

Inleiding - wat is de deeleconomie?

Het begon allemaal in de jaren zestig: het Amerikaanse leger vond het gevaarlijk dat alle belangrijke data op losse computers stonden; ze vormden een makkelijk doelwit voor de Russen. Het Advanced Research Project Agency verhielp dit probleem door een netwerk van computers aan te leggen. Niet lang daarna, in 1972, werd de eerste e-mail verzonden. Kort daarop begonnen universiteiten en onderzoekers gebruik te maken van internet. In de jaren tachtig verspreidde internet zich buiten de Verenigde Staten, al zou het nog tot halverwege de jaren negentig duren voordat het grote publiek bereikt werd. Mijlpalen in dit proces waren de lancering van het world wide web (www) in 1994 en de opkomst van mobiel internet en de bijbehorende tijd- en locatiegebaseerde technologie van het afgelopen decennium.

Sindsdien vormt internet een nieuwe 'laag' boven op de bestaande harde infrastructuur van wegen, kanalen en pleinen. Een webwinkel voor wijnen vormt in feite de onlinevariant van de Wijnstraat van vroeger. Een lift naar een andere stad vind je via een app in plaats van langs de kant van de weg. Na de dijken, kranten en waterwegen uit de zeventiende eeuw, de treinrails en stoommachines uit de achttiende eeuw, de elektriciteit uit de negentiende eeuw, en de radio en te-

levisie uit de twintigste eeuw is internet de bepalende infrastructuur van de eenentwintigste eeuw. Het stelt ons in staat om efficiënter gebruik te maken van alles wat de offline wereld te bieden heeft. Net als bij eerdere technologische ontwikkelingen als de boekdrukkunst en de stoommachine komen er talloze toepassingen uit voort.

De deeleconomie, die aan een onstuitbare opmars bezig is, is zo'n toepassing. En de deeleconomie zelf creëert op haar beurt ook weer allerlei mogelijkheden. Op voorhand is het moeilijk te voorspellen hoe internet en met name de deeleconomie zich zullen ontwikkelen, maar door de onderliggende structuren te achterhalen geeft dit boek een unieke inkijk in de ontwikkeling van de deeleconomie en haar mogelijkheden in de komende jaren. Wie weet word je zelfs geïnspireerd om zelf nieuwe toepassingen te bedenken. De nieuwe infrastructuur van internet biedt een ongekende kans om vraag en aanbod direct bij elkaar brengen. En nog lang niet alle kansen zijn benut. Dit boek kan niet precies voorzien waar slimme ondernemers nog mee zullen komen, maar belicht wel de voornaamste veranderingen waar we als samenleving mee te maken hebben. Twee belangrijke omwentelingen gaan over bezit en over vertrouwen.

“Voor het eerst in de geschiedenis van de mensheid beschikken we over technologie waarmee krachtige relaties opgebouwd kunnen worden tussen grote groepen mensen.”

Pierre Omidyar, oprichter van eBay

Van bezit naar gebruik

De rol van bezit verandert. Dit komt voornamelijk doordat de optie ‘toegang tot’ als alternatief voor bezit steeds aantrekkelijker wordt.

Een aansprekend voorbeeld is het autogebruik. Op dit moment is de gangbare gedachtegang dat je het best een auto kunt kopen als je er regelmatig een nodig hebt. Maar het alternatief – de deelauto die je alleen gebruikt op het moment dat je hem nodig hebt – wordt ook steeds populairder. Nu is het in de meeste gevallen nog altijd makkelijker om de eigen auto te pakken dan via een app of website op zoek te gaan naar een auto die door een particulier of een bedrijf wordt aangeboden. Over een paar jaar zullen er echter niet alleen veel meer particuliere deelauto's zijn, maar zullen ook de huidige autofabrikanten grote spelers in die markt zijn. Het aanbod zal dus groeien, en ook het gebruiksgemak zal toenemen, tot op het punt dat het niet meer uitmaakt of je zelf een auto bezit. Je kunt immers altijd de deur uit lopen, in een auto stappen en wegrijden. Dankzij de deeleconomie krijgen we meer toegang tot producten, maar zijn er minder producten nodig, omdat niet iedereen het product ook wil bezitten. Met alle duurzame voordelen van dien.

Iedere markt die in dit boek beschreven wordt, zal een *tipping point* passeren. Op het tipping point is 'toegang tot' net zo handig als bezit. Daarna slaat de markt om en zal de meerderheid van de consumenten kiezen voor gebruik in plaats van bezit.

“Individuele culturen hechten waarde aan dingen, collectieve culturen hechten waarde aan relaties.”

Shira Gabriel

Naar een nieuw vertrouwen

Vanaf de industriële revolutie hebben we geleerd te vertrouwen op organisaties en merken in plaats van op elkaar. Met de groeiende welvaart zijn we gewend geraakt meer uit te besteden aan organi-

saties en zijn we minder afhankelijk geworden van de mensen om ons heen, tot op het punt dat het merendeel van de stedelingen zijn eigen burens nauwelijks kent. Ons vertrouwen is verplaatst naar de producten en diensten die we dagelijks consumeren en de bedrijven die ze leveren; we rekenen erop dat het waterbedrijf ons schoon kraanwater levert en vertrouwen de producten uit de supermarkt. We gaan ervan uit dat de auto die we kopen of huren veilig is en verwachten dat we morgen nog steeds kunnen tanken bij de pomp. Ook op dit gebied is er echter een verandering gaande. We leven in een tijd waarin onderlinge relaties steeds belangrijker worden. Mensen zijn op zoek naar oprecht contact; vertrouwen in de medemens in plaats van in een merk maakt een comeback. Binnen de deeleconomie vertrouwen onbekenden elkaar op grote schaal hun eigen auto, huis, gereedschap, boot en zorg toe.

Aan de andere kant is het begrijpelijk dat mensen voordat ze een verbintenis met elkaar aangaan een bepaalde mate van zekerheid willen hebben. Zo willen ze op een onlinemarktplaats de garantie hebben dat een transactie veilig is. Dat geldt natuurlijk vooral als er sprake is van een betaling, maar mensen willen er ook bij een ruil met gesloten beurzen van op aan kunnen dat alle afspraken worden nagekomen. Het is voor onlinemarktplaatsen dus van belang om ervoor te zorgen dat ze betrouwbaarheid uitstralen. Steeds meer raken ze gespecialiseerd in het faciliteren van onlinevertrouwen. Verificatiesystemen, reviewsystemen, koppelingen met sociale media en verzekeringen: allemaal elementen die toegepast worden om mensen genoeg zekerheid te bieden om tot een transactie te komen. Ook slimme betaalsystemen, waarbij een tussenpartij het geld vasthoudt tot de transactie voltooid is, en de mogelijkheid om met elkaar te chatten bevorderen de veiligheid.

Iedere ondernemer of organisatie die op dit speelveld kansen wil pakken, zal goed moeten nadenken over het optimaal facilite-

ren van vertrouwen. Als we Rachel Botsman en Roo Rogers, de auteurs van *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, mogen geloven, is vertrouwen de nieuwe munteenheid en je online reputatie je nieuwe creditcard.

Wat is de deeleconomie?

De deeleconomie bestaat uit 'economische systemen van decentrale netwerken en marktplaatsen die de waarde van onderbenutte goederen en diensten ontsluiten door vraag en aanbod direct bij elkaar te brengen waardoor traditionele institutionele tussenpersonen overbodig raken'.¹ Denk bijvoorbeeld aan het onderling lenen en huren van goederen via een spullendeelplatform, zonder tussenkomst van een bouwmarkt; aan het huren van een accommodatie via een particulier accommodatiedeelplatform, zonder tussenkomst van een hotel; of aan het afnemen van een rit via een app, zonder tussenkomst van een taxicentrale. Het belangrijkste kenmerk van de deeleconomie is dat het gaat om producten en diensten aangeboden door particulieren, en niet door bedrijven of andere organisaties.

De deeleconomie bestaat ook offline. Mensen verhandelen onderling al eeuwenlang allerlei goederen en diensten. Tot op de dag van vandaag bestaan er allerlei ruil-, rommel- en tweedehandsmarkten, maar ook openbare boekenkasten en ruilhuisjes waar individuen vrijelijk boeken en spullen in kunnen zetten en uit kunnen halen. Ook lenen mensen regelmatig offline spullen uit aan burens, of ze stellen een logeerbed ter beschikking aan vrienden en familie. Het grote verschil tussen de traditionele deeleconomie en de deeleconomie zoals deze zich nu ontwikkelt, wordt gemaakt door de mogelijkheden van internet. De eeuwenoude

deeleconomie-voorbeelden beleven een schaa sprong dankzij de moderne technologie. Deze technologie verlaagt de transactiekosten voor het bij elkaar brengen van vraag en aanbod tussen individuen aanzienlijk en zorgt voor manieren om onbekenden te kunnen vertrouwen, waardoor deze persoon-tot-persoon-economie ook buiten de bestaande persoonlijke netwerken tot stand komt. Kortom, wat is er nieuw aan de deeleconomie? Nieuw is dat consumenten op steeds grotere schaal onderling producten en diensten verhandelen, gefaciliteerd door onlineplatforms.

Hoewel de deeleconomie vaak geroemd wordt om het sociale karakter ervan, is het ook gewoon business. Binnen de deeleconomie verschillen de verdienmodellen van de faciliterende platforms flink, variërend van bedrijven die een helder winstoogmerk – en soms aandeelhouders – hebben tot sociale ondernemingen die naast financiële winst ook maatschappelijke winst nastreven en organisaties die de winst van de onderneming delen met de eigen gebruikers en ‘de planeet’. Het sociale karakter dat wordt geassocieerd met de term ‘deeleconomie’ zegt dus niet per definitie iets over de manier waarop de ondernemingen georganiseerd zijn.

Tijdens gesprekken met maatschappelijke organisaties en overheden krijgen we bij shareNL vaak de vraag of organisaties uit de deeleconomie wel echt ‘delen’ faciliteren. De onderliggende gedachte bij de vraagsteller is dat er bij ‘delen’ eigenlijk geen sprake hoort te zijn van financiële transacties of winsten voor de platformorganisatie. Dergelijke vragen leiden tot boeiende gedachtewisselingen over de deeleconomie, waarbij de meningen – zoals in elk goed debat – verschillen. Feit is dat de deeleconomie nog in de kinderschoenen staat. Het is een economie in wording en daarom is het lastig (en ook niet wenselijk) om het begrip te vastomlijnd af te bakenen. Alle initiatieven zijn net even anders. Aan het ene platform ligt idealisme ten grondslag; het andere heeft een puur econo-

misch doel. Ook verschillen de goederen- en dienstenstromingen van elkaar, elk met een eigen aard en eigen implicaties voor wet- en regelgeving, verzekeringen en belastingen. Maar zowel voor goederen als diensten geldt dat er sprake kan zijn van een financiële transactie of van ruil.

Om een overzichtelijk beeld te krijgen van de deeleconomie en beter te begrijpen hoe deze zich verhoudt tot de reguliere economie, heeft shareNL een ‘ecosysteem van de deeleconomie’ ontwikkeld.

Het ecosysteem van de deeleconomie

Net als binnen de ‘reguliere economie’ kan de (online) deeleconomie geclassificeerd worden aan de hand van markten en handelsvormen. Op dit moment zijn er in tien markten deelplatforms actief: goederen, ruimte, kennis, energie, mobiliteit, logistiek, zorg, geld, eten en diensten. Binnen deze tien markten, weergegeven in het ecosysteem, spelen verschillende handelsvormen (kopen, huren, lenen, geven, ruilen, delen) een rol.

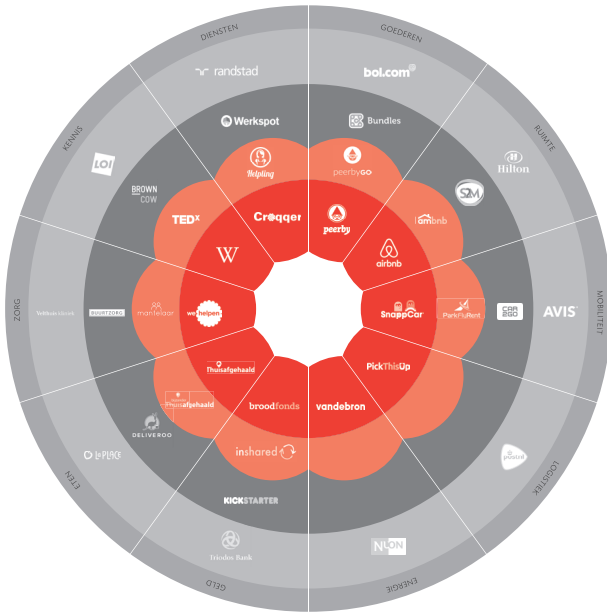
Binnen de deeleconomie onderscheiden we twee dominante organisatievormen. De bekendste is het peer-to-peerplatform, ofwel de persoon-tot-persoonmarktplaats. Hier worden bezoekers in staat gesteld om vraag en aanbod direct bij elkaar te laten komen. Denk aan een app of website waar mensen spullen kunnen kopen of lenen van anderen. Het schoolvoorbeeld van de online peer-to-peermarktplaatsen in Nederland is Marktplaats.nl, waar miljoenen Nederlanders spullen aan elkaar verkopen. Het bekendste leenplatform is Peerby. Een variant van het peer-to-peerplatform is het coöperatief. De coöperaties binnen de deeleconomie worden gekenmerkt door kleinschalige groepen mensen die gezamenlijk in een behoefte voorzien. Denk aan zzp’ers die een broodfonds op-

richten om zich tegen arbeidsongeschiktheid te verzekeren, of aan buurtgenoten die gezamenlijk investeren in zonnepanelen.

De tweede organisatievorm binnen de deeleconomie is de peer-to-business-to-peermarktplaats, oftewel een marktplaats waarbij een bedrijf als intermediair fungeert tussen twee personen. Dit is min of meer een afgeleide van de eerste vorm. Hier wordt net als op een peer-to-peermarktplaats privébezit verhandeld, maar de vrager en aanbieder ontmoeten elkaar niet direct. Denk bijvoorbeeld aan Iambnb dat als serviceprovider appartementen van particulieren verhuurt via Airbnb terwijl zij op vakantie zijn. Of aan ParkFlyRent, een bedrijf dat de auto's van particulieren die op reis gaan verhuurt aan inkomende reizigers op de luchthaven. De peer-to-business-to-peermarktplaats is in opkomst. Door het sociale contact op te offeren voor efficiëntie zal deze organisatievorm delen ook voor de op gemak gerichte doelgroepen aantrekkelijk maken. Mensen worden immers in staat gesteld om de eigen bezittingen te delen, zonder daar veel tijd aan kwijt te zijn.

Komt de deeleconomie ook voor in de business-to-business-wereld? Bedrijven kunnen de principes van de deeleconomie onderling goed toepassen om zo de eigen middelen efficiënter in te zetten, en te besparen op investeringen door gebruik te maken van de middelen van andere organisaties. Zo zijn er ziekenhuizen die onderling geavanceerde kostbare apparatuur delen. Inmiddels ontstaan er ook zogeheten online 'business-to-business'-marktplaatsen die dit soort transacties tussen bedrijven faciliteren. Voorbeelden van dergelijke marktplaatsen als Floop2 en Share2Use komen terug in hoofdstuk 4. Toch hebben we deze vorm niet opgenomen in het ecosysteem, vooral omdat de grootste en meest spannende dilemma's van de deeleconomie zich juist afspelen op de vervagende scheidslijn tussen individuen en bedrijven.

Ecosysteem Deeleconomie^{1.0}



Reguliere economie



BUSINESS TO CONSUMER

BUSINESS TO PEER

Deeleconomie



PEER TO BUSINESS TO PEER

PEER TO PEER

De reguliere economie

Het reguliere bedrijfsleven levert al lang producten en diensten aan consumenten. Veel bedrijven doen dat nog op traditionele wijze. Ze zijn inmiddels wel online actief, maar doen daar hetzelfde als ze al heel lang offline doen. Zij vallen binnen het ecosysteem onder de categorie business-to-consumer. Ook binnen de reguliere economie bestaat er echter een groeiende groep bedrijven die slim inhaken op de principes van de deeleconomie. Zo bieden veel autofabrikanten inmiddels deelauto's aan. Door huurauto's aan te bieden op de plaats en de tijd dat de klant de auto nodig heeft (in plaats van alleen op een vaste locatie gedurende de vaste openingstijden), stellen zij zichzelf in staat om te concurreren met het lokale aanbod van particulieren op peer-to-peerdeelplatforms. Denk aan Daimler dat Car2Go ontwikkelde, of aan BMW dat in samenwerking met Sixt in steeds meer landen DriveNow lanceert. Bedrijven die op deze manier de klant bedienen zijn geen onderdeel van de deeleconomie, maar bevinden zich er wel dichtbij. Binnen het ecosysteem vallen deze bedrijven onder de categorie business-to-peer.

Wat onderscheidt de deeleconomie van de reguliere economie?

Binnen de deeleconomie staat het beter benutten van bestaande capaciteit centraal. Onderbenutte producten en diensten worden op grote schaal aangeboden door particulieren. Dit in tegenstelling tot de reguliere economie, waar overdracht van eigendom vaak centraal staat en producten en diensten doorgaans aangeboden worden door bedrijven. Bedrijven waarvoor het verkopen van zo veel mogelijk producten en diensten belangrijker is dan het maximaal benutten van de capaciteit van die producten en dienstverleners.

Checklist classificeren initiatieven

1) Wat is de organisatievorm?

deeeconomie: peer-to-peer | peer-to-business-to-peer

geen deeeconomie: business-to-peer | business-to-consumer

2) Welke handelsvormen zijn er te onderscheiden?

huren | lenen | geven | ruilen | kopen | delen

3) In welke markt is het initiatief actief?

goederen | ruimte | mobiliteit | logistiek | energie | geld |

eten | zorg | kennis | diensten

De deeeconomie is constant in ontwikkeling. Iedere dag worden er nieuwe initiatieven geboren. Dit ecosysteem, dat shareNL in de loop der jaren ontwikkeld heeft, biedt inzicht in de huidige situatie (voorjaar 2016).

Kansen benutten

Zoals gezegd kunnen ondernemers en bedrijven aan de hand van deze factoren nieuwe kansen ontdekken, eenvoudigweg door nieuwe combinaties te maken. Als een bepaalde handelsvorm of organisatievorm van de deeeconomie nog niet voorkomt in een bepaalde markt, betekent dat doorgaans dat er nog een kans onbenut is. Je kunt dan nagaan welke organisatievorm het best past bij die markt- handelsvormcombinatie en daar je product of dienst op afstemmen.

Een voorbeeld. Het Nederlandse bedrijf Vandebron was wereldwijd een van de de eersten die het peer-to-peermodel toepasten op de energiemarkt. Het idee ontstond in 2013. Wat als we