



HET ONLINE DELENDE LEVEN

Hoe de deelnemers van de deelplatformen leven in de wereld
van de deeleconomie

Eva van der Craats

Het Online Delende Leven

Hoe de deelnemers van deelplatformen leven in de wereld
van de deeleconomie

Masterthesis

Student: E. L. van der Craats

Studentnummer: 5618843

Begeleider: Mr. Dr. K. F. M. Klep

Ontwerp cover: Eva van der Craats

Sustainable Citizenship

Culturele Antropologie

Universiteit Utrecht

7 december 2016



Universiteit Utrecht

Inhoudsopgave

Proloog	3
Introductie	4
Maatschappelijke en theoretische context	5
Methoden	6
Onderzoekslocatie	9
Onderzoekspopulatie	11
Ethiek	12
Leeswijzer	12
Hoofdstuk 1: De economische rolverdeling in de deeleconomie	14
Het proces van uitwisseling op de online deelplatformen	15
De relatie tussen de aanbieder en de afnemer in de deeleconomie	18
Marktcreatie in de deeleconomie	19
Het online deelplatform als tussenschakel	22
Een verschuiving van lokaal naar mondiaal	24
Conclusie	28
Hoofdstuk 2: De sociale verbindingen binnen de deeleconomie	29
De kenmerken van uitwisselingen binnen de offline context	30
De mate van verbinding op de online deelplatformen	33
Op weg naar een sociale economie?	36
Conclusie	38

Hoofdstuk 3: Vertrouwensrelatie in de online context	39
Vertrouwen binnen de offline en online context	40
Vertrouwensproblematiek tussen de deelnemers	42
Vertrouwen en de rol van de online deelplatform-eigenaren	45
Vertrouwen op basis van reputatie	47
Conclusie	51
Conclusie	52
Dankwoord	57
<i>Bibliografie</i>	58
<i>Bijlagen</i>	61

Proloog

In het najaar van 2009 struin ik als achttienjarige door de nauwe straten van Barcelona. Als trainee leef en werk ik voor een half jaar in deze stad. Met mijn camera probeer ik de beelden van Barcelona te vangen. Dwalend door de nauwe straten kom ik uit op de haven. Ik ga op een bankje zitten. Mensen passeren en ik observeer ze. Toeristen lopen langs. Spanjaarden passeren, haastig onderweg naar een voor mij onbekende bestemming. Het dwalen en observeren in Barcelona inspireert mij.

Vier jaar later, in 2013, ben ik weer in het buitenland. Ditmaal brengt een Erasmusuitwisseling mij in Tallinn, de hoofdstad van Estland. Ook hier dwaal ik regelmatig door de straten, maar er is een verschil met Barcelona. Waar ik op mijn dwaaltochten in 2009 vrijwel onbereikbaar was, ben ik in 2013 bijna voortdurend bereikbaar. In mijn jaszak zit een iPhone. In elk café is een wifi-verbinding en Tallinn beschikt over een openbaar wifi-netwerk. Tijdens een van mijn dwaaltochten door Tallinn, stop ik op het vrijheidsplein. Na een lange winter begint het langzaam lente te worden. Ik ga zitten op een bankje en laat mij verwarmen door de zonnestralen. Uit mijn jaszak haal ik mijn iPhone. Met behulp van internet bel ik mijn ouders in Nederland.

Vier jaar na mijn verblijf in Barcelona, hoeft sociaal contact niet meer tijds- en plaatsgebonden te zijn. Via het internet en de bijbehorende gadgets kan ik tegenwoordig op elk moment contact leggen. In Estland maakte het niet uit of je binnen, buiten of in de bus zat op weg naar de Russische grens. Ik was overal bereikbaar en kon iedereen bereiken via het internet van mijn iPhone.

Sociaal contact is grenzeloos door de komst van internet en de ontwikkeling van haar technische toepassingen. Dit besef ik eens te meer als ik besluit om de deeleconomie nader te bestuderen. Via het internet biedt de deeleconomie mensen de mogelijkheid om op grotere schaal spullen en diensten uit te wisselen. Delen, ruilen, huren, lenen of verkopen tussen mensen hoeft niet meer alleen op lokale schaal te gebeuren. Wat is hiervan de betekenis voor de rollen die wij vervullen in de samenleving? De verbindingen die wij aangaan met elkaar? *The culturally unknown* is ook dichtbij huis te vinden. Met een kritische blik is waar te nemen dat bepaalde gebeurtenissen of uitvindingen eigen worden gemaakt binnen de maatschappij, zoals de deeleconomie. Hiernaar heb ik het afgelopen jaar onderzoek gedaan met als resultaat deze masterthesis.

Introductie

“*We now live in a new economy created by shrinking computers and expanding communications*”, stelt Kevin Kelly (1988, 1) in zijn boek *New Rules for the New Economy*. Kelly (1998) schrijft dat de economie verandert door de komst van nieuwe technieken die de communicatie versnellen, zoals computers. Kijkend met een observerende blik naar de maatschappij, valt inderdaad op dat in de afgelopen decennia het internet een onlosmakelijk onderdeel is geworden van de maatschappij. Via het internet zijn wij ons leven anders gaan organiseren. Wij boeken vakanties online. Winkelen gebeurt via de vele webwinkels. Via WhatsApp en Facebook onderhouden wij contact. Smartphones, de iPhone en tablets zijn gemeengoed geworden.

Door de komst van het internet en de bijbehorende technieken is het mogelijk om online platformen te ontwikkelen waarop mensen met elkaar in contact komen, informatie verkrijgen en transacties verrichten (Benkler 2007; Castells 2008). Voorbeelden van online platformen waarop mensen met elkaar in contact komen zijn Facebook, Twitter en WhatsApp. Zij hebben als overeenkomst dat ze onder sociale media vallen. Sociale media is een benaming voor een categorie platformen waarop mensen contact met elkaar onderhouden (van Dijck 2013). Naast sociale media is een nieuwe categorie ontstaan, namelijk de deeleconomie. Die een verzameling omvat aan platformen waar mensen elkaar vinden om diensten, ruimtes en spullen uit te wisselen. Deze platformen worden online deelplatformen genoemd (Bauwens en Lievens 2013; Botsman en Rogers 2010).

De deeleconomie en sociale media zijn allebei een categorie. Het verschil is dat mensen op sociale media contacten onderhouden. De deelplatformen faciliteren ook contact, maar daaruit ontstaan veelal uitwisselingen. Er vindt een uitwisseling van goederen, kennis, mobiliteit, ruimte of diensten plaats (Botsman en Rogers 2010). Deze uitwisselingen gebeuren op basis van delen, ruilen, verhuren of lenen (Bauwens en Lievens 2013; Belk 2014; Botsman en Rogers 2010; van de Glind en van Sprang 2016). Hetgeen uitgewisseld wordt, verschilt per deelplatform. Bijvoorbeeld, op Airbnb verhuren mensen onderling kamers of huizen. Terwijl via het spillendeelplatform Peerby mensen spullen aan elkaar uitlenen. De deelplatformen opereren veelal los van elkaar. De deeleconomie is geen systeem, maar een benaming van de categorie aan platformen waarop mensen met elkaar uitwisselen.

Maatschappelijke en theoretische context

De vormen van uitwisseling op de deelplatformen vinden al geruime tijd plaats (Belk 2014; John 2013). Het lenen van de grasmaaier van de buurman is geen vernieuwende uitwisseling. Delen, ruilen of lenen zijn vormen die plaatsvonden op een lokaal en persoonlijk niveau (Belk 2010; Cheal 1988; Komter 2005). Deze uitwisselingen zijn in deze masterthesis gekenmerkt als lokale uitwisselingen.

Technologische ontwikkelingen verschuiven de schaal van uitwisseling. Het is niet meer noodzakelijk dat mensen elkaar kennen om spullen te lenen of maaltijden te delen. Door het toevoegen van de online context groeit het bereik van de uitwisseling. Via de deelplatformen heeft het individu toegang tot een netwerk aan medemensen die auto's verhuren, spullen uitlenen, maaltijden en overnachtingsplekken aanbieden. Daarbij zijn individuen niet meer alleen afhankelijk van een lokaal netwerk. Zij hebben toegang tot een onbegrensd netwerk aan medemensen die verbonden zijn middels het deelplatform.

Deze schaalvergroting zaait verwarring binnen overheden en bedrijven. Ineens betreden lokale mensen het mondiale toneel middels de deelplatformen. Doordat het netwerk op de deelplatformen grootschalig is, kan gemakkelijker uitgewisseld worden tussen mensen. Via Peerby is het inzichtelijk wie er in een stad een boormachine heeft. Mensen hoeven niet meer afhankelijk te zijn van de productie en distributie van een bedrijf.

Als antropoloog ben ik dit onderzoek gestart met het doel de deeleconomie te duiden. Kijkend naar de term 'deeleconomie', kan geconcludeerd worden dat de uitwisselingen zich eveneens binnen een economische context bevinden. Wat maakt een antropoloog en niet een econoom geschikt voor dit onderzoek? Economie is, en toont, het handelen van mensen. Humphrey (1991) schrijft dat lokale uitwisselingen voorafgaand aan de monetaire uitwisseling al economische transacties waren. In andere woorden: economie is een sociaal en cultureel fenomeen en zegt iets over de wijze van organisatie van de maatschappij (Hann en Hart 2011). Hierdoor kan de deeleconomie beschouwd worden als een sociaal en cultureel fenomeen.

Aangezien de uitwisselingen geruime tijd kleinschalig waren, vielen deze voor het mondiale en economische toneel niet op (Belk 2014). Echter, door het grootschalige bereik van de deelplatformen zijn deze uitwisselingen zichtbaarder. De ontwikkeling van nieuwe en bestaande deelplatformen groeit samen met het aantal deelnemers. Volgens een onderzoek van de ING deden ruim een half miljoen Nederlandse huishoudens mee aan de deeleconomie in 2014.¹

¹ "Ruim half miljoen mensen doen mee aan de deeleconomie: opbrengst verdeeld", ING Economisch Bureau, geraadpleegd op 14 oktober, 2016, https://www.ing.nl/media/Deeleconomie%20in%20kaart_tcm162-87219.pdf.

Het Financieel Dagblad schreef dat Airbnb wereldwijd ongeveer 2 miljoen gebruikers heeft.² Deze groei is opgemerkt door overheden en investeerders. De Europese Unie is bezig met het opstellen van wetten omtrent de omgang met deelplatformen.³ Ook het bereik van Peerby illustreert groei. In maart 2016 organiseerde het een crowdfundingactie om in marktgroei te investeren. Op vrijdagochtend ging de crowdfundingactie online. Op maandagmiddag sloot de mogelijkheid om geld te storten. Binnen vier dagen had Peerby 2 miljoen euro opgehaald.⁴

Sinds 2013 volg ik de ontwikkelingen van de deeleconomie en ook ik zag de deeleconomie groeien. De groei maakte mij nieuwsgierig. Wat gebeurt er nu precies als een lokale uitwisseling wordt opgeschaald middels een deelplatform? Wat betekent dit voor de deelnemers? Welke samenwerkingscultuur vormt zich tussen de deelnemers? Daarnaast maakte het mij nieuwsgierig naar de werking van vertrouwen tussen de deelnemers. Hoe vertrouwen zij elkaar binnen de online context? Met de beleving van de deelnemer in mijn achterhoofd heb ik veertien weken durend veldwerk gedaan. In het veld interviewde ik negentien deelnemers en participeerde ik in de deeleconomie. Om zo te duiden hoe de deelnemers participeren en zich organiseren. Welke rollen nemen de deelnemers aan binnen de deeleconomie? Hoe vormen zich de verbindingen tussen de deelnemers? En wat is ervoor nodig om deze verbindingen te laten ontstaan? Door de structuren en verbindingen te analyseren wil ik de deeleconomie antropologisch duiden. Hierbij was de volgende onderzoeksvraag leidend:

Onderzoeksvraag - Wat betekenen de deelplatformen van de deeleconomie voor de rolverdelingen en verbindingen tussen de deelnemers? En hoe komt een uitwisseling via een deelplatform tot stand?

Methoden

Om tot een conclusie op de onderzoeksvraag te komen, vond allereerst een vooronderzoek plaats. In deze twee maanden is literatuuronderzoek gedaan om de deeleconomie en theorie rondom lokale uitwisselingen te verkennen. Volgens Wilson (2002, 453) is het bij etnografisch onderzoek van belang om vanuit een historisch perspectief te kijken naar het onderwerp van onderzoek. Een antropoloog onderzoekt een proces en niet zo zeer de uitkomst (Wilson en

² Marel, Gerben van der. "De Recessie Heeft Ons in Europa in het Zadel Geholpen." *Financieel Dagblad*, 19 mei, 2016. Geraadpleegd op 20 november, 2016, <https://fd.nl/ondernemen/1152167/de-recessie-heeft-ons-in-europa-in-het-zadel-geholpen>.

³ NOS. "Europa werkt aan gelijke regels voor online deelplatforms", geraadpleegd op 25 november, 2016, <http://nos.nl/artikel/2108699-europa-werkt-aan-gelijke-regels-voor-online-deelplatforms.html>.

⁴ "Het bizarre Crowdfund-weekend van Daan Weddepohl", Sprout, geraadpleegd op 1 november, 2016, <http://www.sprout.nl/artikel/financiering/het-bizarre-crowdfund-weekend-van-daan-weddepohl#close-popup/>

Leighton 2002). Door het historisch bestuderen van de lokale uitwisselingen en de ontwikkeling van het internet, is geïdentificeerd hoe de deeleconomie zich heeft gevormd en welke vragen dit met zich meebrengt. Hierbij is onder andere gebruik gemaakt van de ideeën van Mauss (1990), Komter (2005) en Cheal (1988). Daarnaast is de online context waarin de deeleconomie zich bevindt bestudeerd. Hierbij is gebruik gemaakt van de ideeën van Castells (2008) en Benkler (2007).

Na het vooronderzoek volgde het veldwerk. “*Fieldwork is the study of people in their natural habitat,*” schrijft Powdermaker (in: Robben en Sluka 2012, 7). Echter, de natuurlijke habitat van mijn onderzoekspopulatie is grotendeels online. Wanneer ik begin februari het veld betreed, bevind ik mij in mijn studio. Ik ben alleen thuis. Eenmaal geïnstalleerd achter mijn bureau met een kop koffie, start ik mijn laptop op. Vervolgens klik ik op het icoon van Google Chrome. In de zoekbalk typ ik ‘BlaBlaCar’. Binnen een seconde opent zich een pagina met zoekresultaten. Ik klik op de link van de website van BlaBlaCar. Met die ene klik op deze link, beland ik in het veld. Waar antropologen vaak te maken krijgen met *gatekeepers*, was het betreden van het veld voor mij laagdrempelig. Mijn ervaring is daarmee ook karakteriserend voor de deeleconomie. Iedereen die beschikt over een internetverbinding heeft toegang.

Na mijn entree in het veld begon ik mij te verdiepen in de deelplatformen. Om te begrijpen hoe de deelplatformen functioneren, hanteerde ik de methode van participerende observatie. Volgens DeWalt en DeWalt (2011, 22-24) bestaat participerende observatie uit diverse vormen, namelijk *nonparticipation*, *passive participation*, *moderate participation*, *active participation* en *complete participation*. In de beginfase van het veldwerk maakte ik gebruik van *passive participation*. Dit houdt in dat ik op de onderzoekslocatie was, maar dat er geen interactie plaatsvond tussen mij en de deelnemers van het deelplatform. Door *passive participation* te gebruiken, kon ik de content van de deelplatformen observeren. Ik observeerde onder andere het taalgebruik van de deelnemers op het deelplatform, zoals hoe zij zich op hun online profiel presenteerden. Ook de slogans en beschrijvingen over de deelplatformen heb ik in de observatie meegenomen. Het toepassen van *passive participation* was nuttig voor het verkennen van het veld. Daarnaast raakte ik vertrouwd met de manier van communicatie en de ongeschreven regels.

Nadat ik mij vertrouwd voelde met de omgeving, kon ik overgaan op *active participation*, oftewel direct contact met de onderzoekspopulatie (DeWalt en DeWalt 2011, 23-24). Dit was essentieel voor het onderzoek. Door *active participation* werd pas het proces van het plaatsen van een oproep tot de daadwerkelijke uitwisseling tussen deelnemers zichtbaar. Uitwisse-

lingen tussen deelnemers zijn namelijk niet publiekelijk te volgen. Om te ervaren hoe deelnemers gebruikmaken van de deelplatformen, moest ik een actieve deelnemer zijn. De omschakeling tussen deze twee vormen van participeren was niettemin binnen enkele muisklikken gemaakt. Zo plaatste ik een oproep op Peerby om een boormachine te lenen en kon ik via Couchsurfing op korte termijn overnachten bij een vrouw in Eindhoven.

Naast online, zijn ook initiatieven in de offline context bezocht, zoals een deelmarkt en een deelstad. Tijdens deze bezoeken was er ook sprake van *active participation*. De empirie verkregen via deze initiatieven dienden als vergelijkingsmateriaal. De uitwisseling via deelplatformen gebeurt veelal op grotere schaal tussen onbekenden. De uitwisseling via initiatieven binnen de offline context gebeurt veelal tussen bekenden. Door de kenmerken van uitwisseling binnen de offline context te observeren, kon ik vergelijken of op de deelplatformen sprake is van andere kenmerken van uitwisseling.

Zoals eerder vernoemd, heb ik gebruikgemaakt van interviews en zijn er totaal vijftien afgenomen. Deze hadden allemaal een informeel karakter. Om deze sfeer te behouden, koos ik voor topic-lijsten in plaats van lange vragenlijsten. De vragen die ik stelde waren beschrijvend. Volgens Neuman (2012, 283) zijn beschrijvende vragen zinvol om een fenomeen beter te begrijpen en inzichtelijk te maken. Via de interviews is informatie verkregen over de ervaringen van deelnemers met de deeleconomie. De ervaringen zijn niet of weinig terug te vinden op de deelplatformen. Door te vragen hoe uitwisselingen in zijn werk gaan en wat de deelnemers hierbij voelden, werd het proces van uitwisseling inzichtelijk gemaakt.

De negentien interviewparticipanten zijn bijna allemaal gevonden via de *snowballing technique* (DeWalt en DeWalt 2011). Twee interviewparticipanten zijn gevonden via online research over de deeleconomie. Per mail is met hen contact gezocht. Ik koos voor het gebruik van *snowballing* binnen het eigen netwerk, omdat met deze participanten al *rapport* (DeWalt en DeWalt 2011) was opgebouwd. Het was op sommige deelplatformen mogelijk om oproepen te plaatsen voor interviewparticipanten, maar hiervan is geen gebruik gemaakt. Dit was een bewuste keuze. Hine (2015) schrijft dat het plaatsen van een oproep voor interviewparticipanten de onderzoeker afhankelijk maakt van haar populatie, omdat de onderzoeker moet wachten op een reactie. De gekozen techniek gaf mij meer onafhankelijkheid als onderzoeker.

Als laatste onderzoeksmethode is een velddagboek bijgehouden. Hine (2015) en Kozinets (2015) schrijven dat observaties binnen online etnografisch onderzoek soms minder voelbaar zijn, omdat de interactie bij online etnografisch onderzoek met een website is en niet met een fysiek persoon of locatie. Het grootste gedeelte van het veldwerk vond plaats vanuit mijn eigen woning. Middels mijn laptop betrad ik het veld. Hierdoor had ik weinig contact met de

onderzoekspopulatie binnen de offline context. Het bijhouden van een velddagboek liet mij inzien welke data ik vond en welke activiteiten ik verrichtte in het veld. Hierdoor werden de veldbevindingen voor mij zichtbaar.

Na het veldwerk heb ik het empirische materiaal bestudeerd. Daarvoor zijn de interviews getranscribeerd. Vervolgens zijn deze geïndexeerd in NVivo. Indexeren staat voor het analyseren van teksten, gesprekken en observaties op basis van de theorie (DeWalt en DeWalt 2011, 183). Middels een *codebook* werden er *coding themes* aan de thema's sociale verbinding, rolverdeling, vertrouwen en reciprociteit aangebracht. Tijdens het doorlezen van de getranscribeerde interviews bestudeerde ik of de thema's terugkwamen. Tevens heb ik indexeren op het velddagboek toegepast. Door het indexeren kon ik de koppeling maken tussen de empirie en theorie.

Onderzoekslocatie

Volgens Neuman (2012, 269) hoeft een onderzoekslocatie geen vaste plek te zijn. De locatie vormt zich gedurende het veldwerk. Ook Robben (2012, 367) noemt dat het veld ontstaat door het volgen van de connecties van het onderwerp en de onderzoekspopulatie. De constatering van Robben (2012) en Neuman (2012) waren nuttig in de afbakening van de onderzoekslocatie. Het online veld vormde zich door mijn keuze en de bruikbaarheid van de deelplatformen. De locaties binnen de offline context vormde zich door de deelnemers. Gezamenlijk bevinden zij zich op het deelplatform, maar binnen de offline context zijn de deelnemers verspreid.

Vanwege de beperkte periode van veldwerk en de hoeveelheid aan deelplatformen, is een selectie gemaakt. Deze selectie van deelplatformen is bepaald door onder andere naamsbekendheid. Als een deelplatform bekend is, zoals Airbnb, is er een betere balans tussen vraag en aanbod. Wat ten goede komt aan de activiteit. Om mijn afhankelijkheid van de deelnemers niet uit te vergroten, was het onderzoeken van grotere deelplatformen noodzakelijk.

Op de volgende zestien deelplatformen, waarop deelnemers goederen, diensten, mobiliteit en ruimte uitwisselen, is onderzoek gedaan:

Peerby	SnappCar	AirDnD	Couchsurfing
Rentsy	Spinlister	WeHelpen	Airbnb
BlaBlaCar	Barqo	Croqker	Huizenruil
Toogethr	Thuisafgehaald	Nextdoor	Seats2Meet

Onder het uitwisselen goederen vallen Peerby en Rentsy. Via Peerby lenen deelnemers spullen aan elkaar uit. Via Rentsy verhuren deelnemers spullen aan elkaar in plaats van uitlenen. BlaBlaCar, Toogethr, SnappCar, Spinlister en Barqo vallen onder het uitwisselen van mobiliteit. Op BlaBlaCar en Toogethr bieden de deelnemers autoritten aan. SnappCar biedt auto's aan tegen een vergoeding. Via Spinlister verhuren deelnemers hun fietsen. Barqo verhuurd boten. Thuisafgehaald, AirDnD, WeHelpen, Croqqr en Nextdoor vallen onder het uitwisselen van diensten. Via Thuisafgehaald bieden deelnemers maaltijden aan voor een kleine vergoeding. AirDnD biedt ook maaltijden aan op basis van betaling, maar dan in de vorm van een diner bij de kok thuis. Op WeHelpen kunnen mensen om zorg vragen of zorg geven, zoals mantelzorg. Via Croqqr vervullen deelnemers diensten, zoals het bouwen van een website. Nextdoor is een deelplatform waarop buurtbewoners een netwerk vormen. Via het netwerk van Nextdoor verlenen zij elkaar diensten en informeren zij elkaar. Couchsurfing, Airbnb, Huizenruil en Seats2Meet vallen onder het uitwisselen van ruimte. Op Couchsurfing bieden deelnemers gratis een slaapplek aan. De deelnemers van Airbnb bieden ook slaapruijme aan, maar dan tegen een betaling. Huizenruil is een deelplatform waarop deelnemers huizen ruilen met elkaar. Via Seats2Meet vinden flexwerker werkruimte in steden of dorpen inruil voor sociaal kapitaal. In de bijlagen bevinden zich een uitgebreide beschrijving per deelplatform⁵, een tabel met daarin de webadressen van de deelplatformen en daarnaast de rollen die ik vervulde.⁶

Rol van de onderzoeker

Op de bovengenoemde platformen vervulde ik de rol van observeerder, aanbieder, afnemer of zowel aanbieder als afnemer. Daardoor is het veld *multi-sided* (Marcus 1995). Welke rol ik als onderzoeker vervulde, hing van het aanbod en de bruikbaarheid van het deelplatform af. Op Rentsy, Huizenruil, Spinlister, Barqo, AirDnD, SnappCar stond ik niet ingeschreven. Deze heb ik via *passive participation* geobserveerd. Wel zijn deelnemers geïnterviewd over Rentsy, Spinlister, AirDnD en SnappCar.

Op Croqqr, Nextdoor en Toogethr is een profiel aangemaakt. Ook hier vond *passive participation* plaats. Het aanbod op Toogethr en Nextdoor was te beperkt in Rotterdam, er waren te weinig deelnemers. Op Croqqr kon ik geen diensten vervullen, omdat de gevraagde diensten niet overeenkwamen met mijn vaardigheden. Door wel rond te hangen als passieve deelnemer, werd de bruikbaarheid van het deelplatform inzichtelijk.

⁵ Pagina 61.

⁶ Pagina 66.

Active participation werd toegepast op BlaBlaCar, Airbnb, WeHelpen, Thuisafgehaald, Couchsurfing, Peerby en Seats2Meet. Op BlaBlaCar en Airbnb vervulde ik de rol van afnemer. Omdat ik geen eigen auto bezit, kan ik geen autoritten aanbieden via BlaBlaCar. Op Airbnb kan ik mijn huis niet aanbieden, omdat ik in een sociale huurwoning woon. Sociale huurwoningen mag men niet aanbieden op Airbnb.⁷ Op Thuisafgehaald, WeHelpen, Couchsurfing en Peerby was ik zowel afnemer als aanbieder. Via Thuisafgehaald, Couchsurfing, Peerby, Airbnb, BlaBlaCar hebben uitwisselingen plaatsgevonden. Op deze deelplatformen kreeg ik een reactie op mijn aanbod of vraag.

Offline locaties

De offline locaties zijn initiatieven die uitwisselingen faciliteren, maar er is geen sprake van een online deelplatform. De offline locaties bestaan uit landelijke deelmarkt, een bijeenkomst over De Soesterhof, Nijmegen Deelstad en de Rooie Cent. Op de landelijke deelmarkt stonden ongeveer een vijftal kramen waar mensen tijdschriften, zaden, kleding en boeken deelden of ruilden. Tijdens de bijeenkomst over de nieuwe buurt De Soesterhof, verkreeg ik informatie over deze buurt. De Soesterhof is een woonproject waarbij een groep mensen gezamenlijk een buurt gaat opbouwen. Naarmate de buurt gerealiseerd is, worden bepaalde faciliteiten gedeeld, zoals de tuin. Naast een buurt die deelt, zijn er ook steden die bekend staan als Deelstad of *Sharing Cities*⁸. Nijmegen is een Deelstad. Deze stad is bezocht om de initiatiefnemers van Nijmegen Deelstad te interviewen. Als laatste is de Rooie Cent bezocht. De Rooie Cent is zowel een flexwerkruimte als locatie waar mensen evenementen kunnen organiseren in ruil voor onder andere sociaal kapitaal of een kleine vergoeding.⁹

Onderzoekspopulatie

Al eerder is geschreven dat Airbnb wereldwijd ongeveer 2 miljoen gebruikers heeft.¹⁰ De deelplatformen zijn grenzeloos en publiekelijk toegankelijk. Hierdoor is sprake van een grote onderzoekspopulatie. De algehele onderzoekspopulatie kon niet onderzocht worden. De resultaten van de onderzochte populatie geven hierdoor louter een kwalitatieve indicatie van de deelne-

⁷ "Verantwoord Verhuren in Nederland.", Airbnb, geraadpleegd op 28 november, 2016, <https://www.airbnb.nl/help/article/1384/verantwoord-verhuren-in-nederland>.

⁸ Website met algemene informatie over Sharing Cities, geraadpleegd op 25 november, 2016, <http://www.sharingcities.eu/>.

⁹ Verdere informatie over de offline locatie is te verkrijgen in de bijlage, pagina 68.

¹⁰ Marel, Gerben van der. "De Recessie Heeft Ons in Europa in het Zadel Geholpen." *Financieel Dagblad*, 19 mei, 2016. Geraadpleegd op 20 november, 2016, <https://fd.nl/ondernemen/1152167/de-recessie-heeft-ons-in-europa-in-het-zadel-geholpen>.

mers. Middels observatie van de online profielen werd kennisgemaakt met de onderzoekspopulatie. Zo werd zichtbaar dat de meeste geobserveerde deelnemers gemiddeld tussen de 25 en 35 jaar oud zijn. Nochtans bleef dit lastig om precies te peilen, omdat de profielen pas zichtbaar zijn wanneer een uitwisseling ingang is gezet. Het ontmoeten van de fysieke onderzoekspopulatie gebeurde tijdens vijf uitwisselingen en de interviews.

Van de negentien interviewparticipanten, waren negen participanten deelnemers. Vijf van de negen deelnemers, waren zowel afnemer als aanbieder op de deelplatformen. De deelnemers van de deelplatformen maakten hoofdzakelijk gebruik van Airbnb, Couchsurfing, Peerby en BlaBlaCar. Deze vier kwamen tijdens de interviews het meest terug als gebruikte deelplatformen. Een enkeling maakte gebruik van Thuisafgehaald. De gemiddelde leeftijd van de negentien betrokken participanten ligt rond de 30 jaar. Eén participant is van Duitse komaf en de overige zijn van Nederlandse komaf. De meerderheid van de participanten behoort tot de middenklasse. Twee van de participanten zijn student aan de universiteit. De overige zeventien zijn werkende en hebben een hbo of universitaire opleiding gevolgd. Van de participanten die werkend zijn, zijn er tien ZZP-er.

Hoewel de nadruk ligt op de ervaring van deelnemers is er ook gekozen om interviews te houden met twee deelplatform-eigenaren van Rentsy en Seats2Meet en een expert. Deze waren relevant om de invulling en werking van de deeleconomie te duiden.

Ethiek

Online antropologisch onderzoek vraagt om een andere blik op ethiek. Volgens Wilson (2002, 431), Kozinets (2015) en Hine (2015) is privacy een lastig vraagstuk binnen online etnografisch onderzoek. Een deelplatform is een semipublieke ruimte waar men toegang krijgt als een profiel is aangemaakt. Na het aanmaken van een profiel, is de content publiek toegankelijk. De deelnemers delen persoonlijke gegevens, zoals naam, profielfoto, adres en leeftijd. Om ethisch correct om te gaan met de verkregen data is alle data geanonimiseerd. Daarnaast zijn de reglementen rondom privacy van de deelplatformen bestudeerd. De interviewparticipanten zijn ook geanonimiseerd. Bij alle interviews is voorafgaand *informed consent* afgegeven.

Leeswijzer

Het doel van de masterthesis is het vormen van een antwoord op de onderzoeksvraag: Wat betekenen de deelplatformen voor de economische rolverdelingen en de sociale verbindingen voor haar deelnemers? En hoe komen de uitwisselingen op de deelplatformen tot stand?

In het eerste hoofdstuk is de economische rolverdeling geduid door de organisatie en structuur van de deelplatformen te beschrijven. Het functioneren van de deelplatformen is procesmatig omschreven. Daarnaast is er aandacht besteed aan hoe de deelnemers zich organiseren. Welke rol neemt een deelnemer aan tijdens een uitwisseling? Vervolgens is er een vergelijking gemaakt tussen de markt op de deelplatformen en de traditionele economische markt, die symbool staat voor een uitwisseling tussen individu en winkel. Als laatste is er aandacht voor de fricties tussen de deeleconomie en de huidige economie. De uiteindelijke conclusie van dit hoofdstuk luidt dat de economische markt door de deelplatformen verandert van een uitwisseling tussen individu en winkel naar een uitwisseling tussen medemensen.

Zoals het eerste hoofdstuk uitwijst, zijn de deelnemers onbekenden die bij elkaar zijn gebracht via een deelplatform. De uitwisselingen die via de deelplatformen plaatsvinden (delen, ruilen, lenen, verkopen en verhuren), vonden vroeger plaats binnen het lokale netwerk. De deelplatformen zorgen ervoor dat er een online context is bij gekomen. Hierdoor rijst de vraag: wat doet de online context met sociale verbindingen tussen de deelnemers? Het antwoord staat beschreven in hoofdstuk twee. Eerst kijkend naar de symboliek van lokale uitwisselingen en aansluitend het bestuderen van de symboliek van uitwisselingen binnen de deeleconomie. Vervolgens een analyse of de deeleconomie inderdaad een socialere economie is dan de huidige economie.

Tot slot is het vraagstuk naar vertrouwen binnen de deeleconomie beschreven. Voor het aangaan van een uitwisseling is vertrouwen nodig. Dat vertrouwen een belangrijk onderwerp is binnen de deeleconomie is niet te ontkennen. Menig boek of artikel over de deeleconomie wijdt hier een aantal bladzijden aan. Ook in het veld was vertrouwen een terugkerend thema. Vertrouwen is veelal gebaseerd op algemene kenmerken die binnen offline context zijn waargenomen. Hoe ontstaat vertrouwen binnen de online context? Hoofdstuk drie geeft een antwoord op deze vraag. Allereerst is behandeld hoe vertrouwen ontstaat vanuit de literatuur. Vervolgens de beschrijving waarom vertrouwen een terugkomend thema is binnen de deeleconomie. Ter afsluiting is beschreven hoe vertrouwen ontstaat via de deelplatformen.

Hoofdstuk 1

De economische rolverdeling in de deeleconomie

Delen, ruilen, lenen of verkopen tussen lokale partijen zijn geen vernieuwende handelingen binnen de maatschappij (Belk 2014; John 2013). Humphrey (1991) beschouwt delen en ruilhandel zelfs als de oudste vormen van handeldrijven. In dat opzicht zijn de uitwisselingen op basis van de deelplatformen ook niet vernieuwend. Uitwisselingen tussen groepen mensen is van alle tijden. Waarom ontstaat er dan ophef over de deeleconomie als de uitwisselingen niet vernieuwend zijn? De uitwisselingen op zich zijn niet vernieuwend, maar de online context, waar de uitwisselingen plaatsvinden, is wel vernieuwend. De deelplatformen hebben het lokale netwerk van uitwisselingen opgeschaald. Lokale uitwisselingen hebben zich verplaatst naar het mondiale economische toneel. Het deelplatform Airbnb opereert niet lokaal, maar is wereldwijd toegankelijk voor ieder die beschikt over internet.

De uitwisselingen vinden plaats via de deelplatformen. Deze vallen nog niet onder dominante economische transacties. De staat heft namelijk geen belasting. Doch, door de groei zijn sommige deelplatformen als economische factor in beeld gekomen. De deelplatformen bevinden zich in een economische context, beamen Bauwens (2013) en Van de Glind en Van Sprang (2016, 15). Botsman (2010) schrijft zelfs dat de deeleconomie inhoud levert aan de rol van consument en producent. De rollen consument en producent zijn onderdeel van de rolverdeling die de economie kent (Hann en Hart 2011). De economie geeft invulling aan de manier van consumeren, produceren en distribueren (Hann en Hart 2011; Carrier 2006). Als de deelplatformen zich binnen een economische context bevinden, zullen de deelplatformen ook een invulling geven aan de wijze van consumeren en produceren. Welke economische rollen worden vervuld binnen de deeleconomie? En hoe vormen deze rollen zich?

In dit hoofdstuk ligt de focus op de vorming van de economische structuur en rolverdeling binnen de deeleconomie en de invloed hiervan op de maatschappij. Allereerst is het van belang te duiden hoe de deeleconomie functioneert. Door het proces van uitwisseling te volgen komt er een antwoord op deze vraag. Hierdoor worden de rollen van de deelnemers en het deelplatform zichtbaar. Vervolgens is de invloed van de deeleconomie op de economie beschreven. Als eerste zijn de rollen van de deelnemers vergeleken met de traditionele economische

rolverdeling¹¹. Hoe organiseren de deelnemers de markt op een deelplatform? Aansluitend is de rol van het deelplatform omschreven. Als laatste is beschreven wat de merkbare invloed is binnen de maatschappij, door onder andere te vragen wat de relatie is tussen de deeleconomie en de overheid.

Het proces van uitwisseling op de online deelplatformen

De deelplatformen vormen gezamenlijk de deeleconomie. Het uitgangspunt van een deelplatform is het faciliteren van uitwisselingen tussen de deelnemers. Via een deelplatform komen deelnemers met elkaar in contact en begaan vervolgens een uitwisseling. De vorm van uitwisselen is op basis van delen, ruilen, lenen, verkopen of verhuren. De vorm van uitwisseling verschilt per deelplatform. De deelplatform-eigenaar besluit welke vorm van uitwisseling van toepassing is. Op Airbnb wordt voornamelijk verhuurd. De oprichter van Peerby, Daan Weddepohl, koos voor lenen als manier van uitwisselen. De eigenaren van Thuisafgehaald vragen om een kleine vergoeding. Seats2Meet functioneert op basis van ruilen. Inruil voor sociaal kapitaal mag een deelnemer gebruik maken van de flexwerkplekken en het netwerk van Seats2Meet.

Over het algemeen is de uitwisseling gebaseerd op persoonlijk bezit, zoals een huis of auto (Belk 2014; Botsman en Rogers 2010). Hetgeen uitgewisseld wordt, verschilt per deelplatform. Deze diversiteit is onder andere te zien op een lijst met deelplatformen, opgezet door ShareNL.¹² Hierop zijn de deelplatformen ingedeeld in categorieën op basis van wat zij aanbieden, zoals diensten, mobiliteit, ruimte, spullen en eten. Ook varieert het samenbrengen van vraag en aanbod op de deelplatformen. Het deelplatform Thuisafgehaald werkt op basis van aangeboden maaltijden. Ook Airbnb werkt op basis van aanbod. Peerby en Croqper werken met oproepen geplaatst door deelnemers met een vraag naar aanbod.

Door de diversiteit is het lastig te definiëren hoe de deelplatformen werken, stelt McArthur (2014, 3). Hierdoor werkt de deeleconomie ook wel als een containerbegrip. Hetzelfde geldt voor sociale media. De platformen van sociale media hebben als gezamenlijke overeenkomst dat zij contact tussen mensen faciliteren, zoals Facebook en Twitter, maar de content en manieren van contactleggen op Twitter is niet hetzelfde als op Facebook. Gebruikers plaatsen korte berichten op Twitter en Facebook gaat verder met persoonlijke pagina's waar gebruikers langere berichten plaatsen. Platformen onder sociale media scharen lukt alleen als er een hoog

¹¹ Wanneer er wordt gesproken over de traditionele economische rolverdeling, wordt een strikte scheiding van de rollen consument, producent en distributeur bedoeld. Uitwisselingen gebeuren binnen de traditionele economische rolverdeling op van bedrijf tot consument.

¹² ShareNL, geraadpleegd op 6 augustus, 2016, http://www.access-nl.org/media/263867/ShareNL_listing.pdf.

abstractieniveau wordt gehanteerd. Ook de deelplatformen hebben een gezamenlijke functie, namelijk het faciliteren van uitwisseling tussen deelnemers. Niettemin variëren de deelplatformen van elkaar in wat en hoe zij uitwisselen en hoe zij vraag en aanbod bij elkaar brengen. Daardoor was het tijdens het veldwerk lastig te bepalen hoe deze deelplatformen te omschrijven. Uiteindelijk is besloten een hoog abstractieniveau te hanteren om het functioneren van de deelplatformen in zijn algemeenheid te beschrijven.

Het veldwerk is ingezet om de deelplatformen te observeren en te analyseren. De algemene stappen van het proces van uitwisseling zijn per deelplatform genoteerd en vergeleken door zelf gebruik te maken van de deelplatformen en deelnemers hierover te interviewen. De entree op de platformen verliep via een vast proces. Het aanmaken van een profiel, het verbinden van vraag en aanbod, het leggen van contact en het uitvoeren van de uitwisseling zijn de vier fases die op alle onderzochten deelplatformen van toepassing zijn. De manier waarop deze fases zijn ingevuld verschilt weer per deelplatform. De fases van het proces van uitwisseling zijn per stap beschreven.

Aanmaken van een online profiel

Voor het verkrijgen van toegang, vereist het deelplatform het aanmaken van een persoonlijk profiel. Dit kan met een emailadres of via een Facebookprofiel. Het profiel is niet publiekelijk toegankelijk, omdat het beschermd is met een zelfbedacht wachtwoord. Na het aanmaken van een profiel, wordt van de deelnemer verwacht dat hij of zij persoonlijke informatie openbaar maakt. Hieronder vallen leeftijd, geslacht, woonplaats en vaak een korte biografie. In de biografie beschrijft de deelnemer wie hij of zij is. Vaak beargumenteerd de deelnemer ook waarom hij of zij gebruikmaakt van het deelplatform.

In sommige gevallen vraagt het deelplatform om de identiteit van de deelnemer te verifiëren. Bijvoorbeeld Airbnb en SnappCar vragen om gegevens van paspoort of rijbewijs in te voeren. Naast het eventueel invoeren van legitimatie, verzenden diverse deelplatformen verificatiecodes naar de mobiele telefoon van de deelnemer. Op deze manier wilt het deelplatform garanderen dat de deelnemer daadwerkelijk een mens is en geen computer. Nadat het aanmaken van het profiel is voltooid, kan de deelnemer gebruikmaken van het deelplatform.

Het verbinden van vraag en aanbod

Om een uitwisseling tot stand te laten komen is vanuit een deelnemer een vraag nodig. De deelnemer vervult de rol van afnemer met een vraag voor een uitwisseling. De afnemer wil

bijvoorbeeld een bepaald product lenen. De afnemer plaatst een oproep met de vraag of een bepaald product beschikbaar is om te lenen. Een andere manier is dat de afnemer in de database zoekt van het deelplatform. Peerby werkt op basis van oproepen van afnemers. Via Rentsy vindt ook een uitwisseling van spullen plaats, maar Rentsy werkt op basis van een database. Deelnemers die over het aanbod beschikken voor een uitwisseling vervullen de rol van aanbieder. De aanbieders plaatsen het aanbod dat zij hebben in de database of reageren op de oproep van de deelnemer met een vraag naar uitwisseling. De uitwisseling komt tot stand door de interactie van vraag en aanbod tussen de deelnemers.

Het leggen van contact

Als afnemer en aanbieder elkaar gevonden hebben via het deelplatform, leggen zij contact. Het eerste contact loopt veelal via een geïntegreerd chatsysteem. Wanneer op Peerby gereageerd is op een oproep, opent zich een pagina waar de deelnemers kunnen chatten. Op sommige deelplatformen is altijd een mogelijkheid beschikbaar om onderling berichten te verzenden, zoals op Couchsurfing. Tijdens het chatten maken de deelnemers nader kennis met elkaar. Veelal zijn de deelnemers onbekenden. De aanbieder wil meestal weten wat de vraag is voor de uitwisseling. Dit kan zijn een vakantie met familie, als een deelnemer reageert op het aanbod van deelnemer van Airbnb. Of een weekendje weg met vrienden, als de deelnemer reageert op een auto via het autodeelplatform SnappCar. Daarnaast wordt om praktische informatie gevraagd, zoals over welke periode van het lenen of verhuren er sprake is. Hierbij zijn veel gestelde vragen, ‘Wanneer krijg ik het geleende product terug?’ op Peerby of ‘Hoe laat kom je de maaltijd afhalen?’ via Thuisafgehaald.

Het uitvoeren van de uitwisseling

Als het eerste contact is gelegd en de deelnemers akkoord gaan met elkaars voorkeuren, ontmoeten zij elkaar binnen de offline context. Het uitvoeren van de uitwisseling is het moment dat de deelnemers zich verplaatsen van de online context naar de offline context. De duur van het contact hangt af van het doel van de uitwisseling. Bij Couchsurfing blijft de afnemer overnachten bij de aanbieder. Via Peerby wordt een geleend product opgehaald en retour gebracht door de afnemer.

De relatie tussen de aanbieder en de afnemer in de deeleconomie

Nu het proces van uitwisseling is beschreven wordt de volgende stap gezet, namelijk het duiden van de invloed van de deelplatformen op de economische rolverdeling. Aangezien de uitwisselingen via de deelplatformen onderdeel zijn van de economie, is de verwachting dat de rollen consument en producent een invulling krijgen binnen de deeleconomie. Vanuit de traditionele economische rolverdeling produceert het bedrijf het aanbod (Hann en Hart 2011; Carrier 2006). Daarentegen creëren de deelnemers van de deeleconomie zelf de eigen markt op het deelplatform. McArthur (2014, 1) schrijft dat binnen de deeleconomie deelnemers handelen op basis van het *consumer to consumer* (C2C) principe in plaats van het *business to consumer* (B2C) principe. Bij B2C handelt het bedrijf met de consument. Bij C2C handelen consumenten met elkaar.

De deelplatformen hanteren het C2C-principe. De uitwisseling via een deelplatform vindt plaats van deelnemer tot deelnemer. Veelal gaat de uitwisseling om producten die door de deelnemer zijn aangeschaft. Het verhuren van een auto via SnappCar omvat een gekochte auto. De consument heeft de auto eerder gekocht bij een bedrijf. Daarentegen gebeurt het verhuren van de auto via SnappCar tussen de deelnemers. Hierdoor is er sprake van het C2C-principe. In andere woorden, de komst van de deeleconomie zorgt voor nieuwe sociale verhoudingen binnen de economische rolverdeling. Via de deelplatformen heeft de deelnemer toegang tot het privé-eigendom van anderen.

De consument kan een kamer boeken bij een hotel, maar kan ook een overnachting boeken bij een Couchsurfing-host, zoals bij de dertigjarige Tom, woonachtig in het centrum van Rotterdam. Tom werkt fulltime en kan zichzelf rekenen tot de middenklasse van de Nederlandse maatschappij. Via Facebook hadden we afgesproken in café op een doordeweekse avond, om te praten over zijn ervaringen als Couchsurfing-host.¹³ Sinds twee jaar is Tom actief op Couchsurfing. Hij biedt een kamer aan in zijn huis. Bijna wekelijks ontvangt Tom verzoeken met de vraag of reizigers bij hem mogen overnachten. Tom vindt Couchsurfing een leuk deelplatform, omdat hij veel nieuwe mensen ontmoet uit diverse landen. De gasten die overnachten bij Tom hadden kunnen kiezen voor het B2C-principe, overnachten in een hotel, maar kozen voor het C2C-principe, overnachten in hartje Rotterdam bij Tom thuis. Tom zegt dat hij veelal studenten als gast ontvangt, omdat via Couchsurfing geen betaling plaatsvindt. Desondanks gaat het hier niet om een goedkopere optie, maar de consumentenverhoudingen die van B2C

¹³ Interview met Couchsurfing-host Tom, 18 februari, 2016.

naar C2C veranderen. Voor mij zit een vriendelijke jongeman met een biertje in zijn hand, die een kamer beschikbaar stelt voor reizigers en geen manager in een strak pak.

SnappCar transformeert ook de B2C verhoudingen naar C2C. Op SnappCar verhuren autobezitters hun auto aan andere deelnemers. Via een database kiest de deelnemer een auto uit voor verhuur. Normaal gesproken werden auto's gehuurd via een verhuurbedrijf, zoals Hertz. Op SnappCar betalen deelnemers elkaar. Wat SnappCar onderscheidend maakt, is dat SnappCar afhankelijk is van het aanbod van deelnemers. Het aanbod, de auto, is nog steeds het eigendom van de deelnemer. Het deelplatform faciliteert de uitwisseling en is geen eigenaar van het aanbod. Het deelplatform functioneert als ontmoetingsplek voor uitwisseling.

Op Peerby ontmoeten mensen elkaar om van elkaar te lenen. Tijdens het veldwerk plaatste ik op een maandagmorgen een oproep op Peerby met de vraag of ik een schuurmachine kon lenen: "Heeft er iemand dit weekend een schuurmachine te leen? Ik wil mijn tafel opnieuw lakken dit paasweekend." Op een woensdagmiddag, ontvang ik van Peerby een mail dat Peerby-deelnemer Yvet heeft gereageerd op mijn oproep. Via het chatsysteem schrijft zij dat ik haar schuurmachine mag lenen. Wij maken een afspraak voor aankomende vrijdagochtend. Ook geeft Yvet mij haar adres en telefoonnummer.

Die vrijdag, na de ochtendspits, ben ik met de tram onderweg naar de andere kant van Rotterdam. Met mijn hand hou ik een tas vast, zodat ik straks de schuurmachine daarin kan meenemen. Eenmaal bij het huis van Yvet bel ik aan bij een eengezinswoning, grenzend aan een groen park. Achter de voordeur hoor ik geluiden van kinderen. Yvet, een kleine vrolijke vrouw van Nederlandse afkomst doet de voordeur open. Ze glimlacht energiek en geeft mij een stevige handdruk. Op de drempel van de voordeur legt Yvet mij vriendelijk uit hoe de schuurmachine werkt. Daarna spreken wij af dat ik haar via WhatsApp zou berichten over wanneer ik de schuurmachine terugbreng. Binnen vijf minuten loop ik vanaf de eengezinswoning weer richting de tram. Het was mogelijk om naar de bouwmarkt te gaan en de uitwisseling via B2C te laten plaatsvinden. Via Peerby was het mogelijk om de uitwisseling C2C te laten plaatsvinden.

Marktcreatie in de deeleconomie

Doordat de deelnemers van de deeleconomie zelf de markt moeten creëren, maakt dit ze zowel consument als producent (Belk 2014). Gezamenlijk produceren de deelnemers de content van de deelplatformen en deze content kunnen zij tegelijkertijd consumeren. Als er geen huizen of appartement beschikbaar zijn op Airbnb, is er ook geen markt voor de afnemer. Ritzer (2010)

schrijft dat de mogelijkheid van C2C-marktcreatie te danken is aan de ontwikkeling van het internet, maar het internet heeft zelf ook ontwikkelingen moeten ondergaan voor dit mogelijk was. Het internet bestaat namelijk uit twee versies, web 1.0 en web 2.0 (Aigrain 2012; Benkler 2007; Castells 2008). Web 1.0 liet de internetgebruiker passief deelnemen aan het internet. Webpagina's gaven niet de mogelijkheid tot interactie. De internetgebruiker verkreeg informatie via een webpagina, maar het was nog niet mogelijk om te mailen of te reageren op de content van webpagina's. In de jaren '90 ontwikkelde zich de tweede versie van het internet, web 2.0 (Anderson 2009; Benkler 2007; Castells 2008; van Dijck 2013). In tegenstelling tot web 1.0 is het op web 2.0 wel mogelijk om als internetgebruiker een actieve houding aan te nemen. Door web 2.0 werd het mogelijk om als internetgebruiker content aan te dragen, bijvoorbeeld middels het publiceren van een video op YouTube. YouTube bestaat mede doordat zoveel gebruikers video's uploaden. Web 2.0 maakt het mogelijk voor mensen om zelf platformen op te zetten, waarbij de gebruiker de markt creëert, zoals via de deelplatformen.

Het aanleveren van de content zorgt ervoor dat de deelnemers van de deeleconomie twee rollen vervullen, namelijk consument en producent. Voor Ritzer (2010) vallen de deelnemers van de deeleconomie onder *prosumers*, omdat de deelnemers zowel producent als consument zijn. Ritzer (2010, 17) ontleent het concept *prosumer* aan Alvin Toffler. De futuroloog Alvin Toffler (*in*: Ritzer en Jurgenson 2010, 17) beschreef in zijn boek *The Third Wave* het concept *prosumer* als de overlapping van de rolverdeling van consument en producent. Ritzer (2010, 18-19) ziet het concept *prosumer* steeds meer terug binnen de maatschappij. De consument moet eerst produceren om vervolgens te consumeren, zoals bij het zelfstandig inchecken voor een vlucht via de website van een luchtvaartmaatschappij.

Het concept *prosumer* gaat op voor de offline context, maar is ook terug te zien binnen de online context. Door web 2.0 wordt het concept *prosumer* nog sterker toegepast (Ritzer en Jurgenson 2010, 19). Op Wikipedia dragen deelnemers vrijblijvend content aan. De deelnemers schrijven zelf de informatieve artikelen en vullen elkaars geschreven artikelen aan. De consument produceert de content, maar heeft ook de mogelijkheid tot het consumeren van de content door het aanbod van mededeelnemers. Op Wikipedia is het mogelijk om zowel producent en consument te zijn, oftewel een *prosumer*. De deelnemers van een deelplatform zijn ook *prosumers*, omdat zij zelf de content moeten aandragen. Zonder de aangeleverde content is er geen markt op het deelplatform. De content op het deelplatform ontstaat niet door bedrijven, maar door de deelnemer die zowel de consument als producent is.

Tijdens het veldwerk werkte het deelplatform BlaBlaCar in Nederland nog niet naar behoren, omdat er weinig vraag of aanbod was op BlaBlaCar. In het veld is informant Frank

gevolgd, deelnemer van BlaBlaCar. Via het eigen netwerk kwam ik in contact met Frank, een uit Nederland afkomstige man van begin zestig met een interesse in innovatie. Frank is consultant en rijdt voor zijn werk veel door Nederland. Hij plaatst toekomstige autoritten op BlaBlaCar wanneer hij, bijvoorbeeld, in het oosten van Nederland moest zijn. Als Frank een rit plaatste op BlaBlaCar, hield hij mij op de hoogte van eventuele reacties op zijn rit. Echter, Frank kreeg geen reacties. Het aanbod van Frank en de vraag van de andere deelnemers stonden kennelijk niet met elkaar in verhouding. Ook Zeijlstra en Visscher (2016, 48) ondervonden dat BlaBlaCar nog niet naar behoren werkt, omdat er te weinig aanbod of vraag is. Deze journalisten, die ook een stel vormen, leefden een jaar lang via deelplatformen om te testen in hoeverre de deeleconomie werkt. De ervaringen die zij hebben opgedaan beschrijven zij in het boek ‘Delen Doe Je Zo!’. In het boek besteden zij ook aandacht aan autodelen. Het deelplatform BlaBlaCar en Togethr beschikken nog over een mager aanbod. Ook als ik op BlaBlaCar zocht naar een rit, viel op dat tussen de grote Nederlandse steden, zoals Amsterdam en Rotterdam, meerdere ritten te vinden zijn. Meestal zijn er rond de twintig ritten te vinden, voornamelijk tijdens de ochtenden en avondspits. Daarentegen waren er vrijwel nooit ritten beschikbaar naar mijn ouders, die buiten de Randstad wonen.

Omdat de deelnemers zelf de markt creëren als *prosumers*, werken niet alle deelplatformen nog naar behoeven. Ook interviewparticipante Sofie ervaarde het niet naar behoeven werken van deelplatformen. Sofie is eind twintig en masterstudent aan de universiteit. Zij is geïnteresseerd in de relatie tussen mens en techniek. Om deze reden probeert Sofie deelplatformen uit, om te kijken of zij deze in haar dagelijks leven kan gebruiken. Tijdens het interview, in een hip café in Rotterdam, vertelt Sofie dat de deeleconomie nog niet altijd even goed voor haar werkt. Sofie heeft onder andere gebruik gemaakt van Couchsurfing, BlaBlaCar, WorkSpot en Airbnb. Vorig jaar zomer besloot Sofie te experimenteren met Peerby. Omringd door flexwerkers die gebogen zijn over hun laptops, vertelt Sofie aan mij over haar ervaringen met Peerby:

I: Je hebt zelf spullen op Peerby staan?

P: Ik heb het wel aangeboden. Mensen reageren alleen niet. Ik heb wel van de zomer met Peerby zitten spelen. Daarna heb ik het niet meer gebruikt. Het was toen zomer, het BBQ-seizoen. Er waren mensen die tuinstoelen nodig hadden voor tuinfeesten. Toen heb ik mijn klapstoelen aangeboden, maar daar werd niet op gereageerd.¹⁴

¹⁴ Interview deelnemer deeleconomie, Sofie, 13 februari, 2016.

Het antwoord van Sofie, maar ook de ervaringen van Frank, Zeijlstra en Visscher (2016) bevestigt hiermee de beaming van Belk (2014), namelijk dat de deelnemers zowel consument als producent zijn. De deelplatformen vallen of staan met haar *prosumers*.

Het online deelplatform als tussenschakel

Het is beschreven dat het deelplatform zelf de uitwisseling faciliteert, maar niet het aanbod creëert. De rol van een deelplatform is het faciliteren van de uitwisseling (Botsman en Rogers 2010, 91-92). Het is een tussenschakel, maar het heeft een andere rol dan de traditionele tussenschakel, zoals een winkel of bouwmarkt (Botsman en Rogers 2010, 91-92). Een winkel of webwinkel is een locatie waar het aanbod nog het eigendom van de winkel of webwinkel is. Een deelplatform is geen fysieke ruimte. Kort gezegd creëert het deelplatform alleen een online ontmoetingsplaats en geen fysieke winkel of online webwinkel met verkoopbare content, geproduceerd en gedistribueerd door de eigenaren.

Wat is het verdienmodel van de deelplatformen als de eigenaar niet verdient aan het aanbod van diensten of producten, zoals in een winkel of webwinkel? Om te verdienen aan een deelplatform vragen deelplatform-eigenaren soms een kleine vergoeding over de uitwisseling. Het deelplatform bezit dan nog steeds niet het product, maar vraagt aan de deelnemer of zij een percentage van het verkregen bedrag wilt afstaan. Uiteraard is dit mogelijk op deelplatformen waar monetaire uitwisselingen plaatsvinden, zoals SnappCar, Thuisafgehaald en Airbnb. In het geval van Couchsurfing kunnen deelnemers tien dollar betalen om de *community* te versterken. Zodra een deelnemer de tien dollar aan Couchsurfing heeft betaald, krijgt de deelnemer een extra bewijs van verificatie. Ook ik betaalde tien dollar aan Couchsurfing, om te zien hoe deze betaling werkte. Middels mijn creditcard werd er tien dollar afgeschreven. Op mijn persoonlijke profiel pronkt naast mijn profielfoto nu een groen icoon, dat mij doet denken aan een sticker. Deze groene sticker laat andere deelnemers zien dat ik geverifieerd ben middels betaling.

Het vragen van een vergoeding aan deelnemers door deelplatform-eigenaren komt voort uit een vraagstuk waarmee de deelplatform-eigenaren kampen, namelijk hoe verdien je geld met een deelplatform? Volgens Anderson (2009) geven veel deelplatformen de diensten ‘gratis’ weg, zoals op Peerby. Ik hoefde Yvet of Peerby niet te betalen voor het lenen van de schuurmachine. Het is ethisch nog lastig om aan een deelplatform te verdienen als alleen de context gecreëerd is en niet de content. Het deelplatform is veelal een technisch systeem, ontwikkeld door de eigenaren. Voor de uitwisseling zelf hoeft de platform-eigenaar weinig te doen. Dit regelen de deelnemers onderling middels de technische toepassingen.

Binnen de huidige economische markt is het vanzelfsprekend dat men een vergoeding vraagt voor de producten en diensten die zij verkopen (Carrier 2006). Zo betaald de eigenaar de onkosten, zoals de huur van het winkelpand en personeelskosten. Daarnaast betaalt een webwinkel of fysieke winkel een inkoopbedrag over het aanbod dat zij verhandelen. Voor het webadres, en daarmee het recht op de online ruimte, van een deelplatform betaalt de eigenaar een vergoeding. De deelplatform-eigenaar verkoopt verder geen producten.

Toch maakt het deelplatform onkosten. Hierdoor kampen platform-eigenaren met de vraag hoe zij deze onkosten kunnen terugverdienen. Als ik samen met Jelle, een Nederlandse man van midden twintig, het over de oprichting van zijn platform heb, komt het onderwerp verdienmodel ter sprake. Jelle is twee jaar geleden begonnen met het opzetten van een online platform die toekomstige democratische beslissingen inzichtelijk moet maken. Het platform valt niet volledig onder de deeleconomie. Toch kan het platform van Jelle inzicht bieden over het online opereren van platformen. Ik sprak met Jelle af op zijn nieuwe kantoor. Onlangs konden hij en zijn team het veroorloven om te verhuizen naar een zelfstandige werkruimte. Toch is deze werkruimte net te krap voor tien werknemers achter loeiende computers en een antropoloog, daarom verplaatsen Jelle en ik naar een café om de hoek. Ik ben benieuwd hoe Jelle denkt over de financiering van online platformen. Hij vertelt over de financiële worsteling waarin hij en zijn team zitten:

- P: Je merkt ook dat bij het verkopen van je dienst, middels een platform, dat klanten het lastig vinden om het te plaatsen. Vroeger, als een bepaalde partij ergens geld aangaf, dan betaalde je die partij geld, omdat diegene daar zoveel uur iets mee ging doen. Of je betaalde geld omdat die partij goederen gaat geven. Het was heel duidelijk wat je kreeg en wat de kosten waren. Hierdoor zie je ook heel duidelijk wat de winst was. Met een platform heb je eigenlijk geen kosten. Het hosten¹⁵ van een platform kost niks en het opzetten ook niet. Het enige wat het kost is de ontwikkeling van het platform. Het abstracte idee.
- I: De uren die je erin stopt voorafgaand aan het online gaan van het platform?
- P: Ja, vanaf het begin. Dus het hele basisproduct kost geld. Dat is een verdienmodel wat nog heel lastig te verkopen is aan klanten.
- I: Waarom is dat lastig te verkopen?
- P: Als jij de gemeente bent en ik geef jou een offerte waarop staat dat jij een paar honderd euro per maand moet betalen voor deze online omgeving. Dan vraag jij jezelf af wat het ons dan kost. Als het dan een paar honderd euro kost, betekent dat dan dat jullie aan bijvoorbeeld aan een grote slinger draaien om het platform online te houden? Het antwoord is natuurlijk dat het niks kost. Als

¹⁵ Hosten houdt het draaiende houden van het platform in. Hiervoor is een webadres nodig, techniek en internet, zodat het platform online blijft.

het platform draait, dan zijn hier weinig kosten aan verbonden. Uiteindelijk moet je alsnog inkomsten genereren voor de dingen die wel wat kosten, het abstracte ontwikkelingsproces.

- I: Dat is iets wat moet gaan veranderen? Een besef dat je het geld aan wat anders uitgeeft dan het draaiende houden van een platform?
- P: Ja. Hetzelfde heb je ook met Airbnb. Mensen vinden het soms lastig te beseffen dat er zoveel procent naar de platformen gaat. Die vragen zich af of dat het wel waard is.
- I: Ja, inderdaad. Er gaat een bepaald percentage naar Airbnb.
- P: Bij Spotify net zo.
- I: Voor jou toont het wel aan hoe bedrijven aan het zoeken zijn met hoe ze nu hun verdienmodel vorm moeten geven?
- P: Ja, het is een proces dat in werking is gesteld sinds het hele softwaremodel is ontstaan. Nu gewone uren worden vervangen door software, roept het wel vragen op of we nog steeds dezelfde verdienmodellen moeten hanteren. Moeten we daar nog op dezelfde manier naar kijken?¹⁶

Jelle geeft aan dat het besef van een verdienmodel voor het draaiende houden van een platform zich nog aan het vormen is. Het huidige economische systeem is gewend dat geld wordt uitgegeven voor het draaiende houden van een dienst, maar kijkend naar de deelplatformen en het antwoord van Jelle, kantelt het verdienmodel en de tussenschakel. Het deelplatform verdient aan de deelnemers en niet aan wat uitgewisseld wordt.

Een verschuiving van lokaal naar mondiaal

Volgens McArthur (2014), Bardhi en Eckhardt (2012) heeft de financiële crisis uit 2008 een belangrijke rol gespeeld in de ontwikkeling van de deeleconomie. Rise (2013) stelt dat mensen onderling meer zijn gaan delen door de crisis. Ook Gansky (2010) schrijft dat mensen een kater aan de financiële crisis overhielden, daarom zijn mensen gebruik in plaats van bezit gaan waarderen. Of de financiële crisis daadwerkelijk invloed heeft op de ontwikkeling van de deeleconomie is nog niet voldoende onderbouwd, maar wat wel zichtbaar is, is dat de meeste deelplatformen vanaf 2008 zijn ontwikkeld, zoals Airbnb¹⁷ en Peerby¹⁸. De deelplatformen waren al in de samenleving aanwezig, maar de hoeveelheid deelplatformen was nog niet opvallend. Wellicht dat de financiële crisis gezorgd heeft voor een toename, want na 2008 is de zichtbaarheid van deelplatformen binnen de maatschappij gegroeid. Tegenwoordig zijn er in Nederland rond zestig deelplatformen actief.¹⁹ Volgens Van de Glind en Van Sprang (2016, 26) is tot begin

¹⁶ Interview deelnemer deeleconomie, Jelle, 2 maart, 2016.

¹⁷ "Over Ons", Airbnb, geraadpleegd op 29 november, 2016, <https://www.airbnb.nl/about/about-us>.

¹⁸ "Over Peerby.", Peerby, geraadpleegd op 29 november, 2016, <http://blog.peerby.com/over-peerby/>.

¹⁹ Aantal gebaseerd op de het overzicht van online deelplatformen opgesteld door ShareNL. ShareNL, geraadpleegd op 6 augustus, 2016, http://www.access-nl.org/media/263867/ShareNL_listing.pdf.

2016 al ruim 26 miljard geïnvesteerd. Deze investeringen zijn niet onopgemerkt gebleven. De deeleconomie is zichtbaar geworden binnen de maatschappij.

Deelnemers die via een deelplatform uitwisselen, hebben effect op de economische rolverdelingen, zoals in de voorgaande paragrafen bleek. Daarnaast heeft de deeleconomie ook invloed op de inrichting van de economische hiërarchie. De economie is gebaseerd op natiestaaten (Hann en Hart 2011; Carrier 2006). Dit loopt langs de lijnen van het Bruto Nationaal Product. Hetgeen een winkels verkoopt, draagt bij de aan de economische groei van de natiestaat, omdat er belasting over wordt betaald (Carrier 2006).

Binnen de deeleconomie vinden uitwisselingen plaats die van lokale schaal naar een grotere, soms zelfs mondiale, schaal zijn verschoven. Lokale uitwisselingen zijn onderdeel geworden van de mondialisering middels de deelplatformen. De uitwisseling is niet meer plaatsgebonden. Het is niet meer noodzakelijk dat deelnemers elkaar kennen voor het aangaan van een uitwisseling. Het deelplatform functioneert als ontmoetingsplaats en verbindt deelnemers. Via Peerby ontmoette ik Yvet, terwijl ik hiervoor niet wist van haar bestaan. Toch werden wij verbonden via Peerby. Deze onderlinge verbinding sluit aan op Manuel Castells (2008) zijn notie van de netwerksamenleving. Castells (2008) schrijft in zijn boek *The Rise of the Network Society* dat de maatschappij verschuift naar een netwerkmaatschappij, waar mensen onder andere door horizontale relaties handeldrijven. De deeleconomie past bij het fenomeen van de netwerksamenleving. Lokale privénetwerken, waarin wordt uitgewisseld, zijn opgeschaald en openbaar toegankelijk via een deelplatform.

Doordat deelplatformen netwerken voor uitwisseling faciliteren, is er sprake van *disembedding* (Giddens in: Eriksen 2007, 17). Lokale uitwisselingen zijn niet meer contextafhankelijk. De deelnemer hoeft niet meer zijn buurman om een boormachine te vragen, maar kan via het netwerk van Peerby opzoek gaan naar een boormachine. Daardoor is de deelnemer niet meer afhankelijk van waar hij of zij zich op dat moment fysiek bevindt. De deelplatformen laten de afstand en tijd om lokale uitwisselingen te voltooien verkleinen. Zij spelen in op het concept 'time-space compression' (Harvey 2014, 240). De ervaring van lange afstand is veranderd, waardoor de wereld kleiner aanvoelt (Harvey 2014, 240-242). De verkleining van de wereld ontstond onder andere door de uitvinding van het telegram. Hierdoor was het niet meer noodzakelijk om *face to face* contact met elkaar te maken. Eriksen (2007, 17) noemt zelfs het geschrift de eerste vorm van *time-space compression* was. Het aangaan van een transactie of communicatie is niet meer afhankelijk van de locatie en kan sneller plaatsvinden. Om deze reden is de wereld verkleind, volgens zowel Eriksen (2007) als Harvey (2014). Deelplatformen spelen hierop in. Voor een uitwisseling is het niet noodzakelijk meer om elkaar vooraf binnen

de offline context te ontmoeten. De ontmoeting vindt plaats wanneer online het contact is gelegd. In wat volgt, zal blijken dat opschaling van uitwisselingen inderdaad inspeelt op *time-space compression* en *dismembedding*. Door de reactie van nationale overheden op de deeleconomie te analyseren, komt naar voren dat de deeleconomie een vorm is van *disembedding*. Hierna gaat de aandacht uit naar het bedrijfsleven. De *time-space compression* middels deelplatformen, zorgt ervoor dat het bedrijfsleven zich moet aanpassen.

De deelnemers hebben toegang tot een netwerk. Dit zijn meer mogelijke partners voor uitwisseling dan wanneer de uitwisseling plaatsvindt binnen het eigen privénetwerk. Dientengevolge is de deeleconomie omvangrijker geworden en opgemerkt door nationale overheden. Overheden worstelen met de deeleconomie rondom regelgeving.²⁰ Deelnemers vinden zelfs werk via deelplatformen, zoals Helpling²¹. Het deelplatform Helpling brengt schoonmakers en zoekende naar een schoonmaker bij elkaar. Simpel omschreven kan men Helpling beschouwen als het advertentieboard bij de supermarkt. Het advertentieboard is nu een deelplatform. Schoonmakers zijn hierdoor makkelijker te vinden. Ook zijn de hoeveelheid opbrengsten voor schoonmaakwerkzaamheden gegroeid. Onder andere de belastingdienst zet hier haar vraagtekens bij.²² Een schoonmaker van Helpling of een verhuurder van Airbnb draagt geen inkomensbelasting af via het deelplatform. Geld verdienen via een deelplatform gebeurt niet via een werkgever.

Het heffen van belasting speelt ook bij Airbnb. Tijdens het veldwerk kwam Airbnb geregeld in het nieuws. Het verhaal van Airbnb is tweeledig. Aan de ene kant speelt bij Airbnb ook het verhaal van inkomstenbelasting.²³ Deelnemers van Airbnb die hun huis verhuren verdienen soms aan de kamer die zij verhuren via Airbnb. Voor de Belastingdienst is niet zichtbaar hoeveel deelnemers verdienen aan het verhuren via Airbnb, want Airbnb draagt de inkomensgegevens van haar deelnemers niet af aan de Belastingdienst.²⁴ Anderzijds verandert ook de binnenstad van Europese steden, zoals Amsterdam. Sommige inwoners in Amsterdam weten niet of zij in het weekend andere burens hebben door Airbnb. Om deze twee redenen mag in Amsterdam niet langer dan zestig dagen verhuurd worden via Airbnb.²⁵ In Berlijn mogen alleen nog kamers verhuurd worden via Airbnb en geen volledige huizen meer.²⁶

²⁰ Couzy, Franka Rolvink, "Overheden Worstelen met het Nieuwe Delen." *Financieel Dagblad*, 2 juni, 2016. Geraadpleegd op 4 november, 2016, <https://fd.nl/economie-politiek/1154314/overheden-worstelen-met-het-nieuwe-delen>.

²¹ Website Helpling, geraadpleegd op 4 november, 2016, <https://www.helpling.nl/>.

²² RTL Z. "Belastingdienst met Handen in het Haar over Deeleconomie", geraadpleegd op 8 november, 2016, <https://www.rtlz.nl/finance/personal-finance/belastingdienst-met-handen-in-het-haar-over-deeleconomie>.

²³ Noort, Wouter van. "Waarop Moet Je Letten Voordat Je Je Huis op Airbnb Zet?". *NRC*, 8 juli, 2016. Geraadpleegd op 9 november, 2016, <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/07/08/balende-buren-zijn-jouw-probleem-3121489-a1510344>.

²⁴ Noort, Wouter van. "Waarop Moet Je Letten Voordat Je Je Huis op Airbnb Zet?". *NRC*, 8 juli, 2016. Geraadpleegd op 9 november, 2016, <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/07/08/balende-buren-zijn-jouw-probleem-3121489-a1510344>.

²⁵ NOS. "Europese Steden Wisselen Informatie over Airbnb Uit." 4 november, 2016. Geraadpleegd op 9 november, 2016, <http://nos.nl/artikel/2141363-europese-steden-wisselen-informatie-over-airbnb-uit.html>.

²⁶ *Algemeen Dagblad*. "Berlijn Verbiedt Verhuur Airbnb-appartementen." 10 mei, 2016. Geraadpleegd op 9 november, 2016, <http://www.ad.nl/buitenland/berlijn-verbiedt-verhuur-airbnb-appartementen~a1192d3b/>.

Naast de overheid zijn de traditionele economie en de deeleconomie ook met elkaar in frictie. Het deelplatform Pick This Up²⁷ is een sociaal netwerk voor het bezorgen van pakketten. Pick This Up koppelt deelnemers, die een pakket hebben besteld, aan deelnemers die van de locatie, waar het pakket zich bij bestelling bevindt, reizen naar de locatie waar het pakket bezorgd moet worden. Zijn traditionele postbedrijven nog wel nodig als mensen onderling steeds meer de eigen markt kunnen creëren? De deeleconomie laat toekomstige vraagstukken over de bedrijfscultuur ontstaan.

De lokale uitwisselingen zijn de lokale schaal overschreden en functioneren soms zelfs op mondiaal niveau, in het geval van Airbnb. Het opschalen van lokale uitwisselingen gebeurt, omdat het internet grenzeloos is. Iedereen met technische kennis kan een deelplatform opzetten, kijkend naar het voorbeeld van Jelle die een platform heeft opgericht voor het inzichtelijke maken van toekomstige democratische beslissingen. Jelle heeft aan de universiteit de bachelor natuurwetenschap en innovatiemanagement gestudeerd. Het opzetten van een online platform heeft Jelle geleerd door het zelf te doen en zich te verbinden aan mensen die beschikten over de technische kennis. Hiervoor was Jelle zijn opleiding niet noodzakelijk. Ook hoeft bij het opzetten van een deelplatform niet om toestemming worden gevraagd. Iedereen kan een deelplatform opzetten, mits er toegang tot het internet is en de juiste technische kennis paraat is. Wanneer het deelplatform is ontwikkeld, is deze niet gebonden aan de natiestaat, want het heeft geen contract of toestemming nodig van de natiestaat. Een deelplatform is grenzeloos en ontstaat van onderaf.

De deeleconomie past bij de beweging waarbij de natiestaat aan macht aan het verliezen is. Hardt en Negri (2000) schrijven dat de natiestaat aan macht verliest. Er ontstaan nieuwe machten boven de natiestaat, volgens Hardt en Negri (2000). De nieuwe machten die ontstaan beschrijven Hardt en Negri (2000, xiv) als de *Empire*. Deze beperkt zich niet meer tot alleen de landgrenzen, maar is grensoverschrijdend. Hardt en Negri (2000) geven de Verenigde Naties als voorbeeld van een grensoverschrijdende *Empire*. De Verenigde Naties bepaalt deels hoe de lidstaten zich moeten gedragen, evenals de Europese Unie.

Het is niet zo dat de deelplatformen de natiestaat overheersen, maar de deelplatformen overstijgen de schaal van de natiestaat. De deelplatformen ontstaan van onderaf en hebben hun intrede gedaan binnen de maatschappij. Allereerst leken zij vrij onschuldig, maar het totaal aan deelplatformen en dus haar deelnemers blijft maar groeien. Een lokale onschuldige uitwisseling, die weinig impact had op de nationale economie, heeft zich opgeschaald naar een groter

²⁷ Website PickThisUp, geraadpleegd op 7 november, 2016, <https://www.pickthisup.nl/>.

niveau. Dientengevolge zijn de deelplatformen economisch betrokken geraakt. Kortom, de deeleconomie laat de *local* het toneel van de *global* betreden.

Conclusie

De deelplatformen zijn vrij toegankelijk voor ieder die toegang heeft tot het internet via een computer, tablet of smartphone. Daardoor zijn lokale uitwisselingen op basis van delen, ruilen, lenen of verhuren niet meer afhankelijk van een lokaal en persoonlijk netwerk. Via de deelplatformen heeft een deelnemer toegang tot het netwerk van een deelplatform. Het uitwisselen tussen mensen is hierdoor opgeschaald naar een groter niveau. Uitwisselingen op basis van delen, ruilen, lenen of verhuren tussen mensen is niet meer zeer afhankelijk van de context waarin ze leven. Wanneer mensen toegang hebben tot de online context vergroot dit het netwerk van de deelnemers. De deelplatformen zorgen ervoor dat mensen zich kunnen verbinden met andere, vrijwel onbekende mensen waarmee zij wellicht niet zo snel in contact zouden komen. Gezamenlijk creëren de deelnemers de markt. De deelnemers van een deelplatform kunnen zowel aanbieder als afnemer zijn. De creatie van de markt op de deelplatformen wordt niet gecreëerd door bedrijven, maar door deelnemers zelf. Doordat deelnemers met elkaar de verbinding aangaan en niet met de winkel, heeft de deeleconomie ook impact op de sociale verbindingen die zij leggen. Zeker als er gekeken wordt naar de sociale symboliek van delen binnen de offline context. Wat betekent dit voor de sociale verbindingen wanneer zij tot stand komen via een online context? Het nu besproken economische component van de deeleconomie staat immers in verbinding met het sociale component.

Hoofdstuk 2

De sociale verbindingen binnen de deeleconomie

In het veld heb ik overnacht bij Marie via Couchsurfing. Ik stuurde Marie een bericht met de vraag of ik eenmalig bij haar mocht overnachten. Ook kookte ik voor Frans via Thuisafgehaald. Dinsdagochtend plaatste ik op Thuisafgehaald de mededeling dat ik op donderdag pasta met courgette zou koken. Twee dagen later reageerde Frans met de vraag of hij een bordje kon afhalen. Diezelfde dag, rond halfzeven in de avond, belde Frans aan. Ik verwelkomde hem bij mij thuis. Wij maakten een praatje over Thuisafgehaald. Ik was de tweede persoon waar Frans via Thuisafgehaald een maaltijd afhaalde. Ondertussen schepte ik de zojuist klaargemaakte pasta in zijn meegebrachte Tupperware-bakje. Naast het uitwisselen met Marie en Frank, leende ik een boormachine van Yvet via Peerby. Wat hebben deze uitwisselingen met elkaar gemeen? Ik had Marie, Frans en Yvet nog niet eerder ontmoet. Tijdens deze uitwisselingen leerde ik nieuwe mensen kennen. In het vorige hoofdstuk bleek dat de deeleconomie gebaseerd is op het C2C-principe. De traditionele tussenschakel, de winkel, doet een stap terug binnen de deeleconomie. De deelnemers van de deelplatformen creëren met elkaar de markt en leggen met elkaar contact. Er ontstaat een verbinding. Wat houdt deze verbinding in?

Als er wordt gekeken naar de diverse synoniemen die de deeleconomie ook draagt, verwoorden deze dat de deeleconomie de deelnemers onderling verbindt. Zo schrijft cyberfilosoof Michel Bauwens (2013) over de *peer-to-peer economy*. Botsman (2010) zet in haar boek *What's Mine is Yours* de werking en duiding van de term *collaborative consumption* uiteen. Robin Chase (2015) schrijft weer over de *collaborative economy*. De overeenkomsten die deze benamingen hebben is dat de deeleconomie, *peer-to-peer economy*, *collaborative economy* en *collaborative consumption* duiden op een groep mensen die gezamenlijk produceert en consumeert. Bauwens (2013) ziet de deeleconomie als een netwerk van *peers*, gelijken, die gezamenlijk platformen opzetten die vallen onder de economie. *Collaborative economy* gaat ook over gezamenlijk werken aan de economie (Chase 2015). Ook Botsman (2010) schrijft over een transitie waarbij de mensen onderling gaan consumeren en produceren. Hetgeen Botsman (2010) duidt als *collaborative consumption*. Kijkend naar de synoniemen, kan verondersteld worden dat er een collectief van individuen is opgestaan die gezamenlijk een economisch systeem vormen. De deelnemers begaan niet een transactie met winkel of webwinkel, maar een

uitwisseling met mede-deelnemers. McArthur (2014) schrijft dat de transitie van B2C naar C2C de economie veel persoonlijker en socialer maakt.

Naast dat de deelnemers met elkaar de verbinding aangaan en gezamenlijk de markt creëren, laten zij lokale uitwisseling plaatsvinden via de deelplatformen. De lokale uitwisselingen staan bekend als sociale en gelijkwaardige uitwisselingen, welke veelal plaatsvinden via het privénetwerk (Belk 2014; Cheal 1988; Komter 2005). Doordat deelplatformen onbegrensd zijn, hebben deelnemers toegang tot een groter netwerk voor uitwisseling dan wanneer zij uitwisselen op basis van het privénetwerk. Evertse (2014) is van mening dat de deelplatformen de mogelijkheden van lokale uitwisselingen hebben veranderd. Lokale uitwisselingen hoeven geen privétransacties meer te zijn. Via een deelplatform zijn lokale uitwisselingen publiekelijk toegankelijk (Belk 2014; Evertse 2014). Deze toegankelijkheid zorgt ervoor dat deelnemers, die elkaar nog niet kennen, met elkaar uitwisselen. De vraag is nu, als de mogelijkheden voor lokale uitwisselingen veranderen, veranderen de sociale verbindingen die verbonden zijn aan de lokale uitwisselingen dan ook?

Na het beschrijven van de economische structuren en rollen binnen de deeleconomie, staat in dit hoofdstuk de ontstane verbindingen tussen de deelnemers beschreven. De focus ligt op wat de invloed is van de deelplatformen op de sociale verbindingen van de deelnemers. Allereerst is beschreven wat de kenmerken zijn van uitwisselingen binnen de offline context. Vervolgens is de vraag gesteld of de kenmerken uit de offline context overeenkomen met de uitwisselingen die plaatsvinden via de deelplatformen.

De kenmerken van uitwisselingen binnen de offline context

In de eerste maand van het veldwerk bezoek ik op een zondagmiddag mijn oma. Onder het genot van een dampend kopje thee, vraagt mijn oma mij hoe het gaat met de studie. Ik vertel haar dat ik bezig ben met mijn afstudeeronderzoek over de deeleconomie. Mijn oma is 89 en woont niet meer zelfstandig, omdat ze slechtiend is. Ondanks dat, is met het geheugen van mijn oma niks mis. Zij luistert nog elke dag naar het journaal en weet wat er speelt in de wereld. Om deze reden is zij benieuwd naar de deeleconomie. Ik leg mijn oma uit dat er tegenwoordig platformen zijn waarop mensen elkaar ontmoeten, om vervolgens spullen te lenen of diensten te vervullen. “Grappig”, zegt mijn oma, “vroeger deden wij dit ook al. Alleen wij hadden toen nog niet die moderne technieken.”

Als ik een paar weken later aan de keukentafel zit met fotograaf Tim van begin 50, komt terug dat de lokale uitwisselingen in de deeleconomie geen vernieuwend fenomeen zijn. Tim

en ik zitten aan de keukentafel in mijn ouderlijk huis. Hij woont in de buurt. Toen Tim via kennissen hoorde dat ik onderzoek deed naar de deeleconomie, stelde hij zichzelf beschikbaar als interviewparticipand. Tim is een Nederlandse man en werkt als fotograaf op ZZP-basis. Tim is frequent gebruiker van Airbnb. Hij vindt Airbnb een prachtig medium, omdat zijn overnachtingen via Airbnb hem meer een gevoel van thuis geven dan wanneer hij een hotel boekt. Aan het begin van het interview vraag ik naar Tim zijn mening over de deeleconomie. Hij geeft gelijk aan dat hij altijd al heeft geleend en gedeeld, maar dat de deeleconomie zorgt voor een nieuwe dimensie, namelijk een online context.

Al eerder bleek dat delen, wat in het woord ‘de deeleconomie’ is verwerkt, geen nieuw fenomeen is. Binnen de antropologie is delen een veel onderzocht concept. Delen wordt beschouwd als een lokale uitwisseling tussen gelijkwaardige personen (Belk 2010; John 2013; Komter 2005). De lokale uitwisselingen zijn uitwisselingen die al geruime tijd in de maatschappij aanwezig zijn, volgens Humphrey (1991). Price (*in*: Belk 2010, 715) schrijft dat delen de meest universele vorm van handeldrijven is. Het is dan ook niet verwonderlijk dat Tim en mijn oma beiden noemen dat de deeleconomie binnen de offline context geen vernieuwend fenomeen is.

Naar lokale uitwisselingen is vanuit de antropologie al eerder onderzoek gedaan, zoals door Mauss (1990) en Levi-Strauss (*in*: Cheal 1988). Het verschil tussen de uitwisselingen via de deelplatformen en de lokale uitwisselingen is dat de lokale uitwisseling voorafgaand aan de deelplatformen alleen plaatsvonden binnen de lokale context. Lokale uitwisselingen, binnen een offline context, stimuleren solidariteit en reciprociteit tussen de deelnemers (Cheal 1988; Komter 2005; Mauss 1990). Volgens Mauss (1990) versterkt solidariteit en reciprociteit weer de gemeenschap en sociale verbindingen. Om te vergelijken of lokale uitwisselingen binnen een online en offline context overeenkomen of juist verschillen, heb ik zowel lokale uitwisselingen via de offline als de online context geanalyseerd.

Belk (2010) schrijft dat lokale uitwisselingen soms onopvallend zijn. Delen is bijvoorbeeld verweven in de privésfeer van ons dagelijks leven. Tijdens de eerste weken veldwerk was de vanzelfsprekendheid van lokale uitwisselingen merkbaar. Aangezien ik tijdens het veldwerk in mijn eigen woning verbleef, veranderde aan de persoonlijke context weinig. Ik moest vanuit een ander perspectief naar het dagelijks leven kijken, zodat de momenten zichtbaar werden wanneer mensen delen, ruilen of lenen. Uiteindelijk viel op hoeveel mensen binnen het eigen lokale netwerk delen, ruilen of lenen. Mijn burens lenen aan elkaar boormachines uit. De vriendinnen van mijn moeder lenen elkaar campingspullen uit. Tijdens een interview gaf een vrouwelijke participant, Merel, aan dat de vriendinnen van haar moeder ook gezamenlijk spellen

delen, zoals een gourmetstel. Tim gaf ook aan dat hij lp's en boeken uitleent aan vrienden. Een stel uit Utrecht, Daan en Marieke, geven aan dat zij afgelopen zomer hun huis hadden gedeeld met een goede vriendin. Hieruit blijkt dat spullen, ruimte en diensten rouleren binnen het privénetwerk.

Kenmerkend bij de hiervoor beschreven voorbeelden is, dat er sprake is van een al bestaande verbinding. Voor Mauss (1990) en Komter (2005) is de uitwisseling mogelijk door de sociale verbinding, want dit geeft een bepaalde vorm van vertrouwen. Als bepaalde spullen in goede staat zijn teruggebracht bij de toenmalige eigenaar, wordt het vertrouwen vergroot (Belk 2010; Komter 2005). Daarnaast ontstaat er een morele verbinding tussen de deelnemers (Simmel *in*: Komter 2005, 43). De ontvanger heeft een schuld bij de geveer. Meestal bedankt de ontvanger de geveer voor de uitwisseling. De invulling van het bedanken kan verschillen van het geven van een bos bloemen tot een wederdienst. Het bedanken noemt Komter (2005) reciprociteit. Ook John (2013) en Belk (2010) beschouwen reciprociteit als een kenmerk van lokale uitwisselingen. Volgens Levi-Strauss (*in*: Cheal 1988, 3) houdt reciprociteit zelfs de cycli van lokale uitwisselingen in stand.

Tegen het einde van het veldwerk reed ik met de auto richting het noorden van Nederland. Dicht tegen de Waddenzee wonen een man van midden veertig en een vrouw van rond de vijftig. De man, Peter, is muzikant van beroep en de vrouw, Tirza, is beeldend kunstenaar. Zij wonen samen in een oude basisschool. De reden dat ik in de auto zat, onderweg naar de andere kant van Nederland, was omdat Tirza en Peter veelal leven op basis van delen en ruilen. Dit gaven zij aan toen een kennis aan hen de reclame van de Triodos Bank liet zien. De Triodos Bank was een reclameactie gestart onder de noemer 'Schathemeltjerk'²⁸. De reclamecampagne bestond uit meerdere video's waarin personen vertellen over hoe zij rijkdom ervaren. In een van de reclamevideo's vertelde een vrouw over hoe zij een jaar lang zonder geld leefde.²⁹ Als reactie op de reclame zeiden Peter en Tirza dat zonder geld leven voor hen niets bijzonders is, omdat dat zij veelal leven zonder geld. Om toch te overleven, delen en ruilen zij met mededorpsbewoners. Hoe Peter en Tirza uitwisselen binnen de offline context, daar wilde ik meer over weten.

Tijdens het interview in de oude lerarenkamer, wat nu functioneert als woonkamer en keuken, vroeg ik Tirza en Peter hoe zij uitwisselen.³⁰ Hun artistieke achtergrond opent deuren

²⁸ "Hoe Word Je Schathemeltjerk?", Triodos Bank, geraadpleegd op 10 november, 2016, <https://www.triodos.nl/nl/schathemeltjerk?osc=part-fp5>.

²⁹ "Hoe wordt je schathemeltjerk? Vraag het aan iemand die zonder geld leefde.", geraadpleegd op 10 november, 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=FXK-FRjlp5Y>.

³⁰ Interview Tirza en Peter, 1 mei, 2016.

voor nieuwe manieren van ruilen, namelijk op basis van talent. Tirza geeft schilderworkshops inruil voor aardappelen. Peter maakt onder andere video's met een drone voor mensen inruil voor levensmiddelen. Aangezien Tirza en Peter in een klein dorp wonen, kennen ze veel inwoners en weten wie wat uit te wisselen heeft. Op basis van bestaande sociale verbindingen, namelijk de inwoners van het dorp en de reciprociteit die het ruilen en delen in stand houdt, proberen Tirza en Peter te leven. Als reciprociteit niet zou werken, vervalt het nut om te delen of te ruilen voor Tirza en Peter.

Dit interview leert dat binnen de offline context het belang van reciprociteit en de sociale verbinding gepaard gaat. Binnen de offline context wisselen mensen uit op basis van al bestaande sociale verbindingen, zoals bij Peter en Tirza, fotograaf Tim, mijn burens en het stel uit Utrecht, Marieke en Daan. Dit maakt nieuwsgierig naar hoe de sociale verbinding zich vormt via de online context van het deelplatform en of er sprake is van reciprociteit. Bijvoorbeeld, heeft Tom veel vrienden gemaakt via Couchsurfing? En ziet Sofie de mensen die met haar meereiden via BlaBlaCar nog weleens? De volgende paragraaf zoomt in op de vorming en sterkte van sociale verbindingen.

De mate van verbinding op de online deelplatformen

Als de deelnemers zich in de tweede en derde fase van het proces van uitwisseling bevinden, namelijk het verbinden van vraag en aanbod en het uitvoeren van de transactie, ontstaat er een sociale verbinding. Daarentegen toont dit onderzoek aan dat reciprociteit en een versterking van de sociale verbinding minder vanzelfsprekend is in het geval van uitwisseling via de deelplatformen. In wat volgt wordt deze verandering ten opzichte van de offline situatie gemotiveerd.

Belk (2014) schrijft dat reciprociteit via een online context anders werkt dan via een offline context. Doordat er binnen de offline context veelal sprake is van een bestaande sociale verbinding, is de reciprociteit sterker. Binnen de online context is er sprake van een zwakke sociale verbinding. Daardoor is de reciprociteit minder sterk. Voor Bardhi en Eckhardt (2012) klopt de constatering van Belk. Bardhi en Eckhardt (2012) deden onderzoek naar autodelen. Tijdens hun casestudie over ZipCar³¹, ondervonden Bardhi en Eckhardt dat dat deeleconomie effect heeft op de vormen van reciprociteit, daarom verwijzen zij in het artikel *Accessed-Based Consumption* naar de term *negative reciprocity* van Sahlins (*in*: Bardhi en Eckhardt 2012, 891).

³¹ ZipCar is een bedrijf dat autodelen mogelijk maakt. Het platform is vergelijkbaar met SnappCar en verleent deelnemers toegang tot een auto inruil voor een vergoeding. Website ZipCar, geraadpleegd op 24 november, 2016, <http://www.zipcar.com/>.

Negative reciprocity staat voor het uitwisselen op basis van de eigen interesse. Bardhi en Eckhardt (2012) schrijven dat bij ZipCar uitgewisseld wordt op basis van eigen interesse. Op ZipCar vervullen deelnemers het eigen belang en is er geen sprake van een behoefte om echt daadwerkelijk iets terug te doen (Bardhi en Eckhardt 2012). Doordat de sociale verbinding nieuw en veelal zwak is, staat er geen sterke sociale verbinding op het spel.

In het veld was merkbaar dat de zwakke sociale verbindingen inderdaad bijdragen aan een verminderde vorm van reciprociteit. Sofie ziet de deelnemers die met haar zijn meegereden via BlaBlaCar niet meer. Ook Tom spreekt de gasten, die hij via Couchsurfing ontving, weinig.³² Hij ontvangt wel vaak kleine cadeaus inruil voor de overnachting, maar tot nu toe heeft hij er geen potentiële beste vrienden aan overgehouden. Doordat er geen sterke sociale verbindingen zijn, wisselen deelnemers voornamelijk op basis van persoonlijke motivatie uit, wat weer *negative reciprocity* creëert. Op de deelplatformen wordt niet zo zeer uitgewisseld op basis van het belang van het collectief of de *community*, maar veelal toch op het eigen belang kijkend naar de motivatie voor deelname aan de deelplatformen.

De motivatie voor deelname is in de literatuur divers gedeut. McArthur (2014) schrijft dat de deelname onder motivatie voor duurzaamheid kan vallen. Deelnemers zouden de deeleconomie als vorm van duurzaam consumeren beschouwen, volgens McArthur (2014). Andere redenen voor McArthur (2014) zijn behoefte aan sociaal contact en financiële voortuitgang. Ook Van de Glind en Van Sprang (2016, 23-25) geven geld, sociale motieven en duurzaamheid als motivaties voor deelname aan deelplatformen.

Als cultureel antropoloog met de focus op *sustainable citizenship* fascineerde het mij of duurzaamheid een rol speelt. Verschillende interviews lieten mij inzien dat dit niet het geval is. De voornaamste motivatie die de participanten, veelal onbewust, overtuigden om deel te nemen aan de deeleconomie was gebaseerd op wat het hen zou opbrengen. Onder andere Merel, voorstander van duurzaamheid, liet onbewust doorschemeren dat deelname toch afhankelijk is van persoonlijk gewin. Merel is masterstudent aan de universiteit, van Nederlandse komaf en eind twintig. Ze beschrijft zichzelf als linkse hippie, maar wel met een nuchtere blik. Merel maakt onder andere gebruik van BlaBlaCar. Aan de door Merel zelfgemaakte keukentafel met voor ons een glas verse muntthee, vertelt Merel over haar avonturen op BlaBlaCar. Merel noemt dat zij voor autoritten naar het buitenland gebruik heeft gemaakt van BlaBlaCar. Als ik haar vraag of zij geprobeerd heeft BlaBlaCar in Nederland te gebruiken, geeft Merel aan dat zij BlaBlaCar in Nederland nog niet gebruikt heeft. Merel noemt dat zij gekeken heeft naar een rit richting

³² Interview met Couchsurfing-host Tom, 18 februari, 2016.

haar oude studentenstad, maar uiteindelijk maakte de rit via BlaBlaCar qua kosten te weinig verschil. “Het was een euro verschil tussen de trein en de auto. Het gaat mij dan toch een beetje om het geld”³³, zegt Merel bedenkelijk. Het ging uiteindelijk toch om een persoonlijk doel, namelijk financieel voordeliger uitkomen.

Merel is geen uitzondering. Vaak ligt het eigenbelang ten grondslag aan de keuze voor deelname aan deelplatformen. In het begin van het onderzoek was ik in de veronderstelling dat het sociale en duurzame aspect de primaire beweegredenen zouden zijn, maar ook in de knusse woonkamer van een arbeiderswoning in Utrecht wordt mij duidelijk dat dit een idealistisch beeld van de werkelijkheid is. Aan begin van een doordeweekse avond interview ik het stel Marieke en Daan over hun ervaringen in de deeleconomie. Marieke, een Nederlandse vrouw van midden twintig, en Daan, een Nederlandse man van begin dertig, zijn beiden werkenden. Daan volgt in deeltijd nog een theaterstudie in Maastricht. Marieke werkt als communicatieadviseur. Samen maken zij regelmatig gebruik van Airbnb. Marieke zegt dat zij ook gebruik heeft gemaakt van Peerby voor het lenen van statafels voor haar verjaardag. Marieke had geen ruimte om een eigen aangeschafte statafel op te bergen. Daarnaast vond zij het te duur om zelf een statafel aan te schaffen, omdat ze een statafel niet vaak nodig heeft. Om deze reden besloot zij om een statafel te lenen via Peerby. Hieruit blijkt dat de motivatie gedreven is op persoonlijk gewin. Als ik aan Marieke vraag of zij heeft uitgeleend via Peerby luidt het reflecterende antwoord: “Ik heb Peerby op een egocentrische manier gebruikt. Ik had iets nodig. Dan krijg je gelijk een mail van mensen die ook iets nodig hebben. Dat heb ik allemaal uitgezet. Ik had statafels nodig. Dat heb ik toen gekregen. Daarna heb ik de meldingen van andere, die ik misschien had kunnen helpen, uitgezet.”³⁴ Hieruit blijkt ook dat de deelname gericht was voor een persoonlijk doel en niet zozeer voor het belang van de *community* van Peerby.

In de offline context tonen de participanten overeenkomsten met de theorie van Komter (2005), Cheal (1988) en Mauss (1990). Echter, zodra de focus verandert en gekeken wordt naar online context laat het onderzoek zien dat reciprociteit minder belangrijk is. Marieke en Daan vertelden dat zij minder de verplichting voelen om een sociale verbinding op te bouwen, als zij huren via Airbnb. Doordat op Airbnb men betaalt voor een dienst, vervalt de reciprociteit. In tegenstelling tot Couchsurfing-host Tom. Hij gaf aan dat het maken van een praatje en het brengen van een cadeautje onder de sociale verwachtingen van Couchsurfing valt.

Als binnen de offline context de uitgewisseld gebeurt op basis van een al bestaande sociale verbinding, is het veelal niet de bedoeling de bestaande sociale verbinding te schaden.

³³ Interview met BlaBlaCar deelnemer, Merel, 23 februari, 2016.

³⁴ Interview met Marieke en Daan, zijn beiden deelnemers, 2 maart, 2016.

Voorafgaand aan een uitwisseling op een deelplatform is er in de eerste instantie geen sociale verbinding, dus is er minder schade toe te brengen aan de sociale verbinding tussen de deelnemers die uitwisselen. De deelnemers kenden elkaar in de eerste instantie niet. Zij maakten nog geen deel uit van elkaars leven. Bardhi en Eckhardt (2012, 884) beamen dit. Zij verklaren *negative reciprocity* door de anonimiteit die de deelplatformen kenmerken. Op de deelplatformen zijn niet fysiek personen aanwezig. De deelnemers die zichtbaar zijn, zijn zichtbaar middels de online profielen. Daarbij kan het aantal deelnemers op een deelplatform omvangrijk zijn. Airbnb geeft aan meer dan 60 miljoen deelnemers te hebben.³⁵ Het is niet mogelijk om deze deelnemers allemaal te ontmoeten en met hen een sociale verbinding op te bouwen. Daarnaast zijn niet alle deelnemers altijd zichtbaar. Op Peerby zijn deelnemers pas zichtbaar als er een oproep is geplaatst en deelnemers daarop reageren. Botsman (2010) schrijft dat er een meer open vorm van reciprociteit ontstaat. “*I will help you. Someone else will help me*”, is voor Botsman (2010, 131) de nieuwe vorm van reciprociteit. Deelnemers hebben toegang tot een groot netwerk aan deelnemers, dus in dit opzicht is er altijd wel iemand die iets terug doet voor de ander.

Op weg naar een sociale economie?

Nu besproken is dat de deeleconomie bestaat uit zwakke sociale verbindingen, betekent dit niet dat de deeleconomie niet als sociaal wordt beschouwd. Integendeel, de deeleconomie werd tijdens interviews verwoord als een sociaal en gezellig fenomeen. Het ontmoeten van nieuwe mensen zien deelnemers als een leuke kant van de deeleconomie. Dit zei onder andere Marie. Voor een overnachting was ik opzoek naar een slaapplek in Eindhoven. Via Couchsurfing vond ik Marie, een Nederlandse vrouw van eind vijftig die woonachtig was in Eindhoven. Marie omschreef zichzelf als een reislustige vrouw die graag nieuwe mensen ontmoet. Nadat ik een bericht had gestuurd naar Marie via Couchsurfing, ontving ik snel een bericht van haar terug dat ik bij haar mocht overnachten. Een paar dagen later sta ik na een twee uur durende reis voor een hoekhuis in een buitenwijk in Eindhoven. Ik heb Marie alleen telefonisch gesproken, maar verder heb ik haar nooit ontmoet. Enigszins gespannen bel ik aan en hoor aan de andere kant van de deur een stoel schuiven. Een paar seconden later hoor ik Marie al telefonierend richting de voordeur lopen. Zij doet open en voor mij staat een blonde vrouw. Ze gebaart dat ik binnen mag komen en rond ondertussen haar telefoongesprek af. Een paar minuten later zitten wij samen aan tafel met een glas wijn. Marie verteld dat zij weduwe is. Een aantal jaar geleden is zij haar man plotseling verloren. Marie houdt van reizen, maar gaat liever niet alleen. Via een

³⁵ “Over Ons.”, Airbnb, geraadpleegd op 10 november, 2016, <https://www.airbnb.nl/about/about-us>.

kennis kreeg zij de tip om eens naar Couchsurfing te kijken. Eerst gebruikte zij Couchsurfing alleen om andere reizigers te ontmoeten wanneer zij zelf op reis was. Nu is zijzelf ook host op Couchsurfing. Marie geeft aan dat zij veel nieuwe mensen heeft ontmoet via Couchsurfing. Het deelplatform voelt persoonlijker aan dan wanneer zij via een hotel een kamer zou boeken. Couchsurfing heeft haar mensen van over de hele wereld laten ontmoeten.

De deeleconomie bestaat uit zwakke sociale verbindingen, maar met name Marie beschouwt de deeleconomie als een sociaal en gezellig fenomeen. Hoe komt dit? Het persoonlijke en sociale aan de deelplatformen lijkt te komen door het eerdergenoemde C2C-principe. De deelnemers gaan met elkaar de uitwisseling aan en niet meer met een winkel of webwinkel. Wanneer ik bij Marie blijf slapen via Couchsurfing, is dat een uitwisseling tussen twee mensen.

Ook bij Thuisafgehaald is te zien dat het C2C-principe de deeleconomie socialer maakt. Op Thuisafgehaald bieden deelnemers, genaamd thuiskokks, een maaltijd aan. Andere deelnemers hebben de mogelijkheid om hierop reageren, om vervolgens de maaltijd af te halen bij de thuiskok. De thuiskokks beschikken over persoonlijke profielen waarop zij vertellen waarom zij een thuiskok zijn en wat voor persoon zij precies zijn. De thuiskokks leveren een dienst door extra te koken voor andere deelnemers. Die vervolgens de maaltijd komen afhalen, zoals toen Frans bij mij de pasta met courgette kwam ophalen. Daarentegen bezorgt het platform Thuisbezorgd het eten bij de besteller thuis. Thuisbezorgd omvat een database met restaurants en fastfoodketens. Via Thuisbezorgd bestellen mensen eten bij een van de restaurants. De beschrijving van de restaurants is vaak kort en vertelt iets over het restaurant en niet over de personen achter het restaurant. Doordat bij Thuisafgehaald deelnemers zelf koken en geen restaurant zijn, is de uitwisseling persoonlijker. Frans in zijn pak met Tupperware-bakje kwam bij mij langs om een maaltijd af te halen en niet een koerier op een scooter.

De uitwisseling is ook persoonlijker doordat deelnemers zich tijdens de uitwisseling in de persoonlijke omgeving bevinden. Een deelnemer geeft een andere deelnemer toegang tot zijn of haar bezit en diensten. Frans stond bij mij in de keuken toen de uitwisseling plaatsvond. Terwijl ik Frans hiervoor nog nooit had ontmoet. Marie liet mij in haar werkkamer overnachten. Via SnappCar komen deelnemers bij een andere deelnemer thuis de auto ophalen om te lenen. Sofie laat andere deelnemers meerijden in haar auto via BlaBlaCar. WeHelpen brengt zorgbehoevende en deelnemers die willen helpen bij elkaar in de privé omgeving. Doordat de ontmoeting voor de uitwisseling veelal plaatsvindt binnen de privésfeer, maken deelnemers vaak een praatje.

Wat bovenstaande voorbeelden uit het veld illustreren is, dat de deeleconomie in vergelijking met de huidige economie, waarbij sprake is van B2C, een socialer fenomeen is. Als een

uitwisseling plaats vindt via B2C, is er meer sprake van een relatie tot het object of de dienst in plaats van de deelnemer (Belk 2010; Cheal 1988; Komter 2005). Uiteraard is de motivatie voor deelname aan een deelplatform meestal gebaseerd op persoonlijk voordeel, maar doordat de uitwisseling C2C plaatsvindt blijft er sprake van een zwakke sociale verbinding tussen deelnemers. Zij gaan de conversatie met elkaar aan en delen wie zij zijn via de online profielen. Of de sociale verbinding uitgebouwd kan worden naar een sterke sociale verbinding is afhankelijk van de deelnemers en de keuze die zij daarin maken.

Doordat de sociale verbinding veelal niet sterk is en de deelnemers elkaar van tevoren niet kennen, kan gesproken worden van een netwerk. De deeleconomie kan verbonden worden aan de *network society* van Castells (2008). De deelnemers van de deelplatformen vormen geen collectief, maar er is wel verbinding. Als een sociale verbinding tot stand is gekomen, maar deze niet duurzaam is, spreekt Van Dijck (2013) over connectiviteit. Middels de deelplatformen zijn de deelnemers onderling verbonden als een netwerk, dat noemt Van Dijck (2013) connectiviteit. Door de ontwikkeling van de deelplatformen hoeven deelnemers niet meer uit te wisselen op basis van een al bestaande verbinding.

Conclusie

Deelnemers maken gebruik van een netwerk van nog onbekende deelnemers om lokale uitwisselingen via de online context te voldoen. Hoe sterk de verbinding gaat worden, hangt af van de deelnemers onderling. De voornaamste motivatie voor deelname is gebaseerd op persoonlijk gewin, zoals bleek bij Merel en Marieke. Hierdoor is de reciprociteit minder sterk. Daarentegen ervaren deelnemers de deeleconomie toch als sociaal en gezellig. De deelnemers creëren niet zo zeer sterke sociale verbindingen, maar het contact tussen de deelnemers is veelal wel persoonlijker.

In het voorgaande hoofdstuk is de structuur, organisatie en de rollen de binnen de deeleconomie beschreven. In dit hoofdstuk is aandacht besteed aan de mate van sociale verbinding. De verbindingen tussen de deelnemers zijn beschreven en waarom zij deelnemen aan de deeleconomie. Het volgende hoofdstuk gaat het een stap verder, namelijk door te beschrijven wat nodig is om de structuur, de rollen en de verbindingen tot stand te laten komen.

Hoofdstuk 3

Vertrouwenscreatie via de online context

Het is ochtend en ik installeer mij achter mijn bureau. Het is weer tijd om het veld in te duiken. Wanneer mijn laptop is opgestart open ik mijn mail. Via de mail krijg ik de updates van de deelplatformen binnen. Zo krijg ik een mail als iemand heeft gereageerd op mijn oproep op Peerby of wat het aanbod is op Croqqr. Mijn blik blijft hangen op een mail van WeHelpen. Hiervan heb ik nog geen bericht gehad. Ik open de mail. “U heeft een hulpvraag ontvangen”, staat er. Iemand heeft mij een bericht gestuurd naar mijn WeHelpen-profiel. Nieuwsgierig open ik mijn *inbox* op WeHelpen. Ik zie dat ik een bericht heb ontvangen van een man. In slecht Nederlands staat geschreven dat hij graag met mij wilt schilderen en fotograferen. Daarnaast vraagt hij of ik hem Nederlands wil leren. Als reactie op de hulpvraag borrelt de volgende vraag bij mij naar boven: hoe weet ik of ik hem kan vertrouwen? Ik ken deze man niet. Door het deelplatform zijn uitwisselingen opgeschaald zijn naar een grenzeloos niveau. Bovendien vinden deze plaats tussen onbekenden. Hierdoor ontspringt de vraag hoe vertrouwen kan ontstaan binnen deze context. Tijdens de eerste drie fases van het proces van uitwisseling verloopt het contact alleen via het deelplatform. De fysieke persoon is binnen de offline context nog niet ontmoet. Hoe kan de deelnemer controleren dat de andere de persoon in kwestie betrouwbaar is?

Tijdens een presentatie van TedX spreekt Rachel Botsman over het belang van vertrouwen binnen de deeleconomie.³⁶ Botsman beschouwt vertrouwen als de nieuwe vorm van waarde voor het aangaan van uitwisselingen. Ook Evertse (2014, 5) ondervond dat vertrouwen het meest noodzakelijke element is van de deelplatformen. Dat vertrouwen door Evertse (2014) gezien wordt als onmisbaar element, is niet verassend. Lokale uitwisselingen worden onder andere door Belk (2014) en Komter (2005) beschouwd als een privéaangelegenheid. Hierbij is vertrouwen een belangrijk component (Komter 2005). Bij de afwezigheid van vertrouwen is er geen uitwisseling, volgens Barhdi en Eckhardt (2012). Cook (2001, xxvii) schrijft dat vertrouwen een belangrijke rol speelt bij het functioneren van sociale groepen en binnen de maatschappij. In andere woorden, zonder vertrouwen gaan de uitwisselingen binnen de deeleconomie niet door. Vertrouwen is noodzakelijk in de deeleconomie.

³⁶ Presentatie van Rachel Botsman op de TEDGlobal conferentie in juni 2012. TED. “Rachel Botsman: De Munt van de Nieuwe Economie is Vertrouwen.”, geraadpleegd op 1 juni, 2016, https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=nl#t-1096440.

Het belang van vertrouwen binnen de deeleconomie is beschreven in dit hoofdstuk. Er is de aandacht voor het creëren van vertrouwen tussen de deelnemers. Allereerst is het ontstaan van vertrouwen op een persoonlijk en lokaal niveau beschreven. Wat is vertrouwen en hoe ontstaat vertrouwen? Vervolgens een beschrijving over de vertrouwensproblematiek van de deelplatformen door de eerdere beschrijving van vertrouwen te vergelijken met de veldbevindingen. Waarom is er een vraag naar vertrouwen op de deelplatformen? Vervolgens het antwoord op wat de rol van het deelplatform is in het waarborgen van vertrouwen tussen de deelnemers. Als laatste een uiteenzetting van het belang van een online reputatie van de deelnemers voor het ontstaan van vertrouwen op de deelplatformen.

Vertrouwen binnen de offline en online context

Volgens Russel Hardin (2001, 3) is vertrouwen een *encapsulated-interest*: “*That is, my trust of you is encapsulated in your interest in fulfilling the trust.*” Hiermee bedoelt Hardin dat ons vertrouwen in de ander, ingekapseld is in de interesse van de ander om dit vertrouwen te vervullen. Mensen waarmee wij al een relatie hebben opgebouwd vertrouwen wij het meest, omdat wij verwachten en erop vertrouwen dat de ander het vertrouwen van ons in diegene zal vervullen (Hardin 2001, 3; Komter 2005). Daarnaast noemt Hardin (2001, 3) dat als wij aangeven dat wij de ander vertrouwen, dat diegene dan iets voor ons wilt doen. Bijvoorbeeld door te zeggen “Ik vertrouw jou dit geheim toe”, voelen mensen zich moreel verplicht om dit vertrouwen te waarborgen (Komter 2005, 89). Volgens Hardin (2001) ontstaat vertrouwen door te benoemen dat je de ander vertrouwt. Hierdoor ontwikkelt de ander een *moral commitment* (ibid.) naar jou.

De morele verplichting die op basis van vertrouwen ontstaat, is gebaseerd op al een bestaande sociale verbinding. Dit houdt niet in dat als er geen sociale verbinding is, men elkaar niet kan vertrouwen. De mate van afstand tussen de personen is hierbij wel van belang. In het onderzoek van Macy en Skvoretz (*in*: Evertse 2014, 20) komt naar voren dat hoe kleiner de afstand is tussen mensen, hoe groter het vertrouwen. Dit zou te maken hebben met de eigen projectie van mensen op hun naasten. Personen die dichterbij staan relateert men aan dezelfde gedeelde eigenschappen, normen en waardes. In tegenstelling tot onbekenden. De eigen projectie brengt de onbekende in verband met personen die niet met hen in verbinding staan, dus wellicht geen gedeelde eigenschappen, normen en waardes hebben (Evertse 2014, 20-21). Daarom wordt, onbewust, gegarandeerd dat de vrienden van vrienden te vertrouwen zijn. Terwijl onbekenden personen eerst het vertrouwen moeten winnen: “*Trust neighbors, but not outsiders*” (Macy en Skvoretz *in*: Evertse 2014, 20). Wanneer er geen sociale verbinding is, maar

wel nabijheid, is er sneller sprake van vertrouwen tussen de personen. In de creatie van vertrouwen door nabijheid speelt ook herkenning mee, volgens zowel Macy en Skvoretz (*in*: Evertse 2014, 20) als Komter (2005, 135). Bijvoorbeeld wanneer een individu iemand ‘via via’ leert kennen en deze persoon dezelfde hobby’s en interesse heeft, zullen zij elkaar eerder vertrouwen dan wanneer zij elkaar in de trein ontmoeten.

Onbekende worden eerder gewantrouwd. Dit heeft te maken met de onzekerheid en kwetsbaarheid die dan optreedt, want onbekende mensen zijn niet te relateren aan bekenden in het begin van de relatie. De behoefte naar vertrouwen ontstaat voornamelijk vanuit een onzekere en kwetsbare context. Het is dan ook niet vreemd dat tijdens de interviews geregeld genoemd werd dat participanten voornamelijk spullen willen uitlenen of iets voor elkaar willen betekenen binnen het eigen netwerk, zoals blijkt uit de volgende quote van een interview met Tim:

I: Zou je je fotocamera snel uitlenen?

P: Jawel. Niet aan iedereen. Bij bepaalde dingen ben ik toch voorzichtiger, maar mijn maatje [collega] die mag alles meenemen. Een deel van mijn lenzen ligt altijd bij hem. Dan heb ik een groothoeklens nodig en die ligt dan nog bij hem. Dat vind ik niet erg, maar ik zou niet alles aan iedereen uitlenen. Alleen als ik weet dat iemand op dezelfde manier met mijn spullen omgaat als ik, dan is het oké.³⁷

Tim geeft als reden om iets uit te lenen dat hij de persoon goed genoeg kent, zodat hij zichzelf kan verzekeren dat degene aan wie hij zijn spullen uitleent, zorgvuldig omgaat met de uitgeleende spullen. Om te weten te komen of iemand correct omgaat met de geleende spullen, moet er een sociale verbinding zijn tussen de deelnemers waaraan de correctheid gerelateerd wordt. Later in hetzelfde interview vraag ik Tim of hij zijn auto zou uitlenen:

P: Ik heb de auto heel veel nodig voor mijn werk, maar er zijn soms weken dan rijdt hij bijna niet. Dat is dan ook weer zonde. Dat ding kost alleen al aan wegenbelasting 160 euro in de maand.

I: Zou je de auto bijvoorbeeld op SnappCar zetten? Ken je dat platform?

P: Ja, maar nee.

I: Dat zou je niet doen?

P: Nee.

I: Waarom?

³⁷ Interview met deelnemer Tim, 18 april, 2016.

- P: Ik weet niet hoe andere mensen met mijn auto omgaan. Het is een oude wagen. Het is echt wel een oude wagen met enorm veel kilometers erop. Daar moet je voorzichtig mee omgaan.
- I: Die moet je gewoon kennen?
- P: Die moet je kennen. En heel simpel, als de auto 's morgens koud is, dan moet je rustig rijden voor 10 minuten. Ik zie soms mensen heel snel wegrijden met hun auto, dat is gewoon niet goed.³⁸

In deze passage van het interview geeft Tim nogmaals aan dat hij wilt weten of de persoon in kwestie hetzelfde om zou gaan met zijn eigendom. Wellicht is hier sprake van *encapsulated-interest*, omdat Tim pas de ander vertrouwt als hij zeker weet dat diegene op dezelfde manier met zijn spullen omgaat.

Naast dat nabijheid en herkenning meespelen, bepaalt de aard van het bezit of het uitgeleend wordt of niet. Catulli (*in*: Evertse 2014, 21) noemt dat sommige producten of objecten een emotionele lading bevatten, waardoor er bijvoorbeeld trots ontstaat om het bepaalde product of object te bezitten. Een goed voorbeeld hierbij is de auto. Evertse (2014, 21) schrijft dat een auto weinig wordt gedeeld, omdat de auto een bepaalde vorm van aanzien en trots met zich meedraagt. Het bezitten van een product of object is een vorm van zelfexpressie (Evertse 2014, 21). Naast zelfexpressie zijn de aanschafprijs of bepaalde ervaringen ook veelgenoemde redenen waarom producten niet worden gedeeld of uitgeleend (Evertse 2014, 21).

Vertrouwensproblematiek tussen de deelnemers

Nabijheid, herkenning en de waarde van het bezit spelen mee in het vertrouwen. Er is geen sprake van nabijheid, omdat de deelnemers elkaar binnen de lokale en persoonlijke context niet eerder ontmoet hebben. Hetgeen gevoelens van onzekerheid en kwetsbaarheid creëert. Hoe weet een deelnemer van een deelplatform dat de andere deelnemers te vertrouwen zijn?

Het vertrouwen tussen mannen en vrouwen op de deelplatformen is punt van aandacht. De man-vrouwrelatie kwam ter sprake in het café met Sofie. Terwijl freelancers nog steeds actief typen op hun laptops, vertelt Sofie over de deelnemers die met haar zijn meegereden via BlaBlaCar. Voor haar studie moet Sofie elke week op en neer naar de andere kant van Nederland. Tijdens deze ritten heeft Sofie veelal vrouwen als bijrijder gehad: “Ik heb in totaal [participant telt op haar vingers en is even stil] zeven verschillende mensen in mijn auto gehad. Veel vrouwen trouwens, maar dat komt misschien omdat ik een vrouw ben.”³⁹ Wellicht dat Sofie

³⁸ Interview met deelnemer Tim, 18 april, 2016.

³⁹ Interview deelnemer deeleconomie, Sofie, 13 februari, 2016.

niet bewust koos voor vrouwen, maar misschien kozen de vrouwelijke bijrijders liever voor een vrouw dan voor een man. Dit was wel het geval bij een andere vrouwelijke participant van Duitse komaf, Krista. In een klein wit kantoor op de hogeschool waar Krista werkt, vertelt zij over haar ervaringen met Airbnb en BlaBlaCar. Op Airbnb biedt Krista een kamer aan in haar huis. Op BlaBlaCar biedt Krista ritten aan wanneer zij richting Duitsland reist. Als ik vraag of zij liever vrouwen of mannen meeneemt op ritten via BlaBlaCar, antwoordt Krista als volgt: “Ik denk dat ik liever vrouwen meeneem. Ik heb ook wel wat mannen meegenomen, maar dan was het meestal een mix⁴⁰.”⁴¹ Krista heeft een lichte voorkeur voor vrouwen, als zij ritten aanbiedt op BlaBlaCar. Ook op Airbnb verhuurt Krista liever aan vrouwen dan aan mannen:

Ik ga wel kijken wanneer ik een verzoek van een man krijg op de kamer die ik verhuur, maar tot nu toe heb ik geen mannen gehad die ik in huis wilde hebben. Ik denk dat de kans niet zo heel groot is dat ik een man in huis krijg. Het is gewoon minder prettig als vrouw alleen, omdat mannen gewoon anders bewegen als er een vrouw is. Ook bijvoorbeeld als ik iemand meeneem, dan zou ik liever een andere vrouw in huis hebben. Het is misschien ook een beetje zo’n hoofdding.⁴²

Met een hoofdding bedoelt Krista dat het wellicht een vooroordeel is dat het met mannen minder veilig of prettig zou zijn. Ook ikzelf merkte tijdens mijn transacties binnen de deeleconomie dat de keuze vaker uitging naar een vrouw dan een man. Toen ik opzoek was naar een host via Couchsurfing, ging mijn voorkeur uit naar een vrouw. Als ik opzoek was naar een rit via BlaBlaCar wilde ik liever meerijden met een vrouw dan met een man. Dat de voorkeur uitgaat naar een vrouw is niet vreemd, want waarschijnlijk heeft dit te maken met hetgeen wat Macy en Skvoretz (*in*: Evertse 2014) na hun onderzoek concludeerden, namelijk dat men elkaar eerder vertrouwd als er gemeenschappelijke kenmerken of interesses zijn. Ook Komter (2005, 135) noemt dat herkenning of dezelfde kenmerken het gevoel van vertrouwen versterken. In dat opzicht is het niet verassend dat Sofie, Krista en ik sneller kiezen voor een vrouw, omdat vrouwen zich gemakkelijker in elkaar kunnen verplaatsen.

Voornamelijk de onbekendheid en gebrek aan nabijheid lijken gevoelens van kwetsbaarheid en onzekerheid te veroorzaken binnen de deeleconomie. Onbekendheid en onervarenheid kan leiden tot wantrouwen. De ontwikkeling van technologie speelt hierop in. Nieuwe technologie wordt veelal gezien als risicovol, stellen Freitag en Traunmüller (*in*: Evertse 2014,

⁴⁰ Met mix bedoelt Krista dat er meerdere bijrijders waren waarbij zowel mannen als vrouwen meereden.

⁴¹ Interview Airbnb-verhuurder, Krista, 19 april, 2016.

⁴² Interview Airbnb-verhuurder, Krista, 19 april, 2016.

17). Technologie is nieuw en bevindt zich veelal in de online context. De offline context, waarin vertrouwen makkelijker kan ontstaan, is minder aanwezig. Daarom worden de deelplatformen niet vertrouwd. Terwijl, als men over de drempel van onbekendheid stapt en de ervaring met een deelplatform aangaat, is de kans groter dat men vertrouwen ontwikkelt voor het deelplatform en haar deelnemers. Freitag en Traunmüller (*in*: Evertse 2014, 17) zien het opdoen van een positieve ervaring als een basis die vertrouwen creëert. Ook een expert op het gebied van de deeleconomie, Martijn, noemde tijdens het interview dat ervaring met een deelplatform bijdraagt aan het vertrouwd raken met de deeleconomie.⁴³ Ook voor Krista was het opdoen van ervaring met Airbnb, hetgeen haar vertrouwen gaf om een kamer te verhuren via Airbnb. Krista vertelde over haar eerste ervaringen met Airbnb:

Dat was volgens mij via vrienden. Zij hadden in Frankrijk een appartement gehuurd via Airbnb. Mijn vrienden zeiden toen tegen mij dat ik ook niet vaak thuis ben, dus brachten zij mij op het idee om mijn appartement ook te verhuren via Airbnb. Ik had toen wel iets van: ‘Dan heb ik al die vreemde mensen bij mij thuis. Ik weet eigenlijk niet of ik dat wil.’ Toen besloot ik het niet te doen. Later dacht ik bij mijzelf dat ik toch wilde kijken wat Airbnb precies is. Toen heb ik in de eerste instantie mijn zus geholpen om haar appartement te verhuren. Achteraf ben ik door haar eigenlijk mijn appartement gaan verhuren.⁴⁴

Deze passage uit het interview laat zien dat ervaring bijdraagt aan de ontwikkeling van vertrouwen. Krista gaf aan dat zij eerst Airbnb wilde leren kennen. Zij deed dit door mee te kijken met haar zus. Doordat Krista zag dat het bij haar zus goed ging, vertrouwde zij erop dat Airbnb een veilig deelplatform is waarop betrouwbare mensen zitten. Daarnaast vertrouwde Krista het deelplatform, omdat er sprake was van nabijheid. Haar zus liet haar vertrouwd raken met Airbnb.

De barrière van onbekendheid houdt toekomstige deelnemers van de deeleconomie tegen. Tijdens een telefonisch interview vertelde Anneke hoe zij zich bijna had laten tegenhouden door de barrière van onbekendheid. Anneke bevindt zich op het moment van het interview in haar vakantiehuis in Noord-Nederland, omdat haar huis momenteel tijdelijk verhuurd is via Airbnb. Anneke is van Nederlandse komaf, alleenstaand en moeder van drie volwassen kinderen. Naast Airbnb, heeft Anneke een keer gebruik gemaakt van BlaBlaCar. Ze is toen met iemand meegereden naar Parijs. De bestuurder was een man van Arabische afkomst. Eerst hield dat Anneke tegen. Uiteindelijk schrok Anneke van haar eigen stereotypering, daarom besloot

⁴³ Interview expert deeleconomie, Martijn, 14 april, 2016.

⁴⁴ Interview Airbnb-verhuurder, Krista, 19 april, 2016.

ze toch met hem mee te rijden. Tijdens de rit bleek het een hele aardige man te zijn. Anneke heeft door het gebruik van deelplatformen een groter vertrouwen in de mens ontwikkeld. Ze laat daarom haar vooroordelen eerder varen en is hier meer bewust van.⁴⁵ Door ervaring op te doen binnen de deeleconomie komen de deelnemers erachter wie nog meer deel uitmaken van de deeleconomie en groeit het vertrouwen in de deelnemers. Wellicht dat er toch een vorm van nabijheid ontstaat wanneer deelnemers meer deelnemen aan de deeleconomie.

Als mensen eenmaal besloten hebben om gebruik te maken van een deelplatform, dan rest nog de taak om de aanbieder of afnemer te overtuigen dat ze betrouwbaar zijn en andersom. Er moet een positieve relatie tot stand komen tussen de aanbieder en afnemer. De eerste stap waarop mensen bepalen of de ander betrouwbaar is, is via het online profiel op het desbetreffende deelplatform. Deelnemers proberen een betrouwbaar profiel te creëren, zo blijkt uit de reactie van Merel. Ik vroeg Merel hoe zij haar online profiel had vormgegeven op BlaBlaCar. Weifelend antwoordde zij als volgt: “Misschien dat ik wel een beetje mijn best deed om iets betrouwbaars neer te zetten, maar eigenlijk zette ik vooral het gemiddelde neer. Ik wilde niet heel erg opvallen. Ik heb het neergezet, zoals ik dacht dat het goed was.”⁴⁶ Door het gemiddelde te volgen, kan de mate van herkenning vergroten tussen de deelnemers. Gemiddeld staat voor herkenning, omdat het grote deel van de maatschappij gewoonlijk zo opereert.

Op de deelplatformen heerst dus een vraag naar nabijheid voor het ontstaat van vertrouwen. Deelnemers willen weten of andere deelnemers te vertrouwen zijn met de aangeboden spullen of diensten. Deelnemers willen niet belazerd worden. Hoe meer herkenning de deelnemers onderling ontwikkelen, hoe sneller zij elkaar vertrouwen. Hierdoor ontwikkelt zich de vraag: hoe ontstaat nabijheid en herkenning een deelplatform?

Vertrouwen en de rol van online deelplatform-eigenaren

De deelnemers vragen naar vertrouwen. De deelplatform-eigenaren kunnen de vorming van vertrouwen faciliteren. De deelplatformen moeten het gevoel van onzekerheid en kwetsbaarheid zien weg te nemen, omdat als deelnemers elkaar niet vertrouwen, er minder uitwisselingen plaatsvinden. Hierbij moet de deelplatform-eigenaar ook naar zijn eigen rol kijken. Hieronder is beargumenteerd waarom deze rol veranderd is ten opzichte van de traditionele tussenschakel, zoals het verhuurbedrijf Hertz.

⁴⁵ Telefonisch interview met deelnemer Anneke, 30 maart, 2016.

⁴⁶ Interview met BlaBlaCar deelnemer, Merel, 23 februari, 2016.

Volgens Heimer (2001, 68-69) creëerden bedrijven en verzekeringen vertrouwen bij het verrichten van een transactie. Deze tussenschakels zijn minder of niet aanwezig via de deelplatformen door het C2C-principe. Daardoor groeit de vraag naar vertrouwen. Ook Botsman en Rogers (2010, 92) schrijven dat het belang van vertrouwen in de economie is gegroeid door de deelplatformen:

In the hyper-consumer world, middlemen have always functioned as 'the actor in-between two other actors' bridging the gap between production and consumption. We did not have to trust one another because from sales assistants to traders, managers to brokers, negotiators to mediators, agents to distributors, there usually were trustworthy agents in the middle to handle and control transactions. There were set rules in place. But Collaborative Consumption eliminates the need for these types of middlemen. With an infinite marketplace for direct peer-to-peer exchanges, the role of the middleman is no longer to police the trade. [...] The role of this new intermediary is therefore to create the right tools and environment for familiarity and trust to be built, a middle ground where commerce and community meet.

Botsman en Rogers (2010) halen aan dat de zekerheid een andere invulling heeft gekregen. De traditionele tussenschakel, de winkel, had het product van distributie in zijn eigen bezit en kon daardoor de veiligheid en controle waarborgen. Doordat de tussenschakel, het deelplatform, binnen de deeleconomie niet meer de eigen markt creëert, heeft de tussenschakel er minder zicht op of de uitwisseling voorspoedig verloopt. De uitwisseling via een deelplatform blijft te volgen totdat de uitwisseling zich verplaatst naar de offline context. Een deelplatform-eigenaar kan moeilijker invloed uitoefenen en controleren hoe een deelnemer binnen de offline context zich gedraagt. Middels technische toepassingen hoopt de deelplatform-eigenaar toch het vertrouwen tussen deelnemers te waarborgen en de controle te behouden. De technische toepassingen die gebruikt worden om vertrouwen te creëren zijn het schrijven van recensies, beoordelingen en reviews door deelnemers over elkaar. Ook chatten, online profielen mét profiel-foto's, verificatiesystemen en het verbinden aan *social media*, zoals Facebook, werken mee aan de creatie van vertrouwen. Deze middelen zorgen voor verbindingen, gevoelens van controle, sociale bewijskracht en eventueel herkenning en gemeenschappelijkheid (Botsman en Rogers 2010; Evertse 2014).

De diverse middelen die vertrouwen faciliteren worden niet door elk deelplatform tegelijkertijd gebruikt. Op Peerby werken ze bijvoorbeeld niet met recensies, maar met een chat-systeem. Jun Zhen (*in*: Evertse 2014, 19) schrijft dat chatten een menselijk aspect biedt aan een

online omgeving. Dat is ook hetgeen waar platformen naar streven, een bepaalde vorm van menselijk contact, zodat mensen onderling kunnen beoordelen of de ander betrouwbaar is. Zoals eerder beschreven, moet er een onderlinge relatie van nabijheid en herkenning ontstaan om vertrouwen te genereren, dit kan middels het chatten.

Deelplatformen kunnen ook gebruik maken van het idee dat burens van elkaar lenen, al kent men elkaar nog niet. Hiervan maken Peerby en Thuisafgehaald gebruik. Zij laten via een kaart zien waar in de buurt andere deelnemers zich bevinden. Hierdoor ontstaat een gevoel van nabijheid, wat voor Macy en Skvoretz (*in*: Evertse 2014, 20) essentieel is in de creatie van vertrouwen. Waarvan veel deelplatformen ook gebruikmaken is het verifiëren van gegevens, want zo weten de deelnemers of de deelnemer in kwestie daadwerkelijk echt bestaat. Hierbij kan gedacht worden aan de, eerdergenoemde, groene sticker die ik kreeg toen ik Couchsurfing tien dollar had betaald. Hieruit maken andere deelnemers op dat ik daadwerkelijk bestaat en geld overheb voor een deelplatform. Airbnb, SnappCar en BlaBlaCar werken weer met verificatie van je identiteitsbewijs. Ook Peerby werkt met verificatie middels een verificatiecode verzonden per via sms. Verificatie dient als middel om aan te tonen dat achter het online profiel zich een bestaand persoon bevindt. Ook is de deelnemer gemakkelijker te achterhalen voor het deelplatform, wanneer de deelnemer zich misdraagt op het deelplatform.

Een andere manier om het vertrouwen te versterken, is door te werken met profielen en recensies. Bij de profielen op de deelplatformen, zoals Couchsurfing, kan de aanbieder of afnemer laten zien wie hij is. Wat ook weer voor een menselijke sfeer zorgt. Een andere optie is om het profiel op het deelplatform te koppelen aan het Facebook-profiel. Via het Facebook-profiel kunnen mensen onderling van elkaar zien of zij connecties hebben met Facebook-vrienden. Een ander zeer belangrijk aspect is de online reputatie van de deelnemers. Deelplatformen proberen hierop in te spelen door te werken met *social currencies*, online recensies of beoordelingen van deelnemers.

Vertrouwen op basis van reputatie

Social currencies versterken de creatie van vertrouwen, door middel van beoordelingen, ratings, connecties of bedankjes. Onder andere hierop bepaalt een deelnemer de betrouwbaarheid van een andere deelnemer. Als een deelnemer een positieve beoordeling heeft, dan doen zij hier sneller zaken mee. *Social currencies* zijn een belangrijk onderdeel van de deeleconomie, maar ook op andere platformen, zoals Thuisbezorgd.

Veel deelplatformen werken met *social currencies* om betrouwbaar over te komen. In de offline context ontstaat vertrouwen middels gesprekken waarin mensen elkaar leren kennen en evalueren of zij dezelfde waarden, normen en interesses hebben (Komter 2005, 135). Resnick (*in*: Evertse 2014, 18) schrijft dat platformen middels *social currencies* ‘real life’ contact willen nabootsen. Ook Jun Zhen (*in*: Evertse 2014, 19) schrijft dat chatten en *social currencies* zorgen voor een menselijk maatstaf op de deelplatformen. *Social currencies* werken als bewijsmateriaal voor de betrouwbaarheid van een deelnemer. Hierbij werken ze als een sociale controle, welke ook weer de morele verplichting creëert. De deelnemers beoordelen elkaar negatief als de uitwisseling slecht is verlopen, zoals bij het aantreffen van een onverzorgde kamer die geboekt is via Airbnb of het krijgen van voedselvergiftiging door maaltijd die is afgehaald via Thuisafgehaald. Door het gebruik van *social currencies* ontstaat de morele verplichting om correct om te gaan met de diensten en spullen.

Volgens Rachel Botsman⁴⁷ is vertrouwen de nieuwe munteenheid van de maatschappij. Reputatie, stelt Botsman, is gaan dienen als bezit en in het huidige economische en maatschappelijke klimaat dient het zelfs als kapitaal. Middels de online reputatie wordt tenslotte bepaald of een deelnemer betrouwbaar is. Volgens Botsman zit er nog wel een ‘*flaw in the system*’. Momenteel is de reputatie van een deelnemer per deelplatform te zien. De deelplatformen zijn onderling niet met elkaar gekoppeld, zodat men niet de volledige reputatie kan zien van de deelnemer op alle deelplatformen. Hierdoor moet de deelnemer per deelplatform telkens een nieuwe reputatie opbouwen.

Tijdens het veldwerk bleek dat een gebrek aan reputatie of een tekort aan *social currencies* de mogelijkheden tot een uitwisseling op een deelplatform negatief kan beïnvloeden. Frank, die mij op de hoogte hield van zijn gebruik op BlaBlaCar, had op Airbnb een goede reputatie opgebouwd met positieve recensies, zoals: “*Frank and his wife were very nice and tidy guests. They left the apartment very clean. Definitely recommend them for everybody.*”⁴⁸ Eerder is geschreven dat Frank geen oproepen kreeg op BlaBlaCar, doordat er wellicht te weinig vraag was. Anderzijds zou Frank zijn gebrek aan reputatie op BlaBlaCar ook hebben meegespeeld. Als een deelnemer nog geen of weinig recensies heeft, geeft het geen betrouwbaar beeld van de deelnemer.

⁴⁷ Presentatie van Rachel Botsman op de TEDGlobal conferentie in juni 2012. TED. “Rachel Botsman: De Munt van de Nieuwe Economie is Vertrouwen.”, geraadpleegd op 1 juni, 2016, https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=nl#t-1096440.

⁴⁸ Recensie van de profielpagina van Frank op Airbnb.

Niet alleen Frank had hier last van. Ook Jelle had last van een gebrek aan opgebouwde reputatie. Op basis van Jelle zijn ervaringen met Airbnb, besloot Jelle Couchsurfing uit te proberen:

P: Ik heb tot dusver alleen gehad dat het bij mensen thuis was via Airbnb. Een keer trok ik bij mensen in die een heel groot huis hadden, wat ze heel gezellig vonden. Een andere keer ging een stelletje een week op vakantie en toen mocht ik voor een week in hun huis. Anders stond dat huis toch maar leeg. Wat wel heel anders is, maar beide waren echt ideaal. Ik moet het vaker gaan doen. Lijkt mij leuk. Ik had mij toen ook gelijk ingeschreven voor Couchsurfing.

I: Leuk, want daar wilde ik inderdaad naar gaan vragen. Hoe denk je over Couchsurfing?

P: Lijkt mij leuk om te doen. Ik heb toen gelijk mijn kamer gefotografeerd en erop gezet. Ik dacht, ik doe het gratis en iedereen mag reageren, maar niemand reageerde. Toen ging ik kijken en je hebt een leaderboard van mensen die zich echt proberen te verkopen. Er zijn mensen die echt hun best doen om een supermooie kamer aan te bieden en tegelijkertijd is het veel belangrijker om cool te zijn. Het is dus niet alleen een profiel met een kamerbeschrijving die je gratis kan krijgen, maar ook informatie over henzelf, over hoe leuk ze zijn.⁴⁹

Toen Jelle zich inschreef op Couchsurfing bleven de reacties uit. Zijn motivatie tot inschrijven was onder andere gebaseerd op Airbnb, waar hij leuke ervaringen aan had overgehouden en positieve recensies. Alleen bij Couchsurfing kreeg Jelle maar geen verzoeken van mensen die bij hem wilden overnachten, omdat Jelle waarschijnlijk een gebrek had aan reputatie. Jelle was zich hiervan zeer bewust, blijkt uit de volgende quote van het interview, wanneer het gaat over het belang van de beoordelingen bij de online platformen:

P: Dat is ook weer zorgwekkend, want je hebt, net zoals op Couchsurfing, een sterk positief feedbackmechanisme. Als iemand een keer iets positiefs heeft gedaan dan heeft hij altijd een voordeel in de toekomst. Terwijl nieuwkomers altijd worden gediscrimineerd. Hoe zou je een systeem kunnen ontwerpen waarbij dat niet gebeurt? Dat vraag ik mij weleens af. Dit is nu namelijk heel onredelijk.⁵⁰

⁴⁹ Interview deelnemer deeleconomie, Jelle, 2 maart, 2016.

⁵⁰ Interview deelnemer deeleconomie, Jelle, 2 maart, 2016.

Ook Botsman⁵¹ ziet het reputatieprobleem bij beginners op de deelplatformen. Hiervoor heeft Botsman als oplossing het *reputation-dashboard*⁵² bedacht, een platform waarop alle deelplatformen samenkomen. Op het *reputation-dashboard* is onder andere te zien waar de persoon actief is en welke beoordelingen deze heeft ontvangen. Het kan de vragen beantwoorden, zoals ‘kan ik deze deelnemer vertrouwen?’

De deelplatformen staan nog niet met elkaar in verbinding. Het zijn nog individuele eilandjes die vallen onder de deeleconomie. Dit ondervond ik onder andere tijdens mijn eerste aangeboden maaltijd op Thuisafgehaald. Niemand kan op het platform zien of ik daadwerkelijk een goede kok was. Misschien dat ik daarom de eerste keer dat ik een maaltijd aanbood geen afhalers had? Een *reputation-dashboard* zou hiervoor de oplossing zijn, want hierop konden mensen mijn beoordelingen en recensies van Airbnb en Couchsurfing zien. Wellicht wordt er al gewerkt aan een *reputation-dashboard*, want bijna elk deelplatform is verbonden met Facebook. Bij het inschrijven op een deelplatform had ik de mogelijkheid om mijn account te koppelen aan mijn Facebookprofiel. Wordt Facebook een online paspoort waarop je reputatie wordt bijgehouden?

Botsman⁵³ ziet de deeleconomie als een derde golf van online vertrouwen. Allereerst was er de golf van het content aandragen en durven delen op online platformen, zoals Facebook. Bij de tweede golf van vertrouwen, vertrouwde wij onze betaalgegevens toe aan platformen, zoals Amazon of Bol.com. Volgens Botsman⁵⁴ zitten wij nu in de derde gevolg waarbij wij onszelf gaan verbinden met onbekenden, “*connecting with strangers.*” Het verbinden met onbekenden gebeurt onder andere door die *social currencies* die voor een online reputatie zorgt. Eerder werd gesproken over web 1.0 en web 2.0. Misschien is het verbinden met onbekenden via de online context een nieuwe versie van het web, namelijk web 3.0. De online en offline context zijn geen gescheiden contexten, maar staan nu met elkaar in verbinding.

⁵¹ Presentatie van Rachel Botsman op de TEDGlobal conferentie in juni 2012. TED. “Rachel Botsman: De Munt van de Nieuwe Economie is Vertrouwen.”, geraadpleegd op 1 juni, 2016, https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=nl#t-1096440.

⁵² Presentatie van Rachel Botsman op de TEDGlobal conferentie in juni 2012. TED. “Rachel Botsman: De Munt van de Nieuwe Economie is Vertrouwen.”, geraadpleegd op 1 juni, 2016, https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=nl#t-1096440.

⁵³ Presentatie van Rachel Botsman op de TEDGlobal conferentie in juni 2012. TED. “Rachel Botsman: De Munt van de Nieuwe Economie is Vertrouwen.”, geraadpleegd op 1 juni, 2016, https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=nl#t-1096440.

⁵⁴ Presentatie van Rachel Botsman op de TEDGlobal conferentie in juni 2012. TED. “Rachel Botsman: De Munt van de Nieuwe Economie is Vertrouwen.”, geraadpleegd op 1 juni, 2016, https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust?language=nl#t-1096440.

Conclusie

Op basis van dit hoofdstuk is de conclusie dat vertrouwen ontstaat in relatie tot de ander. Op persoonlijk en lokaal niveau ontstaat het vertrouwen middels nabijheid en herkenning. Daarnaast is een al bestaande sociale verbinding van belang. Wij ontwikkelen wederzijds vertrouwen door elkaar beter te leren kennen en de sociale verbinding te versterken. Voor de uitwisselingen via de deelplatformen is ook vertrouwen nodig. Echter, er vinden uitwisselingen plaats tussen onbekenden deelnemers die online bepalen of zij elkaar vertrouwen. Het deelplatform als tussenschakel faciliteert het ontstaan van vertrouwen door te werken met beoordelingen, recensies en profielfoto's: de *social currencies*. Door middel van de *social currencies* bepaalt een deelnemer of de andere deelnemer te vertrouwen is. Bij een gebrek aan beoordelingen of slechte informatie op het online profiel van een deelnemer, gaat de uitwisseling veelal niet door. De transacties binnen de deeleconomie leunen op de mate van vertrouwen. Hoe sterker het vertrouwen, hoe sneller er een transactie plaatsvindt via het deelplatform.

Conclusie

Wat voor een beweging is de deeleconomie? Met deze vraag betrad ik het veld. Naarmate het onderzoek vorderde ontwikkelde zich de onderzoeksvraag: Wat betekenen de deelplatformen van de deeleconomie voor de rolverdelingen en verbindingen tussen de deelnemers? En hoe komt een uitwisseling via een deelplatform tot stand? Middels het veldwerk in de deeleconomie is onderzocht hoe de deelnemers zich organiseren op de deelplatformen, welke rollen zij aannemen, hoe de verbindingen tot stand komen en hoe het vertrouwen tussen de deelnemers tot stand komt. Om tot slot in deze materthesis te beschrijven wat de invloed is van de deelplatformen op haar deelnemers.

Mensen die onderling delen, ruilen, lenen, verkopen of verhuren deden dit tot voor kort louter en alleen via de offline context. Middels het lokale privénetwerk wisselden mensen uit. Deze uitwisselingen waren kleinschalig en lokaal. Tot de eerste deelplatformen ontstonden. De lokale uitwisseling werd onderdeel van het mondiale toneel. Mensen werden deelnemers aan deelplatformen. De uitwisseling tussen de deelnemers ontstijgt het eigen netwerk, want zij hebben middels de deelplatformen toegang tot een groots netwerk aan vraag en aanbod. Op deze deelplatformen delen, ruilen, lenen, verkopen of verhuren de deelnemers. Deze verzameling aan deelplatformen is geduid als de deeleconomie.

Via de deelplatformen wisselen deelnemers spullen en diensten uit, maar de vorm en het product verschilt. Sommige deelplatformen vragen een vergoeding voor een uitwisseling. Terwijl andere weer functioneren op vrijwillige basis. Dientengevolge is de deeleconomie een containerbegrip. Echter, wanneer men een hoog abstractieniveau toepast bij het analyseren van de deelplatformen, blijkt dat deze overeenkomsten vertonen. Zo kent elk deelplatform vier fases die het proces van uitwisseling vormen, namelijk het aanmaken van een online profiel, het verbinden van vraag en aanbod, het leggen van contact en het uitvoeren van de uitwisseling. Deze vier fases doorlopen alle deelnemers van de onderzochte deelplatformen.

Het abstractieniveau was noodzakelijk om te duiden hoe de deelnemers zich op deelplatformen organiseren en welke rollen zij aannemen. Deelnemers creëren de eigen markt door zelf vraag en aanbod op het deelplatform met elkaar te verbinden. Op de deelplatformen is dan ook sprake van het *consumer to consumer* (C2C) principe en niet van het *business to consumer* (B2C) principe. De veldervaringen leren dat de deelnemers elkaar toegang verlenen tot elkaars

privébezit en diensten. Doordat de deelnemers zelf de markt creëren op de deelplatformen, veranderen zij in *prosumers*. De deelnemers produceren het aanbod en consumeren de vraag gezamenlijk. Hierdoor vervaagt de scheidingslijn tussen de producent en consument. De deelnemers zijn zowel producent als consument. De deelplatform-eigenaren beschikken niet zelf over de aangeboden content, zoals een autoverhuurbedrijf dit doet. Welke rol vervult de deelplatform-eigenaar dan als de markt wordt gecreëerd op basis van het C2C-principe? De deelplatform-eigenaar faciliteert de online context waarin de uitwisseling tussen de deelnemers tot stand komt, namelijk het deelplatform. De hedendaagse technologische toepassingen maken het mogelijk om niet meer de webwinkel te bezitten, maar een deelplatform waarop deelnemers zelf hun goederen of diensten uitwisselen.

De eerdere beschreven ideeën over lokale uitwisselingen, van onder andere Mauss (1990) en Komter (2005), gaan op voor de lokale context. De uitwisselingen die plaatsvinden via de deelplatformen zijn juist minder lokaal. De online context van de deelplatformen zorgt ervoor dat er sprake is van een opschaling van het lokale niveau naar het mondiale niveau. Daarmee zijn de deelplatformen niet maar afhankelijk van tijd en plaats en daardoor grenzeloos. Een deelnemer heeft toegang tot het gehele netwerk van een stad in plaats van enkel het eigen lokale netwerk. Vandaar kan geconcludeerd worden dat de deeleconomie onbewust inspeelt op de *time-space compression* (Harvey 2014).

Doordat het netwerk op een deelplatform grenzeloos is, kan deze de natiestaat overstijgen. De deelplatformen ontstonden *bottom-up* en opereren op een grote schaal middels de online context. Deelnemers gaan met elkaar de verbinding aan en niet met een bedrijf. Een bedrijf draagt belasting af en stimuleert het Bruto Nationaal Product. Doordat de deeleconomie langs het huidige economische systeem is ontstaan, bestaat er een vorm van frictie tussen de deeleconomie, de overheid en bedrijven.

Het moge nu duidelijk zijn dat de verbindingen tussen de deelnemers van groot belang zijn. Hierbij is het belangrijk om te benadrukken dat het netwerk van deelnemers essentieel is om de achterliggende motivatie te begrijpen. De deelnemers zijn middels het deelplatform aan elkaar verbonden. Van origine zijn lokale uitwisselingen gebaseerd op al bestaande sociale verbindingen. Echter, middels het deelplatform is het nu mogelijk dat onbekende deelnemers met elkaar de verbinding aangaan en uitwisselen. De kenmerken van uitwisselingen binnen de persoonlijke en lokale context zijn vergeleken met de wijze van uitwisseling binnen de deelplatformen. Deze masterthesis leert dat in beide situaties reciprociteit en solidariteit belangrijk zijn, maar het toont ook aan hoe de deelplatformen hier veranderingen in aanbrengen. Een kenmerk van lokale uitwisselingen is dat mensen uitwisselen op een al bestaande sociale verbinding. Het

uitwisselen versterkt de sociale verbinding middels reciprociteit en solidariteit. De online context van de deelplatformen zorgt ervoor dat reciprociteit verandert in *negative reciprocity*. Via deelplatform wisselen deelnemers uit op basis van persoonlijk gewin. Doordat zij in het begin onbekenden van elkaar zijn, staat er geen bestaande sociale verbinding op het spel. Tijdens de uitwisseling ontstaat er een sociale verbinding, maar deze verbinding is zwak van aard. Daarbij is het netwerk aan deelnemers anoniemer dan wanneer er in de lokale context wordt uitgewisseld, zoals tussen dorpsbewoners. Binnen een dorp is het netwerk klein en overzichtelijk. Hierdoor is er sterkere reciprociteit en solidariteit, zoals bleek bij Peter en Tirza. Terwijl Marieke zich op Peerby niet verantwoordelijk voelde voor het helpen van andere deelnemers, middels het uitlenen van spullen. Op de onderzochte deelplatformen bevinden zich veelal honderden deelnemers. Het is lastig om iedereen daadwerkelijk te ontmoeten. Daarom is er geen sprake van collectiviteit onder deelnemers, maar van connectiviteit. Dit betekent niet dat de deelnemers de deeleconomie niet ervaren als sociaal. De uitwisselingen via het C2C-principe en niet tussen een bedrijf en een persoon.

De factor die de uitwisseling stimuleert is vertrouwen. Mijn eigen veldervaringen, maar ook de interviews met Sofie en Krista lieten inzien dat vertrouwen de cruciale factor is om een uitwisseling tot stand te laten komen. De deelnemers gaan geen uitwisseling met elkaar aan als zij elkaar niet vertrouwen. Doordat de deelnemers elkaar veelal voorafgaand aan de uitwisseling niet kennen, ontstaat de behoefte naar vertrouwen. Daarbij ontbreekt de zekerheid van het B2C-principe. Het bedrijf probeert de zekerheid en veiligheid van haar producten te garanderen. Hetgeen uitgewisseld wordt binnen de deeleconomie is privébezit. Hierbij komt geen bedrijf kijken, maar onbekende en individuele deelnemers die uitwisselen.

Onbekendheid geeft onzekerheid. Hoe kan een deelplatform-eigenaar deze onzekerheid wegnemen en vertrouwen creëren tussen de deelnemers? De deelplatform-eigenaar faciliteert een menselijke factor. Door het instellen van chatsystemen, persoonlijke profielen en verificatie willen de deelplatform-eigenaren de persoonlijkheid van haar deelnemers tonen. Daarnaast biedt de deelplatform-eigenaar de gelegenheid voor de opbouw van persoonlijke reputatie van de deelnemer middels *social currencies* (Botsman en Rogers 2010). Beoordelingen en recensies door andere deelnemers over een deelnemer op een deelplatform dragen bij aan de bewijskracht en geven een gevoel van nabijheid. Het is belangrijk om de nadruk op de creatie van vertrouwen te leggen, omdat de deelnemers de markt creëren. Als deelnemers elkaar niet vertrouwen, dan gaan de uitwisselingen niet door.

Concluderend blijkt in deze masterthesis dat de deelplatformen invloed uitoefenen op de organisatie, rolverdelingen en verbindingen van haar deelnemers. De deelplatformen dragen

bij aan de mondialisering van de lokale uitwisseling. Daardoor betreden ook de deelnemers de mondiale markt. De deelnemers zijn niet meer afhankelijk van het B2C-principe, maar vinden elkaar op basis van het C2C-principe. Gezamenlijk consumeren en produceren de deelnemers vraag en aanbod, wat hen tot *prosumers* maakt. Doordat de deelnemers uitwisselen op een grenzeloos niveau, overstijgt het de natiestaat. Interessant wordt het debat over de relatie van de deeleconomie en de natiestaat. Waar en hoe kan een nationale staat sturen op de internationale online deelplatforms. De deelnemers zijn immers wereldwijd aan elkaar verbonden middels het deelplatform.

Middels deze masterthesis zijn de organisatie, structuur, rolverdeling en verbindingen van de deelplatformen geduid en beschreven. De deeleconomie is een fenomeen in wording en wordt steeds bekender. De thema's beschreven in deze masterthesis vragen om nader onderzoek. Uitwisselingen op de deelplatformen zijn op basis van het persoonlijke bezit, zoals gereedschap of een auto. Veranderen de ideeën van persoonlijk bezit? De deeleconomie wordt veelal in verband gebracht met een verandering van toegang tot bezit naar toegang tot gebruik. Door middel van onderzoek naar het discours over bezit, is het mogelijk om uiteen te zetten of er sprake is van verandering.

Ook het thema vertrouwen is binnen de deeleconomie een interessant aspect voor nader onderzoek. Bijvoorbeeld door verder te onderzoeken hoe deelplatformen, en wellicht andere platformen zoals Facebook, beogen betrouwbaar over te komen. Hoe ontleent een deelnemer vertrouwen uit een biografie van een andere deelnemer? Om preciezer te definiëren hoe vertrouwen werkt binnen de online context, is materiaal voor nader onderzoek.

Als het vertrouwensmechanisme naar behoefte werkt en het discours over bezit verandert, maakt het nieuwsgierig naar hoe de huidige economische markt zich ontwikkelt. Welke rol neemt de overheid in binnen de kaders van de deeleconomie? Het is een actueel vraagstuk die speelt binnen de maatschappij. Daarnaast ben ik benieuwd wat het effect is op het huidige economische systeem wanneer het B2C-principe steeds meer plaats maakt voor C2C-principe. Hoe verhoudt het B2C-principe zich tot het C2C-principe, als het C2C-principe een dominante vorm van uitwisselen is? Wat is het handelswaar als het aanbod niet meer van het bedrijf, maar van haar deelnemers is?

In de inleiding werd verwezen naar een quote van Kevin Kelly (1998, 1). Volgens Kelly (1998) is er sprake van een *new economy* door vernieuwende computers en verbeterde communicatie op grotere schaal. Door de deeleconomie te beschrijven, heb ik laten zien hoe de deeleconomie

middels het internet en de bijbehorende technieken invloed uitoefent op de wijze van economische organisatie, rolverdelingen en sociale verbindingen. Op moment van schrijven is de deeleconomie niet allesomvattend. Doch, de deelplatformen zijn steeds meer in opkomst en overheden en de gevestigde economische markt kunnen deze niet meer ontkennen. Meer onderzoek is nodig om de deeleconomie te duiden binnen de maatschappij. De online context waarin de deeleconomie zich begeeft, zal niet snel verdwijnen en de technologie blijft zich ontwikkelen. De deeleconomie groei en blijft in beweging en haar deelnemers groeien en bewegen mee.

Dankwoord

Na een jaar onderzoeken en schrijven over de deeleconomie, leg ik de laatste hand aan mijn masterthesis. Door de verhalen en ervaringen van de interviewparticipanten, informanten en andere deelnemers uit de deeleconomie, heb ik belangrijke data verzameld. Doormiddel van hun verhalen, openheid en vertrouwen naar mij, was het mogelijk om deze masterthesis te schrijven. Ik ben hen dan ook zeer dankbaar.

Tijdens het onderzoek heb ik veel geleerd. Er zijn momenten geweest waarop ik vastliep, moeite had om überhaupt de deeleconomie als begrip te definiëren. Hoe moest ik als antropoloog een economische en technisch fenomeen duiden? Dankzij de hulp van diverse mensen wist ik mij weer te herpakken. Willem heeft vanaf het eerst moment meegelezen. Tijdens het gehele schrijfproces stelde hij de juiste vragen die mij weer op het goede spoor zette. Willem, duizendmaal dank voor je kritische en behulpzame vragen, je wijze woorden en je eindeloze geduld om telkens al mijn stukken te herlezen. Dankjewel Charlie. Ondanks je drukke programma maakte jij toch tijd om mijn masterthesis tot in de details te lezen. Hierdoor tilde ik mijn masterthesis naar een hoger niveau. Dankjewel Kees, voor het tweemaal lezen van mijn masterthesis. Dank aan Marina, El, Frank en Melissa voor het lezen van hoofdstukken. Dankjewel Janneke, Laurens en Bea voor het behoeden van eventuele taalkundige of grammaticale missers.

Als laatste wil ik mijn vrienden, studiegenoten, familie en vriend bedanken voor alle steun. Voornamelijk voor de laatste loodjes. Vanuit hen kreeg ik alle vertrouwen en opbeurende woorden die mij de zekerheid gaven om deze masterthesis succesvol en met trots af te ronden.

Bibliografie

- Aigrain, Philippe. 2012. *Culture and Economy in the Internet Age*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Anderson, Chris. 2009. *Free: Hoe het Nieuwe Gratis de Markt Radicaal Veranderd*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam.
- Bardhi, Fleura en Giana M. Eckhardt. 2012. "Access-based Consumption: The Case of Car Sharing." *Journal of Consumer Research* 39(4):881-898.
- Bauwens, Michel en Jean Lievens. 2013. *De Wereld Redden: Met Peer-to-peer naar een Postkapitalistische Samenleving*. Antwerpen: Houtekiet.
- Belk, Russell. 2010. "Sharing." *Journal of Consumer Research* 36(5):715-734.
- . 2014. "Sharing versus Pseudo-Sharing in Web 2.0." *Anthropologist* 18(1):7-23.
- Benkler, Yochai. 2007. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Botsman, Rachel en Roo Rogers. 2010. *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. Londen: Collins.
- Carrier, James G. 2006. *A Handbook of Economic Anthropology*. Northampton: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Castells, Manuel. 2008. *The Rise of the Network Society*. Malden: Blackwell Publishing.
- Chase, Robin. 2015. *Peers Inc: How People and Platforms Are Inventing the Collaborative Economy and Reinventing Capitalism*. London: Headline Publishing Group.
- Cheal, David. 1988. *The Gift Economy*. New York: Routledge.
- Cook, Karen S. 2001. *Trust in Society*. New York: The Russell Sage Foundation.
- DeWalt, Kathleen M. en Billie R. DeWalt. 2011. *Participant Observation: A Guide for Fieldworkers*. Plymouth: AltaMiraPress.
- Dijck, José van. 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: University Press Inc.
- Evertse, Daphne. 2014. "In Sharing We Trust: Een Onderzoek naar de Vertrouwensopbouw op Peer-to-peer Market Places." Masterthesis, Universiteit Utrecht. Universiteit Utrecht Repository.
- Eriksen, Thomas Hylland. 2007. *Globalization: The Key Concepts*. Oxford: Berg.

- Gansky, Lisa. 2010. *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing*. New York: Penguin Books.
- Glind, Pieter van de en Harmen van Sprang. 2016. *Share: Kansen en Uitdagingen van de Deeleconomie*. Amsterdam: Business Contact.
- Hann, Chris en Keith Hart. 2011. *Economic Anthropology: History, Ethnography, Critique*. Cambridge: Polity Press.
- Hardin, Russell. 2001. "Conceptions and Explanations of Trust." In *Trust in Society*, edited by Karen S. Cook, 3-39. New York: The Russell Sage Foundation.
- Hardt, Michael en Antonia Negri. 2000. *Empire*. Cambridge: Harvard University Press.
- Harvey, David. 2014. *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Heimer, Carol. A. 2001. "Solving the Problem of Trust." In *Trust in Society*, edited by Karen S. Cook, 3-39. New York: The Russell Sage Foundation.
- Hine, Christine. 2015. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury.
- Humphrey, Caroline en Stephen Hugh-Jones. 1991. *Barter, Exchange, and Value: An Anthropological Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- John, Nicholas A. 2013. "The Social Logics of Sharing." *The Communication Review* 16(3):113-131.
- Kelly, Kevin. 1998. *New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World*. New York: Penguin Group.
- Komter, Aafke. 2005. *Social Solidarity and the Gift*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kozinets, Robert V. 2015. *Netnography: Redefined*. London: SAGE Publications Ltd.
- Marcus, George E. 1995. "Ethnography in/of the World System: The Emerge of Multi-sited Ethnography." *Annual Review of Anthropology* 24:95-117.
- Mauss, Marcel. 1990. *The Gift: The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*. London: Routledge.
- McArthur, Ellen. 2014. "Many-to-Many Exchange Without Money: Why People Share Their Rescources." *Consumption, Markets and Culture*. Geraadpleegd op 13 december, 2015, <http://dx.doi.org/10.1080/10253866.2014.987083>.
- Neuman, Willam Lawrence. 2012. *Understanding Research*. New Jersey: Pearson Education.
- Rise, Annelise. 2013. "Market Collaboration: Finance, Culture and Ethnography after Neoliberalism". *American Anthropologist* 115(4):555-569.

- Ritzer, George en Nathan Jurgenson. 2010. "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'." *Journal of Consumer Culture* 10(1):13-36.
- Robben, Antonius C. G. M. en Jeffrey A. Sluka. 2012. *Ethnographic Fieldwork: An Anthropological Reader*. Chichester: John Wiley & Sons, Inc.
- Wilson, Samuel M. en Leighton C. Peterson. 2002. "The Anthropology of Online Communities." *Annual Review of Anthropology* 31:449-467.
- Zeijlstra, Martine en Robert Visscher. 2016. *Delen Doe Je Zo: De Deeleeconomie in de Praktijk*. Baarn: Forte Uitgevers BV.

Bijlagen

Bijlage 1 - Beschrijvingen online deelplatformen

BlaBlaCar, opgericht in 2006.

Op het deelplatform BlaBlaCar delen deelnemers autoritten met elkaar. De deelnemers bieden deze zelf onderling aan. De deelnemer geeft aan waar vandaan hij of zij vertrekt en waar de reis heen gaat. Daarnaast geeft de deelnemer aan hoeveel plekken er vrij zijn in de auto. Hierop reageren andere deelnemers. De onkosten voor benzine vergoeden de bijrijders. BlaBlaCar is eigenlijk de oude carpoolparkeerplaats, maar dan online. Het deelplatform is actief op Europees niveau en komt oorspronkelijk uit Frankrijk. Hierdoor is het ook mogelijk om niet alleen een rit te vinden in Nederland, maar ook naar en vanuit het buitenland.

Thuisafgehaald, opgericht in 2012.

Op Thuisafgehaald delen deelnemers maaltijden met elkaar. Deelnemers bieden een maaltijd aan. Zij heten ‘thuiskokks’. Andere deelnemers reageren op de maaltijd door aan te geven hoeveel porties zij willen bestellen. Per portie betalen de afhalers de onkosten voor het maken van de maaltijd. De afhaler komt op de aangegeven tijd bij de thuiskok thuis langs om de maaltijd af te halen. De afhaler brengt zijn eigen bakje mee en contactgeld om de thuiskok gelijk te betalen. Thuisafgehaald is opgezet in Nederland en is actief op nationaal niveau. Het is mogelijk om in het gehele land maaltijden af te halen, maar veelal gebruiken deelnemers Thuisafgehaald op lokaal niveau.

WeHelpen, opgericht in 2012.

Op WeHelpen delen deelnemers zorg met elkaar. De deelnemers melden zichzelf aan als hulpbehoevende of hulpgever. Zowel de hulpbehoevende als de hulpgever kunnen een oproep plaatsen. De hulpbehoevende plaatst een hulpvraag en de hulpgever kan hierop reageren. De hulpgever plaatst een oproep waarin staat waarmee hij of zij kan helpen. Het idee achter WeHelpen is dat hulpbehoevenden gemakkelijker in contact komen met mensen die hen kunnen helpen. WeHelpen is een Nederlands deelplatform. Het is mogelijk om op nationaal niveau WeHelpen te gebruiken, maar veelal gebruikt men het deelplatform om op lokaal niveau contact te leggen.

Couchsurfing, opgericht in 2004

Op het deelplatform Couchsurfing delen deelnemers woonruimte. Via Couchsurfing vinden reizigers een gratis overnachting. Een deelnemer is op Couchsurfing een *host* of *guest*. Als *host* ontvang je *guests*. Een *host* biedt een *guest* een gratis slaapplek aan bij hem of haar thuis. De *guest* plaatst een oproep met de vraag dat hij of zij opzoek is naar een slaapplek, maar een *guest* kan ook een privé bericht sturen naar een *host*. Couchsurfing is een internationaal deelplatform. In bijna elk land is het mogelijk om te *couchsurfen*, zoals het in de volksmond wordt genoemd wanneer er een *guest* bij een *host* blijft slapen.

Peerby, opgericht in 2012.

Via Peerby lenen deelnemers spullen aan elkaar uit. Een deelnemer plaatst een oproep op Peerby met de vraag of hij of zij een bepaald product mag lenen. Veelal plaatsen deelnemers oproepen met de vraag of zij gereedschap mogen lenen. Andere deelnemers reageren op de oproep door aan te geven of zij het bepaalde product bezitten en of de desbetreffende deelnemer het mag lenen. Peerby is een Nederlands deelplatform, maar functioneert voornamelijk op lokaal niveau. Wanneer een deelnemer een oproep plaatst krijgen alleen de deelnemer die vlakbij wonen de oproep te zien. Het is niet mogelijk om oproepen uit Amsterdam te zien wanneer de deelnemer in Rotterdam woont.

Croqqr, opgericht in 2013.

Croqqr is een deelplatform die functioneert op nationaal niveau. Op Croqqr delen deelnemers diensten met elkaar. Wanneer de aanmelding op Croqqr is voltooid, geeft de deelnemer aan wat zijn of haar vaardigheden en talenten zijn. De deelnemers plaatsen op Croqqr diensten die zijzelf niet kunnen vervullen. Andere deelnemers krijgen bericht over de geplaatste oproep en besluiten of ze de andere deelnemer wel of niet kunnen helpen. Het vervullen van de dienst gebeurt zowel vrijwillig als middels een kleine vergoeding. De waarde van de vervulde dienst bepalen de deelnemers onderling. Soms betalen deelnemers elkaar en soms vervult de deelnemer de dienst vrijwillig. Croqqr laat haar deelnemers daarin vrij.

Airbnb, opgericht in 2008.

Airbnb is binnen de deeleconomie een van de bekendste en meest gebruikte deelplatformen. Op Airbnb bieden deelnemers privéruimtes aan. De privéruimtes zijn kamers in een huis die

over is, maar kunnen ook gehele appartementen of huizen zijn. Airbnb is bedoeld voor deelnemers die op reis zijn en liever bij iemand thuis willen overnachten dan in een hotel of hostel. Men voert de plek van bestemming in op Airbnb, inclusief de periode van verblijf. Hierna krijgt de deelnemer het aanbod te zien op plek van bestemming. Deelnemers die bij een andere deelnemer willen overnachten sturen een online bericht met motivatie. In de motivatie staat de reden van verblijf en een korte beschrijving over de deelnemer zelf. Degene die de ruimte aanbiedt, accepteert vervolgens het verzoek. In tegenstelling tot Couchsurfing, vragen deelnemers op Airbnb een vergoeding voor een overnachting. Airbnb is ontwikkeld in de Verenigde Staten en wereldwijd beschikbaar.

Nextdoor, opgericht in 2010.

Nextdoor is een deelplatform voor buurtbewoners. Het platform bevindt zich in een grijsgebied, omdat het ook onder sociale media kan vallen. De lay-out ziet er hetzelfde uit als Facebook, maar is uitsluitend bedoeld voor buurtbewoners. Tijdens het aanmelden op Nextdoor voert men persoonlijke gegevens in. Vervolgens verifieert men deze gegevens middels een sms-bericht. Het doel van Nextdoor is om de buurtbewoners met elkaar te verbinden. Buurtbewoners die eerder onbekenden van elkaar waren ontmoeten elkaar nu op Nextdoor. De buurt is als het ware gedigitaliseerd. Via Nextdoor vinden ook uitwisselingen plaats, zoals het vinden van oppas of het uitwisselen van supermarktzegels. Nextdoor is ontwikkeld in San Francisco.

Toogethr, opgericht in 2011.

Op Toogethr delen deelnemers autoritten, net zoals op BlaBlaCar. Het verschil tussen BlaBlaCar en Toogethr is dat op Toogethr deelnemers een oproep kunnen plaatsen dat zij opzoek zijn naar een rit. Toogethr is een Nederlands deelplatform en functioneert voornamelijk in Nederland. In tegenstelling tot BlaBlaCar, wat actief is op Europees niveau.

Rentsy, opgericht in 2015.

Rentsy is opgezet in Nederland. Net zoals op Peerby, wisselen deelnemers er spullen uit. Het verschil tussen Peerby en Rentsy is dat deelnemers op Rentsy een vergoeding vragen voor het uitwisselen van de spullen. Hierdoor spreekt men van verhuren in plaats van uitlenen. De deelnemers zijn wel particulieren. Op Rentsy vinden vraag en aanbod elkaar via een database. Een

deelnemer die opzoek is naar bepaald product zoekt via Rentsy naar deelnemers die in het bezit zijn van het desbetreffende product. Deelnemers plaatsen dus geen oproepen, zoals op Peerby.

Seats2Meet, opgericht in 2007.

Seats2Meet is ontwikkeld in Nederland. Het platform biedt flexwerkplekken aan inruil voor sociaal kapitaal. Als een deelnemer een profiel aanmaakt op Seats2Meet, kan hij of zij gebruikmaken van de flexwerkplekken. Op deze plekken is gratis wifi. Er zijn diverse Seats2Meet-locaties verspreid over Nederland. Seats2Meet beschikt over kleinere locaties die bekend staan als *Hubs*. Daarnaast zijn er grotere locaties waar deelnemers kunnen mee lunchen, zoals in Amersfoort of Utrecht. Hierbij wordt wel verwacht dat de deelnemer sociaal kapitaal deelt met de andere aanwezige deelnemers op de Seats2Meet-locatie. Via het online deelplatform Seats2Meet zien deelnemers van elkaar wie aanwezig zijn op de ‘fysieke’ Seats2Meet-locatie en over welke kwaliteiten en vaardigheden de andere deelnemers beschikken. Gebruik maken van de Seats2Meet-locaties kan alleen als deelnemer online geregistreerd is.

Huizenruil, opgericht in 1992.

Via Huizenruil ruilen deelnemers huizen met elkaar. Deelnemers melden zichzelf aan en plaatsen vervolgens een oproep met de vraag wanneer het huis beschikbaar is om te ruilen. Daarnaast beschikt Huizenruil over een database met beschikbare huizen waarmee deelnemers willen ruilen. Huizenruil is een internationaal deelplatform. Deelnemers van over de hele wereld ruilen huizen met elkaar. Aangezien de uitwisseling is gebaseerd op ruilen, is er geen sprake van een onkostenvergoeding.

Spinlister, opgericht in 2012.

Via Spinlister verhuren deelnemers fietsen. Deelnemers die beschikken over een fiets plaatsen deze op Spinlister. Eerst maakt men een profiel aan met persoonlijke informatie en informatie over de fiets. Vervolgens bepaalt men een bedrag per uur. Hierna komt de beschikbare fiets terecht in de database van Spinlister. Andere deelnemers vinden beschikbare fietsen door de datum van verhuur en de locatie in te voeren. Spinlister heette voorheen Cycleswap en is van origine van Amsterdamse komaf. Cycleswap is vervolgens doorverkocht aan Spinlister, een Amerikaans deelplatform die op internationaal niveau actief is.

Barqo, opgericht in 2014.

Op Barqo verhuren deelnemers boten. Via Barqo hebben deelnemers tijdelijk toegang tot het een boot. Booteigenaren melden zich aan op Barqo. Andere deelnemers, zonder boot, vinden beschikbare boten voor verhuur in de database van Barqo. De booteigenaar bepaalt de prijs voor verhuur.

AirDnD, opgericht in 2015.

Hobbykoks bieden via AirDnD diners in de eigen huiskamer aan. Op AirDnD zijn deelnemers een hobbykok of gast. De hobbykok geeft aan wat het menu is en wanneer het diner plaatsvindt aan AirDnD. Vervolgens is het diner terug te vinden in de database van AirDnD. Deelnemers die graag bij een hobbykok willen dineren zoeken op locatie en datum in de database. Voor de diners vragen deelnemers een vergoeding. AirDnD is in Nederland ontwikkeld en heeft een aanbod op nationaal niveau.

SnappCar, opgericht in 2011.

Via SnappCar verhuren autobezitters de auto aan andere deelnemers zonder auto. Het is veelal voordeliger dan een auto huren via een verhuurbedrijf. De prijs ligt meestal rond de 25 euro voor een degelijke auto. De deelnemers maken een profiel aan op SnappCar en geven hierbij aan of zij in het bezit zijn van een auto. Wanneer een deelnemer over een auto beschikt, kan hij of zij deze aanbieden op SnappCar. De auto komt terecht in de database. Deelnemers die opzoek zijn naar een auto voor verhuur, vinden beschikbare auto's door de locatie en datum voor verhuur in te voeren in de zoekbalk van de database. Vervolgens krijgt de deelnemer een overzicht aan beschikbare auto's te zien.

Bijlage 2 - Overzicht van de online deelplatformen

In deze bijlage staat een tabel met daarin alle deelplatformen die onderzocht zijn. De functie van het deelplatform staat kort beschreven. Daarnaast is mijn rol op het deelplatform genoemd. De rol ‘afnemer’ staat voor het afnemen van spullen of diensten. De rol ‘aanbieder’ staat voor het aanbieden. Daarnaast staat erbij of ik deelnemers van het desbetreffende deelplatform heb geïnterviewd. Als bij de rol alleen staat dat ik een profiel heb aangemaakt, houdt dit in dat ik het deelplatform heb geobserveerd, maar niet heb deelgenomen aan de uitwisselingen. Wanneer er ‘observatie’ staat, dan heb ik geen profiel aangemaakt en het deelplatform zonder het aanmaken van een profiel geobserveerd.

ONLINE DEELPLATFORM	FUNCTIE DEELPLATFORM	ROL	WEBSITE
BlaBlaCar	Het delen van autoritten.	<ul style="list-style-type: none"> • Afnemer • Deelnemers geïnterviewd 	<i>www.blablacar.nl</i>
Thuisafgehaald	Het delen van maaltijden door buurtbewoners.	<ul style="list-style-type: none"> • Afnemer en aanbieder • Deelnemer geïnterviewd 	<i>www.thuisafgehaald.nl</i>
WeHelpen	Het delen van zorg.	<ul style="list-style-type: none"> • Aanbieder 	<i>www.wehelpen.nl</i>
Couchsurfing	Het delen van woonruimte door het gratis aanbieden van bed of bank aan reizigers.	<ul style="list-style-type: none"> • Aanbieder en afnemer • Deelnemers geïnterviewd 	<i>www.couchsurfing.com</i>
Peerby	Het delen en uitlenen van spullen.	<ul style="list-style-type: none"> • Aanbieder en afnemer • Deelnemers geïnterviewd 	<i>www.peerby.com</i>
Croqqr	Het delen van diensten, zoals het ontwerpen van een website.	<ul style="list-style-type: none"> • Profiel aangemaakt 	<i>www.croqqr.com</i>
Airbnb	Het verhuren van eigen woonruimte door lokale inwoners	<ul style="list-style-type: none"> • Afnemer • Deelnemers geïnterviewd 	<i>www.airbnb.nl</i>
Nextdoor	<i>Social media</i> netwerk voor buurtbewoners.	<ul style="list-style-type: none"> • Profiel aangemaakt • Deelnemers geïnterviewd 	<i>www.nextdoor.nl</i>
Toogethr	Het delen van autoritten.	<ul style="list-style-type: none"> • Profiel aangemaakt 	<i>www.toogethr.com</i>
Rentsy	Het verhuren van spullen tussen deelnemers van Rentsy.	<ul style="list-style-type: none"> • Observatie • Platform eigenaren geïnterviewd 	<i>www.rentsy.nl</i>

Seats2Meet	Offline locaties waar flexwerkers en ZZP-ers inruil voor sociaal kapitaal kunnen werken. Via het online netwerk kunnen de flexwerkers zien wie er aan het werk is op de locatie.	<ul style="list-style-type: none"> • Profiel aangemaakt • Platform eigenaar geïnterviewd. 	<i>www.seats2meet.com</i>
Huizenruil	Het ruilen van huis tussen de deelnemers, wordt veelal gebruikt voor vakanties.	<ul style="list-style-type: none"> • Observatie 	<i>www.huizenruil.com</i>
Helping	Online deelplatform voor schoonmakers.	<ul style="list-style-type: none"> • Observatie 	<i>www.helping.nl</i>
Cycleswap	Het uitlenen van fietsen.	<ul style="list-style-type: none"> • Observatie 	<i>www.spinlister.com/cycleswap</i>
Barqo	Het verhuren van boten tussen deelnemers.	<ul style="list-style-type: none"> • Observatie 	<i>www.barqo.co</i>
AirDnD	Diners bij hobbykoks thuis in de eigen eetkamer.	<ul style="list-style-type: none"> • Observatie 	<i>www.airdnd.nl</i>
SnappCar	Het verhuren van een auto tussen deelnemers.	<ul style="list-style-type: none"> • Observatie 	<i>www.snappcar.nl</i>

Bijlage 3 - Offline initiatieven uit de deeleconomie die onderzocht zijn

Naast de deelplatformen heb ik offline initiatieven bezocht waar mensen delen, ruilen of onderling verhuren. In de tabel is een overzicht van deze offline initiatieven weergegeven. Onder rol verstaat mijn rol als onderzoeker op deze locatie.

OFFLINE INITIATIEF	FUNCTIE	ROL	WEBSITE
Nijmegen Deelstad	Nijmegen tot een deelstad maken waarin voornamelijk tussen lokale bewoners wordt gedeeld. Daarnaast het faciliteren van deelinitiatieven, zoals de deeldag, de Deelbon en de Weggeefwinkel.	Initiatiefnemer van de Deelstad geïnterviewd. Participerende observatie tijdens de presentatie van de Deelbon op een nieuwe locatie.	<i>www.nijmegendeelstad.nl</i>
De Soesterhof	Een toekomstige nieuwe wijk in Amersfoort waar de bewoners gezamenlijk de huizen hebben ontworpen. Hierbij is er onder andere een gezamenlijk tuin, moestuin en werkplaats.	Participerende observatie tijdens een informatieve presentatie over de ontwikkeling van De Soesterhof.	<i>www.soesterhof.nl</i>
Landelijke deelmarkt van het tijdschrift Genoeg	Een deelmarkt in Rotterdam waarop o.a. babykleding en zaden geruild worden	Participerende observatie tijdens de deelmarkt.	<i>www.genoeg.nl</i>
De Rooie Cent	Doe-het-zelf café in Amersfoort	Interview met eigenaar	<i>www.rooiecent.nl</i>

