl/over-de-deeleconomie/>
- Owyang J., Financial Times, Altimeter Group.
- Participeren via de deeleconomie (2014), [http://www.burgerschapensocialmedia.nl/participeren-via-de-deeleconomie/-](http://www.burgerschapensocialmedia.nl/participeren-via-de-deeleconomie/)
- Peijs, H. (2005), Keetwoningen zijn grote hit, http://www.tempohousing.com/pdf/press/051026_metro.pdf
- Pepermunt.net (2014), Hostels en couchsurfing, <http://www.pepermunt.net/reizen/hostels-couchsurfing.html>
- Pepermunt.net (2014), Vakantie woningruil, <http://www.pepermunt.net/reizen/woningruil-vakantie.html#ixzz3HGqpJmcd>
- Pickard, J. (2014), Airbnb maakt van je huiskamer een restaurant, http://www.joop.nl/economie/detail/artikel/27264_airbnb_maakt_van_je_huiskamer_een_restaurant/
- Pomp, M., interview (2014)
- Poort, F. (2012), Social traveling met Wimdu, <http://www.bright.nl/social-traveling-met-wimdu>
- Rabobank Cijfers & Trends (2014), Hotels, <https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=print.printPdf&id=69189901-5dc3-4960-8f71-8f7e177a0550>
- Rau, T., interview (2014)
- Redactie DuurzaamBedrijfsleven.nl (2014), Airbnb-reiziger duurzamer dan hotelgast, <http://www.duurzaambedrijfsleven.nl/67537/airbnb-reiziger-duurzamer-dan-hotelgast/>
- Redactie TravelNext (2014) ,Emerce eTravel 12 juni: Fast Forward met travel-startup visies, <http://www.travelnext.nl/emerce-etavel-20-juni-fast-forward.html>
- Reijssen, M. (2012), Wat de retail kan leren van Airbnb: collaboration als succesmodel, <http://www.frankwatching.com/archive/2012/12/07/wat-de-retail-kan-leren-van-airbnb-collaboration-als-succesmodel/>
- Roepel, M. (2014), Vastgoedeigenaar loopt risico in deeleconomie, <http://www.cobouw.nl/nieuws/algemeen/2014/10/10/vastgoedeigenaar-loopt-risico-in-deeleconomie>
- Rombouts, D. (2014), Gedeeld wonen: een overzicht, <http://www.bewustverbruiken.be/artikel/gedeeld-wonen-een-overzicht>
- Rooden, M. van (2014), Wimdu; overnachten bij locals in Berlijn, <http://berlijn-blog.nl/wimdu/>
- Roodink, C., Bijeenkomst 'Business in de deeleconomie'
- RTL Nieuws (2014), Uber-app: wat is het nou eigenlijk?, <http://www.rtlnieuws.nl/nieuws/binnenland/uber-app-wat-het-nou-eigenlijk>
- Ruhaak, S. (2014), Ondernemen in de niche, <http://www.baaz.nl/content/ondernemen-in-de-niche>
- Ruilen (2014), Wikipedia- <http://nl.wikipedia.org/wiki/Ruilen>
- Ruilen, Wikipedia, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Ruilen>
- Schimmelpenninck, S. (2014), <http://files.quotenet.nl/pdf/Airbnb.pdf>
- Schipper, L. (2014), Delen, het nieuwe statussymbool?, http://www.croqger.com/wp-content/uploads/2013/10/Delen-het-nieuwe-statussymbool_-_Het-Financieele-Dagblad.pdf

- Schram, C. (2013), TIP: Op reis met Airbnb, <http://www.reisdoc.nl/tip-op-vakantie-met-airbnb/>
- Schraivesande, F. (2014), Hoe versla je Airbnb? Door Airbnb na te doen, <http://www.nrcq.nl/2014/09/19/hoe-versla-je-airbnb-door-airbnb-na-te-doen>
- Schuijt, L. (2014), Snappcar, <http://www.watbezieltons.nl/index.php/SnappCar/>
- Serkozy (2014), Je parkeerplaats verhuren: gemakkelijk geld verdienen, <http://financieel.infonu.nl/geld/136296-je-parkeerplaats-verhuren-gemakkelijk-geld-verdienen.html>
- Share NL
- Snijboon (2014), Buurland, <http://www.partici-appel.nl/buurland/>
- Snijboon (2014), <http://www.partici-appel.nl/author/snijboon/page/6/>
- Snijboon (2014), Landshare, <http://www.partici-appel.nl/landshare/>
- Snijboon (2014), Spareground, <http://www.partici-appel.nl/spareground/>
- Snijboon (2014), Vinex der vinexen en wijkonderneming ten voeten uit., <http://www.partici-appel.nl/hallo-ijburg/>
- Sophie (2013), Airbnb, <http://portfoliosophie1.wordpress.com/2013/05/01/airbnb/>
- Sprang, van, H. (2014), <http://www.oneworld.nl/toekomstdenkers/nieuwe-economie/minder-hebben-meer-delen/>
- Sprout (2014), De 3 succesfactoren van Uber, <http://www.sprout.nl/artikel/innovatie/de-3-succesfactoren-van-uber>
- Sprout (2014), 'Dit is een alles of niets-spel', <http://www.sprout.nl/artikel/startup-van-de-week/dit-een-alles-niets-spel>
- Steijger, R. (2014), Spraakmakende startups: Uber, iedereen een eigen privé-chauffeur, <http://www.remysteijger.nl/spraakmakende-startups-uber/#sthash.9aSMtDw2.dpuf>
- Stippels (2014), Geld verdienen met je wc via Airpnp, <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/diversen/139716-geld-verdienen-met-je-wc-via-airpnp.html>
- Stoffels, B. (2014), De metropool als onplanbare spons, <http://spontanestad.nl/de-metropool-als-onplanbare-spons/>
- Telegraaf (2003), Amsterdam bouwt 1100 keetwoningen, <http://www.bouwenwonen.nl/news/read.asp?id=4359>
- The Student Hotel Rotterdam, <https://www.werkenineenhotel.nl/hotels/the-student-hotel-rotterdam/-/rotterdam/>
- Thoelen, B. (2013) Korte Keten Column: Duurzaam gedeelte, <http://www.voedselteams.be/korte-keten-column-duurzaam-gedeelte>
- Thuisafgehaald.nl (2014)
- Timesharing (toerisme), [http://nl.wikipedia.org/wiki/Timesharing_\(toerisme\)](http://nl.wikipedia.org/wiki/Timesharing_(toerisme))
- TNS Nipo (2010)
- Trend: wonen in een hotel, <http://www.trendstyle.net/trends/wonen-in-een-hotel.html>
- Troost, A. (2013), Tomaten telen in de pubtuin , <http://www.oneworld.nl/magazinearticle/tomaten-telen-de-pubtuin>
- Uber: een taxiservice voor de nieuwe generatie (met gratis promotiecode), <http://tipforyou.nl/uber-een-taxiservice-voor-de-nieuwe-generatie/>
- V. Veldheer en R. Bijl (2011), Actuele maatschappelijke ontwikkelingen 2010, Sociaal en Cultureel Planbureau
- Van Leeuwen, R. (2013), 5x Waarom de deeleconomie een hype is, MT ManagementTeam, <http://www.mt.nl/332/82332/business/5x-waarom-de-deeleconomie-een-hype-is.html>
- Veldheer V. en Bijl R. (2011), Actuele maatschappelijke ontwikkelingen 2010, Sociaal en Cultureel Planbureau
- Verhaar, M. (2014), De deeleconomie wordt een deelmaatschappij, <http://www.nu.nl/amsterdam/3905769/de-deeleconomie-wordt-deelmaatschappij.html>
- Verhaegh, P. (2014), Hoera, de Uber-mens is gearriveerd!, <http://www.vrijspreker.nl/wp/2014/08/hoera-de-uber-mens-is-gearriveerd/>
- Verzorgingsstaat, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Verzorgingsstaat>
- Visser, M., interview (2014)
- Vlijtig, L. (2014), Parksharing: je oprit verhuren als parkeerplaats, <http://www.huisvlijt.com/2014/09/parksharing.html>
- Vogel, C. (2014), "Begin met een CTO en een verdienmodel", <http://www.mkb servicedesk.nl/9209/begin-met-cto-verdienmodel.htm>
- Vogel, C. (2014), SnappCar en de toekomst van auto's delen, <http://claartjevogel.nl/SnappCar-en-de-toekomst-van-autos-delen/>

- Vogel, C. (2014), Uber: voor ieder wat wils?, <http://www.mkb servicedesk.nl/9447/uber-voor-ieder-wat-wils.htm>
- Voorwaarden voor een publicatie op Airbnb en Wimdu, <http://www.skipperz.nl/airbnb--wimdu.html>
- Vrom (2003)
- Wat is Airbnb?, <https://www.airbnb.nl/help/article/1>
- Wat is Cohousing?, <http://www.cohousingprojects.be/index.php/cohousing/wat-is-cohousing>
- Wat maakt Uber anders dan een normale taxi?, <https://support.uber.com/hc/nl/articles/201968463-Wat-maakt-Uber-anders-dan-een-normale-taxi->
- Wigny, M. (2014), In 2014 doen we het samen, <http://www.snappcar.nl/nwcontent/files/Uitvoer%20nieuwe%20pdf%20van%20afbeeldingen.pdf>
- www.wimdu.nl
- YoungWorks (2013), De sharing economy: een massale mindshift of een mindf#%ck?, <http://blog.youngworks.nl/trends/de-sharing-economy-een-massale-mindshift-of-een-mindfck>
- Z24 (2014), Uber experimenteert met bezorgdienst pakjes en boodschappen, <http://www.z24.nl/ondernemen/uber-begint-experiment-met-bezorgdienst-489335>
- Zandstra, P. (2014), Waar wonen de jonge verdieners? Uber kan een hint geven, <http://www.nrc.nl/carriere/2014/04/25/waar-wonen-de-jonge-verdieners-uber-denkt-het-te-weten/>
- Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J.W. (2014), The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry
- Zin (2014) 9 manieren om te betalen zonder euro's, <http://www.zin.nl/2014/03/11/9-manieren-zonder-euro's-betalen/>
- Zo communiceert de buurt online, [http://www.partici-appel.nl/praktijkvoorbeelden/\(2003\),](http://www.partici-appel.nl/praktijkvoorbeelden/(2003),) Amsterdam bouwt 1100 keetwoningen, Telegraaf
- (2011), RAU en Philips starten met 'Pay per lux', http://www.architectenweb.nl/aweb/redactie/redactie_detail.asp?iNID=25366
- (2013), Compact en toch luxe wonen in een container, <http://roomed.nl/compact-en-toch-luxe-wonen-in-een-container/>
- (2013), HuizenRuil.com brengt spannende kerstvakanties binnen handbereik, <http://www.emerce.nl/wire/huizenruilcom-brengt-spannende-kerstvakanties-binnen-handbereik>
- (2013), Huizenruilsite voor designers en kunstenaars gelanceerd in België, <http://weekend.knack.be/lifestyle/wonen/design/huizenruilsite-voor-designers-en-kunstenaars-lanceert-in-belgie/article-4000473836349.htm>
- (2013), Time-sharing: pro's en contra's, <http://www.inspirerend-wonen.be/geld-en-wonen/financieel-juridisch/time-sharing-pros-en-contras.html>
- (2014) Uber: 'Wij betalen boetes chauffeurs', <http://www.at5.nl/artikelen/135705/uber-wij-betalen-boetes-chauffeurs>
- (2014), Hotelketen biedt Be Mate als alternatief voor Airbnb, Twinkle, <http://twinklemagazine.nl/nieuws/2014/09/hotelketen-biedt-be-mate-als-alternatief-voor-airbnb/index.xml>
- (2014), Housing Anywhere, <http://hz.nl/nl/studeren-aan-de-hz/huisvesting/Pages/Housing-Anywhere.aspx>
- (in Amsterdam), http://www.os.amsterdam.nl/pdf/2013_presentatie_pietervandegлинд.pdf



Bijlagen

Bijlagen

I. Potentie deeleconomie

Deze bijlage hoort bij hoofdstuk 3.3 Voorwaarden van deeleconomie. Hierin staan de voorwaarden omschreven die gelden voor het functioneren van de deeleconomie. Enerzijds zijn dit voorwaarden van deelnemers om deel te nemen aan een deeleconomie-platform. Anderzijds zijn het voorwaarden om een deeleconomie-platform goed te laten functioneren en toekomstbestendig te laten zijn. Deze voorwaarden hangen nauw samen met de potentie van deeleconomie. Hieronder staat een korte samenvatting gegeven van onderzoek naar de toekomstverwachting van deeleconomie op basis van onderzoek van hoogleraar Koen Frenken.

Toekomstverwachting potentie deeleconomie, samenhangend met genoemde voorwaarden

Het voldoen aan bovengenoemde voorwaarden heeft direct effect op het toekomstperspectief van de deeleconomie. Hoogleraar Innovatie Koen Frenken heeft onderzoek gedaan naar de toekomstpotentie van specifiek het thema autodelen binnen de deeleconomie. Middels innovatiewetenschap onderzocht hij technische, economische en maatschappelijke aspecten, waarmee uitgewezen kan worden of autodelen een nichetoeepassing zal blijven of daadwerkelijk een dominante vorm van mobiliteit wordt. De analyse van Koen Frenken geeft aan dat “autodelen allerhande gunstige eigenschappen omvat die verdere verspreiding van dit fenomeen zullen bevorderen”. Enkele aanwijzingen hiervoor zijn de volgende. Het gebruik van deze technologische ontwikkeling wordt aantrekkelijker naarmate meer mensen gebruik maken van de deeleconomie, wanneer steeds meer mensen van autodelen gebruik maken veroorzaakt dit veel ‘mond-op-mond-reclame’ wat gunstige effecten heeft en er zijn voor nieuwe deelnemers lage kosten van overstappen van het oude naar het nieuwe systeem. Koen Frenken geeft als mogelijk obstakel voor dit vermoeden aan dat het eigen autobezit volgens sociologen ‘nog steeds een groot goed is, aangezien dit status, succes en de eigen identiteit uitdrukt’.¹⁵⁸ Aan de andere kant, zo geeft hij aan, is het de vraag of de auto het product zal blijven waarmee ‘mensen hun identiteit uitdrukken of dat dit in de toekomst gebeurt via andere producten’¹⁵⁸ (kleding, mobiele telefoon) of doordat men zich aansluit bij een bepaald type autodeelinitiatief. In het algemeen is de toekomstverwachting van deeleconomie volgens Koen Frenken: “Toekomstverwachting: deze nieuwe vorm van economisch handelen gaat heel groot worden. Met behulp van internet en sociale media wordt deze trend alleen maar versneld. sommige bedrijven en markten zullen compleet worden omvergeworpen en er zullen nieuwe spelers op het toneel gaan verschijnen.”¹⁵⁸

¹⁵⁸ Frenken, K. (2012), Autodelen verspreidt zich over heel Nederland, <http://m.mejudice.nl/m/a/ar/autodelen-verspreidt-zich-over-heel-nederland>

II. Airbnb en regelgeving

Deze bijlage hoort bij hoofdstuk 4 Maatschappelijke effecten.

Ter illustratie van de kritiek over oneerlijke concurrentie en regelgeving, wordt aan de hand van het voorbeeld Airbnb een omschrijving van de ontwikkeling weergegeven.

'De website AirBnB heeft in vier jaar tijd online een 'hotelketen' gebouwd met 300.000 locaties'¹⁵⁹ Airbnb werd in maart 2014 gewaardeerd op 'zeker 10 miljard dollar (7,3 miljard euro). De waarde van Airbnb zou hoger worden ingeschat dan bekende hotelketens waarmee de site concurreert. Zo heeft de Amerikaanse keten Hyatt Hotels momenteel een beurswaarde van 8,4 miljard dollar en is Intercontinental Hotels, moederbedrijf van de Holiday Inn-keten, 8 miljard dollar waard.'¹⁵⁹ Airbnb is inmiddels in bijna 200 landen actief. Er zijn ruim 500.000 kamers, appartementen en huizen beschikbaar.'¹⁵⁹ Waar Airbnb dagelijks 'unieke ervaringen biedt', ziet de 'Hilton Hotel Group – met 120 jaar ervaring en duizenden hotelkamers over de hele wereld - deze markt volledig aan zich voorbij gaan.'¹⁴³ Zij komt in opstand vanwege 'oneerlijke concurrentie' en geeft aan dat 'verhuurders ten opzichte van de hotelbranche hun voordeel behalen qua regelgeving, verzekering, belasting, etc.' De gemeente Amsterdam stelt regels op ter bescherming van burgers en om de oude en nieuwe economie eerlijker naast elkaar te behandelen. Toch blijkt in de praktijk dat veel deelnemers van Airbnb de regels nog steeds aan hun laars lappen en dat zelden handhaving plaatsvindt.⁴⁰

Dit 'vergeten' Airbnb'ers:

- Gemeentelijke regels omtrent tijdelijke verhuur: Dit mag alleen als:
 - o De hoofdbewoner verhuurt en ingeschreven staat bij de Gemeentelijke Basisadministratie Persoonsgegevens (GBA)
 - o Er aan maximaal vier personen wordt verhuurd;
 - o De verhuur incidenteel is (maximaal twee maanden per jaar)
 - o De verhuurder zich meldt bij de Dienst Belastingen Gemeente Amsterdam (DBGa)
 - o De woning aan de brandveiligheidseisen voor woningen voldoet;
 - o Er geen overlast wordt veroorzaakt en buren worden geïnformeerd.
- Toestemming hypotheekverstrekker: in de hypotheekvoorwaarden van de meeste banken staat dat de bank toestemming moet geven voor tijdelijke verhuur.
- Reglementen vereniging van eigenaren: De meeste VVE's verbieden tijdelijke verhuur. Het Hof Amsterdam heeft in 2013 bepaald dat er alleen onderverhuurd mag worden mét toestemming van de VVE.
- Huurcontract: De meeste huurbazen sluiten onderverhuur contractueel uit.
- Belasting betalen:
 - o Inkomstenbelasting (box 1): Over 70% van de huuropbrengsten moet inkomstenbelasting worden betaald. Daarvan mag u wel bepaalde kosten aftrekken (gas/elektra, schoonmaak, advertenties).
 - o Toeristenbelasting: De gemeente Amsterdam rekent 5,5% toeristenbelasting. Indien u uw eigen huis verhuurt, moet u zichzelf aanmelden bij de gemeente met een speciaal formulier. Daarna ontvangt u jaarlijks een opgaveformulier.³⁵

Tegen de regels van de gemeente Amsterdam in, wordt ook gebruik gemaakt van Airbnb door professionele vastgoedpartijen. Op grote schaal wordt op deze wijze geld verdiend en wordt gebruik gemaakt van het feit dat de gemeente regelgeving en fiscale aspecten niet handhaaft. 'Vastgoedman Maarten (35), die – niet geheel onverwacht – anoniem wil blijven, legt uit: 'Van mijn vrienden en kennissen uit de vastgoedwereld doet zeker meer dan de helft mee aan de Airbnb-hausse. Het werkt heel simpel. Je gaat natuurlijk niet zelf met een leuk profielje op Airbnb staan, maar schuift een vriendje, neefje of andere kennis ertussen. Die woont zelf niet in het betreffende appartement, maar regelt wel het contact met de huurder en incasseert het geld. De inkomsten worden in de vorm van een exorbitant hoge huur doorgesluisd naar de eigenaar of hoofdhuurder van het pand. Zo wordt feitelijk een illegaal hotel gehuurd. Om er een beeld bij te hebben: een leuk appartement van 75 vierkante meter in hartje Amsterdam levert normaliter 1200 euro aan maandelijkse huurinkomsten op. Als datzelfde appartement dertig dagen per maand voor de op Airbnb gangbare prijs van 150 euro per nacht wordt verhuurd, levert dat 4500 euro op. Als daar de fee voor Airbnb – drie procent van de huurprijs – en schoonmaakkosten vanaf worden gehaald, blijft nog altijd een rendement over dat driemaal zo hoog ligt als dat van reguliere verhuur. Tel uit je winst.'³⁵

¹⁵⁹ Kraan, J. (2014), Airbnb 10 miljard dollar waard na nieuwe investeringsronde, <http://www.nu.nl/tech/3731427/airbnb-10-miljard-dollar-waard-nieuwe-investeringsronde.html>

III. Kansen, kritieken, effecten van autodelen

Deze bijlage hoort bij hoofdstuk 4 Maatschappelijke effecten.

Ter illustratie van de kansen, kritieken en effecten zoals in dit hoofdstuk benoemd, wordt hieronder het voorbeeld van autodelen toegelicht.

Door gebruik te maken van een vorm van autodelen (het uitlenen/ (ver)huren van je auto, carpoolen of delen van een parkeerplaats), wordt een bijdrage geleverd aan onder andere het milieu en de Nederlandse economie. Allereerst kiezen mensen die geen eigen auto meer in bezit hebben omdat zij bijvoorbeeld een deelauto kunnen gebruiken, bewuster hun mobiliteitsvorm uit, omdat zij niet te allen tijde direct een eigen auto voor de deur hebben staan. Daardoor wordt het gebruik van de fiets vaker gekozen boven de deelauto, wat ten gunste komt voor het milieu (en gezondheid van de mens). Het gebruik van een deelauto heeft een positieve meerwaarde voor de sociale cohesie in haar omgeving. 'Een deelauto blijkt de binding tussen bewoners in een wijk te bevorderen.'¹⁶⁰ De deeleconomie levert haar bijdrage aan minder files (met alle gevolgen van dien voor de Nederlandse economie), een verminderde CO₂-uitstoot (aangezien minder files veroorzaakt worden en minder productie van auto's nodig is) en meer vrije parkeerplaatsen, waardoor de parkeernorm gereduceerd kan worden zodat ruimte vrijkomt voor bijvoorbeeld groen en andere kwaliteiten in de openbare ruimten. Verder kan het kiezen van autodelen een forse (financiële) besparing opleveren voor consumenten ten opzichte van eigenautobezit, vanwege minder kosten voor brandstof, verzekeringen, parkeren, belastingen, onderhoud, afschrijvingen en eventuele rente. 'Ben je in het bezit van een middenklasse auto, dan ben je maandelijks al snel honderden euro's hieraan kwijt.'¹⁶¹ Het gevolg is dat veel voorkomende lasten bij inwoners omlaag gaan, en waardoor men beter in staat is zijn financiële verplichtingen te voldoen. Ter illustratie: 'Volgens het Nibud komen onze maandelijkse kosten voor vervoer op de tweede plek in ons budget, na onze hypotheek en huur.'¹⁶¹ 'Eén deelauto zorgt er voor dat er 13 minder auto's worden verkocht.' Naast de positieve gevolgen voor de CO₂-uitstoot, heeft dit ook gevolgen voor bijvoorbeeld autofabrikanten. Als zij op dezelfde weg doorgaan, betekent het dat zij hierdoor minder inkomsten hebben wat enerzijds tot gevolg heeft dat zij minder arbeidsplaatsen zullen kunnen behouden en anderzijds dat overheden minder inkomsten hebben. 'Deze impact zal enorm zijn'.¹⁶² Echter, als ook deze autobedrijven kunnen omdenken zullen zij wellicht minder auto's produceren, maar kunnen zij via alternatieve verdienmodellen ook inkomsten genereren. Zo transformeert BMW van autofabrikant naar mobiliteitsaanbieder, waarbij haar verdienmodel verandert van de verkoop van het product auto naar de verkoop van de dienst mobiliteit. Financial Times citeert daarover Jeremiah Owyang, analist van de Altimeter Group, als volgt: "Instead of trying to sell one car to one person, BMW wants to sell the same car nine times. They see this as an upside."

¹⁶⁰ Auto delen, utrechtdeelt.nl

¹⁶¹ Share NL

¹⁶² Daalder, L. (2014), Ronald van den Hoff (Seats2Meet): "De geest is uit de fles, die stop je niet meer terug", <http://fastmovingtargets.nl/episodes/ronald-van-den-hoff-seats2meet-de-geest-uit-de-fles-die-stop-je-niet-meer-terug/>

IV. Sharing city Seoul

Deze bijlage hoort bij hoofdstuk 4 Maatschappelijke effecten.

Een aantal steden in de wereld zijn koploper op het gebied van deeeconomie, onder andere San Francisco (Amerika) en Seoul (Zuid-Korea). De stad Seoul is een van de koplopers in het stimuleren van de deeeconomie. Door de ligging van Seoul en de schaal van de stad, is Seoul een geschikte stad om grote veranderingen mogelijk te maken en dat is ook noodzakelijk om de stad leefbaar en gezond te krijgen. Op dit moment heeft Seoul namelijk hoge cijfers van werkloosheid, woonlasten en luchtvervuiling en wordt er veel geconsumeerd, wat tot gevolg heeft dat er grote problemen ontstaan op het gebied van huishoudelijke schulden en armoede (49% van de huishoudens in de schulden verkeerd), milieu (er wordt een enorme afvalberg gegenereerd van bijna 9000 ton per dag) en op sociaal gebied (mensen voelen zich geïsoleerd, Seoul heeft bijna het hoogste aantal zelfmoorden en zeer lage 'geluksscores'). Aan de andere kant is Seoul geschikt als 'sharing city', doordat zij over een hoog IT-niveau en –infrastructuur beschikt, het snelste internet in de wereld heeft, de stad in alle buitenruimten gratis wifi heeft, hier het hoogste aandeel smartphone penetratie in de wereld is (67%) en de stad over een van de beste metrosystemen beschikt.¹⁶³

Seoul probeert het delen 'op stadsniveau concreet te maken: in plaats van dat je een auto bezit deel je er één met de burens. Hierdoor maak je vrienden en connecties. Dat voelt goed, is leuker en veel minder bureaucratisch dan als je een auto huurt. Dat herdefinieert hoe wij als mensen naast elkaar staan. In de consumptiemaatschappij bestond veel concurrentie, meer delen is veel menselijker."¹⁶⁴

Seoul stimuleert haar inwoners om deel te nemen aan de sharing economy. Seoul wil de deeeconomie versnellen door publiek-private samenwerking te verbeteren en volgt de bottom-up benadering. Door mensen met elkaar te verbinden voor het delen van diensten in de stad, wordt het gevoel van vertrouwen in de gemeenschap mogelijk hersteld, ontstaat minder afval en overconsumptie en wordt de lokale economie geactiveerd. Seoul ziet er potentie in om de stad via de deeeconomie te transformeren. De deelstad zet in op drie speerpunten: de verandering van verouderde wetten en systemen, het bieden van ondersteuning aan ondernemingen en het aanmoedigen van burgerparticipatie. Enkele voorbeelden van programma's en projecten zijn: het open stellen van openbare gebouwen voor intensiever gebruik tijdens uren dat ze leeg staan (voor evenementen en vergaderingen), het opzetten van 'ShareHub': de plaats in Korea waar alles wat kan worden gedeeld, vindbaar is, het bieden van financiële ondersteuning voor diverse deelinitiatieven (voor woningen, goederen, parkeerplaatsen, etc.) en het opzetten van 'Car sharing' (er zijn 564 autodeellocaties opgezet in Seoul met meer dan 1.000 auto's die al 282.000 keer gedeeld zijn).¹⁶⁵

Seoul stimuleert de sharing economy: 'de regelgeving wordt daarvoor versoepeld, ondernemers krijgen steun en het grote publiek wordt aangemoedigd om mee te doen aan de deeeconomie.'¹⁶⁵

¹⁶³ Johnson, C. (2014), Sharing City Seoul: a Model for the World, <http://www.shareable.net/blog/sharing-city-seoul-a-model-for-the-world>

¹⁶⁴ Llewellyn, T. (2014), Sharing Cities Network Launches Pilot Fellowship Program, <http://www.shareable.net/blog/sharing-cities-network-launches-pilot-fellowship-program>

¹⁶⁵ Mooyman, R. (2014), De groeipijnen van de deeeconomie, <http://www.oneworld.nl/business/de-groeipijnen-van-de-deeeconomie>

V. Deeleconomie per categorie

Als uitwerking van hoofdstuk 5.1 vindt u in deze bijlage een beknopte beschrijving van bestaande platforms binnen de deeleconomie aan de hand van enkele categorieën.

Via onderstaande categorieën kunnen deelplatforms ingedeeld worden en zijn er diverse voorbeelden te vinden. Zonder compleet te zijn, worden hieronder diverse deelvormen en platforms benoemd.

Ruimte/ verblijf

- Woonruimte normaal verblijf: short-stay tot long-stay
 - o Housing anywhere: Woningruilplatform voor studenten 'waar studenten hun kamer kunnen onderverhuren aan andere studenten.
- Vakantieverblijf: verhuur van gastenkamers, gedeeld gebruik van woningen van slaapplek tot compleet vakantiehuis
 - o Airbnb: Wereldwijd logeren (Airbnb is wellicht de bekendste: de site waarop men kan zoeken naar een logeeradres bij locals over de hele wereld en waar men zelf ook een logeerplek kan aanbieden.)
 - o Vrienden op de fiets
 - o Woningruil
 - o Couchsurfing : logeer- en kampeerplekken delen (Wereldwijde website voor logeerplekken: bij mensen op de bank 'crashen' tijdens reizen)
 - o Campinmygarden: wereldwijd kamperen in de tuin van particulieren, logeer- en kampeerplekken delen
 - o HomeExchange.nl (/ huizenruil.com): grootste (en groeiende) huizenruilsite ter wereld
 - o Facebookgroep 'Ruil je huis': Platform om je woning aan te bieden als 'ruilwoning'
 - o Wimdu: Particulier vakantieverblijf
 - o Homelink.org: Website voor huizenruil.
- Mobiel vakantieverblijf: caravan of camper (Deelit.nl)
- Werkruimte: 'co-working', delen van kantoorruimte via flexplekken (Seats 2 meet: 'verbindt sociaal kapitaal, locatie en toffe mensen met elkaar'), voor ambtenaren (Deelstoel)
- Buitenruimte: gedeeld gebruik van stadstuin, volkstuin, moestuin (Tuintjedelen: tuinen in de buurt worden gedeeld met een tuinier)
- Parkeerplaats (Parkshare)
- Toilet, 'de AirBnB voor de wc-pot' (AirPnP)

Vervoer, mobiliteit, transport

- Autodelen, gezamenlijk gebruik van auto's in de buurt. Het delen van auto's die in eigen bezit of van het platform zijn. Van stadsauto, tot Ferrari, verhuurwagen en vakantieauto (MyWheels, Wego, SnappCar, Autodelen.net, Blablacar, Greenwheels, Deelauto, ParkFlyRent: eigen auto verhuren wanneer deze op het vliegveld staat. In plaats van de parkeerkosten, levert de auto op terwijl men op reis is)
- Carpoolen (Toogethr: een lift vinden of aanbieden, Facebookplatform Lift gevraagd >< Lift aangeboden, Samenrijden.nl: website van de ANWB, www.filenetwerken.nl: kennis en kosten delen)
- Treinkaartje delen (Treinbuddy, hier kunnen niet-afgestempelde treinkaartjes door iemand anders gebruikt worden,
- Taxi: I.p.v. reguliere taxi's, gebruik maken van particulieren die taxiritjes verzorgen: van luxe auto met privéchauffeur tot carpoolen met iemand die dezelfde kant op gaat, keuze uit chauffeur en model auto (Uber)
- Boot (Sloepdelen)
- Fietsen (Witte fietsenplan)
- Scootmobielen (Sonor, Buurtscoot)

Eten/ maaltijden

- Zelfgemaakte maaltijden koken of kopen (Thuisafgehaald.nl: door buurgenoten gekookte maaltijden kopen/ophalen, Casserole Club, Leftover Swap: teveel gemaakte porties delen geven aan mensen die zelf niet goed in staat zijn om te koken, met name bedoeld voor ouderen, De Koornbeurs Delft/ Opschepperij: lokaal initiatief., Shareyourmeal)
- Alternatief uit eten (Ruilrestaurant: vernieuwde manier van uit eten gaan: er wordt gekookt met door de gasten meegebrachte ingrediënten waardoor er verrassende menu's ontstaan, huiskamermenu: alternatief restaurant/ eten bij (hobby)kok thuis, die zijn of haar kookkunsten en gastvrijheid ter beschikking stelt,
- Overgebleven levensmiddelen delen (Gratisoptehalen)

Spullen

- Wasmachines (via buurtwasserettes)
 - Allerhande producten en gereedschap via:
 - o (Ver)kopen (Marktplaats, eBay)
 - o Koopdelen* (via Facebook: mensen ontmoeten om samen één product te kopen om gedeeld te gebruiken)
 - o Samen aanschaffen
 - o Delen, lenen, verhuren (Peerby, Spullendelen, Deelit, Neighborgoods.net: met buurtgenoten, met bekenden: Jipio, FF lenen: verzameling van alle lokale FF Lenen groepen op Facebook, Spullendelen, Ruilen)
 - o Overbijeoverheid: besloten marktplaats voor overtollige producten bedoeld voor (semi-)overheidsorganisaties)
 - o Gratis weggeven (Ik Geef Weg, iKringloop en andere (al dan niet lokale) Facebookplatforms, Gratisaftehalen, Gratisoptehalen, Giftfoundation.nu: spullen doneren om mensen in nood te helpen, Noppes: Amsterdams ruilnetwerk voor ruilen van goederen en diensten, Degoedzak: wat men over heeft en nog goed is kan men in de 'goedzak' stoppen en langs de kant van de weg plaatsen, waarna anderen het mee kunnen nemen.)
 - Delen via 'sleutelloos slot' (Bitlock: sleutelloos fietsslot wat peer-to-peer delen tussen individuen en gemeenschappen mogelijk maakt doordat je smartphone fungeert als sleutel voor het ingenieuze slot. Zo kun je je fiets uitlenen)¹⁶⁶
 - Bedrijfsmaterieel (ver)huren of (ver)kopen via Floow2: deelmarktplaats voor bedrijven om bedrijfsmaterieel en diensten uit te lenen.
 - 3D-printer (3D Hubs)
 - Kleding (Rewear: designerskleding delen, Little Green Dress en andere kledingruilbeurzen)
 - Boeken (bibliotheek, Boekspots: minibieb in je buurt, Bookcrossing.com: in de vorm van flessenpost boeken de wereld in sturen en deze volgen om zo in aanraking te komen met gelijkgezinden, Studieboekendelen: studieboeken (uit)lenen voor bepaalde tijd)
- *Koopdelen is een bijzondere vorm van delen: Samen een product kopen om gedeeld te gebruiken.¹⁶⁷

Menskracht en kennis

Diensten, tijd, menskracht

- (Konnektid: vaardigheden uitwisselen, bv. Indisch koken of Spaanse taal leren van elkaar/ 'Via Konnektid kun je een nieuwe skill leren van iemand anders die al doorgewinterd is op dat gebied. Ook kun je jezelf als pro opwerpen en je kennis delen met andere leergierigen.'²³⁷, Klusup en Croqqr: 'Krijg je klus gedaan: plaats gratis je klus', Zorgvoorelkaar en Wehelpen: Al dan niet betaald, iets voor elkaar betekenen d.m.v. investering van tijd c.q. (vrijwilligers)werk, Floow 2: menskracht uitwisselen tussen bedrijven, bv. personeel tijdelijk uitlenen, Oudermatch: oppassers, gastouders en ouders, Uniiverse: 'een locatiegebaseerde app waarbij vakidioten hun diensten aanbieden tegen een veel lager tarief dan de pro's'¹⁶⁸

¹⁶⁶ Bitlock, <https://www.kickstarter.com/projects/126495570/bitlock-turning-your-smart-phone-into-your-bike-ke>

¹⁶⁷ Martin, J., Koopdelen – het project, <http://www.juulmartin.nl/waarmaken/koopdelen-project/>

¹⁶⁸ <https://www.uniiverse.com/home>

Kennis en talent door middel van:

- Onderwijs, cursussen, kennis, educatie (Wikipedia, Udemy: digitale gemeenschap om talen te leren, Duolingo: ideam als Udemy en gratis)
- Tijd (tijds krediet)
- Hulp, tips, innovatie (#durftevragen, Gavedingendoen: 'helpt je aan een strakker en beter plan door mensen te laten meedenken met jouw idee', De Waarmaakdag: 'helpt je jouw plan of idee waar te maken', Dressforsucces: Vrijwilligers helpen werkzoekenden met een beperkt budget aan gepaste kleding en advies voor een sollicitatiegesprek; B2B Facebook en andere forums via Facebook waar je met groepen een soort 'denktank' kunt vormen en je (zakelijke) vraagstuk met creatieve ideeën kunt benaderen, Mijn Buurtje: hulpvraag en –aanbod over diverse zaken in de buurt/ 'haalt het maximale uit je buurt met je buurt', Openideo.com: open innovatieplatform met sociale betekenis, DoSocial.nl: hulp bieden aan ouderen, 'Wij zorgen er samen voor dat hulpbehoevenden het beste jaar ooit krijgen: meer sociaal contact, minder eenzaamheid, leuke uitjes, zinvolle dagbesteding en een fijne oude dag. Kwalitatieve doelstellingen voor een goed leven'¹⁶⁹, Betrokkentijd: 'met je eigen ervaring, kwaliteiten en talenten invulling geven aan je maatschappelijke betrokkenheid?'¹⁷⁰
- Klussen, repareren en oplossingen delen (Werkspot, Klusup, Croqker: klussen doen of laten doen, Fiksers: 'een tool dat als eerste is ingezet om het huis van overvloed te bouwen; een krachtig voorbeeld van dat je door te delen zelfs een heel huis kan bouwen.'¹⁷¹, Repaircafé: 'wereldwijd initiatief met in Nederland al meer dan 200 cafés met maandelijkse bijeenkomsten waar je samen met reparatiedeskundigen spullen kunt repareren die je normaal wellicht weg zou gooien. Gereedschap en materiaal zijn aanwezig.')
- Geluk (Geluksroute: 'Delen waar je gelukkig van wordt via activiteiten 'en zo het geluk verspreiden tijdens Geluksroute weekenden in steden')¹⁷²

Overig

- Sociale leven (Facebook, Twitter, Instagram)
- Ervaringen (Tripadvisor: delen van ervaring voor reisbestemmingen, ZorgkaartNederland: delen van ervaringen voor de medische sector)
- Inspiratie (Gavedingendoen)
- Foto's (Dropbox, Flickr, Facebook)
- Correspondentie (Google, Yahoo, Microsoft)
- To-do-lijstjes (Two do)
- Video's (YouTube, Vimeo)
- Muziek (Spotify)
- Financiering (Voordekunst of Geldvoorelkaar.nl, Dreamordonate, Kickstarter, Crowdfunding: directe leningen van particulieren aan kleine en middelgrote ondernemingen (crowdfunding, collectieve financiering, naast uitlenen is ook doneren mogelijk), Zopa: van persoon tot persoon in elkaar investeren via leningen.
- Energie (diverse lokale initiatieven: energie-efficiëntie: gezamenlijk gebruik van huishoudapparaten, gezamenlijke energieopwekking)
- Verzekering (Broodfonds, collectieve verzekering zonder verzekeringsmaatschappij)
- Kunst en cultuur (Bookcrossing, bevordering van culturele uitwisselingen tussen jongeren uit verschillende landen, AliceMoves: kunst en cultuur activiteiten aan elkaar verbinden)
- Krant (Blendle: 'Met Blendle koop je geen hele krant en reken je af per artikel. Ook kun je zien wat vrienden, collega's of BN'ers lezen. Hierdoor krijgt het lezen van kranten en tijdschriften een sociale dimensie.')
- Wi-Fi (FON-router en Crowdroaming: 'door een speciale FON-router aan te schaffen en een stukje signaal af te staan aan een ander zonder dat het je eigen signaal vertraagd of hindert. Iedereen die bijdraagt aan dit crowdsourced netwerk kan ook van andere gebruikers hun Wi-Fi signaal gebruik maken.'¹⁷³

¹⁶⁹ <http://dosocial.nl/>

¹⁷⁰ <http://betrokkentijd.nl/>

¹⁷¹ <http://deeleconomie.nl/fiksers/>

¹⁷² <http://geluksroute.nu/>

¹⁷³ <https://corp.fon.com/en>

VI. Deelplatforms gericht op ruimte

Als uitwerking van hoofdstuk 5.3 vindt u in deze bijlage een beknopte beschrijving van bestaande platforms op het gebied van wonen.

HomeAway – woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb

HomeAway is 's werelds grootste 'wereldwijde netwerk voor het verhuren van vakantiehuizen'.¹⁷⁴ Via HomeAway bieden eigenaren en beheerders een uitgebreide selectie aan vakantiehuizen aan reizigers.¹⁷⁵

HomeAway richt zich op de huur van vakantiehuizen direct via de eigenaar en zorgt ervoor dat de vakantieganger en de huizenverhuurder met elkaar in contact komen via haar platform. 'Onze missie is om de online huur en verhuur van vakantiehuizen veilig, transparant en eenvoudig te maken. Wij hebben als doel het aanbod van vakantiehuizen zo divers en uitgebreid mogelijk aan te bieden aan reizigers.'

HomeAway rekent geen provisie op vakantiewoningen en vraagt geen bijdrage van reizigers, maar verdient zijn geld via advertenties van verhuurders die hun (vakantie)woning op de website plaatsen.¹⁷⁶ De cijfers: meer dan 1 miljoen betaalde advertenties van vakantiehuizen op 19 websites in 190 landen, waarmee jaarlijks meer dan 185 miljoen reizigers worden bediend.^{175 177} De website beschikt over een totaal van zo'n 2,8 miljoen kamers. Dat is meer dan wat de vier grootste hotelmaatschappijen samen aanbieden.¹⁷⁵ HomeAway werd beursgenoteerd in 2011 en wordt nu op de beurs verhandeld voor ongeveer 9 maal de omzet.⁸⁵

De betalingsregeling van HomeAway is anders dan bij Airbnb. Airbnb heeft door de creditcardgegevens van de huurder de zekerheid over het bedrag en betaalt het geld pas aan de verhuurder, wanneer hij daadwerkelijk de dienst – een goede verhuur van het huis – heeft gegeven.¹⁷⁸ De reactie van Airbnb hierop: 'De veiligheid van onze community is topprioriteit voor Airbnb. Om veilige transacties tussen onze hosts en gasten te waarborgen, is het essentieel dat klanten alleen via Airbnb's beveiligde website betalen voor reserveringen.'¹⁷⁸

Wimdu – woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb

Wimdu is een platform dat bemiddelt tussen reizigers en mensen die graag tegen betaling een extra kamer of appartement beschikbaar willen stellen.¹⁷⁹ Deze website biedt net als Airbnb '102' 'een persoonlijke manier van overnachten bij mensen thuis' – 'Travel like a local'¹⁰² – en werkt ongeveer hetzelfde.¹⁸⁰

Wimdu is actief in 150 landen, biedt 'meer dan 300.000 accommodaties wereldwijd', heeft 1 miljoen geregistreerde gebruikers en heeft momenteel 'meer dan 5 miljoen overnachtingen'.^{179 180 181}

Wimdu is – bijna exact – een kopie van Airbnb en opgericht door drie Duitse broers, die diverse sites en concepten hebben gekopieerd. De overeenkomsten zijn legio: de uitstraling van de website, het proces van (ver)huren, de regels die gehanteerd worden en het business model. 'Zowel bij Wimdu als bij Airbnb betaalt de verhuurder 3 procent van de verhuurprijs bij wijze van servicekosten. Ook de kosten die de huurder betaalt zijn bij allebei hetzelfde: maximaal 12 procent van de huurprijs. Bij allebei beoordeelt de huurder de verhuurder en andersom. Beide bedrijven hebben ook dezelfde buffer: geld wordt pas minstens 24 uur na inchecken van huurder naar verhuurder overgemaakt. Wimdu lijkt van Airbnb af te wijken wat betreft controleteams. Medewerkers van Wimdu proberen nieuwe appartementen waarover nog geen waarderingen zijn te controleren. Dat moet het voor huurders en verhuurders makkelijker en vooral minder risicovol maken zaken met elkaar te doen.¹⁸⁰ Ook heeft Wimdu een chatsysteem waardoor huurders en verhuurders laagdrempelig kennis met elkaar kunnen maken.¹⁸² 'Zowel Airbnb als Wimdu hanteren een strikt beleid als het gaat om boekingen, betalingen en de eventuele annuleringsvoorwaarden. Deze zijn niet zozeer beperkend, maar geven de gebruikers over en weer juist vertrouwen waardoor het gebruik wordt gestimuleerd. De hele opzet is dat de huurder en de particuliere verhuurder direct met elkaar in contact komen, waarbij zowel Airbnb als Wimdu

¹⁷⁴ homeaway.nl

¹⁷⁵ HomeAway, Inc. (2014), Mijlpaal voor 's werelds grootste vakantiehuizenverhuurder HomeAway(r), <http://www.perssupport.nl/apssite/persberichten/full/2014/09/24/Mijlpaal+voor+s+werelds+grootste+vakantiehuizenverhuurder+HomeAwayr>

¹⁷⁶ <http://www.homeaway.nl/info/adverteer-bij-ons>

¹⁷⁷ <http://www.homeaway.nl/info/over-homeaway>

¹⁷⁸ Opgelicht (2014), Airbnb & HomeAway, <http://www.opgelicht.nl/dossiers/detail/7513/>

¹⁷⁹ www.wimdu.nl

¹⁸⁰ Poort, F. (2012), Social traveling met Wimdu, <http://www.bright.nl/social-traveling-met-wimdu>

¹⁸¹ Leeuwen, R. van (2014), Kopieer je naar de top: 5 voorbeelden van Rocket Internet, <http://www.mt.nl/332/87295/business/kopieer-je-naar-de-top-5-voorbeelden-van-rocket-internet.html?order=2>

¹⁸² Blom, R. (2014), Geld verdienen door je huis te verhuren, <http://huis-en-tuin.infonu.nl/kopen-en-huren/137081-geld-verdienen-door-je-huis-te-verhuren.html>

proberen een vertrouwenspositie in te nemen. Zowel huurder als verhuurder worden gescreend en er vinden controles plaats als het gaat om betrouwbaarheid en referenties'.¹⁸³ Wimdu en Airbnb lijken vrijwel geen verschillen te hebben. Sommigen geven aan dat 'Airbnb iets meer gericht is op de community en het 'lifestyle gevoel' heeft, waar Wimdu iets zakelijker of praktischer overkomt'.¹⁸⁴

9flats – woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb

9flats is een Engelstalig platform dat vergelijkbaar is met Airbnb en Wimdu. Via 9flats gaat de betaling online en is de betaling gedaan voordat de gast is gearriveerd.¹⁸²

Het verdienmodel van 9 flats is ingegeven doordat de verhuurder een percentage van de huur betaalt aan 9flats.¹⁸⁵

Housetrip – woningdeelplatform tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Airbnb

Housetrip is Spaanstalig platform dat vergelijkbaar is met Airbnb. Een verschil is dat Housetrip geschikt is voor particulieren die hun huis willen verhuren tijdens hun afwezigheid, maar ook voor professionele verhuurders. Net als bij Airbnb kan de huiseigenaar de eigen huurprijs bepalen, aangeven wanneer het huis of de kamer beschikbaar is en zelf bepalen of men een boeking accepteert of weigert.¹⁸²

Behomm – woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep: designers

Behomm¹⁸⁶ is een wereldwijd huizenruilnetwerk exclusief voor professionele ontwerpers en kunstenaars.¹⁸⁷ Behomm is ruilen voor gelijkgezinden: 'Deelnemers komen uit de hele wereld en werken allemaal in een artistiek beroep, van architecten tot art directors, van keramisten tot stylisten'.¹⁸⁷ De website gaat er vanuit dat mensen met dezelfde interesses, een vergelijkbare smaak hebben en zo de design-woningen van anderen kunnen waarderen. 'De artistieke levenswijze van deze kunstzinnige professionals uit zich de inrichting van hun woning, wat zorgt voor een verzameling bijzonder aantrekkelijke verblijfplaatsen. En uitwisselen met gelijkgestemden is nu eenmaal eenvoudiger'.^{188 189} 'Behomm is het eerste 'alleen op uitnodiging' woningruilgemeenschap'.¹⁹⁰ Bij het lid worden moet men met werk en resultaten aantonen dat men een visueel creatief beroep uitoefent. Doordat men alleen op uitnodiging kan inschrijven, zijn er geen anonieme inschrijvingen en blijft het een onderscheidend netwerk van creatieve professionals met bijbehorende woningen.

De website levert een zoekstelsel voor het vinden van gelijkgezinden onder de leden die jou kunnen uitnodigen.¹⁸⁷

Het logeren in andersmans huis is – ongeacht het aantal uitwisselingen – geheel gratis. Men betaalt wel abonnementsgeld aan Behomm. Lid worden van Behomm kost € 40 per kwartaal of € 95 per jaar. Het stelsel kan 50 dagen getest worden. Wanneer men lid is, kan men de eigen woning aanbieden en zoeken naar andere woningen.¹⁸⁷

Behomm draagt sociaal een steentje bij door 5% van haar verdiensten te schenken aan "Architecture for Humanity", een liefdadigheidsinstelling die naar architectonische oplossingen voor humanitaire rampen zoekt.¹⁸⁸

BeMate.com – woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, in combinatie met hotelfaciliteiten

BeMate¹⁹¹ is een particuliere verhuursite (met de uitstraling en appartementen van Airbnb) met de faciliteiten van een hotel en is een initiatief van de 'Spaanse hotelketen Room Mate, die eigenaar is van 21 designhotels wereldwijd'.¹⁹² Be Mate is een alternatief voor peer-to-peer platform Airbnb.¹⁹³ De site biedt 'luxe short stay appartementen in het hart van de stad, die de voordelen van privé-accommodaties

¹⁸³ Voorwaarden voor een publicatie op Airbnb en Wimdu, <http://www.skipperz.nl/airbnb-wimdu.html>

¹⁸⁴ Hulshof, A. (2012), Airbnb en Wimdu, zoek de verschillen, <http://www.travelnext.nl/airbnb-en-wimdu-zoek-de-verschillen.html>

¹⁸⁵ Duurzaam consumeren, <http://www.consumentenbond.nl/test/woning-huishouden/woning/duurzaam-consumeren/extra/deeleconomie/>

¹⁸⁶ Behomm.com

¹⁸⁷ Borsboom, A. (2014), Behomm: woningruil met creatieven over de hele wereld, <http://www.stylink.nl/blogs/3-blogs/1990-behomm-woningruil-met-creatieven-over-de-hele-wereld>

¹⁸⁸ Cantilis (2013), Huizenruil voor designers en kunstenaars, <http://www.nav.be/pages/nieuws-detail.php?id=2283>

¹⁸⁹ (2013), Huizenruilsite voor designers en kunstenaars gelanceerd in België, <http://weekend.knack.be/lifestyle/wonen/design/huizenruilsite-voor-designers-en-kunstenaars-lanceert-in-belgie/article-4000473836349.htm>

¹⁹⁰ Lieshout, I. van (2014), Huizenruilen voor villa's: de AirBNB voor designers, <http://www.bright.nl/huizenruilen-voor-villas-behomm>

¹⁹¹ BeMate.com

¹⁹² Schraivesande, F. (2014), Hoe versla je Airbnb? Door Airbnb na te doen, <http://www.nrcq.nl/2014/09/19/hoe-versla-je-airbnb-door-airbnb-na-te-doen>

¹⁹³ (2014), Hotelketen biedt Be Mate als alternatief voor Airbnb, Twinkle, <http://twinklemagazine.nl/nieuws/2014/09/hotelketen-biedt-be-mate-als-alternatief-voor-airbnb/index.xml>

combineren met het dienstenpakket van een (bestaand) hotel'.¹⁹⁴ 'Room Mate brengt via de website de verhuurders van appartementen en reizigers met elkaar in contact. Mét daarbij een scala aan services: een fulltime conciërge, bagage-opslag, een breng- en afhaalpunt voor de sleutel en toeristische informatie op maat. Daarnaast biedt BeMate.com een reeks optionele diensten aan zoals luchthaventransfers, dagelijkse schoonmaak, een volle koelkast bij aankomst, kaartjes voor theater en concerten en allerlei andere diensten die het verblijf van de reiziger zo comfortabel mogelijk maken.¹⁹⁴ 'Door de vrijheid en authenticiteit van een appartement te combineren met de services van een hotel wordt het 'een trip à la carte. Je betaalt alleen voor wat je gebruikt'.¹⁹⁵

Tevens biedt het platform de doelgroep meer zekerheid doordat BeMate de beste appartementen rond een bestaand hotel van RoomMate eerst bekijkt en beoordeeld op geschiktheid, voordat ze geselecteerd worden.¹⁹³

BeMate richt zich op consumenten die een eigen 'familiekamer' zoeken, maar wel gebruik willen maken van de gemakken van een hotelservice.¹⁹³ En speelt daarmee in op 'de veranderende reismarkt, waarin met name toeristen dankzij Airbnb steeds vaker kiezen voor hotelalternatieven'.¹⁹⁴

BeMate heeft nu circa 2.500 appartementen in tien steden, waarvan 50 appartementen in Amsterdam. Het platform wordt in een later stadium ook opengesteld voor andere hoteliers die hun hotelservice kunnen koppelen aan de appartementen en hoopt in 2017 in meer dan 600 steden aanwezig te zijn.¹⁹⁴

Ebab – woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep: homo's

Ebab (www.ebab.com) is een woningdeelplatform voor 'homo-vriendelijke accommodaties met hosts die tolerant zijn naar homo's en open-minded denken. 'Ons doel is om mensen samen te brengen via een wereldwijd netwerk van accommodaties voor homo's, lesbiennes en hun vrienden als basis voor een interculturele communicatie. Met ons werk en onze inzet willen we verdraagzaamheid, aanvaarding en zelfontplooiing bevorderen'.¹⁹⁶

Roomorama – woningdeelplatform voor tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep: hogere segment

Roomorama (www.roomorama.nl) is een wereldwijd platform dat vergelijkbaar is met Airbnb. Roomorama heeft haar platform in 14 vertalingen en biedt meer dan 4.000 locaties en meer dan 60.000 accommodaties.¹⁹⁷ Roomorama richt zich op zowel particuliere als zakelijke reizigers en met name op het hogere segment. 'Bij Roomorama worden kwaliteitsaccommodaties verhuurd voor de veeleisende reiziger.' 'Roomorama richt zich tot een 'diverse groep reizigers die geld hebben te besteden en tijd om handen hebben'.¹⁹⁷ Zowel de gemiddelde lengte van het verblijf als de prijs per boeking ligt hoger dan gemiddeld. 'Gemiddeld boekt een Roomorama gebruiker een verblijf voor 9 nachten of langer en betaalt \$1.000+ per boeking – meer dan het dubbele van het gemiddelde in de industrie'.¹⁸²

Housing Anywhere – woningdeelplatform voor middellang verblijf, specifieke doelgroep: studenten

Housing Anywhere¹⁹⁸ is een woningruilplatform dat zich specifiek op studenten ('student-to-student') richt.¹⁹⁹ Studenten kunnen via deze site hun kamer onderverhuren aan andere studenten wanneer zij een semester in het buitenland stage gaan lopen of gaan studeren. 'Zo kunnen studenten geld verdienen om het buitenlandse verblijf te financieren'.¹⁹⁹

Housing Anywhere biedt een antwoord voor onderwijsinstellingen op de huisvestingsvraag die bij hen ligt. 'Om uitwisselingsstudenten te mogen ontvangen moeten universiteiten enige vorm van huisvestingsdiensten aanbieden. De meeste hebben daar noch de capaciteit noch de mogelijkheden voor. Dan worden ze maar lid bij ons'.²⁰⁰

Housing Anywhere is een Nederlands initiatief dat 'inmiddels actief is in 24 landen'.²⁰⁰ In Nederland werkt zij momenteel samen met 18 instellingen en heeft in totaal 85 partners.²⁰¹

Voor studenten is het platform gratis te gebruiken.¹⁹⁹ Housing Anywhere werkt op basis van samenwerking met universiteiten en hogescholen. Pas wanneer de opleiding is aangesloten, kan door de student gebruik gemaakt worden van het platform.²⁰¹ Voor het gebruik van het platform rekent

¹⁹⁴ Brand, G. (2014), Room Mate gaat strijd aan met Airbnb, <http://zakenreis.nl/hotels/room-mate-gaat-strijd-aan-met-airbnb/>

¹⁹⁵ Keswiel, M. (2014), Hotelvernieuwer Kike Sarasola: 'Deeleconomie is blijvertje', <http://www.sprout.nl/artikel/deeleconomie/hotelvernieuwer-kike-sarasola-deeleconomie-blijvertje>

¹⁹⁶ <http://www.ebab.com/about-us>

¹⁹⁷ <https://www.roomorama.nl/about/for-hosts>

¹⁹⁸ HousingAnywhere.com

¹⁹⁹ (2014), Housing Anywhere, <http://hz.nl/nl/studeren-aan-de-hz/huisvesting/Pages/Housing-Anywhere.aspx>

²⁰⁰ Betlem, R. (2014), Start-up groeit internationaal met ruilhandel studentenkamers, <http://fd.nl/ondernemen/779952-1404/start-up-groeit-internationaal-met-ruilhandel-studentenkamers>

²⁰¹ Cardinaal, V. (2014), Housing Anywhere: "De lange adem, die loont", <http://versbeton.nl/2014/05/housing-anywhere-de-lange-adem-die-loont/>

Housing Anywhere 'een jaarlijkse vergoeding van tussen de € 1000 en € 4000 per jaar, afhankelijk van de omvang van de universiteit'.²⁰⁰

De toekomstpotentie is voor Housing Anywhere – zolang er geen grote concurrenten komen – groot. 'Er ligt een enorm marktpotentieel'. Er zijn 4,1 miljoen studenten die buiten het eigen land studeren'. 'De verwachting is dat aantal in 2025 naar 8,1 miljoen gegroeid'.²⁰⁰ Housing Anywhere heeft zichzelf tot doel gesteld over 'tegen 2020 met 1000 partijen samen te werken'. Voor het totaalbeeld: Er zijn wereldwijd ongeveer 7000 universiteiten en andere instellingen.²⁰¹

Roomlr – zoekmachine met aanbod van diverse woningdeelplatforms

Roomlr is een wereldwijde zoekmachine voor vakantiehuizen en -appartementen die het bestaande aanbod van 33 boekingssites samenbrengt. 'Roomlr is voor consumenten de centrale plek om makkelijk een vakantiehuis te zoeken'.²⁰² Roomlr heeft een database van 1,4 miljoen accommodaties in meer dan 29.000+ steden en meer dan 189 landen.²⁰³ Naast Homeaway.com, Belvilla.nl en Interhome.nl die al aangesloten zijn bij Roomlr zijn Housetrip en Wimdu onlangs ook aangesloten en Roomlr is met AirBnB in gesprek.^{202 204} De oprichter is dit concept gestart aangezien hij zag dat er voor het zoeken naar vakantiehuizen een behoefte is aan een 'startpunt'. Aanbieders kunnen via dit platform internationaal zichtbaar worden.²⁰³

Het businessmodel van Roomlr is hybride en loopt via commissies of via advertentiegeld per 'klik'. 'Commissies worden in bepaalde gevallen gedeeld, in alle andere gevallen wordt betaald voor de leads gerekend met een prijs per klik.' De achterliggende strategie van de eigenaar is dat hij het grootste aanbod in de markt naar zich toe wil trekken om vervolgens affiliatieprogramma's te gaan uitvoeren 'met andere grote jongens als KLM en Skyscanner'.²⁰³

Roomlr heeft momenteel 'een paar duizend bezoeken per dag' en rekent op '3 miljoen bezoekers dit jaar, waarvan minstens 1 procent een boeking doet'.²⁰²

Woningruil.nl – woningruilplatform, permanent verblijf

Woningruil.nl is een platform met advertenties van mensen die hun huurwoning (permanent) te ruil aanbieden. Woningruil.nl is bedoeld voor mensen die een huurwoning hebben en op zoek zijn naar een andere huurwoning.²⁰⁵ Bijvoorbeeld vanwege werk, gezinsuitbreiding of om andere redenen. Er is sprake van woningruil wanneer twee huurders elkaars huurwoning gaan bewonen.²⁰⁶ Woningruil heeft in oktober 2014 ruim 16.000 advertenties staan en heeft bijna 16.000 gezinnen 'aan een ruilpartner geholpen'.²⁰⁵ Sommige corporaties stellen aanvullende voorwaarden voor de woningruil.

Homelink/ Holiday Link – woningruilplatform, tijdelijk verblijf

HomeLink International is in tegenstelling tot woningruil.nl een website voor tijdelijke huizenruil, bedoeld voor tijdens vakanties. Door de eigen woning tijdens de vakantie met een andere woning te ruilen, blijven de kosten beperkt tot uitsluitend de kosten van het vervoer naar de plaats van bestemming. Ook worden er soms afspraken gemaakt over het oppassen op huisdieren of het gebruik maken van de schoonmaakster.²⁰⁷

HomeLink is met ongeveer 13.500 woningruilmogelijkheden in 69 verschillende landen over heel de wereld wereldwijd de grootste huisruilorganisatie. 'HomeLink International is al opgericht in 1953'.²⁰⁸ De kosten voor een jaarabonnement zijn vanaf circa 115 euro per jaar.²⁰⁹

Love Home Swap – woningruilplatform, tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Homelink

Love Home Swap²¹⁰ bemiddelt net als Homelink in het ruilen van (vakantie)woningen. Love Home Swap heeft een woningaanbod van ruim 50.000 huizen in 160 landen. Het grootste deel daarvan woont in Frankrijk. De voertaal op de sites is Engels en Frans. De kosten voor een jaarabonnement zijn vanaf circa 100 euro per jaar.²⁰⁹

²⁰² Sprout (2014), 'Dit is een alles of niets-spel', <http://www.sprout.nl/artikel/startup-van-de-week/dit-een-alles-niets-spel>

²⁰³ Elbers, L. (2014), GESPOT: De nieuwe vakantiehuizen database van Roomlr met 1,4 miljoen, [locatieshttp://www.travelnext.nl/gespot-de-nieuwe-vakantiehuizen-database-van-roomlr-met-14-miljoen-locaties.html](http://www.travelnext.nl/gespot-de-nieuwe-vakantiehuizen-database-van-roomlr-met-14-miljoen-locaties.html)

²⁰⁴ Redactie TravelNext (2014), 'Emerce eTravel 12 juni: Fast Forward met travel-startup visies', <http://www.travelnext.nl/emerce-etavel-20-juni-fast-forward.html>

²⁰⁵ <http://www.woningruil.nl/Home.aspx>

²⁰⁶ <http://www.woningnetregioamsterdam.nl/Uitleg%20en%20informatie/Een%20woning%20ruilen>

²⁰⁷ Esmee (2014), Goedkoop op vakantie, ruilen van huis, <http://reizen-en-recreatie.infonu.nl/diversen/57447-goedkoop-op-vakantie-ruilen-van-huis.html>

²⁰⁸ <http://www.homelink.org/index.jsp?language=8>

²⁰⁹ Pepermunt.net (2014), Vakantie woningruil, <http://www.pepermunt.net/reizen/woningruil-vakantie.html#ixzz3HGqpJmcd>

²¹⁰ LoveHomeSwap.com

Home for exchange – woningruilplatform, tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Homelink

Home for exchange is een bemiddelingsplatform, vergelijkbaar met HomeLink. HomeForExchange.com bemiddelt zowel bij gelijktijdige als bij niet-gelijktijdige woningruil. Er is ook een aanbod voor last minute woningruils. De website heeft een woningaanbod van circa 13.000 woningen in 150 landen. De kosten voor een jaarabonnement zijn circa 50 euro per jaar.²⁰⁹

HomeExchange / Huizenruil.com – woningruilplatform, tijdelijk verblijf, vergelijkbaar met Homelink

HomeExchange²¹¹ is vergelijkbaar met Home for exchange en is wereldwijd 'de grootste en snelst groeiende huizenruil-organisatie ter wereld'.²¹² 'Het aanbod is groot, met meer dan 50.000 profielen van woningruilers in circa 150 landen. Huizenruil.com bemiddelt bij gelijktijdige en niet-gelijktijdige woningruil, en ook bij deals waarbij je om de beurt als gast in elkaars huis verblijft. De kosten voor een jaarabonnement zijn vanaf circa 100 euro per jaar.'²⁰⁹

HomeExchangeGold – woningruilplatform, tijdelijk verblijf, specifieke doelgroep met luxe huizen

Ten opzichte van het hierboven omschreven platform HomeExchange, richt de internationale site HomeExchangeGold.com zich op het luxe segment.²¹² Marloes Pomp geeft aan dat zij haar woning via HomeExchangeGold, omdat het toch fijn is met 'gelijkgestemden' te ruilen en 'je huis met een gelijkwaardig huis te ruilen en met mensen die net zo zuinig op de spullen zijn als jij'.²¹³ Airbnb is al weer wat meer 'mainstream' aan het worden. Op HomeExchangeGold zie je dat het aanbod al weer iets verwaterd. Binnenkort zal daar een verdeling met echte gold-huizen en silver-goldhuizen ontstaan.'

Facebookgroep 'Ruil je huis' – woningdeelplatform, tijdelijk verblijf, gratis slaapplaats

Via de Facebookpagina Ruil je huis kunnen particulieren hun huis in Nederland (met of zonder huisdier/en) aanbieden of ruilen.²¹⁴ De groep heeft momenteel 900 leden.²¹⁵

Vrienden op de fiets – woningdeelplatform, tijdelijk verblijf, gratis slaapplaats

'De Stichting Vrienden op de Fiets is een non-profit netwerk van overnachtingsadressen voor doortrekkende fietsers of wandelaars die meerdaagse tochten maken'. Dit netwerk biedt adressen van particulieren, die meestal in hun eigen woning (vaak op adressen langs fraaie fiets- en wandelroutes in Nederland),²¹⁶ een aantal slaapplaatsen beschikbaar hebben. De logeeradressen zijn alleen bedoeld voor recreanten die "op eigen spierkracht" fietsend, wandelend, schaatsend, kanoënd of skeelerend tochten maken.'²¹⁷

Om gebruik te kunnen maken van de logeeradressen van Vrienden op de Fiets dient men donateur te zijn van Stichting Vrienden op de Fiets. Men kan vooraf telefonisch direct bij particulieren reserveren en betaalt 19 euro per persoon per nacht voor logies en ontbijt.²¹⁷

Warmshowers – woningdeelplatform, tijdelijk verblijf, gratis slaapplaats

Warm Showers is vergelijkbaar met 'Vrienden op de fiets', maar is een wereldwijde community van langeafstandfietsers die andere fietsers een gratis slaapplaats of kampeerplek aanbieden tijdens trektochten, gewoonlijk voor 1 nacht. Net als bij couchsurfing is men zelf verantwoordelijk voor het leggen van het contact met de aanbieder.²¹⁸

Couchsurfing – logeerplekkenplatform, tijdelijk verblijf

Couchsurfing is een wereldwijd social netwerkplatform van reizigers die andere reizigers een slaapplaats aanbieden, waar geen financiële vergoeding tegenover staat.²¹⁸ 'Gastvrije stedelingen ('locals') overal ter wereld stellen hun bank beschikbaar aan iedereen die met een beperkt budget toch graag de wereld wil zien.'¹⁸⁰ Het is de bedoeling dat, wie zich bij de website aanmeldt voor couchsurfing, zelf ook bereid is om mensen in huis te nemen.²¹⁹ Aanbieders stellen het op prijs wanneer men op de

²¹¹ HomeExchange.com, HuizenRuil.com

²¹² (2013), HuizenRuil.com brengt spannende kerstvakanties binnen handbereik, <http://www.emerce.nl/wire/huizenruilcom-brengt-spannende-kerstvakanties-binnen-handbereik>

²¹³ Pomp, M., interview (2014)

²¹⁴ <https://www.facebook.com/groups/208363495922536>

²¹⁵ <http://deeleconomie.nl/verblijf/>

²¹⁶ <http://www.vriendenopdefiets.nl/nl/>

²¹⁷ <http://www.voordelig-overnachten.nl/vriendenopdefiets/>

²¹⁸ Pepermunt.net (2014), Hostels en couchsurfing, <http://www.pepermunt.net/reizen/hostels-couchsurfing.html>

²¹⁹ <https://www.couchsurfing.org/>

website een persoonlijk profiel invult en - bijvoorbeeld - een maaltijd kookt of de gastheer/vrouw trakteert.²¹⁸

Voordelen van couchsurfing zijn dat het 'lokaal' is, met gelijkgestemden ('ruimdenkenden') is en dat goedkoop reizen mogelijk wordt. Nadelen van couchsurfing zijn dat men weinig privacy heeft en geen hoge eisen aan het verblijf kan stellen; het is immers gratis.¹⁸⁰ En dat men minder zekerheid heeft over een overnachting dan bij een hostel of hotel.²²⁰

Campinmygarden – deelplatform voor kampeerplekken in privétuin

Campinmygarden.com (campinmygarden.com) is een vorm van 'space sharing' waarbij via een wereldwijd platform particuliere huiseigenaren een deel van hun tuin ter beschikking stellen voor kampeersers als logeer-/kampeerplek.²²¹ ²²² Soms worden ook buitenhuisjes aangeboden. Via deze website kan men goedkoop kamperen. De website is gestart in Londen tijdens de Olympische steden en wordt vaak gebruikt rondom evenementen en festivals. Tuineigenaren bepalen zelf het bedrag dat tegenover het gebruik staat: men betaalt een bedrag of kampeert gratis, soms in ruil voor klusjes.²²¹ Voordelen van Campinmygarden zijn dat het vaak een heel centrale slaapplek mogelijk maakt en dat de prijs voor een overnachting erg laag is.²²³

Tuintje delen, De groene vinger – deelplatform voor privétuinen

In Nederland bestaan diverse initiatieven, zoals Tuintje Delen en De Groene vinger waar mensen tuinen met elkaar kunnen delen. Met tuinen wordt allerhande buitenruimte bedoeld, zoals achtertuinen, stadstuinen, volkstuinen en moestuinen. 'Tuintjedelen verbindt tuiniers die op zoek zijn naar een tuin met tuineigenaren die graag meer uit hun tuin willen halen.'

De voordelen van het delen van tuinen: 'Tuintjedelen is duurzaam omdat het de hoeveelheid lokaal geproduceerd voedsel verhoogt. Hierdoor hoeft er minder geïmporteerd te worden. Financieel is het aantrekkelijk voor zowel tuineigenaar als tuinier of helper, omdat er geen geld uitgegeven hoeft te worden aan professionele hoveniers of contributie aan tuincomplexen. Door de grond van de één te combineren met de vaardigheden en inzet van een ander, wint iedereen.'²²⁴

Naast het delen van de fysieke ruimte door de tuin te onderhouden zoals bij Tuintje Delen gebeurt, bestaan er overigens ook ruiltuinen, waar klanten hun planten in de tuin zetten en er andere planten uit halen en waar naast planten, ook zaden en tegels voor de tuin gedeeld worden tussen mensen met ruimte en mensen met ruimtegebrek (doordat de plant bijvoorbeeld hard gegroeid is).²²⁵

Landshare – deelplatform voor privégrond (gratis)

Landshare is een platform dat mensen die land willen gebruiken om bijvoorbeeld voedsel voor eigen gebruik te verbouwen verbindt met mensen die land overhebben en beschikbaar stellen.²²⁶

In Engeland is Landshare actief sinds 2009.²²⁵ 'De website van Landshare verbindt mensen met een passie voor zelfgekweekt voedsel en telt bijna 73.000 leden.'²²⁷

Leners kiezen voor landshare vanwege efficiency (zelf je eigen groente verbouwen is goedkoper), omdat zij wars zijn van 'winstgedreven' (in plaats van 'welstandgedreven') supermarkten', omdat zij vinden dat de stad er fysiek aantrekkelijker van wordt (waar sommige landeigenaren geen behoefte hebben aan het onderhouden van de tuin, kunnen anderen er met groenten of bloemen en planten een fraai stuk land van maken) en omdat zij vinden dat kinderen 'moeten opgroeien met fatsoenlijk voedsel en een band moeten krijgen met de natuur'.²²⁷

Delers kiezen ervoor hun tuin aan te bieden via landshare omdat hun tuin onderhouden wordt zonder dat zij er zelf veel omkijken naar hebben of zijn voorstander van 'een duurzame eetcultuur'.

²²⁰ Joozt (2014), Vijftien ónmisbare websites voor reizen op budget, <http://reizen-en-recreatie.info.nl/diversen/101834-vijftien-onmisbare-websites-voor-reizen-op-budget.html>

²²¹ Inspiratie (2014), Nieuwe Businessmodellen: het tijdcafé en kamperen in andermans tuin, <http://www.sociaalondernemen.nl/wordpress/2013/06/nieuwe-businessmodellen-het-tijdcafe-en-kamperen-in-andermans-tuin/>

²²² Kranenburg, M. (2012), Nieuw! Kamperen in de achtertuin van een particulier, <http://www.travelnext.nl/nieuw-kamperen-in-de-achtertuin-van-een-particulier.html#more-8550>

²²³ Lieshout, I. (2013), AirBnB-variant biedt wereldwijd tuinen voor je tent, <http://www.bright.nl/airbnb-variant-biedt-wereldwijd-tuinen-voor-je-tent>

²²⁴ <http://www.tuintjedelen.nl/over-tuintjedelen/>

²²⁵ Zin (2014) 9 manieren om te betalen zonder euro's, <http://www.zin.nl/2014/03/11/9-manieren-zonder-euros-betalen/>

²²⁶ Snijboon (2014), Landshare, <http://www.partici-appel.nl/landshare/>

²²⁷ Troost, A. (2013), Tomaten telen in de pubtuin, <http://www.oneworld.nl/magazinearticle/tomaten-telen-de-pubtuin>

Spareground – deelplatform voor privégrond (tegen betaling)

Spareground is een vergelijkbaar concept als Landshare. Het verschil is dat men met Spareground geld kan verdienen. Men stelt ongebruikte ruimte ter beschikking, zoals land, tuin, wei, de oprit, garage, schuur, zolder, of andere ruimte dat men in bezit en over heeft.²²⁸

Parkshare – platform voor parkeerplaatsen

Via het platform Parksharing (of bijvoorbeeld Mobypark, ParkShare, BePark en parkeerplekken.nl) verhuren particulieren hun oprit als parkeerplaats aan andere particulieren. Voor wie 'vlakbij een drukbezocht stadscentrum woont, of bij een pretpark of dierentuin en wat wil bijverdienen' kan dit een interessante manier zijn. Ook voor kantoren die in stadscentra gelegen zijn, kan het interessant zijn parkeerplekken te verhuren aan particulieren, aangezien parkeerplaatsen bij kantoren in het weekend veelal leeg zijn, terwijl particulieren juist dan parkeerplaatsen nodig hebben. Voor gemeenten en parkeergarage-exploitanten heeft parksharing uiteraard een nadelig effect, hoewel gemeenten op de lange termijn (bij veelvuldig dubbelgebruik van parkeerplaatsen) andere parkeernormen kan hanteren en haar (dure) grond in stadscentra opnieuw kan verkopen.

'Huiseigenaren geven aan wanneer en hoe lang ze hun parkeerfaciliteit tegen betaling ter beschikking stellen. Zoekers van parkeerruimte kunnen al op voorhand een parkeerplaats vinden en die reserveren.'²²⁹

'Het businessmodel van bedoelde platformbeheerders is meestal hetzelfde: voor het bemiddelen van zijn parkeerplaats ontvangt de verhuurder zijn vastgesteld bedrag, aan de huurder wordt naast die huur een vergoeding van enkele procenten berekend.²²⁹ Hoewel soms, zoals bij Parkshare, de bemiddeling gratis is voor zowel de automobilist als de aanbieder van een parkeerplek.²³⁰

AirPnP – platform voor toiletbezoek

Airpnp is een 'marktplaats voor toiletbezoek'.²³¹ De naam Airpnp is afgeleid van Airbnb. In plaats van de (ver)huur van woningen op die site, huurt men via Airpnp een toilet. De aangeboden toiletten worden op de website weergegeven op een kaart. De toiletten bevinden zich meestal in iemands woning. Ook worden er bijzondere toiletten aangeboden, bijvoorbeeld toiletten waar 'beroemde billen' op hebben gezeten.' De aanbieder van het toilet is vrij in de keuze of het toilet gratis aangeboden wordt of in het bepalen van het huurbedrag.

Deelstoel – platform voor werkplekken

Deelstoel²³² is een platform, waarbij overheidsinstellingen hun deuren openen en werkplekken aanbieden voor ambtenaren. Ambtenaren kunnen gratis gebruik maken van het platform door een werkplek te boeken bij een van de duizenden werkplekken die overheidsinstanties door heel Nederland aanbieden.²³³ 'Deelstoel maakt naar eigen zeggen 'publieke gebouwen weer toegankelijk'.²²⁵ Deelstoel heeft geen verdienmodel, maar werkt wel kostenbesparend.

Seats 2 meet – platform voor werkplekken

Seats2meet is een platform voor werkplekken gestoeld op het principe van ontmoeten: 'Seats2meet verbindt sociaal kapitaal, locatie en toffe mensen met elkaar'.²³⁴ Seats2meet is gevestigd op diverse plaatsen in steden, met name centraal gelegen, in de buurt van stations en heeft momenteel 44 locaties. Men kan zo binnenlopen bij Seats2Meet en gratis gebruik maken van een flexibele werkplek in 'de lounge', waar ruimte is voor maximaal 70 flexwerkers. Ook de koffie is gratis. Het netwerken wordt gestimuleerd doordat Seats2meet online tools aanbiedt die dit stimuleren: de digitale community van Seats2meet beschikt over 'digitale dashboards met sociale mediastreams'. Daarmee kunnen mensen elkaar opzoeken op basis van specifieke kennis. Het verdienmodel van Seats2meet: 'Het geld wordt verdiend met de verhuur van vergaderruimtes, stilteplekken en er kunnen evenementen worden georganiseerd'.²³⁵

²²⁸ Snijboon (2014), Spareground, <http://www.partici-appel.nl/spareground/>

²²⁹ Serkozy (2014), Je parkeerplaats verhuren: gemakkelijk geld verdienen, <http://financieel.infonu.nl/geld/136296-je-parkeerplaats-verhuren-gemakkelijk-geld-verdienen.html>

²³⁰ Vlijtig, L. (2014), Parksharing: je oprit verhuren als parkeerplaats, <http://www.huisvlijt.com/2014/09/parksharing.html>

²³¹ Stippels (2014), Geld verdienen met je wc via Airpnp, <http://mens-en-samenleving.infonu.nl/diversen/139716-geld-verdienen-met-je-wc-via-airpnp.html>

²³² Deelstoel.nl

²³³ <http://deelstoel.nl/>

²³⁴ <https://www.seats2meet.com/>

²³⁵ Bright Spot: Seats2meet, <http://www.bright.nl/spot/seats2meet>

Tsiferblat – café, verblijfsruimte, betaling op basis van tijd en toegang

In Rusland (Moskou) is er een concept van café Tsiferblat dat op twee plaatsen in de stad is gevestigd, met als uitgangspunt: 'Tijd is geld'.²³⁶ Hier betaalt men alleen voor de tijd dat iemand er is: '2 roebel per minuut. Koffie, thee en alle andere versnaperingen zijn inbegrepen bij je verblijf. 's Avonds kun je naar de film, seminars of lezingen.' Een dergelijk café is geen deelplatform, maar is een voorbeeld van een verblijfsruimte gestoeld op vergelijkbare waarden: betalen voor toegang en gebruik (van de ruimte).²²¹

²³⁶ <http://a-a-ah.com/tsiferblat>

VII. Interviewschema

Naam	Functie en bedrijf	Datum
Bijeenkomst Business in de deeleconomie²³⁷		
Harmen van Sprang	Co-founder, Share NL	26-6-2014
Michel Visser	Oprichter, Konnektid	26-6-2014
Kim Tjoa	Oprichter, FLOOW2	26-6-2014
Carlien Roodink	Partner Holland FinTech, Lid, Amsterdam Economic Board	26-6-2014
Peter de Groot	Projectmanager klantbelang centraal, Achmea	26-6-2014
Bijeenkomst Business in de deeleconomie + interview		
Koen Frenken,	Hoogleraar economie van innovatie en technologische ontwikkeling, Universiteit Utrecht	26-6-2014 en 1- 7-2014
Interview		
Jessica de Man - Slijpen	MT-lid, Vellekoop & Meesters, Co-creator Share NL	24-2-2014
Marloes Pomp	Ondernemer/ eigenaar: Digital Action, IedereenORlid, Apps B.V. en REWEAR Oprichter Deelstoel Coach, The Pitch	4-7-2014
Mario van Vliet	Ondernemer/ eigenaar, Mokka Communicatie Schrijver, Ondernemen 2020	8-7-2014
Thomas Rau,	Ondernemer/ eigenaar/ architect, RAU en TurnToo	27-8-2014
Martijn Arets	Ondernemer/ eigenaar: Collaborative Economy Hub en ForgetTheBox Expeditioneleider, Crowd Expedition en Brand Expedition	4-9-2014
Rob van Kalmthout	Commercieel manager, Heijmans	14-10-2014

²³⁷ Bijeenkomst Business in de deeleconomie (juni 2014), Amsterdam Economic Board,
<http://www.amsterdameconomicboard.com/agenda/7149/business-in-de-deeleconomie>

VIII. Uitwerking interviews

Onder dit hoofdstuk staan de grove aantekeningen van de bijeenkomst Business in Deeleconomie en de grof uitgewerkte interviews.

Bijeenkomst Business in de deeleconomie

Harmen van Sprang

- #deeleconomie
- Samen spelen, samen delen
- Mijn leven anno nu
 - o Mijn vakantiehuis, huizenruil, Airbnb
 - o Mijn auto, autodelen Snappcar, auto leasen Car2Go
 - o Mijn eten, eten delen, Thuisafgehaald
- Wat wordt er allemaal gedeeld:
 - o zorg
 - o verzekering (Broodfonds)
 - o Spullen
 - o Kennis
 - o Etc. (zie presentatie Hamen)
- Voorbeelden
 - o S2M (Seats 2 Meet): samen werken + kennis delen
 - o Qruokker: klusser gezocht
 - o Peerby: spullen lenen van elkaar (bv. boormachine)
- Factoren binnen deeleconomie: (hierdoor ontstaan kansen + voorwaarden voor het slagen van de deeleconomie)
 - o Toegang (ipv bezit) (je hebt een gat in de muur nodig, niet persé de boor)
 - o Ongebruikte capaciteit (90% van de tijd staat auto stil)
 - o Technologie (internet/ apps)
 - o Schaal (mobile/ social + groeiende bevolking: kritische massa nodig voor voldoende vraag en aanbod)
- Subfactoren binnen deeleconomie (essentieel!)
 - o Statussymbool verliest aan waarde. Het deelnemen aan de deeleconomie is slim en geeft tegenwoordig meer status dan bezit
 - o Vertrouwen (hele idee is gebaseerd op vertrouwen; door social media en rankingmethodes kun je dit anno nu beter checken)
 - o Verzekering: Bij autodelen zorgt Achmea voor de all-riskverzekering (ook als je zelf alleen WA verzekerd bent)
- Vormen
 - o peer-to-peer (consument wordt provider), AirBnB
 - o business-to-consumer, Car2G
 - o business-to-business (delen van overcapaciteit en kennis), FLOOW2
- Ontwikkeling:
 - o me-maatschappij → we-maatschappij (samen delen)
 - o Voorbeeld muziek (plaatje van maken): plaat → cd → i-tunes → spotify (gebruik ipv bezit)
 - o Voorbeeld telecom: macht aan grote lineair georganiseerde (hiërarchische) bedrijven: komt Whatsapp (klein bedrijf 50 mensen, veel omzet)
- Potentie/ gebruik
 - o AirBnB (start 2008), nu 11 miljoen overnachtingen uitgewisseld, in 200 landen, in 500.000 kamers, waarde-referentie: Grote hotelketens Hyatt 8,4 miljard, Intercontinental 8 miljard, Airbnb meer dan 10 miljard

- Quote BMW over de toekomst: 'Straks ga ik niet 1000 BMW's verkopen, maar 1 BMW 1000x' (gebruik ipv bezit; bv. d.m.v. abonnementsgeld)
- Wanneer zou het ergens (op een bepaalde plek) niet kunnen werken:
 - o cultureel verschil (bv. statussymbool nog wel heel belangrijk of minder vertrouwen in elkaar)
 - o regelgeving die niet meewerkt (bv. AirBnB is illegaal overnachten, dus mag niet)
 - o ?
- Hoe groot is deeleconomie anno nu? Bloedserieus. Waarde van deeleconomie wereldwijd op jaarbasis is dollar 533,000,000,000
- Verdienmodel
 - o vaak nog niet helder
 - o abonnementsgeld
 - o fee per overdracht (bv. autodeelplatform: 10,- / dag)
 - o beschikbaarheid/ gebruik veel data (verkopen)
 - o verzekeringsmodule opzetten
- Verdienmodel Peerby
 - o nog niet helder
 - o toekomst: veel data (verkopen)
 - o toekomst: verzekeringsmodule opzetten
- Doelgroep: Amerikaans onderzoek geeft aan: Vooral eigenschappen Links + hoogopgeleid
 - o lijkt te kloppen als je naar de kaart kijkt van bv. Peerby (?): gebruikers in Amsterdam bevinden zich vooral in en om het centrum (duurdere buurten, kunnen hoogopgeleiden betalen) ipv Nieuw West
- Deeleconomie heeft meer bekendheid nodig voor meer kritische masa. Jammer dat doelgroep niet uit arme mensen bestaat, voor hen zijn extra inkomsten juist van belang.
- Motieven:
 - o Social (elkaar ontmoeten/ helpen)
 - o Sustainable (duurzaamheid; minder gebruik grondstoffen, etc.)
 - o Saving money (geld besparen/ verdienen)
- Tips:
 - o Check vooral de TED-talk van Rachel Botsman
 - o Boek 'Share': Waarom deeleconomie de toekomst heeft (komt pas in januari 2015 uit)

Michel Visser

- @vissermichiel
- @konnektid
- Verhaal/quote: Ik zat in de tram stiekem mee te luisteren met twee jongens voor me. Een van hen had gesolliciteerd maar was niet aangenomen. Het leek te komen door zijn manier van presenteren. Ik ben van oranje toneelspeler en kan goed presenteren. Waarom is die jongen niet naar mij toe gekomen? Dacht ik. En zo ontstond het idee voor Konnektid. Waar de een wat wil leren, heeft de ander de kennis en is het soms zijn passie en vind hij het leuk om het de ander te leren.
- Iedereen zit opgesloten in zijn eigen kennisbubbels (met vrienden die vaak enigszins vergelijkbare kennis hebben), zonde. Waarom niet delen? De vraag uitzetten in jouw buurt?
- Test: Iedereen hier in de zaal wil wel een keer wat leren. Wat wil jij leren? Bv. Italiaans koken of Spaans. Wie kan er goed Italiaans koken? En jahoor: een connectie.
- Vertrouwen is essentieel: trust-mechanisme
- Ontwikkeling: na individualisering willen mensen weer meer open zijn
- Door kennis en kunde te delen: netwerk verbreden/ community: grote sociale meerwaarde. Leuke mensen in de buurt ontmoet.
- 'Thanks to make it happen together'

- Verdienmodel nog niet bekend: nog nadenkend over toekomst
- Overtuiging: 'Life Long Learning concept'. Steeds vaker hebben mensen heel veel banen in hun leven (ipv vroeger 1 baan), dus steeds meer en opnieuw behoefte naar (andere) kennis.

Kim Tjoa

- @FLOOW2
- 06-22789675
- kim.tjoa@floow2.com
- Ontwikkeling:
 - o de gevolgen van de crisis zijn het grootst in lineaire/ top-down structuren
 - o maatschappij verandert van: mannelijke waarden (individualisme, confrontatie en competitie) naar meer vrouwelijke waarden, die veel belangrijker worden (reflectie, maat kunnen houden en intuïtief, empathisch, samenwerkingsgericht, inspirerend en geduldig)
- Ondernemersrisico beperken: Je kunt het aantal werk in je bedrijf steeds nodig hebben om je mensen en middelen tot nut te laten zijn. Je kunt de mensen ook meer flexibel inhuren en de middelen niet stil laten staan, maar doorverhuren
- 'Asset sharen': Stilstaande assets verhandelen (leaseauto's, graafmachines, personen → uitlenen).
- Actie: In bedrijf kijken: wat staat er vrij? → FLOOW2
- Werknemers outsourcen
 - o negatieve uitleg: er is geen werk, je moet tijdelijk daar werken
 - o positieve uitleg: sommige mensen willen andere bedrijven zien, andere dingen leren. = nu je kans
- Time to share!
- FLOOW2:
 - o al meer dan 25000 typen materialen
 - o Verzekering: door eigenaar óf huurder
- Kansen voor ondernemers: Meervoudige waardecreatie.
 - o Financieel
 - o Duurzaam
 - o Sociaal
 - o Waarden hierboven: Ieder bedrijf van de toekomst zou deze waarde in zich moeten hebben: 'Mijn businessmodel is goed voor de wereld en goed voor de samenleving'.
 - o Door deelname in FLOOW2: extra verdien(bespaar)model, duurzaam bezig doordat machines niet stilstaan en door meerdere mensen gebruikt worden (minder gebruik grondstoffen) en sociaal (delen)
- Verdienmodel: Abonnementsgeld
 - o 30 items op de site kost 75 euro per maand
 - o Ongelimiteerd gebruik kost 100 euro per maand
- Plaatje 'The B2B sharing marketplace'
- Filmpje 'Asset sharen is your new business'

Carlien Roodink

- Thema: Kansen en uitdagingen in deeleconomie
- Quote: 'Bringing small sharing town to big city': voordeel van massale stad, dat daar nu weer de kneuterigheid is van het samen delen en meer met elkaar dan individueel
- Deeleconomie is reactie op participatiemaatschappij
- Sharing = selling
 - o Daar waar geld wordt verdiend, staan oude verdienmodellen onder druk.

- Nog weinigen zijn opgestaan. Pas als oude economie zich verenigt en naar de politiek stapt, zou er een reactie kunnen komen.
- AirBnB:
 - Waarom zou je als verhuurder van je eigen huis, waar je altijd met je eigen kinderen woont, verplicht worden om nu ineens specifieke maatregelen te nemen? Andere kant daarvan: hotels worden er wel toe verplicht en maken hier kosten voor. Oneerlijke concurrentie?
 - Reactie gemeente Amsterdam:
 - vakantieverhuur mag
 - voordeel: toeristen meer verspreid over de stad → minder problemen met verkeer, etc. + beter voor bestaansrecht voorzieningen in buurten
- 'Technology has always changed business models'
 - bv. opkomst radio, verdwijnen videotheek uit straatbeeld (dus: daar zal je aan moeten wennen, dingen veranderen eenmaal..)
- 'You can earn extra cash': extra geld verdienen door bv. autodelen en airbnb
 - keerzijde: Sharing economy genereert extra inkomen maar geen banen. Reactie: Is een baan dan zo belangrijk? Nee, maar volgens de politiek wel. Politiek praat in creëren van X aantal extra/minder arbeidsplaatsen.
 - Cash voor individu vs. Baan voor individu.
- Deeleconomie heeft gevolgen voor:
 - Belastingen: inkomsten ontbreken (bv. toeristenbelasting, AirBnB)
 - Sociale zekerheid
 - Werkgelegenheid
 - Diverse problematieken: Platforms doen wat overheden gewend waren te doen.
 - Bv. Gemeente Amsterdam was bezig met 'Hoe krijgen we meer toeristen naar Amsterdam? Antwoord: AirBnB.
 - Amsterdams taxibeleid versus Uber: Bv. Gemeente Amsterdam was bezig met nieuw taxibeleid omdat taxichauffeurs in Amsterdam zich zo slecht gedragen. Antwoord via deeleconomieplatform Uber. Uber werkt probleemoplossend: 3 x een negatieve review en de taxichauffeur is niet meer welkom.
 - Bezuinigingen op subsidies voor 'Tafeltje Dekje' versus Thuisafgehaald: ook eten en sociaal. Mooie vervanger, van onderop georganiseerd.
 - Thuisafgehaald: gemengde business case: Concurrenieren met restaurants + Mergen met sociaal.
- Overheid gaat zich opnieuw uitvinden.
- Andere voorbeeld:
 - ParkAtMyHome.
- Tip: boek Free – Chris Anderson (Hoe het nieuwe gratis de markt radicaal verandert)

Peter de Groot

- Verzekeren + delen = logische combinatie, onlosmakelijk met elkaar verbonden. Met elkaar kosten delen om verzekerde goederen te kunnen dekken.
- Mogelijke gevolgen van deeleconomie voor verzekeraar:
 - maaltijd via thuisafgehaald → iemand loopt voedselvergiftiging op → 2 a 3 weken arbeidsongeschikt → verzekering
 - boor via peerby → wordt gejat → wiens eigendom? → verzekering
 - boor via peerby → letselschade → door ondeugdelijke boor? → verzekering
- Platform deeleconomie via Centraal Beheer (nieuwe economie)
- Deeleconomie voelt als terug naar de jaren '70: Hippie-tijd: Communes, samen, zorgen voor elkaar: mantelzorg

- (Neven)effect van Thuisafgehaald.nl: sociaal een heel belangrijke toegevoegde waarde → effect op kosten van zorg.
- Socialere samenleving (oogje in het zeil/ meer sociale controle) is voor verzekering heel fijn, want: minder inbraken, minder kosten vergoeden
- Kredietunies als nieuwe financieringsvorm (Dat zijn coöperaties van ondernemers binnen een branche of regio die hun)
- Verzekeringsobject auto is ouderwets, nieuw: verzekeringsobject per bestuurder ipv per auto. Premie betalen op basis van het rijgedrag.

Koen Frenken

- Autodelen in opkomst. Onderzoek gedaan, kan heel groot worden.
- Autodelen combineert aspecten van:
 - o huurauto
 - o taxi
 - o lease-auto
- Trends/ toekomstperspectief:
 - o Rapport in Duitsland geeft aan: In 2050 is er nog maar de helft van de auto's nodig, dankzij autodelen
 - o Onderzoek KPVV: autodelen is tussen 2012-2013 substantieel gestegen.
- Soorten autodeelsystemen (evt te combineren)
 - o Klassiek auto huren
 - o Peer-2-peer, Snappcar (platform/ intermediair, auto's van elkaar lenen)
 - o Oneway, Car2Go (300 elektrische smarts in Amsterdam, aangeschaft door professioneel bedrijf, auto betalen/ minuut, een ander kan hem weer ergens oppikken)
- Potentie van deeleconomie platforms:
 - o Technische efficiëntie
 - o Flexibiliteit
 - o Kosten steeds lager
 - o Bekendheid steeds hoger
 - o Sociale normen verschuiven
 - o Businessmodellen evolueren
- Vb. deelauto's: op steeds meer plekken beschikbaar, steeds meer typen (modellen, eigenschappen) beschikbaar
- Krantenartikelen van afgelopen jaren: Paar jaar geleden vooral scepsis naar nu steeds meer positieve berichten.
- ParkFlyRent: Verhuurt jouw auto tijdens je vakantie. Bedrijf haalt jouw auto op bij Schiphol. Jij hebt geen parkeerkosten en verdient geld met de auto die toch stil staat.
- Kans voor platforms:
 - o lokaal
 - o veel potentie tot monopoliepositie (als er eenmaal een goed deelplatform is van een dienst of product, dan zijn er niet veel meer nodig of die de concurrentie aandurven)
- Regulering: zal zich steeds vaker moeten gaan aanpassen. Vb. AirBnB, gemeente Amsterdam staat het toe. Bij autodelen moeten gemeenten bv. soepeler worden qua parkeervergunning. Niet dat de auto dan alleen in die bepaalde wijk mag staan.
- Zie ook:
 - o <https://www.youtube.com/watch?v=9plqIDvZQaI> (interview kort filmpje)
 - o <http://m.mejudice.nl/m/a/ar/autodelen-verspreidt-zich-over-heel-nederland> (blog)

Interviews

Koen Frenken

Inleiding/ algemeen

1. Welke ervaring heb je op het gebied van deeleconomie?

- Auto gedeeld
- Onderzoek autodelen

Deeleconomie (algemeen) + Trends en ontwikkelingen

2. Wat houdt volgens jou deeleconomie in en welke aspecten maken deeleconomie zo interessant ten opzichte van de reguliere economie?

- Definitie deeleconomie:
 - o In enge zin: Dingen bezitten en uitlenen, evt tegen betaling, anno nu via internet platforms (peer to peer)
 - o In brede zin: kan ook een bedrijf zijn: B-to-B of B-to-C, die dingen te huur aanbiedt die je vervolgens in de buurt kan krijgen, zoals Greenwheels
 - o Met name de eerste definitie vind ik deeleconomie.
- Wat maakt het zo interessant:
 - o In enge zin: Delen is een ontwikkeling die al bestond, maar door de komst van het internet heeft het een andere dimensie gekregen, waardoor je delen ook met vreemden kunt gaan doen. Via internet heb je de beschikking over informatie over betrouwbaarheid, tips van anderen, etc. Dat geeft een extra dimensie. Dat je iets moet weten van diegene, voor je ermee in zee gaat.
 - o Doordat het nu het via internet gaat en tussen vreemden, wordt het veel groter dan vroegere informele ruleconomie
 - o Het is een nieuwe sociale praktijk die heel groot kan worden.
 - o De deeleconomie als fenomeen op zich vind ik niet persé interessant, maar dat het heel groot kan worden wel. Daardoor zijn heel veel effecten mogelijk:
 - Milieu
 - Sociale cohesie
 - Nieuwe bedrijven ontstaan en andere verdwijnen
 - Nadelige consequenties: sociale en economische relaties steeds meer via platforms, dan komt informatie in handen van grote bedrijven: privacy-issue.

3. Op basis van welke trends en ontwikkelingen is deze (mogelijke) transitie van deeleconomie volgens jou tot stand gekomen? (bv. crisis, tegenbeweging n.a.v.(hyper)consumptiemaatschappij)

- Internet
- Crisis heeft het versneld, maar of het echt een tegenbeweging is? Die komt niet door de crisis op zich, maar dat heeft meer met grote ontwikkelingen te maken; milieuproblematiek, klimaatverandering, doordat verzadiging is bereikt met materiele consumptie
- Men hecht tegenwoordig meer waarde aan immateriële zaken: Ervaringen en waardevolle sociale relaties, flexibiliteit.
- Maar we zijn ook nog steeds wel kapitalistisch. Met deeleconomie wordt ook veel geld verdiend. Het een sluit het ander niet uit: mensen hebben een immaterieel maar ook financieel motief andere aspecten worden als bijkomstigheid ook gewaardeerd, bv nieuwe sociale relaties of milieudoelinden, maar overall zou de deeleconomie zonder financieel gewin heel klein gebleven zijn.

- In die zin is delen geen goed begrip. Er is betaling in het spel. Eerlijk delen klinkt charmanter, maar het gaat ook om geld. Delen kan ook slaan op dat meer mensen gebruik maken van 1 kapitaalgoed, maar wel gewoon betaalgoed.

4. Welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op (lees: kunnen bijdragen aan) de deeleconomie? (bv. flexibilisering van de arbeidsmarkt)

- Er zijn steeds meer kleine bedrijfjes, zzp'ers; dat draagt bij aan het gebruik van deeleconomie. Zij huren liever (bv. een deelauto), omdat kopen nog niet loont.
- Strengere milieuwetgeving
- Belastingwetgeving
- Parkeerbeleid
- Alle regels die we nu hebben zijn gebaseerd op bezit. Als delen nu ook een optie is kan er nieuw beleid bedacht gaan worden. Als er voldoende politieke druk komt, dan kan dus de regelgeving worden aangepast en dat kan de deeleconomie enorm helpen te stimuleren. Bv. stel dat bij auto's de belasting verhoogd wordt (voor de aanschaf) en de benzine wordt goedkoper, dan wordt het nog veel interessanter om een auto te gaan delen.

5. Wat zijn je verwachtingen voor de toekomst? (zet de deeleconomietrend zich voort?, wordt het groter?, welke ontwikkelingen in de lijn van deeleconomie zie je voor de toekomst (in algemene zin, technologisch, etc.)?)

- De deeleconomie kan in sommige markten heel groot worden
- Naast mobiliteit (fietsen, boten, auto's) zullen er ook veel appartementen verhuurd gaan worden
- Het is moeilijk om te voorzien hoe het systeem verder gaat evolueren
- Nieuwe ontwikkelingen die ik zie: bv. sensoren. Alle apparaten krijgen sensoren. Delen wordt makkelijker, omdat het makkelijker te verzekeren wordt. Bv. Jouw telefoon kan al een auto reserveren, voordat jij er aan dacht. De hele materiele infrastructuur wordt slimmer en beter benut. Ritten delen, etc.
- Achteraf: zien we de deeleconomie straks niet meer als iets heel radicaals. Feitelijk is het heel logisch namelijk. Het is als het ware een soort huurconcept.
- Het voordeel van huren/ delen:
 - o je hebt geen onderhoud
 - o minder afval
 - o het ontzorgt
 - o → dus ik zie veel voordelen.
- Techniek en regelgeving zullen van grote invloed zijn

Doelgroep deeleconomie

6. Hoe zou je de doelgroep omschrijven (welke specifieke kenmerken) van jouw deeleconomie-concept/ de deeleconomie-concepten die je kent of waar je bij betrokken bent?

- De deeleconomie wordt in mijn ogen door iedereen gebruikt, sommige dingen net meer door jongeren of lagere inkomens, maar ik heb hiernaar geen onderzoek gedaan.
- Ouderen zijn nog wat terughoudend; zij komen meer uit een bezitscultuur/ naoorlogse cultuur. Op lange termijn zijn jongeren van nu dat niet meer.
 - a. Leeftijd
 - b. Opleiding
 - c. Bestedingsruimte
 - d. Type mens
 - e. Overig

Het hele idee van een doelgroep klopt niet bij deeleconomie. Dus je zou de vraag misschien meer 'profiel' moeten noemen.

Kijk maar naar marktplaats, daar is ook iedereen de doelgroep. Het gaat puur om wederzijdse win-win. Het platteland is zeker ook een doelgroep: daar zijn ze het ook gewend. Die hebben al wat sterkere sociale relaties.

- Huidige profiel:
 - o Bij autodelen vaker 1 persoonshuishoudens
 - o Vaker mensen met iets minder geld
 - o Mensen die normaal vaak met ov vervoeren
 - o Vaak wonen zij in de stad, omdat beschikbaarheid van de auto's daar gegarandeerd is

7. Welke motivatie heeft zij over het algemeen?

(bv. vanuit financieel oogpunt of vanuit maatschappelijk oogpunt (duurzaamheid, ontmoeten) (top 3)

- Bijna altijd om het financiële voordeel, maar gemiddeld genomen meer milieubewust en sociaal ingesteld
- 1. Financieel
- 2. Sociaal
- 3. Milieu

8. Welke voorwaarden stelt zij aan het gebruik van deeleconomie?

(bv. als ik zekerheden heb (bv. verzekering bij het uitlenen van je auto) of als ik voldoende vertrouwen heb (doordat je de gebruiker via een platform leert kennen (bv. vertrouwen (vs. nieuwe technologie).

- Vertrouwen, met als oplossing een goede verzekering
- Je wilt weten: Wie is de persoon? Is die te vertrouwen? Hebben we iets gemeenschappelijks? Spreekt mij die persoon aan? Ik zou bv. eerder met iemand anders die ook bij de uni werkt iets gaan doen. Dan weet je wat voor type het is en hoe die ongeveer communiceert en dat het leuk kan zijn hem te ontmoeten.

Voorbeelden deeleconomie niet-wonen branches

9. <bij eigenaar deeleconomieconcept> Hoe worden de volgende thema's op basis van dit deeleconomieconcept ingevuld? Wat betekent deeleconomie voor of hoe wordt deeleconomie toegepast binnen dit concept (indien van toepassing) per thema:

Naam deeleconomie concept: Geen, maar op basis van onderzoek autodelen.

a. Thema (auto's, eten, vakantiehuis, etc.)

i. Autodelen

b. Principe/ achterliggende gedachte (bv. iedereen gebruikt designerkleding maar heel weinig, waardoor het stuk lang ongebruikt in de kast hangt: waarom de designerkleding niet met elkaar delen?)

- i. Financieel, milieu, sociaal
- ii. Peer to peer
- iii. Maar ook business to consumer (green wheels)
- iv. Verschillen:
 - 1. Peer to peer: Ruilen (2 kanten op)
 - 2. Bij Greenwheels heb je een eigen parkeerplaats
 - 3. Bij Car2Go mag je hem overal parkeren en betaal je alleen maar voor de tijd dat je erin zit
 - 4. Dus 3 business modellen; bij alle vormen van delen zijn er meestal 3 4 b modellen
 - 5. Je kunt je aansluiten bij een organisatie, die het voor jou verhuurt
 - 6. Nu uitzoeken welke werkt het beste.

c. Businessmodel (hoe wordt geld verdiend, hoe kan het concept blijven bestaan)

- i. De meeste initiatieven maken nu nog niet veel winst, maar dat kan straks wel verkregen worden op verschillende manieren, zoals:
 1. Schaalvoordelen (bij inkoop)
 2. Andere diensten eraan gaan koppelen, bv marketing of verzekering
 3. Data/ gegevens verkopen (informatie)
 4. Abonnementsgeld
 5. Fee per transactie of minuut
- Ik denk dat er straks een paar grote platforms zijn die alle vormen van delen gaan aanbieden en daarmee jou heel veel voordelen biedt. Maar dat jij hun ook al jouw gegevens overdraagt. Delen is een manier voor bedrijven dat zij eigendom houden danwel inzicht krijgen over wat mensen aan elkaar verhuren → data verkrijgen, dat is waar het uiteindelijk om draait; big data. De volgende stap is een big brother maatschappij. Diverse mensen zijn daarom negatief over dit soort initiatieven, zij hechten waarde aan privacy. Bv.: Google en Allerhande services van AH, zij weten eigenlijk alles over je.

d. Duurzaamheid (eindigheid van bronnen/ energiezuinig, minder CO2-uitstoot, etc.)

- i. Het is nog niet duidelijk of de deeleconomie enkel positieve gevolgen heeft als het om duurzaamheid gaat.
 - ii. Het genereert namelijk meer autoverbruik: sommige mensen die nooit autorijden gaan nu meer autorijden en andersom.
 - iii. Als het jouw auto niet is, ga je misschien gevaarlijker rijden. Je betaalt namelijk per km ongeacht of je nou 160 rijdt of 100. Dat is ook niet zo duurzaam.
 - iv. Voordelen zijn wel: er hoeft minder geproduceerd te worden en elke auto wordt efficiënter gebruikt
 - v. maar het nadeel: er wordt uiteindelijk ook meer autogereden
- e. Technologisch (gebruik van internet, social media, apps)
 - i. Er zijn veel lokale initiatieven, ook delen binnen clubjes is bv. hot (Bij Snappcar kun je bv. per 4 autodelen; je start een groepje met wie je elkaar eenmaal vertrouwt)
 - ii. Bitcoins; illegaal netwerk. Het gaat wel internet maar niet openbaar via social media.

f. Gevolgen en effecten voor de maatschappij in algemene zin tot een individuele winkel of automerk?

(bv. sociale duurzaamheid, mogelijke gevolgen van dit concept voor de maatschappij in positieve en negatieve zin; bv. minder files: verkeer kan doorstromen, minder productie van auto's: duurzamer/ minder gebruik van grondstoffen, minder verkoop van auto's: minder ruimte voor arbeidsplaatsen bij automerken)

(bv. binnensteden van grote (dure) steden zoals New York staan nu vaak leeg, omdat rijke mensen er een pied-a-terre hebben of een woning puur voor de belegging, maar die is lang niet altijd bezet. Gevolg: 'lege steden'. Gevolg daarvan: Slecht voor de lokale economie en de levendigheid op straat. Meer deeleconomie zou hiervoor wenselijk zijn. Bij juist veel deeleconomie zijn natuurlijk ook diverse gevolgen te bedenken (bv. huizen staan leeg/ worden nog maar mondjesmaat verkocht/ worden aan groepen verkocht die samen meerdere woningen kopen ipv allemaal één alleen)

- Minder productie, duurzamer
- Nieuwe bedrijven gaan failliet (verhuurbedrijven); banen kunnen verdwijnen
- Maar: Omdat mensen weer besparen, komt er ook weer meer geld dat ze weer de economie in pompen en aan andere dingen besteden. Per saldo zou het alleen maar goed zijn voor de maatschappij.
- De sociale norm is aan het verschuiven. Het is straks normaler om iets niet te bezitten. Dan is ook de verwachting dat jij als je geld verdient een auto koopt veel minder. Extra reden voor andere mensen om ook te gaan delen (wellicht).

- Mensen willen zich nu profileren met hun auto. De behoefte voor de eigen identiteit en status verdwijnt niet, maar hoeft niet met een auto geregeld te worden en het hoeft ook niet te zijn met iets dat je bezit. Een trend die versterkt wordt is dat de samenleving minder bezitgeoriënteerd wordt, maar consumptiegeoriënteerd.

Voorbeelden woonconcepten met basis delen, lenen, tijdelijk gebruik

10. Ken je – naast AirBnB en huizenruil.com – voorbeelden van woonconcepten met als basis delen, lenen, tijdelijk gebruik?

- Nee.

11. Welke aspecten vanuit jouw (deeleconomie)concept zouden waardevol kunnen zijn voor het thema wonen (en deeleconomie)?

- Nu moet je lang van tevoren plannen als je iets wil huren. Je zou net als bij auto's een soort app kunnen maken. Je bent ergens en je besluit daar te overnachten, dat je dan in hele korte tijd heel makkelijk ergens kan gaan slapen. Bij iemand thuis of iemand die weg is die nacht. Dat zou voor mij ideaal geweest zijn in de tijd dat ik ver van huis werkte en pas aan het eind van de dag na overwerk wilde bedenken of ik bleef – mits betaalbaar – slapen of niet.
- Sleutel: is nu een onhandig logistiek probleem bij auto's, maar ook bij wonen. Je zou een persoon of instantie kunnen zoeken die tussenpersoon wordt (bv. de Bruna of AH) die zorgt dat die de sleutel heeft of sloten vervangen door een elektronisch slot, bv met pincodes werkt. Via een kastje waar je alleen inkomt met pincode.
- Snappcar denkt er al over na om met het kastje met pincode te werken, om fysieke barrière van de sleutel(overdracht) weg te halen.
- Het wensbeeld van autodelen in de toekomst: je hebt knop op telefoon, in buurt: welke auto's zijn beschikbaar, welke condities, prijs, info over de verhuurder, je kiest er een, je houdt telefoon tegen raampje en je rijdt weg. Dat is het ideaalbeeld, hier moet het naartoe. Zou je ook zo'n geavanceerde app voor appartementenverhuur kunnen doen? Dat je minder hoeft te plannen als toerist of als zakenman.
- Ik werkte in Eindhoven en woonde in Amsterdam. Soms dacht je 's avonds ik blijf maar dan is de enige optie een duur hotel. Hoe kan dat flexibeler?
 - o Mijn vraag: is het interessant een systeem te bedenken voor forensen waarbij appartementen geruild kunnen worden (evt. voor langere periode, jij in het weekend, hij doordeweeks, etc.). Voor bepaalde grote steden is daar markt voor, ja interessant. Het wordt makkelijker en gewoner. Het zou een trend kunnen worden. Je hebt ook steeds meer mensen die helemaal nergens meer wonen. Wetenschappers die van uni naar uni trekken zonder vast verblijfplaats. Maar de overheid zou daar dan ook op in moeten stellen, want je hebt dan geen vaste verblijfplaats/adres meer en dat mag nu niet.

12. (Als je denkt aan het thema wonen en deeleconomie/ vervolg op vraag 11)

Waar verwacht je valkuilen en waar verwacht je mogelijkheden?

(mogelijkheden, gedachten, ideeën, concepten: kunnen ook vanuit andere invalshoeken komen dan eigen concept)

- Regelgeving staat vaak nog in de weg (logisch hoor, want het is een proces van aanpassing; je ziet het hier en daar al gebeuren: de gemeente Amsterdam heeft regels opgesteld onder welke voorwaarden je je huis mag verhuren via Airbnb).
- Ontwerp: een auto is nu ontworpen voor dagelijks gebruik. Als je een auto met heel veel mensen deelt, dan moet dit misschien anders. De auto moet dan voor heel veel mensen geschikt zijn. Bv. een kinderstoeltje moet er makkelijk in kunnen. Ontwerpen moeten beter geschikt zijn voor delen. Bij de aanpassing aan huizen zou je kunnen denken aan: bv. 2 ingangen maken of een voorziening waarmee je van 1 twee kamers maken, ene bed in de

muur dat je kan uitklappen, de sleutel overhandigen, etc. Iedereen heeft een kastje en pincode, te regelen (fysieke aanpassingen nu nog een barrière).

- Verzekering, brandveiligheid; het is de vraag of daaraan dezelfde normen als een hotel gesteld moeten worden.

Randvoorwaarden en uitgangspunten nieuwe woonvorm op basis van delen

13. Welke specifieke randvoorwaarden en uitgangspunten moeten worden gesteld aan een nieuw te ontwikkelen woonvorm op basis van het deeleconomie-principe wil het succesvol kunnen zijn?

(Succesvol = Voldoende kritische massa van gebruikers om het woonconcept te kunnen laten renderen.)

- Je zou studentenflats 100 kamers kunnen maken voor 120 mensen: overcapaciteit.
- Vertrouwen, verzekeren
- Inschatting kunnen maken van iemand hoe betrouwbaar die is (gemeenschappelijke vriend, hoe betrouwbaar);
- Huurconcepten/ alternatieve woonvormen (studentenhuisvesting)
- Wonen is genot en privacy. Het is een intieme ervaring. In tegenstelling tot autodelen. Dat is een groot verschil.
- Je zou aan woongroepen kunnen denken, maar dat is in verleden niet echt gelukt.
- Je krijgt steeds meer mensen die op meerdere plekken wonen, werken en/of een relatie hebben → dat is een interessante doelgroep. → Zij zoeken een meer permanente oplossing dan steeds opnieuw: dus multi/ meerdere woningen tegelijk aanhouden, maar dan steeds een paar dagen per week.
- Andere business model: hotel; je deelt om de beurt een kamer. Dat zie je in Nederland nog heel slecht ontwikkeld. Ik heb heel vaak hotels geboekt. Wat in Zweden heel anders is; daar heb je hele goedkope hotels waar alles automatisch gaat. Zelf je ontbijt maken, alles via internet, geen receptionist. Hotel verleent enkel toegang tot de kamer. Je moet bij wijze van, je eigen lakens meenemen. Een low-cost concept in Nederland is niet ontwikkeld. Dat komt omdat de afstanden hier klein zijn (in Nederland gaan de meeste mensen weer naar huis). In Zweden is een grotere markt voor goedkope hotelovernachtingen. Maar de ideeën daaruit zijn bruikbaar: Helpdesk en pincode zijn voldoende. Denk als vb. ook aan het Aparthotel en Formule 1.

Ter afsluiting

14. Welke dromen heb je voor de toekomst (met je eigen concept)?

Ik denk dat delen potentieel toegang biedt voor mensen die weinig geld hebben

Het is een hoogwaardige manier voor mensen met weinig geld om toch aan dingen te kunnen deelnemen. Voor weinig geld kunnen zij toch autorijden, tuinieren of een keer een mooie jurk aan doen

Dat vind ik mooi!

15. Welke principes, gedachten of anderzijds kansen zou je nog mee willen geven?

- Reeds genoemd.

Jessica de Man - Slijpen

- Achtergrond Jessica: economisch psycholoog (hoe gaan mensen om met tijd, geld en energie?)
- Werkt voor 1,5 dag per week bij Share NL
- Contact mee n.a.v. tweet
- Gaat bij Share NL zwengel geven aan onderzoekskant van deeleconomie (inventariaie van onderzoeken en belangen van deelinitiatieven) om vraagstukken uit te diepen/ kennis op te doen voor de industrie.
- Share NL is opgezet door een aantal grote deeleconomie-bedrijven () met als doel: meer bekendheid genereren, meer omzet.

- Share NL is opgezet door zes deeleconomie-initiatieven die een gezamenlijk platform beoogden om de deeleconomie in Nederland te stimuleren. Deze 'founding fathers' zijn Peerby, Konnektid, Toogethr, Snappcar, Thuisafgehaald en FLOOW2.
- Oprichters: Harmen van Sprang en Pieter van der Glind (deed goed onderzoek naar potentieel, bereidheid van Amsterdammers om te delen).
- Hoe leeft Share NL? Nu eerst waarde toevoegen, wat geld binnenhalen door lezingen etc. Het is een stichting, nog geen verdienmodel.
- Deeleconomie is C tot C en B to B (Floow2).
- Deeleconomie is diensten (uitwisselen van skills) en producten.
- Connected
- Oude voorbeelden van deeleconomie: bibliotheek, bus
- Voorbeelden: Hertz (niet), Greenwheels (wel?), Marktplaats (?)
- Verschil: door komst van internet, meer netwerksamenleving, meer mogelijk om te delen
- Criteria gehanteerd door Share NL (welke initiatieven passen bij Share NL/ idee van deeleconomie)
 - o Niet lokaal, maar (inter)nationaal
Bv. Gedeelde tuin met de buurman vs. Peerby
 - o In principe 'open'
Iedereen mag deelnemen (ondersteunen)
- Share NL is met gemeente Amsterdam (Amsterdam economic board) bezig om van Amsterdam een 'sharing city' te maken.
 - o Bv. om het Airbnb makkelijker te maken.
 - o Initiatieven ondersteunen (beleid ten dienste stellen)
- Belangrijkste aspecten van deeleconomie
 - o Gebruik van onderbenutte capaciteit
 - o De shift van bezit naar gebruik
 - o Peer to peer + business to business (b to be: Floow 2 menskracht en materieel voor kleine bedrijven en zelfstandigen en 3theHubs: 3D-printers met overcapaciteit)
- Share NL hanteert voorwaarden voor potentiële leden:
 - o Formele organisatie/ in oprichting (stichting, vereniging, BV, NV)
 - o Ten minste 1 transactie geweest
 - o In ieder geval in Nederland actief
 - o Nationaal ipv lokaal
 - o Open gebruikerskring (bv. geen gesloten facebook community)
 - o Transactie tot stand gebracht dmv online applicatie/ app
 - o Professionele organisatie (algemene voorwaarden, klantenservice)
 - o Klein groepje enthousiast gebleken
- Deeleconomie was vroeger al, maar is 'hernieuwd'
 - o Door technologische ontwikkelingen (transaction based), hoeft niet via een vaste groep
- Jessica is bezig met de 'toolbox vertrouwen'
 - o Vertrouwen is een essentieel ding!
- Belangrijkste motieven:
 - o Financieel (geld besparen/ verdienen)
 - o Gemak
 - o Efficiency
 - o Tijd besparen
- Jessica heeft veel interesse in meer onderzoek naar de doelgroep (is er nog niet) (hoeveel mensen gebruiken ze, hoe zoeken ze, etc.)
- Belangrijke voorwaarden voor slagen van initiatieven deeleconomie (want zoveel verdienende initiatieven zijn er nog niet: financiële verdienmodel is nog ingewikkeld.):
 - o Kritische massa nodig (voldoende mensen die meedoen/ producten aanbieden/ investeren)
- Motivatie: is het profiel overwegend of divers?

- Negatieve geluiden zijn er ook:
 - o Concurrentievervalsing
Door professionele aanbieders (via airbnb en marktplaats)
 - o Oneerlijke concurrentie
- Wat je ziet (transitie)
 - o Vroeger was je echt links of echt rechts (qua politiek). En dan gedroeg je je ook zo. Je koos voor vegetarisch, biologisch en all-the-way-groen. Nu is het veel meer mix & match: Je kiest voor IKEA, hebt een deelauto, maar vliegt ook naar de andere kant van de wereld (wat weer niet zo duurzaam is).
- Mogelijk interessante bijeenkomsten:
 - o 8 mei (en 25 juni de volgende)
 - o Platform 31
 - o Contact via Bram Heijkers
Bram.heijkers@platform31.nl
 - o Brainstormsessie in Den Haag met 3 ronde tafels: brainstorm over Wat zijn de uitdagingen voor steden in de komende 20 jaar?
 - o Ca. 20 deelnemers (mensen van banken, gemeente, corporatie, burenbond, universiteit, school, etc.)
 - o Doel bijeenkomst: Voeden vanuit de samenleving door een netwerk van bottom-up initiatieven.
 - Wat worden de grootste uitdagingen van de komende 15 tot 20 jaar?
 - Hoe maken we het netwerk zo interessant mogelijk?
- Onderzoeksbureau Totta Research doet van de zomer onderzoek naar doelgroep, deeleconomie en vakanties
 - o Juliëtta Wezel
 - o 020-5141320
 - o (ik heb literatuur uitgewisseld)

Marloes Pomp

Inleiding/ algemeen

1. Welke ervaring heb je op het gebied van deeleconomie?

Eigen ervaring:

- Gereedschap delen via Peerby
- Auto delen
- Huis delen via Home 4 exchange

Zakelijke ervaring:

- Eigen bedrijf REWEAR, dat staat voor:
 - o principe van een 'oneindige kledingkast'
 - o iedereen moet er 1 item in hangen om mee te kunnen doen
 - o vervolgens kun je via de app weer iets nieuws lenen van iemand anders
- De app heeft drie varianten:
 - o Gratis variant: daarop mag alles staan
 - o Elite variant: van bepaalde designers en bepaalde aanschafwaarden
 - o Elite club variant: met stylistes
- Status:
 - o Aantal testronden gehad
 - o Echte testronde loopt nu met 100 geselecteerde vrouwen
 - o Vanaf 2 oktober mag iedereen meedoen

- We haken veel designers aan die mee willen doen op het platform. We proberen design betaalbaar en laagdrempelig te maken. Werving van de designers kost iop dit moment de meeste tijd.

Deeleconomie (algemeen) + Trends en ontwikkelingen

2. Wat houdt volgens jou deeleconomie in en welke aspecten maken deeleconomie zo interessant ten opzichte van de reguliere economie?

Bij mij begon het met huizenruilen. Ik heb ook meteen van auto, oppas en schoonmaker geruild. Ik vond het zo leuk. Je hebt leuk contact met elkaar en je voelt je ook echt alsof je in Amerika of Berlijn leeft. Dat is het belangrijkste voor mij: Echt de beleving eromheen. De portemonnee is natuurlijk ook voor veel mensen de reden, je kunt veel meer krijgen voor minder of geld over houden voor andere dingen.

Dit weekend heb ik trouwens een zaag geleend bij een oude vrouw van 60. Leuk om haar te ontmoeten. Het sociale aspect vind ik een belangrijk ding.

3. Op basis van welke trends en ontwikkelingen is deze (mogelijke) transitie van deeleconomie volgens jou tot stand gekomen? (bv. crisis, tegenbeweging n.a.v.(hyper)consumptiemaatschappij)

- Grote technologische drijfveer, waarmee meer transparantie, dus eerder vertrouwen is om te ruilen
 - o Ik durf mijn huis te ruilen omdat ik kan zien wie wie is, wat voor werk iemand heeft via linkedin, hoe iemand is en wat voor vrienden die heeft via Facebook. Dat maakt het veel makkelijker.
- Crisis heeft geholpen.
 - o Mensen hebben minder geld en moeten zuiniger doen.
 - o Ook als je geen last van de crisis gehad hebt (zoals ik), dan heb je toch iets van de crisis meegekregen en heb je misschien niet minder geld, maar ben je je wel meer bewust van hoe je je geld uitgeeft.
- De tijd. Mensen zijn er wel aan toe nu.
 - o Bewust worden, duurzaamheidsgedachte: Na veel kopen bij Zara en H&M en na 6 keer dragen, weggooiën, gaat het je toch een beetje tegenstaan.
 - o Duurzaamheidsgedachte. Steeds meer mensen zien wat er allemaal weggegooid wordt en zo komt er bij steeds meer mensen een tegenbeweging.
- Maar let op: Deeleconomie hoeft niet heel radicaal. Door de combinatie (ook kopen bij Zara, maar ook delen via bv. Rewear) begint markt te ontstaan en helpt het al. Belangrijk dus om voor een gedeelte bewuster na te denken. Je ziet deze beweging op veel meer plekken terug. Bv. doordat biologisch eten nu helemaal hip is. Ook dat is een tegenbeweging, als reactie op bewustwording van mensen.

4. Welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op (lees: kunnen bijdragen aan) de deeleconomie? (bv. flexibilisering van de arbeidsmarkt)

Moeilijke vraag...

- Deeleconomie vindt nog plaats op kleine schaal.
- Generaties en status:
 - o Het is een generatieding dat we minder moeilijk doen over delen. Andere auto nodig? Even in de buurt kijken vind ik heel normaal. Het zou mij niet uitmaken als iemand anders erin rijdt. Maar bij m'n ouders is dat wel anders.

- Status halen wij – de jonge generatie – uit dingen als: wie heeft het meest vrije leven, wie heeft het beste netwerk of de leukste foto's op Facebook. In plaats van uit spullen, zoals de auto die op de oprit staat te glimmen.

5. Wat zijn je verwachtingen voor de toekomst? (zet de deeleconomietrend zich voort?, wordt het groter?, welke ontwikkelingen in de lijn van deeleconomie zie je voor de toekomst (in algemene zin, technologisch, etc.)?)

- Ik denk dat de deeleconomietrend zich doorzet.
- Sommige dingen gaan niet meer terug (onomkeerbare trend), als men het eenmaal gewend is én omdat het zo makkelijk gemaakt wordt.
 - Bv.: Ik ga echt geen boor meer kopen, ook al ben ik nog zo rijk. Het is al zo makkelijk om het te lenen. Een auto delen is sneller dan het regelen via een verhuurbedrijf, dat draai je niet meer terug. (dus voorwaarde voor nieuw concept: maak het delen zo overzichtelijk en zo makkelijk mogelijk).
- Steeds meer hybride vormen.
 - Mensen gaan steeds slimmer combineren. (denk aan voorbeeld Daimler)
 - Kopen en delen zullen veel meer in elkaar overlopen.
 - Steeds meer traditionele economie en deeleconomie aan elkaar gekoppeld en steeds variatie
- Mensen gaan steeds bewuster nadenken over welk bezit zij aanschaffen en of dit deelbaar/verhandelbaar is. Zelf heb ik bv. heel bewust nagedacht over: Is mijn huis goed ruilbaar? Ik heb bewust geïnvesteerd in een mooi huis wat ruilbaar is, omdat ik veel wil reizen en veel onderweg wil zijn.
- Wat onmogelijk was, kan straks wel.
 - Bv. Rewear: je kunt iets lenen van een designer, wat voor jou onbetaalbaar was.

Doelgroep deeleconomie

6. Hoe zou je de doelgroep omschrijven (welke specifieke kenmerken) van jouw deeleconomie-concept/ de deeleconomie-concepten die je kent of waar je bij betrokken bent?

- Leeftijd
 - Opleiding
 - Bestedingsruimte
 - Nee dat maakt niet uit, ik (ben rijk en) ruil juist de grootste en duurste ruimte.
 - Juist omdat ik meer geld heb, ben ik makkelijker. Ik vind het prima om mijn auto uit te lenen. Je bent ook minder in paniek als je meer geld hebt. Stel dat het mis gaat... dan kun je het altijd wel weer regelen. Terwijl als je echt geen geld hebt, dan kan dat niet.
 - Type mens
 - Overig
- Jonge generatie staat er makkelijker voor open
 - Maar: Oudere generatie heeft meer bezit (huizen, auto's, boor, zaag) in tegenstelling tot de jongeren.
 - In praktijk als ik iets gebruik, is het vaak van oudere mensen
 - Voor Rewear geldt: jongeren snappen het eerder
 - Kortom: Straks doen ze allemaal mee, maar jongeren kiezen eerder de huurvariant, terwijl ouderen makkelijker iets kunnen ruilen (zij hebben iets te ruilen)
 - Gevoelsmatig zijn het meer hoogopgeleiden.
 - Vraag: Bekendheid, is het zo dat lager opgeleide (en vaak ook armere mensen vaker minder bekend zijn met de deeleconomie en de kansen die het biedt? Nee ik denk het niet, maar:

- lager opgeleide mensen denken traditioneler
- en het is voor hen veel minder een statussymbool dan dat het voor de doelgroep is waarvan de vrienden toch wel weten dat die het kan betalen. Deze doelgroep schaamt zich en probeer het juist te verdoezelen dat die niet veel te besteden heeft.
- Rewear werkt samen met Reshare; samen met designers zoals Monique Collignon, maken kleding van gebruikte kleding. Ook daar is de ervaring dat arme mensen toch een drempel ervaren, zich schamen. Hun shop proberen ze daarom ook zo laagdrempelig mogelijk te maken. Mensen schamen zich om binnen te komen. Bv. hoogopgeleide studenten, die komen juist wel, zij voelen die gene niet.

7. Welke motivatie heeft zij over het algemeen?

(bv. vanuit financieel oogpunt of vanuit maatschappelijk oogpunt (duurzaamheid, ontmoeten) (top 3)

- Bij Rewear is de doelgroep aan de hand van motivatie in tweeën uiteen te zetten:
 - Heel pragmatische groep, die nu toegang wil tot 10 jurkjes ipv die ene die in de kast hangt. Motivatie: financieel
 - Veel idealistischer groep: zij doet het voor het goede gevoel: de ander blij maken en duurzaam bezig zijn. Motivatie: duurzaam en sociaal.

8. Welke voorwaarden stelt zij aan het gebruik van deeleconomie?

(bv. als ik zekerheden heb (bv. verzekering bij het uitlenen van je auto) of als ik voldoende vertrouwen heb (doordat je de gebruiker via een platform leert kennen (bv. vertrouwen (vs. nieuwe technologie).

- Vertrouwen is alles.
- Zelf twijfel ik ook meer de laatste tijd? Via Airbnb ging het in het begin bv. altijd goed, maar de laatste paar keer niet. Want nu zit de massa er ook op. Dan valt het huis tegen, of het huis blijkt helemaal niet te bestaan. Dan wordt je wantrouwender.
- Daarom ben ik voorstander van het gelijke/ ruilen ipv huren, daarbij komt meer zekerheid kijken. 'Wat je geeft, komt ook weer bij je terug'
- In vervolg op vertrouwen is een verzekering belangrijk. Met name voor de pragmatische groep. Voor de andere groep is dat niet zo belangrijk'jet os all-in the game.

Voorbeelden deeleconomie niet-wonen branches

9. <bij eigenaar deeleconomieconcept> Hoe worden de volgende thema's op basis van dit deeleconomieconcept ingevuld? Wat betekent deeleconomie voor of hoe wordt deeleconomie toegepast binnen dit concept (indien van toepassing) per thema:

Naam deeleconomie concept: REWEAR

a. Thema (auto's, eten, vakantiehuisen, etc.)
(design)kleding

b. Principe/ achterliggende gedachte (bv. iedereen gebruikt designerkleding maar heel weinig, waardoor het stuk lang ongebruikt in de kast hangt: waarom de designerkleding niet met elkaar delen?)

Oneindige kledingkast

Iedereen moet er 1 item in hangen om mee te kunnen doen

Vervolgens via de app weer iets nieuws lenen

c. Businessmodel (hoe wordt geld verdiend, hoe kan het concept blijven bestaan)

- Nog niet
- Kost voorlopig alleen nog maar geld
- Als de ervaring goed is, gaan mensen het aan elkaar vertellen en gaat het werken

- Data
- Abonnementsgeld
- Designers geld
- Geld op verzendingen ()

Het gaat er voor mij om dat het concept goed werkt, vervolgens wil ik dat ervoor hebben. Zolang ik een leuke opdracht heb en zorg dat het een goed succes is.

d. Duurzaamheid (eindigheid van bronnen/ energiezuinig, minder CO2-uitstoot, etc.)

- Gebruikt minder grondstoffen
- Wat ik wil is dat mensen bewust gaan nadenken: investeren in 1 kwalitatief goed jurkje, want die kan ik weer ruilen. Mensen bewuster laten kopen.
- Reshare: kijken hoe enorme stroom aan kleding hoe kunnen we die gaan benutten.
- Designersverhalen:

e. Technologisch (gebruik van internet, social media, apps)

- Beginnen met een app; wordt nu gebouwd
- Webversie komt ook
- Social media: mensen moeten verhalen gaan verspreiden.
- Veel dingen gaan viral.
- Mensen doen het graag. anekdotes.

f. Gevolgen en effecten voor de maatschappij in algemene zin tot een individuele winkel of automerk?

- Bewust zijn
- Je kunt wijker leuker maken door plekken maken voor de deelauto's, gezamenlijke wasmachines. Dingen stimuleren om binnen een wijk meer te delen.

(bv. sociale duurzaamheid, mogelijke gevolgen van dit concept voor de maatschappij in positieve en negatieve zin; bv. minder files: verkeer kan doorstromen, minder productie van auto's: duurzamer/ minder gebruik van grondstoffen, minder verkoop van auto's: minder ruimte voor arbeidsplaatsen bij automerken)

(bv. binnensteden van grote (dure) steden zoals New York staan nu vaak leeg, omdat rijke mensen er een pied-a-terre hebben of een woning puur voor de belegging, maar die is lang niet altijd bezet. Gevolg: 'lege steden'. Gevolg daarvan: Slecht voor de lokale economie en de levendigheid op straat. Meer deeleconomie zou hiervoor wenselijk zijn. Bij juist veel deeleconomie zijn natuurlijk ook diverse gevolgen te bedenken (bv. huizen staan leeg/ worden nog maar mondjesmaat verkocht/ worden aan groepen verkocht die samen meerdere woningen kopen ipv allemaal één alleen)

Voorbeelden woonconcepten met basis delen, lenen, tijdelijk gebruik

10. Ken je – naast AirBnB en huizenruil.com – voorbeelden van woonconcepten met als basis delen, lenen, tijdelijk gebruik?

- Home exchange
- Home exchange gold → hierin komt alweer een onderverdeling tussen echt goldhuizen en silver-goldhuizen
- Home 4 exchange
- Speciale site voor kunstenaars en architecten: ook huizenruilen: Behomm is de AirBNB voor ontwerpers en kunstenaars.
Je ruilt toch een beetje gelijkwaardig
- Je ziet subgroepjes ontstaan, ik denk ook bij rewear
 - o Communities binnen Rewear: mensen zoeken weer gelijkgestemden, gelijkdenkenden

- Markt verzadigd? dan ontstaan ook weer sites die zich enkel op een specifiek soort auto's richten: bv. electische auto's, cabrio's ec.

11. Welke aspecten vanuit jouw (deeleconomie)concept zouden waardevol kunnen zijn voor het thema wonen (en deeleconomie)?

- Terugkijken naar hoe het vroeger ging;
 - o Niet iedereen had een eigen wasmachine.
 - o Voor wonen; kijken in welke wijken mensen vaker eten bij elkaar ophalen en auto's delen. Wijken waar dat veel gebeurt zullen aantrekkelijker zijn. Hier is namelijk de sociale cohesie en de veiligheid beter.
- Waar ik zelf op zat te broeden voor een woonvorm op basis van delen: een abonnementsvorm met allemaal huizen wereldwijd. Met een planningssysteem erachter.
 - o Niveau moet hetzelfde zijn. Of dit moet je kunnen verwerken (minder betalen bv.)
 - o Investeerders moeten erachter zitten.
- Andere ontwikkeling:
 - o Wonen en werken zal meer door elkaar gaan. Ik zie het aan mezelf. Over werk ik, waar ik zin heb om te werken of hoe het uitkomt.
 - o Wat er nu ook met kantoren gebeurt, zoals bij Regus, waarom kan dit ook niet voor de bouw van woningen?

12. (Als je denkt aan het thema wonen en deeleconomie/ vervolg op vraag 11)

Waar verwacht je valkuilen en waar verwacht je mogelijkheden?

(mogelijkheden, gedachten, ideeën, concepten: kunnen ook vanuit andere invalshoeken komen dan eigen concept)

Valkuilen:

- Wonen is een traditionele markt, de mode ook, maar daar doorheen breken is makkelijker
- Voor wonen is meer kapitaal nodig. Bv. bij het maken van en investeren in elektrische auto's, toen was er ook veel kapitaal nodig. Denk aan electische auto's, de Tesla. De eigenaar daarvan; zo iemand heb je nodig – ook voor wonen. Net zo'n mafkees als die oprichter van Tesla. En zoals diegene die de wereld van vliegvluchten totaal heeft omgegooid, Richard Branson van Virgin. Bij wonen is die nog niet opgestaan. Iemand die baanbrekend is. Je hebt een rijke slimmerd nodig. Niet vanuit de branche zelf.

Randvoorwaarden en uitgangspunten nieuwe woonvorm op basis van delen

13. Welke specifieke randvoorwaarden en uitgangspunten moeten worden gesteld aan een nieuw te ontwikkelen woonvorm op basis van het deeleconomie-principe wil het succesvol kunnen zijn?

(Succesvol = Voldoende kritische massa van gebruikers om het woonconcept te kunnen laten renderen.)

- Andere diensten toevoegen aan wonen, die het maken. En het ook echt doen.
 - o Niet alleen een parkeerplaats voor Car 2 go intekenen, maar echt nadenken Hoe ziet zo'n deeleconomie er dan uit? Niet alleen de korte klap, maar ondernemers aanhaken die dit gaan oppakken.
 - o Onderhoud verder oppakken en dit breder trekken: 'Hoe maken wij er een levendige wijk van?'
- Ik heb bij ERA aan een aanbesteding meegedaan. Deeleconomie komt er dan halfjes in. Verder doen ze het gewoon zoals ze het altijd deden. Sausje helpt niet het is niet echt.
- Het is belangrijk om heel andere teams samen te stellen; de kennis nu niet intern aanwezig.

Ter afsluiting

14. Welke dromen heb je voor de toekomst met je eigen concept?

- Ik hoop natuurlijk heel erg dat het aanslaat, dan het klopt. (Het kan ook zijn dat het toch anders moet.)
- Droom: oneindige kledingkast realiseren! Uiteindelijk: een briljant goede kledingkast hebben en eruit halen wat je nodig hebt op het moment dat jij het nodig hebt.
- Voor mezelf wil ik dat ik überhaupt geen eigen kleding meer heb. Sinds ik met rewear ben begonnen heb ik niets meer gekocht. Ik koop alleen dingen voor Rewear en gebruik dat. Het went vrij snel, dat de kleding niet voor jezelf is!
- Verder dan dit kijk ik nog niet. Elke keer een landje erbij, niet verder kijken.

15. Welke principes, gedachten of anderzijds kansen zou je nog mee willen geven?

- De eerste gang van projecten is essentieel voor vernieuwing. Als de eerste radicale vernieuwer daar is, dan past de rest zich aan.
 - o dus of bedenk zelf als bouwer een briljant concept of houd de rest goed in de gaten.
- Als ik de bouwwereld was, zou ik mensen in dienst van Appel en Google een tijdje laten meewerken. Zij zijn zo inspirerend. Laat hen meedenken. Zij weten alles van technologie en het is voor hen gebruikelijk het direct te testen. Zo werk ik met iemand die werkt op de afdeling speciale projecten van Apple.
- Denk grootst maar ook in testen. Steeds verbeteren en dan tot je concept komen.
- Een andere gedachte: Woningen worden steeds meer technologie. Je huis wordt een computer. Bv.
 - o Slimme woningen, sensoren
 - o Apps die je suggesties geven: 'als je dit huis leuk vond..., misschien moet je dit huis ook eens proberen.'

Mario van Vliet

Inleiding/ algemeen

1. Welke ervaring heb je op het gebied van deeleconomie?

- Persoonlijk: Nog nooit bij airbnb geslapen, wel bij Snappcar en Peerby aangemeld
 - a. Vraag: Betalen mensen eigenlijk voor Peerby?
- Zakelijk: met ondernemen in 2020 kijken we naar wat de toekomst brengt. We zitten op een breukpunt in de geschiedenis. Wat we nu deeleconomie noemen dat is straks integraal onderdeel van de maatschappij waar we nu wonen. Daarin hebben we ons verdiept.

Deeleconomie (algemeen) + Trends en ontwikkelingen

2. Wat houdt volgens jou deeleconomie in en welke aspecten maken deeleconomie zo interessant ten opzichte van de reguliere economie?

- Achtergrond: We zijn in heel rap tempo afscheid aan het nemen van ongeveer alles waar hyper/massa voor staat.
 - a. Massacommunicatie is niet meer van nu, maar persoonlijk via twitter en facebook, etc.
 - b. Massaverkoop bestaat niet meer. Consumptiegoederen worden nu custom made gemaakt ipv aan de lopende band
 - c. Supermarkten krijgen het steeds moeilijker. Mensen gaan in crisistijd minder uit eten, maar nu de crisis over gaat, alweer meer uit eten. Terwijl de omzet van supermarkten ten opzichte van het oude niveau is gedaald; supermarkten beginnen zich nu zorgen te maken. Overall in de stad komen leukere initiatieven/ alternatieven voor de supermarkt
- Techniek; de bv. huifkar delen deden we vroeger al, alleen werd dat weggevaagd op een gegeven moment doordat we in hele grote hoeveelheden gingen produceren.

- d. De techniek van vandaag kan beter de vraag en het aanbod op elkaar aanpassen. Internettechnologie staat nog in de kinderschoenen, maar het heeft zoveel in zich aan rekenkracht en mobiele verbindingen.
- e. De toekomst van de supermarkt lijkt voor een supermarkt zelf heel logisch, maar misschien gaat het straks wel zo,
 - i. bv.: aan de hand van het meten van jouw riool, wordt gemeten dat de rioolreiniger/ allesreiniger op is. Een (nieuwe) organisatie zorgt ervoor dat de allesreiniger in de kofferbak bij mij komt te staan. in de toekomst wordt tijd (en de schaarste daaraan) namelijk nog veel belangrijker.
 - ii. Uiteindelijk gaan heel veel dingen om tijd. Tijd is kostbaar, dus zorg dat ik zoveel mogelijk kwali-tijd over houdt (ipv dat het op gaat aan boodschappen doen).
 - iii. Straks ga je dus niet meer voor de allesreiniger naar de supermarkt, maar nog wel voor verse producten. Supermarkten worden afhaalbalies met magazijnen. Alleen de dingen waar je waarde aan hecht, die ga je zelf kopen.
 - iv. Nu verdienen supermarkten geld door massa, maar de consument wil geen massa meer. We nemen afscheid van alles waar het woordje massa voor staat.
- Kortom: de reguliere economie houdt op, tijd voor iets nieuws. Op andere manieren met producten omgaan. Delen komt nu terug.

3. Op basis van welke trends en ontwikkelingen is deze (mogelijke) transitie van deeleconomie volgens jou tot stand gekomen?

- Allerbelangrijkste drijver: komst van het internet
 - o Stel nu dat alles straks veel slimmer is... Internet gaat namelijk niet alleen meer om mailen, niet om verkopen, maar straks gaat het over verspreiden van kennis. Kennis is altijd beschikbaar met een enorm snelle digitale verbinding. Chips die enorm klein en sterk zijn. Internet rekent alles voor, bv. in de supermarkt: de aanbiedingen. En: prijzen en kwaliteit worden volledig transparant. Bv. via google glass (of iets heel anders) kan ik zien dat het bij de buurman goedkoper is.
 - o Binnensteden bestaan in de toekomst uit (inloop)etalages en horeca.
 - o Kennis wordt zo transparant, dat is wat je met deeleconomie nodig heeft: Wie heeft wat waar te delen, wie is wie, wie is te vertrouwen?
- Deeleconomie heeft lokaal meer succes dan wanneer het internationaal is.
- Globalisering; als ik facebook aan zet zie ik wat iemand uit Brazilië heeft gepost. Maar als je thuis bent heb je meer behoefte aan lokaal. Je wilt de afstand terugkrijgen door het leven weer meer persoonlijk te maken, door bv een boor van je buurman te lenen.
- Twee trends die tegenover elkaar staan, gaan hand in hand:
 - o Door de globalisering gaan we lokaler.
 - o Steden worden ook steeds lokaler.
- Lokaal kun je ook vervangen door authenticiek.
 - o Vb uit de tuinbouw: alles ging over gemakvoeding, maar nu ook: als je zo lekker gekookt hebt voor vrienden (lees: moeite hebt gedaan), betekent dat iets; luxe koken is minstens zo een grote trend.
 - o Ook hier gaat het weer om tijd. Tijd op een andere manier indelen:
 - Met gemakvoeding koop je tijd voor jezelf zodat je eerder DWDD kunt kijken.
 - Met luxe koken kan je tegen je vrienden zeggen: ik geef jou mijn tijd; ik ben al om 3 uur in de keuken gaan staan. (ik heb mijn best voor jou gedaan)
 - o Voedingstrends; authentieke patatten ipv frietzak. Zelfgemaakt!
- Tijd is ook in deeleconomie een belangrijk ding. Eerder had het me zeeën van tijd gekost als ik een boor had geleend her en der, als ik overal aan moest bellen. Nu kijk ik even op Peerby en leen ik er één.

4. Welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op (lees: kunnen bijdragen aan) de deeleconomie?

- Moeilijke vraag...
- Milieu?
- Geld?
- Crisis?
 - o Aanrader is het boek van Wim de ridder; De ontdekking van de toekomst. Hij schreef een boek op basis van het verleden: wanneer vinden crisissen plaats? Welke relatie heeft het tot de rest van de geschiedenis? Ergens begon de industriële revolutie. Gaat o.a. over de ontwikkeling van de techniek.

5. Wat zijn je verwachtingen voor de toekomst? (zet de deeleconomietrend zich voort?, wordt het groter?, welke ontwikkelingen in de lijn van deeleconomie zie je voor de toekomst (in algemene zin, technologisch, etc.)?)

- Internet/technologie (toekomst):
 - o websites/www verdwijnen helemaal; beeldscherm en toetsenbord gaan weg
 - o maar wel: locatiegebonden internet. Bv. recept op je gasfornuis ipv op je aanrecht je laptop. Chips sensoren en computers overal in.
 - o Apps zijn wel een beetje de opvolger van websites, maar zijn het eigenlijk ook niet.
 - o We krijgen beslissingsondersteunende systemen. Ik zeg tegen mijn spiegel: ik zou wel een dagje naar Amsterdam willen. Mijn spiegel kent mij en hij regelt het. Hij weet waar ik van houd. Ga ik graag naar musea, naar wat voor soort wijk, etc.
 - o Computers regelen dingen onderling. Je hoeft minder te zoeken. Computer helpt je.
 - o Consequenties voor deeleconomieplatformen:
 - o Deeleconomieplatformen verdwijnen niet.
 - o We gaan de geschiedenis resetten: The world reset button. Alle goede dingen houden we van de 19^e en 20^e eeuw, alle slechte doen we weg/ vervangen we.
 - De 20^e eeuw was een historische vergissing. Internet houden we wel over. En dat zorgt ervoor dat we kunnen doen wat we voorheen deden maar dan op een makkelijkere manier. We hebben nu de keuze: koop ik een boormachine of huur ik. Maar dit is onderdeel van hetzelfde systeem. Je hoeft niet meer te zoeken, maar het systeem laat zien waar je goed aan doet.
 - o We gaan naar steeds meer lokale economie
 - o We gaan meer van elkaar lenen
- Of het nu over wonen, klussen of eten gaat: systemen weten het veel beter dan wij
 - o "Mijn schuurdeur weet dat ik nooit in de schuur kom om iets te repareren en hij waarschuwt: moet je die boor echt wel gaan kopen?"
 - o Je kunt xxx lenen in Berschenhoek, of daar kun je hem kopen voor dat bedrag
- We gaan naar een wereld van overvloed
 - o Chips verdubbelen en worden sneller en halveren in prijs
 - o Zonnecollectoren worden nagenoeg gratis, dus ook energie, dus ook van water zoet water maken, en van de Sahara een hele grote groententuin maken, kost dan niet veel. Dat zou betekenen dat we in de komende eeuw geen voedseltekorten meer hebben, dus minder oorlog. De wereld wordt er stukken mooier op. En dat alles door de uitvinding van computers en internet.
 - o Vroeger dacht ik: we eten de wereld op. Nu denk ik dat mijn kinderen zo een mooie toekomst tegemoet gaan!
- Ja, deeleconomie wordt groter.
 - o Omdat het de wereld een stuk vatbaarder maakt dan wanneer je een boormachine bij de gamma koopt.

- Sociale deeleconomie is sterk; je houdt de wereld lokaal ipv naar de Gamma te gaan en een in China geproduceerde boormachine te kopen. Je haalt de wereld dichterbij, het is leuk dat het goedkoper is, maar bij Airbnb is het nog leuker dat je tips krijgt en de mensen daar spreekt. Het menselijke deel wordt steeds belangrijker: het is toch veel leuker om een auto te krijgen die iemand net zelf heeft gepoetst.

Doelgroep deeleconomie

6. Hoe zou je de doelgroep omschrijven (welke specifieke kenmerken) van jouw deeleconomie-concept/ de deeleconomie-concepten die je kent of waar je bij betrokken bent?

- a. Leeftijd
 - b. Opleiding
 - c. Bestedingsruimte
 - d. Type mens
 - e. Overig
- Trends, komen 9 van de 10 keer uit de culturele sector, dus ik denk dat de deeleconomie nu ook daar begonnen zal zijn. Bv.: Kunstenaars delen al jaren galleries en hebben nu een ander systeem bedacht? Hoger opgeleid publiek haken vaker in op de trends die kunstenaars bedenken, omdat zij dichterbij de kunstenaars staan. Kunstenaars zijn namelijk ook vaker hoogopgeleid en hoogopgeleiden geven over het algemeen meer om kunst.
 - Maar in de toekomst is iedereen gebruiker. De gebruiker van internet kun je ook niet meer definiëren.
 - Authentieke patatten ipv friet uit zak? In de culturele scene was dat al jaren.
 - Overigens komt er geheid een keer een tegenbeweging. Dat zie je in alle trends: "Ik heb lekker een boor gekocht en ik gebruik hem niet. Kortstondige trend; ik ga lekker wat kopen wat ik niet gebruik."

7. Welke motivatie heeft zij over het algemeen?

- Nieuwe vorm van status: Ik heb een avontuurlijke manier van leven; je hebt nog eens wat te vertellen.
- Financieel gedeelte – sociale – waarde; de sociale waarde is lager bij een goedkoop hotel ipv een net zo dure kamer via Airbnb; dus geld komt in relatie te staan tot iets anders. Iemand heeft z'n best voor je gedaan. Dat is veel meer waard dan die saaie 1000 in een dozijn kamer.

8. Welke voorwaarden stelt zij aan het gebruik van deeleconomie?

- Tijd: het moet gemakkelijk zijn in de zin van tijd, bv via een eenvoudig platform.
- Erkenning; het moet echt zijn.
 - De motivatie van de afzender moet kloppen.
 - Bv. bij peerby; het is niet financieel, maar puur gericht op gemak. Hun motivatie moet aansluiten op mijn motivatie. Het moet geloofwaardig zijn. Aanbieders worden steeds vaker afgerekend op het verhaal.
- Vertrouwen ook ja..
- Duurzaamheid? Ik vraag het me af, bijna nooit de eerste voorwaarde, maar een mooie bijkomstigheid. Trouwens, bv. Marktplaats is ook echt niet zo duurzaam, als je uitrekent met hoeveel km rijden de aankopen gepaard gaan.

Voorbeelden deeleconomie niet-wonen branches

9. Zijn er andere verdienmodellen in jouw boek voorgekomen die interessant zouden kunnen zijn voor deeleconomie?

- Consumenten worden steeds machtiger. Consumenten worden (edsy) producenten, omdat productiemiddelen democratischer worden en kennis beschikbaar is. Zie www.etsy.com.
- Vb. Amplino – 3 Nederlandse biopunks: zelfde tijd, zelfde middelen, geen deeleconomie. Zij denken na oer: Welk probleem kan ik nu eens oplossen? Bv van malaria, waaraan wereldwijd veel mensen overlijden. Fabrikanten en bedrijven maken medicijnen, die hopen dat malaria blijft bestaan. Biopunks verzinnen nu het malariatestapparaatje, het ding meet binnen een kwartier of je malaria hebt of niet. 200 dollar/ euro kost het. Zijn het nu aan het crowdfunden en goede doelen haken aan. Dat zijn dus 3 jongens aan de keukentafel met de soldeerbout die nu de concurrent zijn van het grote Siemens. Want: de kennis is niet meer bij Siemens, maar overal, via internet.
 - o Hele grote bedrijven komen onverwachte concurrenten tegen.
 - o Klein is het nieuwe groot.
 - o Consumenten gaan steeds meer nieuwe oplossingen verzinnen.
 - o Zelf ontwikkelde boor kun je delen via internet. Trots! (financieel niet eens belangrijk, maar vooral trots: toch gaaf als jouw boor op internet rond gaat)
- Mogelijke gevolgen van de deeleconomie:
 - o Fiat verkoopt minder auto's. minder personeelsleden nodig. Maar misschien maakt Fiat net zo veel winst, door een andere inrichting van het model. Door bv. auto's te verhuren/ met elkaar te delen.

Voorbeelden woonconcepten met basis delen, lenen, tijdelijk gebruik

10. Ken je – naast AirBnB en huizenruil.com – voorbeelden van woonconcepten met als basis delen, lenen, tijdelijk gebruik?

Nee.

11. Welke aspecten vanuit jouw (deeleconomie)concept zouden waardevol kunnen zijn voor het thema wonen (en deeleconomie)?

- Elkaars belangen delen
 - o Verschillende doelgroepen mengen; verpleegsters en senioren kunnen elkaar helpen; heel andere vorm van delen. Niet dezelfde woonkamer, maar wel elkaars belangen delen.
 - o Bv. Fietsenmaker op bg krijgt korting, omdat flatbewoners er wat aan hebben.
 - o Wasserette in combinatie met een leuke plek om te zijn. Klanten geef je korting als zij voor jouw wassen. Het gaat niet alleen om geld en milieu, maar veel meer om tijd. Het bespaart jou tijd. Ons idee: Flamingo muziek erbij, boekwinkel erbij, een beleving tijdens het wassen.
- Een geraamte maken voor een appartementencomplex die erg flexibel is. Een modulair bouwsysteem; la eruit: hier komt een senior te wonen, hier komt een starter in het appartement wonen. Een la is een ingerichte woning.
- Woonzorggemeenschapjes
- Slim combineren van functies:
 - o zorgcentrum met restaurant/ grand café, wordt alleen gebruikt voor bewoners. Kijken hele dag naar buiten. Als dat zorgcentrum multifunctioneel er standaard in zit. Elke zaterdag borrel voor ondernemers. 1 cd bon voor iemand in het dorp die komt optreden. 2 tientjes. Flyers aangeklede borrel met muziek. Bewoners hebben iets waar ze de hele dag naar hunkeren. Op zoek naar win-win-win; Bewoners, inkomsten, beleving van bewoners eromheen.

12. (Als je denkt aan het thema wonen en deeleconomie/ vervolg op vraag 11)

Waar verwacht je valkuilen en waar verwacht je mogelijkheden?

- Wonen delen hoeft niet persé het delen van mijn huis te zijn, maar je kunt ook
 - o delen van voorzieningen.
 - o delen van belangen

- delen van tijd
- delen van voorzieningen
- Participatiesamenleving kan van invloed zijn. Hier in de 3B-gemeente hebben we 5000 euro schuld per hoofd van de bevolking; degene die het meest van groen houdt, krijgt het meeste groen op voorwaarde dat ze ook het groen bijhoudt. Zo gaan we in de toekomst misschien wel werken.

Randvoorwaarden en uitgangspunten nieuwe woonvorm op basis van delen

13. Welke specifieke randvoorwaarden en uitgangspunten moeten worden gesteld aan een nieuwe te ontwikkelen woonvorm op basis van het deeleconomie-principe wil het succesvol kunnen zijn?

(Succesvol = Voldoende kritische massa van gebruikers om het woonconcept te kunnen laten renderen.)

- Milieu: veel dingen verzinnen op het gebied van energie.
 - Energierekening delen; bv. op voorwaarde dat wasmachine niet altijd tegelijk aanstaat
 - Auto opladen als iemand anders stopt met televisie kijken
 - Bv. Koelkast die de temperatuur meet. Koelkasten gaan in de omgeving shoppen als de temperatuur weer laag moet worden, op zoek naar goedkoopste aanbieder van energie.
 - Want als we met zn allen de energierekening delen? Dan wil je wel een slimme koelkast.

Ter afsluiting

14. Welke principes, gedachten of anderzijds kansen zou je nog mee willen geven?

- Bureau ZUS Rotterdam/ kunstenaarscollectief: opereren op het snijvlak van delen, wijken, steden (luchtsingel, crowdfunding); samen delen. Maken tijdgeest.
- Ondernemers zitten bovenop de tijdgeest en kunnen innovatie heel slim inzetten.
 - Maar: de Why is vaak nog de toekomst
 - Het automatische groeimodel stopt. Je moet kijken hoe ziet in mijn domein de toekomst eruit over 10 jaar? En daarna terug redeneren.
- Voorbeeld; Michiel Mol, van Space expediton/ ruimtereizen zei: De vorige eeuw stond in jet teken van de luchtvaart. Precies 100 jaar geleden startte KLM. Dus aan het eind van deze eeuw zijn wij de KLM van de ruimtevaart. Dat is heel anders dan; ik ga ruimteisjes verkopen.
 - Eerst ver vooruit kijken dan pas weer terug en concreet maken.
- Semler style; uitzending checken! op <http://tegenlicht.vpro.nl/afleveringen/2012-2013/Semler.html>. Het boek van Ricardo Semler is Semco Stijl <http://www.managementboek.nl/boek/9789022558256/semco-stijl-ricardo-semmler>.
- Chemie, verdiensten van de toekomst. Circulaire economie: ik maak iets ik verkoop het, ik krijg het weer terug.
- Van Benthemplein/ waterplein: mooi voorbeeld van hoe water als kans benut wordt in plaats van als probleem gezien. <http://www.rotterdam.nl/benthemplein>
- Kim Tjoa van FLOOW2 vind ik een interessante ondernemer; hij biedt ook het delen voor groepen aan (kleinschaliger); bv. alleen voor Bleiswijkse winkeliers, samen bakfietsen delen (oid). kim.tjoa@floow2.com
- The Ocean Clean Up; simple mooi voorbeeld door 19-jarige. Hoe maak ik hier m'n business van? UN heeft het opgepakt. Financiering nu vanuit daar.

Inleiding/ algemeen

1. Welke ervaring heb je op het gebied van deeleconomie?

We ontwikkelen sinds 5 jaar concepten binnen de nieuwe economie en komen tot de ontdekking dat er nieuwe wetmatigheden zijn. Momenteel zitten we in een radicaal transformatieproces.

We hebben concepten ontwikkeld in diverse richtingen: o.a. gebouwen, witgoedsector, textielsector, productensector/films. Dit zijn niet persé deeleconomieconcepten, wel concepten in de nieuwe economie.

De deeleconomie is in mijn ogen een van de mogelijke middelen in een nieuwe economie, maar niet de doelstelling.

Persoonlijk maak ik gebruik van Car-2-Go, was het interieur van ons vorige kantoor geheel op basis van 'turn-too'. Alle materialen, meubels, etc. die gebruikt werden konden een tweede bestemming krijgen. We hebben met diverse producenten samengewerkt om dit voor elkaar te krijgen. Om in gebruik te denken in plaats van aanschaffen en weggooien. Producenten voor de vloerbedekking, wandafwerking, meubels, maar bijvoorbeeld ook met Philips voor het licht. Wij wilden licht, geen lampen. We betaalden Philips dan ook voor het gebruik.

Deeleconomie (algemeen) + Trends en ontwikkelingen

2. Wat houdt volgens jou deeleconomie in en welke aspecten maken deeleconomie zo interessant ten opzichte van de reguliere economie?

Deeleconomie is het middel om het doel: nooit meer iets verloren laten gaan aan grondstoffen. Het activeren van grondstofwaarde.

Voor de gebruiker is deeleconomie interessant, omdat zijn daarin niet meer verantwoordelijk wordt gehouden, voor iets waar hij niet verantwoordelijk voor kan of wil zijn. Hij kan niet verantwoordelijk gehouden worden voor de tweede levensduur van gebruikte materialen in zijn producten, dat moet de producent regelen.

Verbruiker wordt dan ook gebruiker.

De producent komt in een hele andere verantwoordelijkheidcontext te staan. Hij wordt verantwoordelijk voor de consequenties van zijn eigen handelen. In plaats van niet meer om te kijken naar de rommel die hij achter laat als zijn product verbruikt is.

We moeten producenten helpen anders te leren denken. Ieder gebouw krijgt een grondstofpaspoort. Men kan het huis maximaal afschrijven naar de minimale grondstofwaarde. De belastingdienst moet hier ook in mee: op een andere manier waarde toekennen, straffen en belonen. Wie afval produceert, moet betalen.

Wat kenmerkend is voor de deeleconomie: Bepaalde begrippen bestaan straks niet meer:

- Slopen wordt demonteren
- Afval bestaat niet meer = grondstof zonder identiteit
- Afval krijgt een paspoort; een grondstofpaspoort voor alle producten.

3. Op basis van welke trends en ontwikkelingen is deze (mogelijke) transitie van deeleconomie volgens jou tot stand gekomen?

Een tegenbeweging is er al sinds de jaren '70, maar dan bedoel ik echt de geitenwollensokken-tegenbeweging. Maar in deze tijd des te meer.

Mensen gaan veranderen als mensen van bewustzijn veranderen óf als er een ramp gebeurt. Mentale transformatie is behoorlijk oncomfortabel en vraagt veel tijd. De crisis heeft ons met diverse consequenties duidelijk gemaakt dat wij in een gesloten systeem leven. Met een gesloten systeem bedoel ik: dat je altijd geconfronteerd wordt met de consequenties van je handelen. We worden ons langzaam bewust van dat alles wat fysiek is eindig is. Dus moeten we onze houding gaan veranderen, omdat we alles opmaken als we zo door gaan.

Wetmatigheden van de deeleconomie zijn een deelantwoord op hoe we in de toekomst kunnen produceren en hoe we het consumeren moeten organiseren.

Het is niet nodig om te consuminderen, maar we moeten anders gaan consumeren.

Naast de financiële crisis, zien we ook andere verschuivingen.

Zoals de Oost-westtrend. Het oosten laat zich kapitaliseren naar voorbeeld van het westen; met producten en politieke systemen. Aan de andere kant zie je een tegenbeweging van het Westen, die zich meer inlaat met het spirituele aspect en de immateriële luxe, zoals men dat in het Oosten gewend is.

Die immateriële luxe die we vanuit het Oosten importeren: daar gaat het steeds meer om, dat wordt steeds belangrijker.

We zijn geen menselijke wezens op een spirituele reis, maar spirituele wezens op een menselijke reis. Ons bewustzijn neemt toe.

We realiseren ons dat alles anders wordt. We staan aan de vooravond van een zijsrevolutie. We zijn ouder geworden maar niet rijper, we leven nog steeds op reflexen van de twintigste eeuw. Terwijl we nog maar 7 jaar de tijd hebben tot 2020. Dan raken de materialen op. Alles wat we tot 2020 niet doen inspelend op die wetenschap, heeft gigantische consequenties. Generaties zullen er over doen om dat goed te maken.

Laten we ons niet meer druk maken om de klimaatcrisis en de CO2-uitstoot, dat is niet meer relevant na 2020. De eindigheid van grondstoffen, dat is een veel belangrijker vraagstuk, waarop actie ondernomen moet worden.

4. Welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op (lees: kunnen bijdragen aan) de deeleconomie?

Een belangrijke trend:

Het gevoel van niet gebonden zijn, niet verantwoordelijk zijn, geen eigendom nodig hebben. Het gaat veel meer over houding niet meer over bezit. Bewustwording! Wie we zijn in plaats van wat we hebben.

5. Wat zijn je verwachtingen voor de toekomst? (zet de deeleconomietrend zich voort?, wordt het groter?, welke ontwikkelingen in de lijn van deeleconomie zie je voor de toekomst (in algemene zin, technologisch, etc.)?)

De crisis is niet incidenteel; oude reflexen zijn niet meer van toepassing. Veel gaat er veranderen, omdat dit de nieuwe standaard is.

- Innovatiecycli worden lager, innovatiesprongen worden groter.
- Het hele financiële model gaat veranderen; we gaan op een andere manier naar afschrijvingen kijken. We kunnen ons niet veroorloven in een gesloten systeem waarde te gaan vernietigen.
- Decentralisatie neemt toe.
- We gaan van massaproductie naar productie door de massa. 3D-printen etc stellen ons in staat om dingen op lokaal niveau te doen wat nu nog niet mogelijk is.
- Energie wordt goedkoop.
- De aarde moet niet meer belast worden.
- Materialen krijgen hogere belasting.
- Het financiële stelsel is er straks op gesteld: wie waarde vernietigt die moet betalen, wie waarde maakt wordt beloond. Met andere woorden: wie afval genereert dat niet hergebruikt kan worden, moet betalen.
- We gaan van BTW (belasting toegevoegde waarde) naar BOW: Bijdrage Onttrekkings Waarde. Andersom straffen/belonen.

Doelgroep deeleconomie

6. Hoe zou je de doelgroep omschrijven (welke specifieke kenmerken) van jouw deeleconomie-concept/ de deeleconomie-concepten die je kent of waar je bij betrokken bent?

Straks is er geen doelgroep meer. De mensheid is de doelgroep.

Nu: Reflexen worden het beste opgepakt door nieuwe generaties; in de leeftijd van 18 tot 25 jaar. Zij willen geen gedoe met auto's repareren, uren wachten bij de garage, etc.: zij willen alleen gebruik.

7. Welke motivatie heeft zij over het algemeen?

Geen gedoe, maar gebruik.

Innovatie is sneller dan afschrijvingsmogelijkheid. Straks grotere accu, dan wil ik die ook hebben. Dus liever geen eigendom.

8. Welke voorwaarden stelt zij aan het gebruik van deeleconomie?

De vernieuwing kun je in drie lagen onderverdelen:

- Er komt een mentale transformatie op gang, een nieuw bewustzijn
- We gaan andere producten maken
- we gaan andere businessmodellen maken/ toepassen: Krimp is allergrootste groeiemarkt; daar moeten businessmodellen voor gemaakt worden.

We leven in een gesloten systeem.

Er zijn twee dingen die meer worden, die onbeperkt op voorraad zijn:

- We hebben oneindig veel energie (atoomreactor is megagroot)
- We hebben straks oneindig veel data; dit is de enige grondstof die groeit
 - o → Bigdata. Heel veel gegevens beschikbaar. We weten wie je bent, wat je doet, leest of graag eet of drinkt. Daarmee is veel mogelijk. Producenten kunnen hierop inspelen, verzekeraars kunnen je hiervoor bestraffen of belonen (bv. koop je iedere dag een fles wijn bij AH en je hebt op je 40^e wat aan je lever, dan geen vergoeding: eigen verantwoordelijkheid). En dat is ook goed: laten we de consequenties nemen voor ons handelen.
 - o Privacy is en wordt een item. De privacy cultuur gaat veranderen.

Onze rol gaat veranderen: Van gastheer naar te gast zijn op deze aarde. Laten we er zo ook mee omgaan.

Voorbeelden deeleconomie niet-wonen branches

9. <bij eigenaar deeleconomieconcept> Hoe worden de volgende thema's op basis van dit deeleconomieconcept ingevuld? Wat betekent deeleconomie voor of hoe wordt deeleconomie toegepast binnen dit concept (indien van toepassing) per thema:

a. Naam deeleconomie concept:

b. Thema

Diverse concepten op het gebied van wonen, werken, verblijven, vakantie, etc..

c. Principe/ achterliggende gedachte

Alle concepten gaan over hergebruik, een tweede (en derde, vierde, vijfde..) leven.

d. Businessmodel

Nieuwe businessmodellen; ieder product wordt een dienst.

Er zijn meer, andere mogelijkheden om geld te verdienen; er komt een hele andere cashflow. Je krijg regelmatige betalingen (abonnementen) i.p.v. 'one shot' en op zoek naar volgende 'shot' waarin je dat weer kunt investeren.

Over 10 jaar kun je geen producten meer verkopen, alles moet een dienst worden.

e. Duurzaamheid

Duurzaamheid is 'slecht': duurzaam doen is het allergrootste probleem.

Want duurzaamheid is het optimaliseren van een fout systeem. Dus: laten we ophouden met het CO2-gedoe, etc.

Duurzaamheid is mentaal comfort die niet waar is. Want waarom zou je een slecht product verduurzamen? Bedenk het opnieuw: We moeten transformeren naar een nieuw systeem i.p.v. optimaliseren van het oude.

Dit is geen evolutionair proces maar een disruptieve radicale wijziging.

Dit haalt de hele maatschappij onderuit.

f. Technologisch

De technologie speelt een grote rol in dit alles.

- Met name de data, die in hoeveelheid constant toeneemt.
- Innovatiesprongen worden groter, maar innovatiecycli worden langer. Producenten wachten langer met een nieuw product op de markt brengen. Vb. Apple: Laten we nog even wachten voordat we met de nieuwe iPhone komen, want anders is het product van nu niet meer te verhuren en we krijgen meer iPhone's terug. De innovatiesprong wordt groter want in dat half jaar kan Apple het nieuwe product verder doorontwikkelen. Dus: minder, maar grotere vernieuwingen.

g. Gevolgen en effecten voor de maatschappij in algemene zin tot een individuele winkel of automerk?

De gevolgen en effecten voor de maatschappij zijn fundamenteel: alles wordt anders.

De retail krijgt het ontzettend voor zijn kiezen. Bepaalde beroepsgroepen bestaan niet meer. Zoals je nu deels al ziet: De Free record shops zijn dicht, omdat het distributiesysteem van muziek fundamenteel is veranderd: we hebben nu gratis muziek, dus waarom zou je nog een cd kopen.

Het merkdenken gaat veranderen. Je ziet dat bij bv. auto's. Koplopers die een nieuwe auto willen, verbinden zich prestatieverbonden, niet meer merkgebonden: dan maar een Prius (ook al is het geen tof merk), vanwege de prestatie. Je kiest puur voor de Tesla, omdat je een elektrische auto wilt en er geen andere keuzes zijn.

Keuzen worden dus steeds minder merkgebonden en steeds meer prestatiegebonden.

Voorbeelden woonconcepten met basis delen, lenen, tijdelijk gebruik

10. Ken je – naast AirBnB en huizenruil.com – voorbeelden van woonconcepten met als basis delen, lenen, tijdelijk gebruik?

Ja, diverse. Maar eigenlijk is het heel simpel: Iedere woningcorporatie verhuurt, verkoopt niet. En deelt dus het eigendom.

11. Welke aspecten vanuit jouw (deeleconomie)concept zouden waardevol kunnen zijn voor het thema wonen (en deeleconomie)?

- Iedere product wordt een service, een dienst.
- Iedere grondstof krijgt een grondstofpaspoort.
- Het toepassen van een ander belastingstelsel; alleen nog afschrijven naar minimale grondstofwaarde (niet over bv. de huidige levensduur van een gebouw of product).
- Alleen iets toepassen als er niet alleen een eerste, maar ook een tweede klant gedefinieerd is; dan weet je dat het niet verloren gaat. Dan pas is het cradle-to-cradle, want je kunt een product wel herbruikbaar maken, maar als niemand het wil hebben... Het product is niet circulair, maar de handeling; het moet een volgende bestemming kennen.
- Producent is verantwoordelijk voor het gebruik van grondstoffen. Vb. Tesla: Alle batterijen die nu in de Tesla's zitten, zijn nu al verkocht aan een energiebedrijf; die nemen de batterijen over als ze voor Tesla niet meer bruikbaar zijn; dit bedrijf gaat hiermee dan lokale energieopslag organiseren.

12. (Als je denkt aan het thema wonen en deeleconomie/ vervolg op vraag 11)

Waar verwacht je valkuilen en waar verwacht je mogelijkheden?

(mogelijkheden, gedachten, ideeën, concepten: kunnen ook vanuit andere invalshoeken komen dan eigen concept)

Valkuilen

- Mensen komen in financiële problemen. Bij het huidige systeem met 'koop', koop je voor een bepaalde periode. Als je dingen in gebruik hebt en er maandelijks voor moet betalen; kunnen al die kleine bedragen die je per maand moet betalen, gigantische maandelijkse lasten worden als je ze optelt. Daarvoor zullen we mensen in de beginfase moeten behoeden.

Mogelijkheden

- Er is ruimte voor een nieuwe sector die alles gaat faciliteren op het gebied van wonen en leven; totaalpakketten of losse abonnementen voor de wasmachine, auto, vloerbedekking, etc. Facilitaire diensten die dienstcontracten bundelen.
- Kansen: Dit nieuwe systeem leidt tot een totaal andere samenleving, waarbij alles veel meer op maat te organiseren is. Als antwoord op nu: Steeds meer mensen verblijven in een ruimtelijke context die niet meer bij hen past. Oudere mensen (waarbij de kinderen bv. het huis uit zijn) wonen in een huis wat veel te groot is met veel te hoge lasten, omdat het momenteel niet te verkopen is. Jongere mensen hebben het probleem precies andersom. Gevolgen...o.a. financieel, maar ook psychisch.
- De deeleconomie stelt je in staat om veel flexibeler en veel dichter langs de as van behoeften je levensomstandigheden te organiseren. Daardoor raken mensen minder in financiële problemen, zijn er minder problemen met mobiliteit, maar ook bijvoorbeeld minder psychische problemen omdat je veel directer je behoeften kunt bedienen.

Randvoorwaarden en uitgangspunten nieuwe woonvorm op basis van delen

13. Welke specifieke randvoorwaarden en uitgangspunten moeten worden gesteld aan een nieuw te ontwikkelen woonvorm op basis van het deeleconomie-principe wil het succesvol kunnen zijn?

(Succesvol = Voldoende kritische massa van gebruikers om het woonconcept te kunnen laten renderen.)

- Er moet een ander belastingstelsel komen, met een ander afschrijvingssysteem. Daar wordt je beloond door dingen niet meer te vernietigen zijn.
- Het bundelen van servicecontracten.
- We hoeven niet minder grondstoffen te gebruiken, maar moeten grondstoffen slimmer gebruiken.

Ter afsluiting

14. Welke dromen heb je voor de toekomst met je eigen concept?

- Mijn dromen: Alle producten zijn in 2020 een dienst geworden.

15. Welke principes, gedachten of anderzijds kansen zou je nog mee willen geven?

- Het beroep 'projectontwikkelaar' sterft uit. Die past immers niet meer in die nieuwe context.
- Iedereen die iets doet, moet rentmeester worden voor wat die gedaan heeft: verantwoordelijkheid dragen voor het eigen handelen.
- Woningontwikkelaars/bouwers/architecten: We moeten de volledige verantwoordelijkheid nemen voor alles wat nodig was om tot die woning te komen. We kunnen een woning verkopen, maar met de desbetreffende plichten aan de volgende verkoper. We mogen niet meer afschuiven, maar moeten alles eraan doen om waarde te borgen, anders is het waardeloos.

Martijn Arets

Inleiding/ algemeen

1. Achtergrond Martijn Arets

Over mijn achtergrond:

Ik heb gesproken met 20 leiders van Europese merken. Vervolgens ben ik zelf via crowdfunding mijn boek gaan financieren. Ik ondervond dat crowdfunding een mooi middel is, maar dat het anders zou moeten na de hype. Ik ben gaan onderzoeken hoe het een goed werkend businessmodel zou kunnen worden en heb in het onderzoek een aantal vragen centraal gesteld:

- Wat is nu echt nieuw?
- Wat moet er gebeuren om er op lange termijn een duurzaam model van te maken? Zodat het een model is dat blijft werken voor alle stakeholders in een goede balans.

- Hoe kunnen we de drempel verlagen tot toetreding? Een belangrijke voorwaarde om crowdfunding te laten slagen is dat je een kritische massa nodig hebt. (deze voorwaarde geldt ook voor deeleconomie)
- Hoe kunnen we bepaalde zekerheden beïden? Een belangrijke voorwaarde is voldoende vertrouwen wekken en de toegang makkelijker maken via bv apps. (deze voorwaarde geldt ook voor deeleconomie)
- Hoe kan crowdfunding in de nieuwe economie de bestaande economie versterken? Generaties moeten vooral van elkaar leren. Ik vind het belangrijk om de bestaande (oude) economie en de nieuwe economie daarom met elkaar te verbinden. Wat voor kansen liggen daarin?

Deeleconomie gaat dezelfde hypecirkel in als crowdfunding, dus ik vond dat ook daaraan wat moest gebeuren. Daarom heb ik nu in mijn nieuwe onderzoek – de crowd expedition van de komende 2 jaar – het hele domein opgepakt. In dit onderzoek gaan we op zoek naar toegevoegde waarde en het potentieel van de collaborative economy. Daarin lichten we diverse aspecten uit, zoals mobiliteit en financiële dienstverlening. Een journalist creëert vervolgens een overkoepelende visie. Via ons online platform brengen we een discussie op gang, waaruit we weer dingen kunnen pikken die interessant zijn voor het onderzoek. We publiceren ook artikelen. Zo is er deze week in Nrc Next een artikel verschenen over ‘Deeleconomie = steeconomie’, over de noodzaak voor vertrouwen en het business model. We worden gefinancierd door crowdfunding, subsidies en partners. We werken momenteel met 3 FTE (freelancers), 15 partners en 40 experts.

2. Welke ervaring heb je op het gebied van deeleconomie?

Als gebruiker doe ik zoveel mogelijk om er op professioneel vlak van te kunnen weten. Ik maak gebruik van o.a. Blablacar, Airbnb, Peerby, Uber pop en Marktplaats

Met Crowd Expedition doe ik 2-jarig onderzoek naar de toegevoegde waarde en het potentieel van de collaborative economy. De ‘Collaborative Economy’ (nieuwe economie) is breder dan alleen de deeleconomie. Het is een paraplueterm voor begrippen als crowdfunding, crowdsourcing, deeleconomie (collaborative consumption) en co-creatie.

Deze diverse onderdelen lijken qua karakter veel op elkaar. Je wilt iets van elkaar; je wilt gebruik maken van iets dat een ander heeft: geld, een boor, een goed idee of wat dan ook. Online platforms helpen deze wensen en aanbiedingen te stroomlijnen, zorgen ervoor dat de juiste massa bereikt wordt en dat mensen zich er comfortabel bij voelen. Want vertrouwen dat is nodig. Als gebruiker wil je er een goed gevoel bij hebben dat je geld terugkomt en waargemaakt wordt wat er wordt beloofd.

Het individu wordt bij alle vormen als het ware empowered zichzelf te organiseren, vaak buiten de traditionele kanalen om. Dit wordt aangewakkerd door de economische shift waarin we zitten en wordt veelal gefaciliteerd door online platformen.

Deeleconomie (algemeen) + Trends en ontwikkelingen

3. Wat houdt volgens jou deeleconomie in en welke aspecten maken deeleconomie zo interessant ten opzichte van de reguliere economie?

Wat het interessant maakt is dat je (online) heel snel inzichtelijk hebt wat je van elkaar kunt gebruiken. Vroeger was dit niet inzichtelijk.

Afgelopen jaren zijn we erg aan gemakzucht (en iets meteen tot de beschikking hebben) gewend geraakt, dat heeft ons ‘redelijk verpest’. De deeleconomie maakt inzichtelijk wat waar beschikbaar is, waardoor je ongelimiteerd toegang hebt tot werkelijk alles: Verhuisbusjes, cabrio’s, kleine stadsauto’s, etc.

Daarnaast maakt het sociale aspect eraan de deeleconomie erg interessant. Zelf maak ik gebruik van Peerby en ik heb al interessante mensen ontmoet, leuke gesprekken gehad.

Wat het voor gebruikers interessant maakt, is voor mij een mix van de waarden: Deels geld, deels sociaal, deels duurzaam.

Over duurzaamheid gesproken: slechts 1,5 procent van de bevolking heeft hierin interesse, van hen kan dit de beweegreden zijn om deel te nemen.

Over geld is er nogal eens wat ophef van idealisten over dat er geld wordt verdiend met de deeleconomie. Maar ik vraag me af: wat is er mis met Airbnbers die geld verdienen?

Namelijk, als je met het uitvoeren van je idealen niet een continue stroom van inkomsten kunt genereren, kun je op lange termijn niet meer je idealen uitvoeren en ben je niet duurzaam bezig, want het gaat op de lange termijn niet duurzaam werken.

De deeleconomie is onderdeel van een radicaal innovatie proces. Waarschijnlijk lach je over 10 jaar om de taxichauffeurs en is Uber heel normaal..

4. Op basis van welke trends en ontwikkelingen is deze (mogelijke) transitie van deeleconomie volgens jou tot stand gekomen?

- Internet of things

Zonder internet had het er nooit kunnen zijn.

(Internet of Things is een trend die laat zien dat langzaam maar zeker alle apparaten en objecten met het internet verbonden zullen zijn.)

- Momentum

- We leven steeds meer volgens het principe 'omdat het kan'. Die mindset speelt een belangrijke rol.

Ook de crisis is een onderdeel van dat momentum. Noodzaak maakt creatief.

Het kan ook voortkomen uit een collectieve woede of frustratie. Om dingen die niet goed geregeld zijn, voor de klant (geen goede service, gedoe met banken, etc.). de meeste innovatie komt namelijk voort uit frustratie. Maar, let wel, de frustratie moet alleen de inspiratie zijn om iets te veranderen. Niet alleen ergens tegen aan schoppen, dat is de verkeerde instelling, maar echt goed veranderen. Deze innovatieve processen zijn dus ook een reactie, waarbij de klant nu juist macht en keuze krijgt.

5. Welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op (lees: kunnen bijdragen aan) de deeleconomie?

Een belangrijke trend is het gevoel van niet gebonden zijn, niet verantwoordelijk zijn, geen eigendom nodig hebben. Het gaat veel meer over de houding en niet meer over het bezit. Het is een stukje bewustwording: Wie we zijn in plaats van wat we hebben.

Mensen zien ook steeds meer de voordelen van flexibiliteit door bijvoorbeeld het gebruik van Netflix ipv cd's. Dat geldt straks niet alleen meer voor muziek, maar ook voor andere zaken. Op het gebied van mobiliteit zullen onder andere de deelauto een rol gaan spelen, maar het zal breder opgepakt gaan worden. Mobiliteit: hoe kom ik van A naar B. Dat kan onder andere per deelauto zijn.

Een andere trend is veel beter inspelen op de behoefte van de klant.

Ik zie ook een negatieve invloed. Deeleconomieplatforms initiëren deeleconomie, maar delen zelf niet. Ze vormen niet samen een front om bijvoorbeeld een bepaald beleid te veranderen en vinden allen apart van elkaar het wiel opnieuw uit. Ik wil samen met een advocaat contracten gaan maken die voor alle initiatiefnemers van deeleconomieplatforms bruikbaar zijn en die met hen delen via ons platform. Denk aan bv. gebruiksovereenkomsten.

6. Wat zijn je verwachtingen voor de toekomst? (zet de deeleconomietrend zich voort?, wordt het groter?, welke ontwikkelingen in de lijn van deeleconomie zie je voor de toekomst (in algemene zin, technologisch, etc.)?

Mijn toekomstbeeld:

Ja, deeleconomie zet zich voort en ja, het wordt groter. Het wordt veel meer onderdeel van ons dagelijks leven in plaats van een aparte afzetting. Bestaande organisaties gaan deeleconomie integreren in hun bestaande dienstverlening. Daar zie ik nu al de eerste tekenen van. Banken gaan hun asset sharing platform maken.

Normaal gesproken lease je daar bv. 1 miljoen om een graafmachine te kunnen aanschaffen. Waarom halen we die schakel er niet tussenuit en koopt de bank de graafmachine en verhuurt deze via hun eigen platform of bv. Floow 2? Dat is kapitaal op een andere manier benutten.

Hoe ik de toekomst zie van Airbnb? Positief, deze nieuwe economie is een toevoeging op de bestaande economie. In de oude en nieuwe economie zullen wel dezelfde spelregels moeten gaan gelden. Nu is dat nog niet zo. Airbnb'ers zullen ook belasting moeten betalen over hun inkomsten.

De spelregels zullen gaan veranderen, want het speelveld verandert ook. Er zijn taxi's, maar ook Uber. ?

Zowel de oude als de nieuwe economie zal meer in dienst van de eindconsument komen te staan. Verder ben ik nieuwsgierig naar het privacy beleid, want straks hebben al die platforms veel gegevens van je. En ook naar hoe het handig kan gaan werken. Dat je niet overal apart je gegevens moet achterlaten, maar dat er 1 verzameldatabase of iets dergelijks is.

Doelgroep deeleconomie

7. Hoe zou je de doelgroep omschrijven (welke specifieke kenmerken) van jouw deeleconomie-concept/ de deeleconomie-concepten die je kent of waar je bij betrokken bent?

Hoe ik de doelgroep zou omschrijven, ligt eraan of je het over nu of straks hebt. En over jarenlang bestaande initiatieven zoals marktplaats of de nieuwe deeleconomie.

Bij de nieuwe deeleconomie is de doelgroep nog redelijk in een hokje te plaatsen. Zie hieronder.

Voor de toekomst zal de deeleconomie uit de hype gehaald zijn en wordt het veel meer geïntegreerd in de bestaande wereld en maakt iedereen er dus gebruik van.

Uiteindelijk is het een must om te delen, want nieuwe producten worden alsmaar duurder. Bv. Googleauto's die nu ontwikkeld worden zijn te duur om zelf te hebben. Ze zijn ook nog eens lastig te onderhouden en hebben megaveel elektronica. De kans dat je het kan betalen is klein. En via de deeleconomie komt er vanzelf een voorrijden (ook dat wordt technisch mogelijk).

Als we breder kijken wordt er eigenlijk altijd al gedeeld. Diverse bedrijven zijn corporaties, alleen maken we daar niet echt gebruik van (Rabobank, Deltalloyd).

Overigens is in Bunnik het meest actieve autodeelcollectief van Nederland en dat bestaat al 20 jaar lang.

Ik vraag me af wie de eerste wordt met bijvoorbeeld een nieuwe woonwijk of een nieuw winkelcentrum, waarbij alles gedeeld wordt. Wie durft de eerste stap te zetten, wie brengt dat in het ontwerp?

a. Leeftijd

25-45 jaar

Maar ook een oudere doelgroep. Voor bijvoorbeeld thuisafgehaald.nl. Het verschilt namelijk per concept.

b. Opleiding

Hogeropgeleid

c. Bestedingsruimte

De bestedingsruimte is moeilijk te benomen.

Aan de ene kant is een van de motivatiefactoren geld; het is goedkoper om te delen/ lenen. Aan de andere kant is het momenteel een welgestelde doelgroep. Zij heeft er meer ruimte voor en staat er meer open voor.

d. Type mens

- Hip
- Stedeling (praktisch gezien is dat ook het meest logisch; dan zijn er veel auto's in de buurt, in een boerengehucht (nog) niet).
- Mensen die openstaan voor leuk spontane ontmoeten dat type

e. Overig

Straks: als de voordelen maar groot genoeg is, zal er veel gebruik van gemaakt gaan worden.

Airbnb en Uber breken het ijs voor andere platformen. Zij dragen bij aan werkbaar landschap

8. Welke motivatie heeft zij over het algemeen?

- Financieel
- Duurzaam
- Sociaal

Zie ook het onderzoek van Pieter van der Glind van Share NL.

9. Welke voorwaarden stelt zij aan het gebruik van deeleconomie?

- Gemakkelijk
- Snel
- voldoende aanbod en zekerheid (zodat je bestaande los kan laten) → schaalgrootte
- Vertrouwen, verzekering
- Kwaliteit, keuze in kwaliteit: bv. Uber Lux of Uber Pop = hoeveel belang hecht je aan een mooie auto; prijs kwaliteit.

Voorbeelden deeleconomie niet-wonen branches

10. <bij eigenaar deeleconomieconcept> Hoe worden de volgende thema's op basis van dit deeleconomieconcept ingevuld? Wat betekent deeleconomie voor of hoe wordt deeleconomie toegepast binnen dit concept (indien van toepassing) per thema:

a. Naam deeleconomie concept: n.v.t.

b. Thema n.v.t.

c. Principe/ achterliggende gedachte n.v.t.

d. Businessmodel

Er wordt nog te weinig geld verdiend. Er zijn weinig of misschien zelfs geen platformen met winst. Het is lastig om sluitend model te krijgen.

Mogelijke businessmodellen zijn:

- Percentages vragen over de dienst (airbnb doet dat slim: van zowel de vraag- als de aanbodzijde een percentage vragen; dat is een tweeledig systeem)
- Upselling: Extra dingen erbij aanbieden die mensen kunnen kopen; bv. bij Peerby kun je voor 1 euro erbij ook verzekerd worden

Je kunt het zien als businessmodel op zich, maar je kunt het ook breder bekijken.

ANWB gaat bv. ook een deelplatform aanbieden aan leden, zo ook Camperclub Nederland. De toegevoegde waarde van een camperdeelplatform is groot. Het is sociaal leuk en er wordt extra geld verdiend. Het is namelijk financieel aantrekkelijk om een camper te hebben als je hem kan delen, dus komen er wellicht ook meer leden die contributie betalen aan de camperclub. En dat is het niet alleen, dat er meer uit contributie te halen is, maar het is ook een onderdeel van je marketing en salespropositie. Het zegt veel meer iets over het DNA en de strategie van je organisatie. Je moet het dus integreren in je bedrijfsmodel. Dan draagt het niet alleen bij als platform, maar ook aan de hele organisatie

Bij crowdfunding geldt het ook dat geen van de platforms nog winst draait. Alleen geldvoorelkaar.nl doet dat wel. Die ziet meer volume op het platform te creëren. Zij maken circa 3 miljoen euro per maand aan nieuwe investeringen. Terwijl andere dat soms pas in hun hele levensduur gemaakt hebben.

e. Duurzaamheid

/

f. Technologisch

/

g. Gevolgen en effecten voor de maatschappij in algemene zin tot een individuele winkel of automerk?

- De maatschappij kan een stuk socialer worden en ook efficiënter.
- Meer auto delen levert veel op: minder parkeerplaatsen nodig, minder file, het leven wordt leuker!

Voorbeelden woonconcepten met basis delen, lenen, tijdelijk gebruik

11. Ken je – naast AirBnB en huizenruil.com – voorbeelden van woonconcepten met als basis delen, lenen, tijdelijk gebruik?

Ja, homeexchange.com.

12. Welke aspecten vanuit jouw (deeleconomie)concept zouden waardevol kunnen zijn voor het thema wonen (en deeleconomie)?

- Ik denk dat het wonen niet beperkt moet worden tot het denken in een huis, maar dat veel meer gekeken moet worden naar de hele lifestyle en leefomgeving: een totaalconcept neerzetten waar het huis toevallig een onderdeel van is. Het gaat om leven en wonen niet om de baksteen. Je moet dus veel breder kijken dan alleen het huis dat je verkoopt. Zo kun je een verschil maken.
- Als je vooraf met de logistiek van het leven rekening houdt door deeleconomie; kun je het in woningmarkt integreren.

Overigens is in Leidsche Rijn een woonhofje dat al jarenlang auto's met elkaar deelt. Zij hebben diverse auto's met elkaar.

13. (Als je denkt aan het thema wonen en deeleconomie/ vervolg op vraag 11)

Waar verwacht je valkuilen en waar verwacht je mogelijkheden?

(mogelijkheden, gedachten, ideeën, concepten: kunnen ook vanuit andere invalshoeken komen dan eigen concept)

Mogelijkheden:

- Deelconcepten combineren in leefomgeving. Denk aan assetsharing. Bv. je deelt met je woonbuurt 1 wasmachine, 1 printer en mobiliteit.

Valkuilen:

- Traditioneel denken. Hoe gemakkelijk (of traag) komt de gedragsverandering van mensen op gang?
- Mensen moeten het echt snappen. Dat kunnen we helpen door goede voorbeelden te creëren.
- We moeten een visie hebben en dingen durven doen waar we niet direct het antwoord op hebben. De vraag is: durven we dat?

Randvoorwaarden en uitgangspunten nieuwe woonvorm op basis van delen

14. Welke specifieke randvoorwaarden en uitgangspunten moeten worden gesteld aan een nieuw te ontwikkelen woonvorm op basis van het deeleconomie-principe wil het succesvol kunnen zijn?

(Succesvol = Voldoende kritische massa van gebruikers om het woonconcept te kunnen laten renderen.)

Flexibiliteit is een heel belangrijke randvoorwaarde. Flexibiliteit in alles; het soort huis, het soort omgeving, de inrichting, (maak een tweede deur zodat je op een makkelijke manier je huis kan verhuren).

Ter afsluiting

15. Welke dromen heb je voor de toekomst met je eigen concept?

Ik heb eigenlijk nog geen idee, ik wil er juist heel open in gaan. Het is een expeditie van 2 jaar waar heel veel uit kan komen. Het leuke is dat er nog niet vast staat wat er uit gaat komen. Op lange termijn wil ik continuïteit. Ik zou graag de vrijheid behouden en daarmee een inkomstenstroom creëren en continueren.

16. Welke principes, gedachten of anderzijds kansen zou je nog mee willen geven?

Zie de deeleconomie niet als een losstaand iets maar zorg ervoor dat het onderdeel gaat uitmaken van een groter geheel. Van de hele nieuwe economie, maar ook van de bestaande economie. Businessmodellen moeten onderdeel worden van bestaande bedrijfsmodellen en bestaande zaken.
Geef het de tijd.

Rob van Kalmthout

Inleiding/ algemeen

1. Welke ervaring heb je op het gebied van deeleconomie?

- Geen persoonlijke ervaring met deeleconomie.
- Wel zakelijk met het initiatief Wat deel jij.nl

Deeleconomie (algemeen) + Trends en ontwikkelingen

2. Wat houdt volgens jou deeleconomie in en welke aspecten maken deeleconomie zo interessant ten opzichte van de reguliere economie?

Waar het om gaat is dat in de deeleconomie waarde niet via geld loopt of in geld wordt uitgedrukt. Mensen gaan naar een ander waardemodel (ander verdienmodel) op zoek. Waarde moet je breder zien dan puur het monetaire; het verbindt daarmee ook het sociale. Het gaat om de collectieve aspecten, de zachte kant.

3. Op basis van welke trends en ontwikkelingen is deze (mogelijke) transitie van deeleconomie volgens jou tot stand gekomen?

- Versnelling door de crisis waardoor mensen zelfs gedwongen om dit soort dingen te gaan zoeken.
- De houding van een nieuwe generatie mensen is anders dan de consumptiehouding van waar wij mee groot zijn gegroeid. De nieuwe groep vindt dat passé. Zij zijn op zoek naar een nieuwe manier van samenleven. Een nieuwe vorm van tolerantie is er bij dat soort mensen met name ten aanzien van bezit. Tolerantie zit hem vaak in geloof of politiek, maar in dit geval gaat het om tolerantie ten aanzien van eigendom. Het is niet erg om eigendom te hebben, maar het is veel makkelijker om te delen. Je auto is verzekerd en prima, maar voor de rest is het maar blik.
- Als laatste is voor hen status speelt voor hen op een heel ander niveau.

4. Welke trends en ontwikkelingen zijn van invloed op (lees: kunnen bijdragen aan) de deeleconomie?

Wij spelen op toekomstige trends in, doordat ik denk dat mensen een soort integrale woon- en mobiliteitslasten zouden willen hebben. Je gaat zien dat men daar niet zoveel geld meer aan kwijt wil zijn, je wilt deze kosten overzichtelijk hebben. En als je morgen wat anders wil, dan kies je weer voor wat anders. Dat is de integrale afweging. Wat wij hebben om de behoefte wonen in te vullen, dat willen zij gewoon overzichtelijk hebben. Het is meer de drang vanuit de mensen zelf.

Ik denk dat het erg gestimuleerd gaat worden door de overheid. Dat kan een drijver zijn. Het wordt gestimuleerd omdat het op de langere termijn een slimme oplossing is. Er zal wel eerst verzet vanuit bestaande systemen komen; lobbypraktijken. De hotelwereld komt geweldig in opstand. Er zijn woningbouwverenigingen die het wel of juist niet doen en goed vinden. De overheid moet het slim en handig managen. Links of rechts verbieden maar oogluikend toelaten.

Daarmee heeft zij een troef in handen, namelijk de gevolgen van deeleconomie voor de maatschappij. Het stimuleren van duurzaamheid en ondernemerschap. Daar moeten we het straks van hebben. Een vorm van hoe mensen op particulier niveau zelf ondernemen.

Wat je ziet in de huidige deeleconomie, is dat er wel freaks/believers tussen zitten, maar 1 op de 5 is maar echt een hardcore deler.

Wat ik voor me zie aan ontwikkelingen voor Nederland voor de komende jaren: We krijgen een soort Japan-scenario met jarenlang een minimale groei. Dat voedt natuurlijk wel het anders denken. We hebben als geen ander meegemaakt hoe de cisis in positieve zin ons heeft veranderd. Een systeemverandering krijg je er niet door als er allen maar economische groei is. Dus dat is goed.

Ik vind de participatiemaatschappij zo'n ouderwets woord. Misschien is het nabuurschap het nieuwe woord voor participatiemaatschappij. Ook het oude 'mantelzorg' zou je door nieuwe hippere begrippen kunnen vervangen.

Deeleconomie heeft heel positieve gevolgen. Bv. voor de zorg. De overhead voor de thuiszorg gaat eruit met een platform in plaats van een duur bureau met kantoor ertussen.

Bij woningen zou je kunnen zeggen, wat wil je delen; niet alleen logeren, maar neem me slaapkamer maar om op te slaan. Ik gebruik hem toch niet.

Zeker bij persoonlijke zorg/ laaggeschoolde arbeid zie ik de deeleconomie als een kans. Daar is het zonde om de kosten te hebben omdat je een op een afspraak kan maken. Een platform als intermediair is dan voldoende (en zo kunnen de lage lonen toch weer ietsje omhoog).

Mijn vraag over de verandering in het bedrijfsleven. Hoeveel oude bedrijven kunnen blijven bestaan, komen er voldoende arbeidsplaatsen voor terug?

Antwoord: Is het een relevante vraag....? Mijn optiek is: Als het een behoefte invult, gaat het gewoon gebeuren. Dan houdt je het toch niet tegen.

Je hebt in het verleden ook deze bewegingen gezien die je niet tegen kunt houden.

Bv. bij de toename naar flexwerken → de vraag naar kantoren slinkt. We blijven zitten met enorme bakken specifiek ontworpen bakken (kantoren) waar we geen fuck mee kunnen...

Hoe is dat straks:

Geldt dat voor hotels straks ook?

En verzorgingshuizen?

5. Wat zijn je verwachtingen voor de toekomst? (zet de deeleconomietrend zich voort?, wordt het groter?, welke ontwikkelingen in de lijn van deeleconomie zie je voor de toekomst (in algemene zin, technologisch, etc.)?)

Of het echt groot/ mainstream wordt? Ik twijfel daaraan omdat het een hele andere houding nodig heeft van jou als mens. Als ik naar de generatie van mijn ouders kijk, die zijn zo opgevoegd met mijn en dijn en sparen om iets te hebben, die zie ik niet snel die switch maken. De veranderingsbereidheid wordt steeds kleiner naarmate je ouder wordt; daar zie ik het nog niet zo gebeuren. Terwijl aan de andere kant zie ik hem juist ook weer wel wel. A;s de nood hoog is in de zorg, kan het ook weer veel betekenen... en moeten ook de ouderen misschien wel.

Vanuit de jongerengroep zie ik het absoluut gebeuren.

In goed functionerende vinexwijken wordt delen al heel veel gedaan. Omdat al die ouders werken en omdat tijd het belangrijkste is wat je hebt. Om die tijd te managen: dan vangt die alle kinderen op en dan die, je hebt een mannetje voor de tuin en daarvoor etc. dat is al een ongelooflijke 'regeleconomie'. Dat kun je niet allemaal aanschaffen, maar je moet het wel allemaal 'cheffen'. Eigenlijk kent deze groep delen dus al goed..

Ook het voorbeeld in België vind ik interessant, dat daarop aansluit.

In België heb je een kindercrèche thuis: maximaal 6 kinderen kun in je huis hebben. De ouder die ze daarnaartoe brengt, die mag de kosten in aftrek brengen op de inkomsten. Degene die ze onthaalt (het concept heet 'onthaalmoe­der') die hoeft er geen belasting over betalen. Ook dit is in deeltijd mogelijk; als naschoolse opvang, als voorschoolse opvang, etc. . Het hele systeem wat hier geïnstitutionaliseerd is, is veel duurzamer; mensen hebben zelf al het sociale netwerk, het is dicht in de buurt, dat is ook prettig. En een groot voordeel: Daar wordt niet zo op regels gestuurd. Er wordt niet gestuurd op hiegiene en op veiligheid. In België werkt het zo; waar het vies is, daar komt geen kind. Of je spreekt de onthaalmoe­der daarop aan. Dat maakt het veel eenvoudiger.

Doelgroep deeleconomie

6. Hoe zou je de doelgroep omschrijven (welke specifieke kenmerken) van jouw deeleconomie-concept/ de deeleconomie-concepten die je kent of waar je bij betrokken bent?

- a. Leeftijd
- b. Opleiding
- c. Bestedingsruimte
- d. Type mens
- e. Overig

Ik vraag me af of de allochtone doelgroep mee zal doen, omdat ik de indruk hebben dat zij veelal in hun eigen netwerk blijven. Doen allochtonen het ook over hun groep heen?

Leefstijlen (SmartAgent)

Als we het er zo over hebben, over de focusgroep, komt het erop neer dat het vooral rood georiënteerde mensen zijn; links en hoogopgeleid dat duidt toch erg op rood.

Rood en blauw zijn eigenlijk de meer individuele kanten; dat is wel interessant. Dat juist zij nu meedoen.

Nu rood, blauw zie je al wat meer komen. Geel en groen staan voor meer collectief. Voor mijn gevoel doen zij nog niet meer. Mijn (Laura) verwachting is dat zij hierna ook mee gaan doen. Zij zijn vaak wat later en de waarden van de deeleconomie passen heel goed bij de waarden van hun kleur (collectieve waarden)

Nieuw collectivisme, het rode.

Of komen de gele en groene hierna?

7. Welke motivatie heeft zij over het algemeen?

- Op andere wijze je doelen willen bereiken (financieel voordeliger, of: Ik wil wel een keertje in een Porsche 911 rondrijden.. Je kunt dingen doen die je normaal niet zou doen.
- Nieuwe tolerantie.
- Geloof in de wereld beter maken.
- Bijna defaitistisch hoe het nu gaat.

8. Welke voorwaarden stelt zij aan het gebruik van deeleconomie?

- Gemakkelijker vertrouwen moeten hebben
 - Je moet niet teveel over risico nadenken; wat zou er allemaal mis kunnen gaan?
 - Een soort losheid; so what? Waarom niet? Dus...?! Boeit allemaal niet. Een andere manier van denken
- Ook we, wat kan helpen!:
- Professionele serviceproviders. Iss is met Snappcar in gesprek om een soort garantie te geven dat jouw auto geserviced wordt. Op een bepaald punt wordt jouw auto gecheckt en gewassen en gezogen. Dat stukje wat je ook bij autoverhuur hebt, het servicecomponentje. Allerlei partijen gaan iets vinden op de bezwaren die er nu zijn. Ik zie dit soort partijen nu ontstaan.
 - Koppelen aan merken. Merken nemen vertrouwen mee. Autoverhuurbedrijf gaat dat doen of een Samstone; in die merken heb je vertrouwen en dan heb je het gevoel dat dat zeker goed komt. Als Leaseplan het voor je gaat doen, dan denk je: dat zit wel goed.
 - Wat zou dat zijn als ze het ERA Contour en Heijmans doen? Traditionele beheertaak; zijn er sterke merken in die dat appeal hebben, die dat zouden kunnen doen?

Voorbeelden deeleconomie niet-wonen branches

9. <bij eigenaar deeleconomieconcept> Hoe worden de volgende thema's op basis van dit deeleconomieconcept ingevuld? Wat betekent deeleconomie voor of hoe wordt deeleconomie toegepast binnen dit concept (indien van toepassing) per thema:

Naam deeleconomie concept: Watdeeljij.nl

a. Thema

Duurzame woonwijk

b. Principe/ achterliggende gedachte

De grap is; het initiatief zijn we niet begonnen vanuit, wat kunnen we met de deeleconomie doen? De vraag was heel anders: we maken al een paar jaar de energie 0 woning, we zijn met allerlei dingen bezig om naar de energieleverende/ klimaatneutrale stad te gaan. Hoe zetten we de volgende stap naar de energieneutrale stad? Heijmans heeft de ruimte gegeven om op een paar manieren daarover na te denken..

We willen een totaal elektrische straat maken. Dat idee was geboren bij TNO en ECN. Zij vonden dat als kennisinstituten interessant. Zij gingen vervolgens op zoek naar wonen en mobiliteit; daar heb je niet heel veel providers in. Athlon sloot zich aan. Heel wonderlijk kwam daar de gemeente Helmond bij, omdat zij zich als de automotive stad van Nederland is (vanuit denkkraft van DAF dat in Helmond zat, zij hebben ook proefstroken met 130 km stroken en handloos rijden, etc).

Woningen bouwen is een essentieel onderdeel van de nieuwe wijk; elektrapalen, peakshaving: pieken tussen energie opwekken en verbruiken zijn vaak extreem in hoogte. Als iedereen van het gezin thuis komt; de wasmachine aan, 3 computers aan, tv aan, koken,... Wat je probeert te doen is de pieken in verbruik en in opwekking eruit halen en op te slaan.

Smart grids hoe je dingen slim met elkaar verbindt.

Beiden dingen heeft Heijmans in huis en van daaruit zijn wij erbij gevraagd

We zijn bijvoorbeeld ook een van de grootste installateurs van elektrische palen en hebben de EPC-0-woningen als een van de eerste uitgevonden.

Toen zei ik, we kunnen dit initiatief vanuit een technology push gaan doen/ gaan aanpakken, maar daar gaan we de oorlog niet mee winnen. We moeten kijken welke onderliggende drijvers deze technologische wens deze drijvers kunnen faciliteren! Vervolgens hebben we sessies georganiseerd waarbij we uiteindelijk tot dit concept kunnen komen. We kwamen vanuit technologie, uit bij maatschappelijk doelen die ertoe zouden kunnen doen, bedrijfsdoelen bij de vraag bij welke consumentenbehoefte zou het nu aansluiten? Iedereen vond: Ja, dat klopt wel, dat dat heel belangrijk is! Laten we daar beginnen...

Belangrijk om tot bredere acceptatie te komen, uit technologiehoek blijven!

We vroegen ons heel erg af; Wie melden zich nou aan voor de klantpanels? De brainporters, cool en hip óf wereldverbeteraars (die types die zeggen 'ja we zijn allemaal samen op deze wereld! En ik wil een community hebben...')?

Alle twee zijn ze naar onze drie sessies gekomen. Mensen kwamen terecht naar aanleiding van de aandacht die we vroegen via social media, website, traditionele media, zoals interviews in de krant met wethouder, plaatselijke blaadjes, een expertsessie, etc.

Via de website hebben we geprobeerd met de foto's te triggeren: we willen naar een omgeving toe waar je dingen met elkaar deelt. Waar dat begint en opbouwt gaan we samen bepalen. De auto en de straat is iets om te delen. Of een gedeelte van je woning; slaapkamer, werkkamer, tuinspullenhok, zwembad, kinderspeelkamer? Spullen daarin, ook iets om te delen zijn? Tot aan services; het voorlezen in een boek. Met als doel voor ons: hoe natuurlijk valt energie, hoe natuurlijk valt vervoer, hoe natuurlijk valt het huis onder die wensen? Dat blijkt toch wel een privaat ding te zijn. Je mag overal aankomen, maar mijn huis, dat gaat wel ver... die ene slaapkamer waar 2 x per jaar jouw ouders slapen, is dat niet handiger om te delen? Rationeel klopt dat wel, maar

emotioneel klopt dat niet. Daarbuiten (fysiek steeds verder van je af); de tuin? Men wil over het algemeen wel een klein stukje privé, maar vindt het leuk om dingen te delen! De auto? De leaseauto kan niet goed gedeeld worden, maar de tweede auto naast de leaseauto: jazeker de deur uit, en samen doen met auto's! Of een elektrische scooter? Ja, ook dat willen mensen!

Over de kleine dingen, zoals het delen van een heggenschaar hadden veel mensen nog niet nagedacht, maar: waarom ook eigenlijk niet? Mensen hadden een open mind. Aanwezig: circa 30 man per avond.

We hebben 3 sessies gehouden:

- 1 wonen
- 2 mobiliteit
- 3 drie locaties; 25 man.

Ja, ik heb er wel geloof in dat zo'n nieuwe wijk zal slagen.

Een op de 3 zat trouwens in een sociale woning; zij waren soms nog meer open minded. Zo van: Hee, dan heb ik misschien vervoer om de hoek, wat ik nu niet heb. Das makkelijk... Ouderen waren over het algemeen toch ook erg open mind. Zij zijn ook opgevoed met Joop den Uyl; We doen het samen... misschien zie je dat gevoel vanuit de opvoeding nu terug..

c. Businessmodel

We kunnen woningen maken; onrendabele top vanwege voorzieningen, smartgrid, andere energieopwekkende systemen. Maar die krijgen we wel ergens gefinancierd.

Mobiliteit is lastig: wil je de kosten/ bezettingsgraad hebben, dan moet je een redelijke massa hebben. Die kun je bijna niet maken met 20 woningen.

We gaan dat in het Timmerhuis overigens wel doen; in samenwerking met BMW, we zetten een i3 neer! Voor alle bewoners!

Meer info bij over de ontwikkeling van de wijk in Helmond: Arjan Geelen of Arnaud van der Knaap; 010-2662836/ 06-55118563.

Maar, je kunt met dit initiatief, door een wijk zo op te tuigen, er geen geld mee verdienen. Een rijtjeswoning kost om het energetisch op 0 te krijgen, bij een woning van 2 ton toch al gauw 25000 onrendabel per woning.

Let wel: deze uitspraak hoort bij de wijk die wij onderzocht hebben met alle duurzame vereisen van dien.. Het is niet gezegd dat een aantal van de deelvormen zich niet terug zou kunnen verdienen.

(gedachte Laura: ja, al doordat er minder parkeerplaatsen komen; hier kunnen woningen gebouwd worden of een speeltuin wat de waarde van de wijk/ woningen vervolgens vergroot).

d. Duurzaamheid

e. Technologisch

TU: als je de technologische ontwikkelingen doortrekt, krijgt de woning in de toekomst grote gevolgen, volgens een professor aan de TU die ik gesproken heb. Zo wordt de woonkamer of de begane grond bijna publiek domein. We gaan allemaal over op Facetime straks. We voorzien dat je wand (is de tv van de toekomst) waarmee je constant iedereen binnen krijgt. Je zus belt in; ff meekijken in welke geweldige stad ik ben... maar je zus kijkt ook bij jou. En: ook de aanbieder van commerciële diensten komen zo bij je binnen, via datzelfde beeld.

De gevolgen: de voordeur die nu een fysieke grens vormt krijgt een andere rol. De grens publiek-privaat verschuift hiermee van de voordeur naar in huis. Er gaat om die reden straks veel meer aandacht naar de verdieping, de slaapkamer. Ook zie je dat nu al in badkamers: het wordt meer een verwenruimte, een relaxruimte, waar je met z'n tweeën nog bent, waar je private ding is. Beneden is openbare plek waar jij en je gezin communiceren met de buitenwereld. Voor vrienden en familie en voor nooddingen ben je altijd aanwezig. Voor je werk? Waar ligt de grens?

- f. Gevolgen en effecten voor de maatschappij in algemene zin tot een individuele winkel of automerk?

Voorbeelden woonconcepten met basis delen, lenen, tijdelijk gebruik

10. Ken je – naast AirBnB en huizenruil.com – voorbeelden van woonconcepten met als basis delen, lenen, tijdelijk gebruik?

Watdeeltij.nl, nee geen anderen.

Timmerhuis van Heijmans: het project van 'in de cloud' van architect OMA. Achter het stadhuis, aan de meent. Gedeelde mobiliteit in je eigen parkeergarage is aanwezig.

Verder, een proef met Peakshaving, om delen mogelijk te maken.

Het delen van energie; het uitvlakken van vraag en aanbod, niet afhankelijk te zijn van het netwerk (grootste probleem van ons netwerk is dat ons netwerk het niet aan gaat kunnen als we allemaal gaan terugleveren; dus we moeten systemen bedenken waar plaatselijke kleine netwerkes zijn die dat op gaan pakken.

Een ander voorbeeld van delen is heel oud. Jaren geleden ontwikkelde wij Chassépark in Breda. Mensen voorzagen ellende en onveiligheid met flats in het groen. Mensen hadden een punt over openbare ruimte. Toen hebben wij gezegd: Wij maken de woontorens mede-eigenaar van de openbare ruimte door een beheersconstructie te maken waarbij de gemeente het eigendom houdt en de helft + 1 van onderhoudsgelden doet; de andere helft (8 a 9 euro per maand), betalen bewoners. Nu wordt ieder jaar met elkaar gekozen voor: maaien we het gras, geven we een buurtfeest of laten we een kunstwerk maken voor in de buurt: bewoners bepalen samen! Het is eigenlijk 'Mentaal eigenaarschap..... van dat park.' Het gevoel van 'Wij betalen eraan!' Dat werkt heel goed. Het creëert sociale verbondenheid door het delen van de openbare ruimte.

In Vondelparc in Utrecht; daar werkt het hetzelfde. Hier hebben mensen zicht op groen; het gevoel van hier laat ik me kind wel buitenspelen, waardoor ze geen huis met tuin meer nodig hebben.

11. Welke aspecten vanuit jouw (deeleconomie)concept zouden waardevol kunnen zijn voor het thema wonen (en deeleconomie)?

Ruimte voor projectontwikkelaar in risicodragend dienstverlener in de zin dat; bv als we kijken naar cpo's is traditioneel erg vanuit een goedkope woning kunnen krijgen of vanuit handicap of wat dan ook. Ik denk dat je wel zoiets kunt organiseren voor dit soort behoefte.

Omdat ik denk; je leeft met heel veel systemen. De bouwkolom, de energiekolom, de mobiliteitskolom, vergunningen, het regelen. Ons vak is vooral systemen managen. Ik denk dat je daar een schakel tussen kunt spelen tussen zo'n groep en de systemen.

Stefan schuier The Placemaker; hij probeert bij mensen de behoefte te creëren of ze niet samen wat willen om vervolgens de behoefte te vervullen.

Je moet heel authentiek zijn. In de klassieke vastgoedhouding sta je eigenlijk al 2-0 achter.

We moeten taken van de overheid of taken van mensen verbinden met elkaar. Dat is eigenlijk ook waar de projectontwikkelaar vroeger voor stond. Projectontwikkelaar stond voor: initiatiefnemer in gebouwde omgeving. Die zorgde ervoor als mensen een wens hadden om te cheffen dat het zover kwam. Nu is het een middel geworden om gewoon productie te draaien.

12. (Als je denkt aan het thema wonen en deeleconomie/ vervolg op vraag 11)

Waar verwacht je valkuilen en waar verwacht je mogelijkheden?

(mogelijkheden, gedachten, ideeën, concepten: kunnen ook vanuit andere invalshoeken komen dan eigen concept)

In Amsterdam-Noord liggen bijvoorbeeld kansen: dit soort plekken zijn de broedkamers van woonkansen, zoals je ook in de Tegenlicht-uitzending gezien zal hebben!

Wij proberen momenteel Overhoeks van de grond krijgen! Iemand zij tegen mij: dit is nou echt een pracht Snappcar-locatie. Die mensen denken namelijk andersom; in locatiekeuze. De locatie staat op de absolute nummer 1 en als daar veel voor betaald moet worden, dan is dat zo. Maar vervolgens blijft er wel minder geld over voor andere dingen, zoals mobiliteit. Zij

zouden het ideaal vinden als zo'n voorziening aanwezig is, waardoor mijn mobiliteit gewaarborgd is. Ze gaan namelijk zo met het pondje vanuit Overhoeks naar het station aan de overkant en dat is perfect maar, zij moeten ook af en toe een autootje of een busje kunnen hebben...

(Dure woning, maar lasten wel betaalbaar houden.)

Dat is waar het begint.

Dichtheid is een enorme stimulans! Fysiek in een stad en op een platform.

Hoge prijzen helpen ook mee; eigendom van ruimte die een auto vreet zijn dan zo hoog (kosten parkeerplaats), dat legt een drempel erin, zodat het ding beter gehuurd of geleend kan worden. Wat opvalt; de drang bij de jeugd om naar Amsterdam te kunnen is zo hoog! Ook al is de huurprijs heel hoog, gaan ze 10 keer liever zitten in een klein hok aan de gracht in plaats van op Amsterdam Noord.. Daarmee blijft er dus wel weinig geld over voor een auto; maar, boeien...ik huur wel!

Randvoorwaarden en uitgangspunten nieuwe woonvorm op basis van delen

13. Welke specifieke randvoorwaarden en uitgangspunten moeten worden gesteld aan een nieuw te ontwikkelen woonvorm op basis van het deeleconomie-principe wil het succesvol kunnen zijn?

(Succesvol = Voldoende kritische massa van gebruikers om het woonconcept te kunnen laten renderen.)

Zie vraag hiervoor.

De grootste zit in de flexibilisering van de financiering van de woning.

De klassieke belegger met jaarcontract en geen service (nul), gaat het verliezen. Ik denk dat de kracht van Airbnb is het persoonlijke; het ding heeft een gezicht gekregen. Huismeesters die de wasmachines beneden heeft? Ik denk dat de klassieke vormen van huren niet zo blijven bestaan. Er moet iets meer inzitten.

Bv. Shortstay is wel iets meer servicegericht, maar het is reteduur en qua serviceniveau beter, maar nog steeds niet persoonlijk, maar ook geïnstitutionaliseerd.

Misschien dat je het nog wel eens treft in de ouderenzorg.

Ter afsluiting

14. Welke dromen heb je voor de toekomst met je eigen concept?

Ik hoop dat we een paar goede succesvolle voorbeelden krijgen. Het systeem is pas te overtuigen, te doorbereken door een crisis of een paar voorbeelden, waarvan iedereen denk van: Wow dit is een manier van hoe we sociale of ecologische duurzaamheid kunnen inzetten.

15. Welke principes, gedachten of anderzijds kansen zou je nog mee willen geven?

- Het is toch nog wel 'My home is my castle!'
- Het blijft toch wel heel moeilijk om iets in de woning te delen.
- En met elkaar investeren? Als een extra slaapkamer toch al snel 20000 euro kost? Dat zien mensen niet zitten. Dat geld steken ze liever ergens anders in.