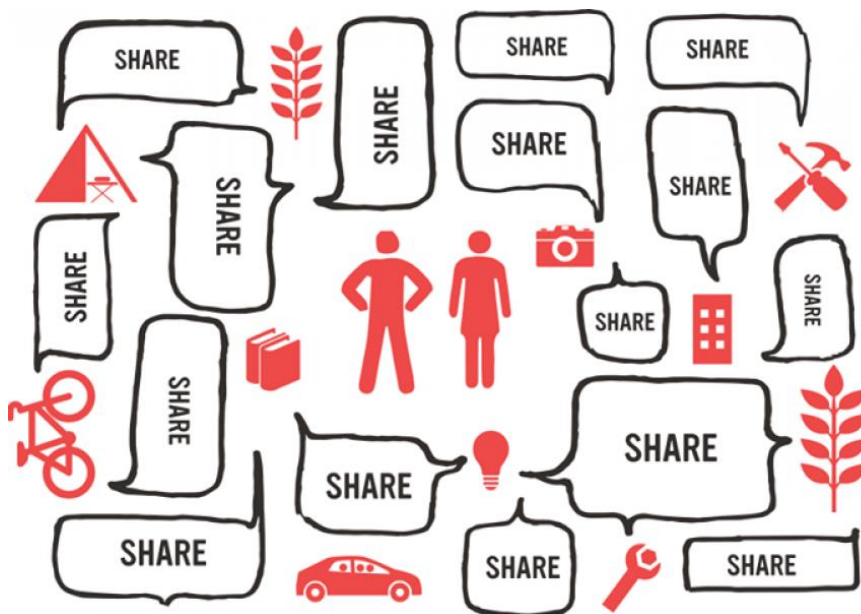


Bachelorproef

Senioren en deeleconomie te Mechelen



© www.plan-c.eu

*'Platformen ontstaan omdat mensen elkaar niet meer kennen.
Met te klappen kom je veel te weten.'*
(citaat deelnemer aan focusgroepen)

Academiejaar 2018-2019

Tina Vanhoye

Ik wil graag de twaalf senioren bedanken zonder wie dit onderzoek nooit kon gerealiseerd worden en de vijf Mechelse deelinitiatieven die hun ervaringen en kennis graag deelden. Ook dank aan mijn familie, vrienden en collega's die me steunden om deze bachelorproef tot een goed einde te brengen. Speciale dank aan Joke Simons voor de kritische begeleiding, aan Julie Poppe die me hielp de juiste insteek te vinden en aan Rudi Delarue die zijn brede kijk op maatschappij en wereld aan het thema toevoegde.

INHOUDSTAFEL

Lijst met begrippen	5
Lijst met figuren	6
Lijst met tabellen	7
1. Inleiding	8
2. Deeeconomie volgens de literatuur	10
2.1. Historische wortels van deeeconomie	10
2.2. Invulling van deeeconomie	11
2.2.1. Enkele invalshoeken en definities op een rijtje	13
2.2.1.1. Definities van deeeconomie door de Belgische en Europese overheden	13
2.2.1.2. Definities van deeeconomie in de literatuur	14
2.2.1.3. Nood aan rubricering	16
2.2.1.4. De introductie van nieuwe begrippen	17
2.2.1.5. Een opsomming van kenmerken	19
2.2.2. Deeeconomie is niet enkel een westers fenomeen	20
2.3. Belangrijke randvoorwaarden van het succes	21
2.4. Positieve en negatieve effecten van deeeconomie	23
2.4.1. Voor gebruikers en aanbieders	23
2.4.1.1. Voordelen van deeeconomie	23
2.4.1.2. Nadelen van deeeconomie	24
2.4.2. Voor platformen	24
2.4.3. Voor de samenleving	25
2.5. Sociaal contact bevorderen	25
2.6. De uitdagingen en drempels in de toekomst	27
2.6.1. Hoe groot of hoe klein is deze 'sector'?	27
2.6.2. Onbekend is onbemind	28
2.6.3. Nood aan andere denkkaders	29
2.6.4. Een uitdaging voor de wetgever	30
2.6.5. Spagaat tussen maatschappelijke rol en economische winst	31
2.6.6. Sharing cities	33
2.7. Boeiende praktijken	34
2.7.1. Klusbib	35
2.7.2. LETS Mechelen vzw	36
2.7.3. Samenwonen Mechelen vzw	36
2.7.4. Autodelen	37
2.7.5. Samentuinen	37
2.8. Besluit	38

3. Profiel van de deelnemer volgens de literatuur	40
3.1. Leeftijd, geslacht en woonplek	40
3.2. Maatschappelijke positie	41
3.3. Motieven	42
3.4. Persoonlijkheidskenmerken	44
3.5. Besluit	44
4. Senioren in Mechelen	45
4.1. Profiel van de Mechelse senioren	45
4.2. Sociale cohesie	46
4.3. De buurt en de burens	47
4.4. Hulp	48
4.5. Vrijwilligerswerk	49
4.6. Besluit	49
5. Methodologie en onderzoek	50
5.1. Inleiding	50
5.2. Instrumenten en aanpak	51
5.2.1. Focusgesprekken met Mechelse senioren	51
5.2.2. Vragenlijst	53
6. Resultaten uit de focusgroepen	54
6.1. Profiel van de senioren uit de focusgroepen	54
6.1.1. Leeftijd van de deelnemers	54
6.1.2. Geslacht van de deelnemers	55
6.1.3. Financiële context van de deelnemers	55
6.1.4. ICT-vaardigheden van de deelnemers	55
6.1.5. Psychologisch profiel van de deelnemers	56
6.1.6. Andere kenmerken van de deelnemers	57
6.2. Kennis van de deelinitiatieven	58
6.2.1. Kennis van de opgesomde deelinitiatieven	58
6.2.2. Kennis van de voorgestelde deelinitiatieven	59
6.2.2.1. Gereedschap delen	60
6.2.2.2. Ritten delen	64
6.2.2.3. Talenten delen	68
6.2.3. Bevorderen van sociale cohesie	72
6.2.4. Houding tegenover het delen van andere goederen of diensten ...	72
6.2.5. Invloed van het psychologisch profiel op de deelname aan deelinitiatieven	77
6.3. Reacties op de hypothesen	79

7. Besluit : hoe kunnen senioren in Mechelen gestimuleerd worden om goederen, diensten en talenten te delen?	82
8. Bibliografie	85
9. Bijlages:	
I. Overzicht vermelde deelinitiatieven	91
II. Oproep deelnemers aan focusgroepen	96
III. Scenario gesprekken focusgroepen	98
IV. Powerpointpresentatie deelinitiatieven	107
V. Powerpointpresentatie Peerby en Klusbib	108
VI. Powerpointpresentatie BlaBlaCar en Autodelen	111
VII. Powerpointpresentatie WeTasker en Repair Café	115
VIII. Vragenlijst deelnemers focusgroepen	118

Lijst met begrippen

- ◇ API's (Application Programming Interfaces) maken communicatie tussen diverse computerprogramma's mogelijk.
- ◇ Big Five theorie geeft vijf dimensies waarmee het karakter of de persoonlijkheid van iemand beschreven kan worden door van elk van die dimensies aan te geven in hoeverre die van toepassing is op die persoon.
- ◇ Blockchain technologie kan gebruikt worden om gegevens vast te leggen zonder centrale autoriteit. De bekendste toepassing is Bitcoin, een vorm van cryptogeld. Hier komt geen bank als centraal punt aan te pas.
- ◇ B2B of business-to-business duidt op de rechtstreekse relaties en transacties tussen bedrijven.
- ◇ Commons zijn bronnen toegankelijk voor alle leden van een groep of samenleving. Dit kunnen natuurlijke hulpbronnen zijn, zoals water en lucht, maar ook bronnen van informatie, kennis en cultuur, zoals teksten en illustraties.
- ◇ C2C of consumer-to-consumer duidt op de rechtstreekse relaties en transacties tussen gebruikers.
- ◇ C2B2C of consumer-to-business-to-consumer wijst erop dat consumenten via een bedrijf transacties doen.
- ◇ EU28 : de 28 lidstaten van de Europese Unie.
- ◇ Peer-to-Peer wijst op het rechtstreeks handelen tussen mensen via het internet, zonder tussenkomst van een centrale autoriteit. De term stamt uit de IT-sector waar computers rechtstreeks met elkaar een netwerk bouwen zonder tussenkomst van een centrale server.

- ◇ Shira Gabriel is professor sociale psychologie aan de universiteit van Buffalo, gespecialiseerd in de mens als sociaal wezen.
- ◇ Sociale cohesie is de mate waarin mensen betrokken zijn in de maatschappij en in hun buurt/ Het is het bindmiddel dat garant kan staan voor een warme samenleving.

Lijst met figuren

Figuur 2.1 : Gehanteerde termen voor het fenomeen 'deeleconomie' op basis van Google (2017, 7 juli).

Figuur 2.2 : Analyse kader deeleconomie.

Figuur 2.3 : Deeleconomie en gerelateerde vormen van platformeconomie.

Figuur 2.4 : Methoden om vertrouwen te managen.

Figuur 2.5 : Ordening van platformen op basis van hun maatschappelijke waarde en organisatievorm (centraal of decentraal).

Figuur 3.1 : Profielkenmerken van gebruikers - Heeft u de afgelopen 12 maanden tijdelijk goederen of diensten gebruikt van andere personen (met hen gedeeld) via een digitaal platform? (N=1.000).

Figuur 3.2 : In welke mate beïnvloeden deze factoren uw deelname aan de deeleconomie (% respondenten dat "zeer invloedrijk" of "invloedrijk" antwoordde).

Figuur 5.1: Wat gebruikte u dan precies van iemand anders via een platform?

Figuur 6.1 : Leeftijd van de deelnemers.

Figuur 6.2 : Financiële context van de deelnemers.

Figuur 6.3 : ICT-vaardigheden van de deelnemers.

Figuur 6.4 : Psychologisch profiel van de deelnemers.

Figuur 6.5 : Bevorderen van sociale cohesie volgens de senioren.

Figuur 6.6 : Houding tegenover het delen van andere goederen of diensten met familie of kennissen, als aanbieder, uitgedrukt in %.

Figuur 6.7 : Houding tegenover het delen van andere goederen of diensten met familie of kennissen, als gebruiker, uitgedrukt in %.

Figuur 6.8 : Reactie consciëntieuze senioren op de deelname aan deelinitiatieven.

Figuur 6.9 : Reacties op de hypothesen.

Lijst met tabellen

Tabel 6.1: Kernachtige weergave van de invulling van de vijf persoonlijkheidskenmerken van de Big Five-theorie

Tabel 6.2 : Kennis van de opgesomde deelinitiatieven

Tabel 6.3 : Gedragsverandering bij senioren: gereedschap delen als gebruiker.

Tabel 6.4 : Gedragsverandering bij senioren: gereedschap delen als aanbieder.

Tabel 6.5 : Gedragsverandering bij senioren: ritten delen als gebruiker.

Tabel 6.6 : Gedragsverandering bij senioren: ritten delen als aanbieder.

Tabel 6.7 : Gedragsverandering bij senioren: talenten delen als gebruiker.

Tabel 6.8 : Gedragsverandering bij senioren: talenten delen als aanbieder.

Tabel 6.9 : Houding tegenover het delen van goederen of diensten, als aanbieder, uitgedrukt in %.

Tabel 6.10 : Houding tegenover het delen van goederen of diensten, als gebruiker, uitgedrukt in %.

Tabel 6.11 : Invloed van het psychologisch profiel op de deelname aan deelinitiatieven.

1. INLEIDING

*Individuele culturen hechten waarde aan dingen,
collectieve culturen hechten waarde aan relaties
(Shira Gabriel)*

Uit het recente ouderenbehoefteonderzoek van de Stad Mechelen (Verté, 2018) blijkt dat het bevorderen van sociale cohesie bij ouderen een belangrijke uitdaging voor de toekomst wordt. Senioren voelen zich iets te veel alleen, missen contacten met anderen en hebben een te kleine kennissenkring. Sociale cohesie is de mate waarin mensen betrokken zijn in de maatschappij en in hun buurt; het is het bindmiddel dat garant kan staan voor een warme samenleving. Als consultant seniorenbeleid van de Stad Mechelen ben ik op zoek gegaan naar opportuniteiten om de sociale cohesie bij ouderen te bevorderen. Zo stootte ik op de relatief recente maatschappelijke tendensen van *commons* en van de economie. Het viel me op in contacten en in literatuur dat vooral jongvolwassenen enthousiast zijn over het delen van goederen en diensten. En dat ze door dit delen snel een (nieuw) netwerk uitbouwen van personen waarop ze kunnen terugvallen. Of zoals Weyns en Marysse (2016, p.770-771) het zo mooi verwoorden: 'Vandaag tekent zich een generatie af van mensen die zich niet laten plat slaan door (wereld)problemen noch zich laten verdorren door cynisme. Pragmatisch zoeken ze elkaar op en steken de handen uit de mouwen; ze proberen nieuwe ideeën uit die allicht niet de wereld in één klap, maar wel de kleine leefwerelden van mensen verbeteren, zodat op die manier, stapje voor stapje, ook de aarde met haar bewoners herademt.(...) Dat zoeken en uitproberen gebeurt bijna luchtig, met een wondere mengeling van oude en nieuwe technologie en oude en nieuwe organisatievormen, zonder blauwdruk, bereid om bij te leren.' Ik heb veel sympathie voor mensen die geen problemen hebben met het delen van goederen zoals huizen, grasmaaiers, een tuin, een auto, een partytent, ... Het geeft een warm gevoel. Maar het viel me op dat senioren in dit verhaal amper voorkomen. Terwijl net hun ouders vroeger ook goederen en diensten deelden, voorwerpen herstelden en recupereerden. In hun jeugd kenden ze vormen van circulaire economie *avant la lettre*.

En zo ontstond mijn onderzoeksvraag: hoe kunnen senioren gestimuleerd worden om goederen, diensten en talenten te delen? Ik kader dit enerzijds in de bevordering van sociale cohesie maar ook in de uitbouw van een duurzame wereld, dé uitdaging van de 21^{ste} eeuw. Want als de mens de transitie naar een duurzame en sociale samenleving wil realiseren, dan is het belangrijk om zoveel mogelijk mensen en generaties te overtuigen om mee te doen.

In de literatuurstudie ben ik op zoek gegaan naar wat onderzocht en neergepend is over de economie. Ik heb tevens gesproken met enkele trekkers van en deelnemers aan een vijftal Mechelse deelinitiatieven. Vervolgens heb ik gefocust op het profiel van de deelnemers volgens de literatuur en hun beweegredenen

om te delen. Dit blijkt een thema dat vaak onderbelicht blijft in boeken en tijdschriften. Ik geef ook enkele relevante bevindingen uit het ouderenbehoefteonderzoek (Verté, 2018) van de Stad Mechelen. En eindig met een eigen onderzoek bij een twaalftal Mechelse senioren voor wie deeleconomie onbekende materie was.

Ik vertrok vanuit zes hypothesen of stellingen die ontstonden na het doornemen van de literatuur en na de gesprekken met lokale deelinitiatieven. Deze toetste ik af in drie focusgroepen van senioren. De resultaten vindt u op het einde van deze studie.

De zes hypothesen:

1. Senioren zijn voorzichtig, vermijden risico's en willen zekerheden inbouwen (verzekering, contracten). Reviews bieden voor hen geen zekerheid. Ze kennen de andere niet en vertrouwen die niet. Persoonlijke gegevens delen doen ze niet snel.
2. Senioren halen milieuredenen niet aan om aan deeleconomie te doen.
3. Senioren hebben angst voor technologie (platformen, computers,...), ze zijn er niet mee opgegroeid.
4. Senioren hebben comfort besognes: delen is een beperking van hun vrijheid en privacy, vraagt te veel flexibiliteit en rompslomp.
5. Senioren denken dat delen hun imago schaadt: wat gaan anderen van mij denken? Ze zien delen als een teken van zwakte (ik kan het me permitteren om iets zelf te kopen).
6. In hun jeugd jaren werden wel goederen en talenten gedeeld maar enkel met mensen die ze kenden.

Er bestaan honderden deelinitiatieven. Mensen delen heel wat soorten producten en diensten. In bijlage I. staat het overzicht van alle deelinitiatieven die in deze bachelorproef vermeld worden.

2. DEELECONOMIE VOLGENS DE LITERATUUR

In dit hoofdstuk ligt de focus op het fenomeen 'deeleconomie': wat is het, hoe is het ontstaan, hoe evolueert het,...? De link met senioren wordt hier niet gemaakt, mede omdat er in de literatuur relatief weinig over geschreven is. In hoofdstuk 3 komen het profiel en de beweegredenen van de delende mens apart aan bod.

2.1. HISTORISCHE WORTELS VAN DEELECONOMIE

Deeleconomie. P2P-economie. Burgereconomie. *Sharing economy*. Collaboratieve economie of consumptie. Ruileconomie. Deelkapitalisme. Platformeconomie. Samenwerkingseconomie. Gig-economie. Allemaal begrippen die sinds het begin van de 21ste eeuw opgang maken. (zie Figuur 2.1) Maar in sommige sectoren was het gemeenschappelijke al eind 20ste eeuw populair. Voorbeelden hiervan zijn vrije software en open access in de IT-sector of een encyclopedie zoals Wikipedia.



Figuur 2.1 : Gehanteerde termen voor het fenomeen 'deeleconomie' op basis van Google (2017, 7 juli). (Bron: De Coen et.al., 2017, p. 11)

Maar goederen en diensten delen en ruilen doet een mens al heel lang. Onze middeleeuwse voorouders kenden ruilhandel en werkten op gemeenschappelijke gronden. Rommelmarkten bestaan al tientallen jaren en dertig jaar geleden gingen jongeren met Taxistop naar festivals. Goederen delen gebeurde frequent binnen familiekring en burens hielpen elkaar als er nood aan was. Maar toen heette het fenomeen nog niet 'deeleconomie'.

Nieuw sinds de 21^{ste} eeuw is de fors toegenomen schaal waarop gedeeld wordt. Spullen worden niet enkel uitgeleend aan bekenden, maar ook aan onbekenden. Daarbij spelen intermediaire platformen een cruciale rol. Van Dijck, Poell en De Waal (2016) definiëren platformen als technologische, economische en sociaal-culturele infrastructuur voor het faciliteren en organiseren van online sociaal en economisch verkeer tussen gebruikers en aanbieders, met (gebruikers)data als brandstof. Deze platformen vinden een manier om het vertrouwen tussen vreemden te wekken.

Ze ontstonden eind jaren negentig met websites voor tweedehandspullen of het delen van computerbestanden. Het snelle succes van Airbnb sinds 2008 en Uber sinds 2009 gaven de 'sector' een extra impuls. In korte tijd schoten platformen als paddenstoelen uit de grond: boeken, auto's, maaltijden, tuinen, voeding, huizen, ... worden sindsdien vlotjes gedeeld.

Deelplatformen zijn *bottom-up* ontstaan, vaak vanuit een bepaald gemis. Ze voorzien in een behoefte. Zo geraakte één van de oprichters van BlaBlaCar niet thuis voor Kerst: hij had geen auto, de treinen waren volzet en de wegen vol mensen die alleen in hun auto's zaten. Hij zocht op het internet naar een plek waar hij bestuurders, die zijn richting uit moesten, kon vinden. Tevergeefs. Dus startte hij zelf zo'n platform. (De Coen et al., 2017)

2.2. INVULLING VAN DEELECONOMIE

Deeleconomie bestaat zo'n tien jaar. Maar een algemeen geaccepteerde definitie ontbreekt nog altijd. Het is een fenomeen in evolutie, waardoor er (nog) geen eenduidige afbakening is. Er zijn definities die deeleconomie heel breed of net beperkt interpreteren, vanuit een economisch denkkader vertrekken of eerder door een 'commons'-bril zien.

Een belangrijke reden voor de begripsverwarring is het woord 'delen' zelf. Delen wordt vaak geassocieerd met een onbaatzuchtige daad, met 'eerlijk delen', met gratis iets voor elkaar doen. Maar de handelsvormen zijn veel diverser. Binnen de deeleconomie gaat er ook geld om (waar het tweede deel van het woord 'economie' naar verwijst) en wordt er naast geruild, geschonken of geleend, ook gehuurd en verhuurd. Peeters (2015) vindt dat wat men vandaag deeleconomie noemt, niet altijd strookt met de logica van 'eerlijk delen' die wel bij de *commons* te vinden is. Dit heeft te maken met de marktrecuperatie van de taal

van het delen, maar ook omdat deelpraktijken nog ingebed zijn in een kapitalistische marktsamenleving. We delen binnen het kader van de vrije markt. Dit roept vragen op. Wie plukt de vruchten van het delen? Wordt er wel iets gemeenschappelijks tot stand gebracht (typisch *commons*-perspectief)? Draagt deeleconomie bij aan duurzaamheid? Een voorbeeld: een wagen in West-Europa wordt onderbenut: hij wordt gemiddeld amper 8% van de tijd gebruikt. (Belk, 2014) Byung-Chul Han (in Arets, 2014) vindt deeleconomie zelfs de extreme vorm die het kapitalisme heeft aangenomen want zelfs de gemeenschap, ooit grondslag van het communisme, wordt ingelijfd. Deugden als vriendelijkheid en gastvrijheid worden volledig geëconomiseerd. Waarde en geld zijn niet altijd hetzelfde: waarde kan ook een goed gevoel, erkenning en nog veel meer zijn, en daar hangt geen prijskaartje aan. (Arets, 2014)

Wat deelinitiatieven gemeenschappelijk hebben, is dat de toegang tot of de beschikbaarheid van goederen en diensten primeert op het eigenaarschap. *Access over ownership*, zoals Rinne (2019) het op de website van het World Economic Forum formuleert. Mensen bezitten geen wagen, maar maken gebruik van de wagen van iemand anders; mensen bezitten geen reparatiekennis, maar maken gebruik van de talenten van derden. Digitale platforms organiseren vervolgens snel en efficiënt de ontmoeting tussen de aanbieder-eigenaar en de gebruiker-vrager.

De volgende pagina's zijn gebaseerd op academische literatuur, die nog in de kinderschoenen staat, op meer toegankelijke media-artikels en op websites van overheden. U vindt enkele invalshoeken en definities op een rijtje. De lijst is niet exhaustief maar biedt inzicht in de complexiteit van deeleconomie, want vaak worden totaal verschillende ondernemingen over dezelfde kam geschoren. Deeleconomie is een hybride concept dat op meerdere manieren kan ingevuld worden. (Van Sprang, 2014)

Een belangrijk meningsverschil in de discussies over de definitie van de deeleconomie is of het hier gaat om 1) enkel het uitlenen of ruilen van consumptiegoederen zonder betaling, wat sommigen associëren met 'echt' delen, 2) enkel het verhuren van consumptiegoederen tegen betaling (zoals bij Airbnb) wat sommigen associëren met 'echte' economie (ING, 2015), of 3) ook diensten delen onder deeleconomie verstaan worden. Daarnaast dateren sommige auteurs het ontstaan van de deeleconomie aan de hand van het ontstaan van online deelplatformen. Een nog restrictievere definitie is dat er pas van deeleconomie sprake is bij deelplatformen als de winst van het platform en/of de zeggenschap over het platform gedeeld wordt met de participanten. (Frenken, van Waes, Smink & van Est, 2017)

Maar de omvang en het bereik van de deeleconomie evolueren zo snel dat gehanteerde termen en definities op korte termijn verouderd raken. Deeleconomie is geen zwart-wit-verhaal, maar een fenomeen dat vele schakeringen kent. (De Coen, Vanoeteren, Broos en Devoldere, 2017)

2.2.1. Enkele invalshoeken en definities op een rijtje

De term 'sharing economy' dook voor het eerst in 2010 op in het werk 'What's Mine is yours' van **Bodsmann en Rogers**. Zij definieerden deeleconomie als een 'economisch systeem met gedecentraliseerde netwerken en marktplaatsen die de waarde van activa deblokken door behoeften en bezittingen zo met elkaar te linken dat de tussenpersonen wegvallen'. Pas in 2015 werd de term 'deeleconomie' opgenomen in het van Dale-woordenboek. (De Coen et al., 2017) En ondertussen hebben overheden zich ook over het nieuwe fenomeen gebogen.

2.2.1.1 Definities van deeleconomie door de Belgische en Europese overheden

FOD economie hanteert de term collaboratieve economie. 'Deze berust op het algemene principe van een deeleconomie (in het Engels *sharing economy*) of economie van uitwisseling tussen marktpelers (ondernemingen, consumenten) in een *peer-to-peer*-relatie, van goederen (auto, huisvesting, parking, boormachine, enz.), diensten (carpooling, klussen, enz.) of talenten (computercursussen, leergemeenschappen, enz.), al dan niet met winstoogmerk (verkoop, verhuur, dienstverlening) of zonder geldtransactie (donaties, ruilhandel, vrijwilligerswerk) via een digitaal netwerkplatform'. (FOD Economie, s.a.) Het doel kan verschillen naargelang het gaat om een kapitaalintensief platform of een sociaal en solidariteitsplatform. Voor commerciële platforms primeert winst maken. Omgekeerd geven de meer sociale en solidaire platforms prioriteit aan een versterking van de sociale cohesie en de bescherming van het milieu. De grenzen tussen deze twee categorieën zijn evenwel niet altijd duidelijk. Op haar website geeft FOD Economie een indicatief overzicht van actieve deeleconomieplatforms in België, gekoppeld aan de sector waarin het platform actief is. Men vindt er ook een pdf met de erkende platforms.

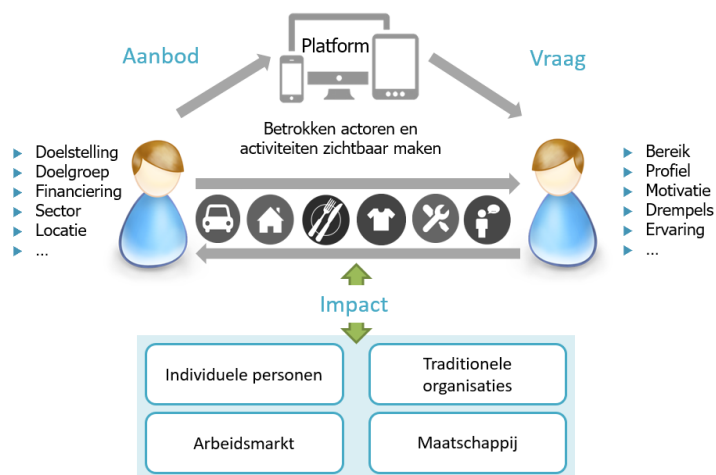
De Europese Unie hanteert sinds 2016 een meer pragmatische definitie en groepeert onder het label deeleconomie de bedrijfsmodellen waarin activiteiten worden gefaciliteerd door deelplatforms die een open marktplaats tot stand

brengen voor het tijdelijk gebruik van (vaak door particulieren aangeboden) goederen of diensten. (Europese Commissie, 2016) Bij de deeleconomie zijn drie actoren betrokken: de dienstverleners (zowel particulieren als beroepskrachten zoals freelancers), de gebruikers en de deelplatformen die de aanbieders en gebruikers met elkaar in contact brengen en de transacties tussen hen faciliteren. Er is geen sprake van overdracht van eigendom (wel van tijdelijk gebruik) en de transacties kunnen met of zonder winstoogmerk worden uitgevoerd. Krachtens het EU-recht vormen alleen betaalde activiteiten een economische activiteit. De Europese Commissie verzamelt ook data over deeleconomie. Ze publiceert deze in de Flash Eurobarometer waardoor er zicht is op het fenomeen deeleconomie in de 28 lidstaten. (De Coen et al., 2017) De deeleconomie kan volgens de Commissie een belangrijke bijdrage leveren aan de werkgelegenheid en groei indien ze op een verantwoorde manier wordt aangemoedigd en ontwikkeld. Het succes ervan vormt soms een uitdaging voor bestaande marktdeelnemers en -praktijken, maar door burgers in staat te stellen diensten aan te bieden, bevorderen zij de werkgelegenheid, flexibele werkvormen en nieuwe inkomstenbronnen.

2.2.1.2 Definities van deeleconomie in de literatuur

In een studie in opdracht van de Vlaamse overheid (departement werk en sociale economie) omschrijft **Idea Consult** deeleconomie als 'elk systeem waarin personen elkaar tijdelijk toegang geven tot hun onderbenutte eigendom, goederen en diensten via een online platform, al dan niet tegen betaling'. (De Coen et al., 2017, p. 95) Het moet dus gaan over tijdelijk gebruik en onderbenutte capaciteit, namelijk zaken die beschikbaar zijn maar weinig gebruikt worden door de eigenaar. Zowel goederen als diensten kunnen gedeeld worden. Hiermee sluiten deze onderzoekers aan bij de definitie die de Europese Commissie hanteert en bij de internationale literatuur. Het gebruik van digitale platformen is typisch voor deeleconomie. Ze brengen aanbieders en gebruikers met elkaar in contact en faciliteren transacties tussen hen. Maar naarmate de platforms meer verantwoordelijkheden naar zich toe trekken, groeit de vraag of ze puur als facilitator werken of evolueren naar een professionele dienstverlener die regels oplegt aan de aanbieders. In dit laatste geval moeten ze voldoen aan andere wetten en regels. Het Europees Hof van Justitie heeft al enkele arresten geveld waarin ze afweegt of een platform handelt als een dienstverlener van de informatiemaatschappij of, in het geval van Uber Frankrijk en Spanje, als een heuse vervoersmaatschappij. Uber is geen deelplatform, maar een taxibedrijf dat onderhevig is aan de wetgeving die in de sector van toepassing is. (Europees Hof van Justitie, 2017 en 2018)

De transacties in de deeleconomie kunnen zich laten voelen op vier niveaus, nl. dat van individuele personen, van traditionele organisaties, van de arbeidsmarkt en van de bredere samenleving. De verwachte effecten, die zowel positief als negatief kunnen zijn, situeren zich globaal genomen voornamelijk op ecologisch, economisch en sociaal vlak (zie Figuur 2.2).



Figuur 2.2 : Analyse kader deeleconomie.
(Bron: De Coen et al., 2017, p. 7)

Ook **ShareNL** (Van de Glind & Van Sprang, 2016) definieert het concept deeleconomie als economische systemen van decentrale netwerken en marktplaatsen die de waarde van onderbenutte goederen en diensten ontsluiten door vraag en aanbod direct bij elkaar te brengen waardoor traditionele institutionele tussenpersonen overbodig raken. Hierbij gaat het over producten én diensten aangeboden door particulieren, en niet door of via bedrijven. Volgens Van Sprang (2014) is het nodig om de definitie te verfijnen omdat de term een dermate groot veld gaat beslaan dat er niet meer mee te werken is. Zo haalt hij het 'on-demand-systeem' uit de definitie van deeleconomie. Hier bieden bedrijven klanten toegang tot de dienst achter het product, zoals Spotify toegang geeft tot muziek. Dit is volgens Van Sprang een slimme manier van bedrijven om in te spelen op de ontwikkeling van de deeleconomie en hij beschouwt dit eerder als een vorm van verhuur.

Over de mogelijke financiële bijdrage zijn de meningen ook verdeeld. **Belk** (2014) vindt dat er geen geld mag gevraagd worden voor het uitlenen van spullen omdat de deeleconomie op deze manier gewoon als economie gezien

wordt. Vanuit de vaststelling dat teveel goederen amper gebruikt worden en dat een groeiend aantal mensen goederen gebruiken waar ze geen eigenaar van zijn, benadrukt Belk het delen.

Ook **middenveldorganisaties** zoals Velt, Netwerk bewust verbruiken en Bond Beter Leefmilieu geven een invulling aan deeleconomie. Zij beschouwen autodeelinitiatieven, co-housing projecten en korte keten landbouwprojecten als de voornaamste spelers in de Vlaamse deeleconomie. Daarnaast wordt heel wat afgedeel, geruild en hersteld in laagdrempelige vrijwilligersinitiatieven zoals weggeefwinkels, boekenruilkasten, Swishing-events, Samentuinen. (*Deel de toekomst*, 2014)

2.2.1.3 Nood aan rubricering

Omdat deeleconomie een containerbegrip is dat vele ladingen dekt, groeit de nood om ordening aan te brengen. Zelfs **Botsman** (2019), die samen met Rogers voor het eerst de term *sharing economy* lanceerde, spreekt van een *buzzword*, van een paraplubegrip dat zijn betekenis aan het verliezen is. Elk platform dat de kracht van internet gebruikt om de noden van mensen efficiënt te matchen, rekent zichzelf tot deeleconomie. En zo groeit de nood om nieuwe begrippen uit te vinden.

Volgens **ShareNL** kan de deeleconomie, net als binnen de 'reguliere economie', geclassificeerd worden aan de hand van markten en handelsvormen. Van de Glind en Van Sprang (2016) zien deelplatformen actief op tien markten: goederen, ruimte, eten, kennis, energie, mobiliteit, logistiek, zorg, geld en diensten. Binnen deze markten spelen verschillende handelsvormen een rol: kopen, huren, lenen, geven, ruilen en delen. Binnen de deeleconomie onderscheiden ze tevens twee organisatievormen. De meest bekende is het *peer-to-peer*-platform, ook wel de persoon-tot-persoon-marktplaats genoemd: hier worden vraag en aanbod direct bij elkaar gebracht. Een variant hierop is de coöperatie: kleinschalige groepen mensen die gezamenlijk in een behoefte voorzien. De tweede organisatievorm is de marktplaats waarbij een bedrijf als intermediair fungeert tussen twee personen. Hier wordt net als op een *peer-to-peer*-marktplaats privébezit verhandeld, maar de vrager en aanbieder ontmoeten elkaar niet direct.

Het deelprincipe raakt ook meer en meer ingeburgerd tussen bedrijven. Voorbeelden van dit zogenaamd B2B-delen zijn KMO's die via een platform samen aankopen doen en zo meer slagkracht genereren, of bedrijven die

onbenutte productiecapaciteit via een platform optimaliseren. (**Dedeurwaerder**, 2019)

Binnen de deeleconomie onderscheidt **Idea Consult** drie types van modellen: 1) volledig non-profit waar transacties op het principe van wederkerigheid berusten (zoals Couchsurfing); 2) kostendeling tussen aanbieders en gebruikers (zoals Autodelen) en 3) met winstoogmerk waarbij commissies worden aangerekend. Over sectoren en platformen heen bedraagt die commissie gemiddeld 15%. (De Coen et al., 2017)

Er is nog een andere manier om onderscheid tussen de deelplatformen te maken: in functie van hun grootte en bekendheid spreekt men van de 'Coca Cola's' die wereldwijd bekend zijn (zoals Airbnb), de multinationals die in meer dan 20 landen actief zijn (zoals BlaBlaCar), de KMO's die lokaal actief zijn (zoals FLAVR) en de social profit die vooral sociale doelstellingen nastreven (zoals Thuisafgehaald). (De Coen et al., 2017) Opvallend in deze indeling is het gebruik van terminologie uit de traditionele economie.

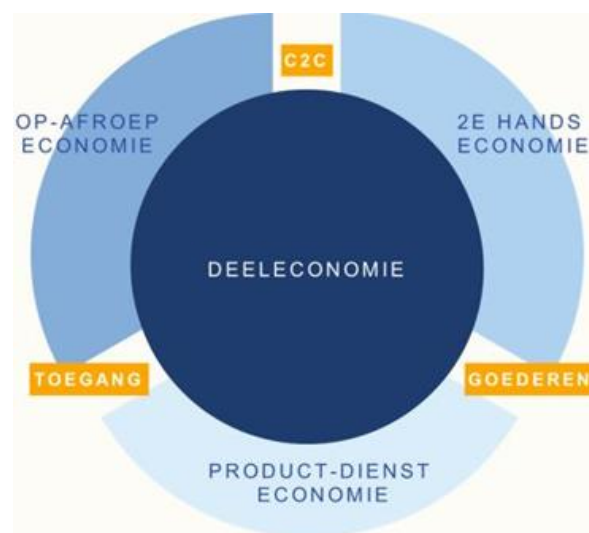
2.2.1.4 De introductie van nieuwe begrippen

Bij volgende definities worden nieuwe begrippen geïntroduceerd die aspecten van de deeleconomie zoals hierboven gedefinieerd, dekken: klusjeseconomie, platformeconomie, op-afroep economie, tweedehandseconomie, on-demand-systeem, ...

Voor **ING** is de kernfilosofie van delen het samen gebruiken van een goed of dienst. (*Deeleconomie: wat is het?*, 2017) 'Echte' deeleconomie zijn alle activiteiten waarbij particulieren hun goederen of arbeid zonder winstoogmerk ter beschikking stellen van andere particulieren, waardoor zij er samen kunnen van genieten. Het gaat steevast over onderbenutte capaciteit. Zodra er sprake is van winst maken, spreekt ING over platformeconomie. De Uber-chauffeur voert een dienst uit tegen betaling, het bedrijf Cambio verhuurt auto's. Beide verdienen aan het zogenaamde delen. De afwezigheid van winstbejag binnen de echte deeleconomie wil niet zeggen dat er niets tegenover staat. De activiteiten gaan uit van wederkerigheid: in ruil voor een bijdrage kunnen aanbieders in de toekomst zelf genieten van de door het netwerk aangeboden diensten. Couchsurfing is een goed voorbeeld. Deze visie op deeleconomie staat in schril contrast met hun definitie van twee jaar eerder (*Deeleconomie kent groot*

groeipotentieel, 2015), waarbij deeleconomie nog expliciet gekoppeld werd aan betalende transacties.

Frenken (in Vermeersch, 2016) hanteert een nog engere definitie: 'Deeleconomie is het fenomeen dat consumenten elkaar gebruik laat maken van hun onbenutte consumptiegoederen, eventueel tegen betaling'. (Frenken et al., 2017, p. 7) Deze definitie wordt gevolgd door de wetenschappers van het Rathenau instituut. Belangrijk in deze definitie zijn de woorden 'onbenutte' en 'consumptiegoederen'. 'Onbenutte' goederen zijn goederen die op bepaalde momenten niet gebruikt worden en die men dan precies kan delen. Men krijgt dus een tijdelijke toegang tot eigendom dat op die manier efficiënter benut wordt. Van diensten die gedeeld worden, is hier geen sprake. Voor Frenken horen diensten eerder bij een op-afroep economie of klusjeseconomie, een soort informele economie die inbreekt in markten en beroepen die gereguleerd zijn. Het gaat dan niet om het uitlenen van een kookpot, maar over het aanbieden van een gekookte maaltijd. Ook gaat het voor hem steeds over interacties tussen consumenten, en niet om het huren van een goed bij een bedrijf, want dan spreekt hij van product-dienst economie. Cambio is hier een voorbeeld van. De tijdelijke toegang tot een goed is tenslotte het belangrijkste onderscheid met de tweedehandseconomie, waar goederen van eigenaar veranderen (zie Figuur 2.3).



Figuur 2.3 : Deeleconomie en gerelateerde vormen van platformeconomie.
(Bron: Frenken et al., 2017, p.24)

Ook **Arets** wijst er - net zoals Frenken - op dat vraag en aanbod beter op elkaar afgestemd zijn zodat je een betere benutting krijgt van capaciteit.

(Stadslab2050, 2018a) Tegen 2030 zullen we volgens hem niet meer spreken over deeleconomie, maar over platformeconomie. Want delen houdt in dat er geen vergoeding tegenover staat, terwijl die platformen enkel kunnen blijven draaien als er een verdienste achter zit. Peerby bijvoorbeeld experimenteert momenteel met het betaalbaar maken van haar diensten.

Slee (2015) wijst er in zijn boek 'What's yours is Mine, Against Sharing Economy' op dat outsourcing van kosten, verminderde investeringskosten en omzeiling van de wetgeving meer zeggen over wat deeleconomie momenteel is. Een verstandig gebruik van middelen door een groot aantal consumenten-producenten lijkt ver weg.

2.2.1.5 Een opsomming van kenmerken

Precies omdat er geen eenduidige definitie is, stelt **de Waij** (2015) voor om gewoon de kenmerken van de deeleconomie op te lijsten:

- het is een sociaal-economisch ecosysteem waar heel veel mensen aan deelnemen;
- het gaat over delen zowel in de betekenis van gezamenlijk gebruiken als van delen van informatie;
- het is een deel van de economische keten van produceren tot consumeren;
- de deelnemers zijn gelijkwaardig, *peer-to-peer*;
- internettechnologie faciliteert onderlinge verbondenheid;
- er is sprake van een herverdeling van vertrouwen, macht of toegang tot goederen en/of diensten;
- het maakt gebruik van onbenutte capaciteit en is bijgevolg duurzaam;
- er is sprake van een gevoel van saamhorigheid.

De seniorenvereniging **Okra** (De Meester, 2017) geeft eveneens geen definitie van deeleconomie maar somt enkele voor- en nadelen op. Ze wijst erop dat het woord 'deeleconomie' onbaatzuchtigheid suggereert, maar dat het in de praktijk vaak gaat om commerciële activiteiten die een inkomen voor de aanbieder genereren. Er wordt in de sector sterk gepionierd met nieuwe actoren, nieuwe financieringswijzen, nieuwe manieren van hergebruik, van distributie,... Dit ziet de seniorenvereniging als een deel van de oplossing voor sommige maatschappelijke uitdagingen zoals mobiliteit en voedselverspilling. Okra wijst ook op het belang van vertrouwen. Ze geeft mee dat men als gebruiker van

platformen tamelijk goed beschermd is omdat ze de gebruikelijke economische reglementering moeten naleven. De dienstverleners zijn er daarentegen slechter aan toe omdat ze online geen fatsoenlijke arbeidsbescherming en sociale zekerheid hebben, waardoor er sprake is van oneerlijke concurrentie met de traditionele modellen.

De gesprekken met vijf verantwoordelijken of gebruikers van **Mechelse deelinitiatieven**, gaven evenmin een eenduidige definitie. Enkele kenmerken die regelmatig terugkwamen: het gaat over goederen delen die mensen niet bezitten maar gezamenlijk (her)gebruiken. De gemeenschappelijkheid, het sociale aspect en de duurzaamheid zijn belangrijker dan de financiële winst. Of zoals een van de deelinitiatieven het treffend verwoordde: 'Je wint er luxe mee: als je het goed niet zelf bezit, moet je er ook niet voor zorgen'.

2.2.2. Deeleconomie is niet enkel een westers fenomeen

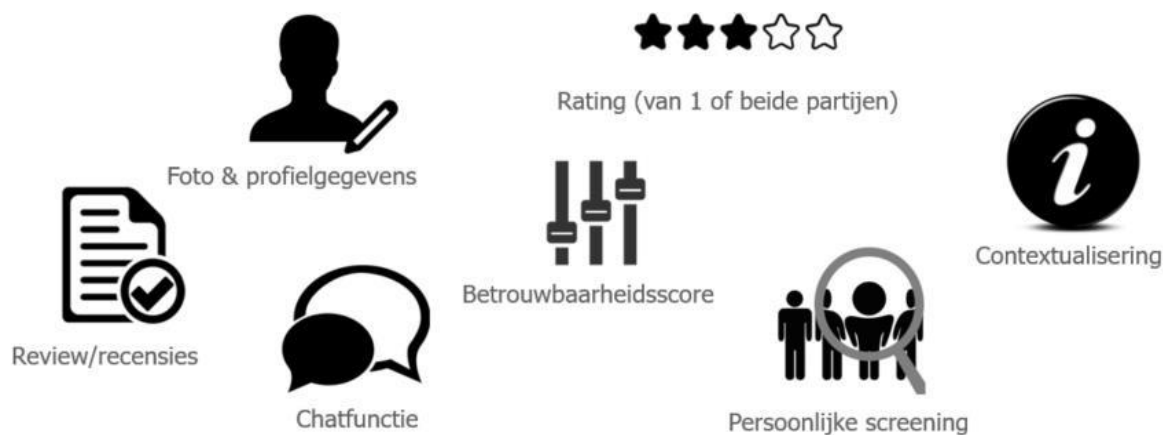
Opvallend is dat alle bovenstaande definities en afbakeningen van deeleconomie vertrekken vanuit een westers denkkader. Geen enkele reeds vermelde auteur legt de link met deeltradities die elders in de wereld nog steeds schering en inslag zijn. **Verhelst** (2017) daarentegen wees op het belang van de gemeenschap in niet-westerse economieën. Het systeem van geschenk en tegengeschenk verzekert er de banden van onderlinge afhankelijkheid en sociale zekerheid. Dit is zichtbaar binnen bijvoorbeeld Afrikaanse ondernemingen waar relaties en een goede verstandhouding primieren op winst maken. De economie is ondergeschikt aan de maatschappij en niet andersom. Ook de informele sector doet beroep op de inzet van mensen en hun groepsgevoel. **Hilal** (2019) geeft aan dat platformen in de schaalvergroting van het deelprincipe, ook in Afrika een belangrijke rol spelen. Maar de angst voor het delen met vreemden was in Afrikaanse landen minder groot. Mensen hebben krachtige systemen ontwikkeld van sociale samenwerking en onderlinge hulp in landen verspreid over het hele Afrikaanse continent, waar de bevolking z'n eigen leiders niet vertrouwt, waar er gebrekkige toegang heerst tot financiële instellingen en waar decentralisering belangrijk is. Vertrouwen is er een sleutelbegrip. Zo bestaat bijvoorbeeld in Somalië *Ayuto*, een financieel systeem waar een gemeenschap geld samenlegt en afspraken maakt over het gebruik ervan. Soms is het om iemand die ziek wordt, te helpen. Andere keren wordt het geld gebruikt om te investeren in de zaak van een van de deelnemers. 70% van de Sub-Sahara-Afrikanen zou lid zijn van zo'n gemeenschap. In totaal circuleert 100 miljard USD. Platformen, via mobiele telefoons makkelijk bereikbaar, maken tevens het delen met de Afrikaanse diaspora wereldwijd makkelijker. Zo is het bedrag dat de diaspora

terugstuurt naar het land van herkomst groter geworden dan het bedrag van westerse ontwikkelingshulp. (Van Erp, 2015) Financiële middelen zijn lang niet de enige zaken die gedeeld worden. Sociale netwerken digitaal in kaart brengen, gebeurt ook, door nieuwe bedrijfjes als HumanIQ. De Afrikaanse combinatie van moderne technologie, tradities en een jonge bevolking maakt van platformen een plek voor innovatie en groei. Bovendien kan geleerd worden van de nadelen die westerse platformen ondervinden en kunnen de Afrikaanse deelplatformen mede de basis leggen van een wereldwijde deeleconomie 2.0.

2.3. BELANGRIJKE RANDVOORWAARDEN VAN HET SUCCES

De groei van de deeleconomie gaat gepaard met een groter gebruiksgemak. **Moderne technologie** zorgde, zoals al eerder vermeld, voor de doorbraak. Consumenten ontmoeten elkaar niet langer op de markt zoals vóór de 19de eeuw het geval was. Dit gebeurt voortaan op een digitaal platform dat altijd en overal toegankelijk is: op computer én op smartphone, waarvan de introductie ook een belangrijke rol speelde in het succes van deelplatformen. Volgens Van de Glind en Van Sprang (2016) is het een manier om efficiënter gebruik te maken van alles wat de offline wereld te bieden heeft. Dit gebeurt op een ongekende schaalgrootte want deelplatformen matchen vraag en aanbod wereldwijd in een oogwenk. Ze handelen ook vaak de betaling af of huren bezorgdiensten in. De kennis en veralgemening van het gebruik van algoritmen zorgt voor een verfijnde afstemming op de wensen die gebruikers formuleren. Sommige platforms maken gebruik van API's (Application Programming Interfaces) waarmee ze gecontroleerd toegang krijgen tot gebruikersdata van andere platformen zoals Facebook. (Frenken et al., 2017) Investerings blijven beperkt tot de ontwikkeling van software en het voeren van marketingcampagnes. Maar eenmaal het platform aanslaat, groeit de bekendheid via mond-tot-mond reclame en media-aandacht. (Frenken et al., 2017) De schaal waarop de deeleconomie zich afspeelt, kan daardoor erg uiteenlopend zijn, nl. van zeer lokaal en kleinschalig tot veel meer geglobaliseerd. De toenemende urbanisatie waardoor een groter aantal mensen in elkaars buurt wonen, maakt het makkelijker om de kritische massa te bereiken die nodig is om zo'n platform succesvol te runnen. Bovendien hecht de huidige generatie millennials meer waarde aan belevingen en snelle toegang dan aan bezit. (Basselier, Langenus & Walravens, 2018)

Vertrouwen is een cruciale basisvoorwaarde voor de platformen. Hoe kan de aanbieder er op vertrouwen dat hij zijn goederen heel terugkrijgt als hij ze meegeeft aan een onbekende? Wie komt slapen in zijn logeerbed? Kookt die thuishok wel hygiënisch? Op die vragen kunnen de deelsites vaak geen volledig bevredigend antwoord geven. Daarom bouwen ze reputatiemechanismen in waar de consument zijn mening geeft over de dienst, het product of de aanbieder (zie Figuur 2.4). Een mening die door vele potentiële gebruikers gelezen wordt en die vertrouwen schept, maar geen garantie biedt dat de gebruiker betrouwbaar is. Bovendien zorgen deze beoordelingen voor een multiplicatoreffect: hoe meer mensen gaan delen, hoe meer mensen vertellen hoe fijn het is, hoe aantrekkelijker het wordt voor anderen om mee te doen. (Vermeersch, 2016) Personen bouwen zo een online reputatie op. Reputaties hebben een directe economische waarde: met een goede reputatie kan de aanbieder hogere prijzen vragen. Nadeel is dat ze dit enkel platform per platform kunnen doen. Het vraagt tijd en inspanning om op een ander deelplatform opnieuw eenzelfde reputatie op te bouwen. Het vertrouwen in de meningen van derden ligt hoger dan in traditionele advertenties op televisie of in kranten. (Basselier et al., 2018)



Figuur 2.4 : Methoden om vertrouwen te managen. (Bron: De Coen et al., 2017, p. 50)

Naast reputatiemechanismen verzekeren meer en meer platformen gedeelde spullen. Bovendien behouden ze zich het recht voor om iemand de toegang tot het platform te ontzeggen, bijvoorbeeld na het vaststellen van misbruik. (Frenken et al., 2017)

2.4. POSITIEVE EN NEGATIEVE EFFECTEN VAN DEELECONOMIE

In de literatuur worden de effecten van de deeleconomie uitgebreid besproken. De belangrijkste voor- en nadelen worden hieronder opgesomd per betrokken partij, zonder orde van belangrijkheid. Dit overzicht is gebaseerd op eigen bevindingen en op bronnen zoals de studies van ING over deeleconomie (2015, 2017), Frenken et al. (2017), Lievens & Kenis (2016), Franssen et al. (2017a) en De Coen et al. (2017).

2.4.1. Voor gebruikers en aanbieders

2.4.1.1 Voordelen van deeleconomie

De **snelheid** waarmee vraag en aanbod elkaar vinden, is ontegensprekelijk een enorm voordeel. Op de PC, de laptop en zelfs op de mobiele telefoon kunnen op elk moment van de dag goederen en diensten gedeeld worden. De kans om nieuwe mensen te leren kennen, neemt toe. Dit kan leiden tot **meer sociale cohesie**, zeker als er sprake is van herhaalde ontmoetingen (zie verder, p. 25). Bovendien heeft deeleconomie vaak ook een **financieel voordeel**, zowel voor de gebruiker als voor de aanbieder. Voor de gebruiker is het goedkoper om goederen tijdelijk te gebruiken dan om ze te zelf te kopen. Beroep doen op diensten is vaak goedkoper dan een specialist in huis te halen voor klusjes. Platformen maken de markt inzichtelijker en dat komt vooral de consument ten goede in de vorm van lagere prijzen. De aanbieders kunnen een centje bijverdienen of op z'n minst de (onderhouds)kosten beperken. Door lagere prijzen neemt de vraag naar bepaalde diensten toe, wat **ondernemerschap stimuleert en extra werkgelegenheid creëert**, zowel in de reguliere als de sociale economie. De aanbieder kan de eigen **talenten delen** met derden, op een autonome wijze, en dat geeft een goed gevoel. Verder is het als gebruiker **makkelijker** om zich niet om het onderhoud te bekommeren van goederen die hij kan gebruiken.

2.4.1.2 Nadelen van deeleconomie

De ander kant van de medaille is dat werk wordt gekenmerkt door een **hogere flexibiliteit**. In plaats van mensen aan te werven, kunnen bedrijven specifieke taken uitbesteden via internetplatforms. **Lonen gaan zo omlaag** omdat kandidaten tegen elkaar opbieden. Lievens en Kenis (2016) zien hierin een belangrijke inzet voor een toekomstige sociale strijd. Bovendien wordt **oneerlijke concurrentie** gecreëerd tussen professionele bedrijven en de consumenten die goederen en diensten aanbieden (vaak aan interessantere voorwaarden). Particulieren betreden markten waar vergunningen voor nodig zijn. Deze vergunningen zijn vaak een kwaliteitswaarborg. Het systeem van beoordelingen is een pover alternatief voor productveiligheid of kwaliteit van een geleverde dienst. De wezenlijke rol die platformen spelen, is een hinderpaal voor diegenen die **niet digitaal mondig** zijn. Bovendien geven de platformen een **beperkte consumentenbescherming** en handelen ze niet altijd heel transparant. **Het delen vraagt meer tijd en flexibiliteit** en is omslachtiger: je moet afspreken, onderhandelen en je houden aan afspraken. Soms is wat men zoekt niet beschikbaar op het tijdstip dat past. Bovendien loert **discriminatie** om de hoek: mensen die zich goed kunnen presenteren, krijgen goede beoordelingen en wekken vertrouwen. Persoonskenmerken, zoals herkomst, uiterlijk en gedrag spelen ook een rol in de keuze met wie men deelt. Het reputatiekapitaal vertaalt zich in een economisch voordeel want als aanbieder kan men een hogere prijs vragen of als gebruiker een lagere prijs betalen. De **economische logica sijpelt binnen in het dagelijks leven**. Gebruiksgoederen worden potentieel kapitaal. Waarom geen groter huis kopen om een deel via Airbnb te verhuren? **Onbekend is onbemind**: deeleconomie is binnen beperkte kringen gekend, te weinig mensen zijn er momenteel bij betrokken. Delen geeft ook de indruk dat 'je je niet kan permitteren iets te kopen'. Bovendien kan deeleconomie bijdragen tot toenemende **economische en sociale ongelijkheid**: als men niets heeft, kan men niets delen. Mensen die veel bezit hebben, profiteren meer. De niet-bezitters kunnen wel goedkope dingen huren dan voorheen.

2.4.2. Voor platformen

Platformen hebben het voordeel van lage investeringen en een lage kostenstructuur, wat **financieel interessant is**. Ze verdienen op de rug van de platformgebruikers zonder wie er geen platform zou zijn. Veel platformen verzamelen data van de personen die het platform gebruiken, maar het is voor

de gebruikers en aanbieders niet altijd duidelijk wat met deze data gebeurt. Hierdoor wordt de **privacy van de gebruikers** ingeperkt. Er is momenteel een overvloed aan platformen, waardoor de (potentiële) gebruikers door het bos de bomen niet meer zien. De vraag kan dan ook gesteld worden **hoe deze platformen op termijn kunnen overleven?**

2.4.3. Voor de samenleving

Het model van de economie kan een bijdrage leveren aan de duurzame ontwikkelingsdoelen (SDG's) van de VN en de overgang naar de circulaire economie bevorderen. **Deze milieuwinst** voor de samenleving is zeker een voordeel: er zijn minder goederen nodig, goederen worden efficiënter gebruikt. Dit kan leiden tot minder energieverbruik en minder CO₂-uitstoot. Maar momenteel zijn te weinig mensen betrokken om een heuse transitie naar een meer ecologische wereld teweeg te brengen. Bovendien mogen de positieve effecten op het milieu niet overschat worden, want bijvoorbeeld door Airbnb gaan mensen meer reizen. Maar de de economie roept vaak vragen op met betrekking tot de toepassing van het bestaande juridische kader, omdat de bestaande grenzen tussen consument en aanbieder, werknemer en zelfstandige, en professionele en niet-professionele dienstverlening vervagen. De **publieke belangen komen onder druk te staan**. Op heel wat terreinen zal de overheid op een creatieve manier te werk moeten gaan: belastingen kunnen makkelijker ontdoken worden (de platformen zoals Airbnb zijn niet altijd even mededeelzaam), consumentenbescherming staat op de helling, discriminatie en monopolisering moet worden tegengegaan. En tenslotte moeten de **bescherming van de privacy** en de autonomie van bedrijven anders worden benaderd. Het risico bestaat dat grijze zones in de regelgeving worden gebruikt om regels te ontwijken die zijn bedoeld om het algemeen belang te dienen.

2.5. SOCIAAL CONTACT BEVORDEREN

Omwillen van de insteek van deze studie, zoomen we apart in op de sociale effecten van de de economie. De matching van vraag en aanbod kan dan wel digitaal gebeuren, maar de diensten en goederen worden vaak persoonlijk

geleverd waardoor er sociale contacten (kunnen) zijn tussen aanbieder en gebruiker. Botsman en Rogers (2010) wijzen op de toenemende individualisering van de maatschappij waardoor de nood aan sociaal contact groter wordt. De zoektocht naar een gevoel van gemeenschap en persoonlijk contact, de groeiende voorkeur voor meer flexibele vormen van werken en de vraag naar authentieke ervaringen creëren mee een klimaat waarin mensen steeds meer open staan om dingen te delen. (De Coen et al., 2017) Initiatieven als Thuisafgehaald, Peerby en BlaBlaCar hadden van bij de start als doel het sociaal contact te stimuleren.

Deeleconomie kan bijdragen tot meer sociale contacten in een wijk omdat spullen binnen kleine afstanden gedeeld worden. (Frenken et al., 2017) Sociaal zwakkeren kunnen zo hun netwerk verbreden op voorwaarde dat ze digitaal geletterd zijn. Ze komen op een laagdrempelige manier in contact met andere sociale cirkels. (Frenken & Schor, 2017) Het bestaande sociale netwerk in een wijk kan ook ingezet worden om deelplatformen beter bekend te maken en dus meer te delen. Mensen kunnen zich nuttig voelen door deel te nemen, bijvoorbeeld ouderen die in de traditionele economie niet meer aan de bak komen. (Hens, 2015)

Nadelen kunnen zijn dat discriminatie en vooroordelen meer spelen. Aan mensen met een vreemdklinkende naam kunnen goederen sneller geweigerd worden. Dit blijkt bijvoorbeeld uit onderzoek naar Uber in de V.S. bij passagiers met Afro-Amerikaanse namen. De toenemende economisering van het privéleven is een ander gevaar: men laat tijdens z'n vakantie liever z'n huis aan vreemden dan aan familie, omdat het opbrengt.

Meer en meer deeltransacties worden anoniemer. Goede beoordelingen en een hoge reputatie vervangen het fysieke contact. Zo kan men de sleutel van een Airbnb-appartement ontvangen van een tussenpersoon. Een fysieke ontmoeting met de eigenaar is er dan niet meer. De transactie van *consumer-to-consumer* evolueert naar *consumer-to-business-to-consumer* omdat platformen steeds meer taken overnemen om de transacties te vergemakkelijken. Deze tendens van C2C naar C2B2C geldt niet voor alle vormen van delen. Bij spullen van minder waarde, zoals bij gereedschap, blijven sociale motieven een hoofdrol spelen en is het verdienmodel minder belangrijk. Ook bij thuismaakdiensten zoals Thuisafgehaald of bij kennisoverdracht (Konnektid) staat sociaal contact centraal. (Frenken et al., 2017)

2.6. DE UITDAGINGEN EN DREMPELS IN DE TOEKOMST

Terecht stelt Idea Consult de vraag hoeveel platformen op een duurzame manier zullen blijven bestaan, gezien de versnippering in het veld en het gebrek aan samenwerking. (De Coen et al., 2017)

In de tien jaar dat deeleconomie bestaat, komen de oorspronkelijke bedoelingen van minder consumptie en meer sociale contacten, in het gedrang. (Rinne, 2019) De focus van de meeste platforms ligt meer en meer op gemak, prijs en efficiëntie. *Community as commodity*. Dit leidt volgens Rinne (2019) tot een onevenwichtige groei: de rittendelers Uber en Lyft plannen in 2019 een beursgang terwijl in China Ofo (fietsendelen) vecht tegen het faillissement. Het succes van deeleconomie hangt fel af van het winnen van vertrouwen en van een mentaliteitsverandering bij de gebruiker. En dat vraagt tijd. Als platforms te snel groeien, stoten ze op hun limieten.

Bovendien zullen demografische fenomenen zoals het toenemend belang van de middenklasse en de wereldwijde vergrijzing de deeleconomie ongetwijfeld beïnvloeden.

Ook nemen steden meer en meer een voortrekkersrol op. Op een top eind 2018 in Barcelona kwamen meerdere steden samen in een lerend netwerk en engageerden ze zich om bestaande wetgevende kaders aan te (laten) passen.

En tenslotte kan de vraag gesteld worden of de oorspronkelijke ecologische en sociale bedoelingen nog een rol zullen spelen, zeker nu meer en meer bedrijven meesurfen op het succes van de deeleconomie en handig gebruik maken van de spraakverwarring rond 'delen' om grote winsten te boeken.

Ook de middenveldspelers zoals Velt, Netwerk bewust verbruiken en Bond Beter Leefmilieu zien voor de toekomst drie belangrijke actiepunten om deeleconomie nog verder te doen groeien. Zo moet de zichtbaarheid vergroten, de wetgeving en fiscaliteit worden aangepast en de innovatie gestimuleerd. (*Deel de toekomst*, 2014)

2.6.1 Hoe groot of hoe klein is deze 'sector'?

De fundamentele reden voor de snelle groei van deelplatformen is dat het aanbod gebaseerd is op goederen die consumenten al in hun bezit hebben en op de tijd die mensen bereid zijn te investeren. (Frenken et al., 2017) Maar

nauwkeurige cijfers ontbreken. Platformen communiceren summier over hun groei en statistische bureaus hebben amper toegang tot transactiegegevens. Bovendien hangt veel af van de gehanteerde definitie van deeleconomie. Het deel van de ruiloperaties dat in een non-profit kader plaatsvindt, beschikt zelden over cijfermateriaal. De enige beschikbare gegevens gaan over de deeleconomie die winst wil behalen. (Cobbaut, Gonzalez, Goris en Winkel, 2016)

De cijfers die bekend zijn, tonen in elk geval een spectaculaire groei. De studie van ING uit 2015 draagt niet voor niets de titel 'Deeleconomie kent groot groeipotentieel in België'. Hun peiling in 2016 toonde aan dat 33% van de Belgische respondenten al van de term 'deeleconomie' gehoord had. (*Deeleconomie: wat is het?*, 2017) Twee jaar eerder was er dat nog maar 24%.

De omvang van de markten wordt groter, meer mensen zullen in de toekomst delen en de platformen zullen door innovatie steeds laagdrempeliger en aantrekkelijker worden. Zo merkt PricewaterhouseCoopers (PwC) op dat in Europa de de inkomsten van de platforms in 2015 meer dan verdubbeld waren ten opzichte van 2013 en dat de omzet eenzelfde evolutie kende. Desondanks blijft het bedrag van € 28 miljard omzet slechts een fractie (0,35%) van de totale consumptie van alle Europese huishoudens. (Busseniers et al., 2018)

In Vlaanderen blijkt dat enerzijds de bestaande delers in de toekomst nog meer gaan delen, maar dat anderzijds ook een nieuw publiek in de deeleconomie stapt, met een potentieel van gebruikers van 26% en van 18% als aanbieders. (De Coen et al., 2017) Vooral bij het delen van gereedschap en diensten verwacht Idea Consult een groei. Maar vanuit macro-economisch perspectief blijft deeleconomie slechts een kleine economische activiteit. PwC rekende voor 2017 uit dat de omzet van de deeleconomie in België € 2 miljard bedraagt of 0,5% van het BNP.

Volgens Arets (2017) is exponentieel groeien in de platformwereld alleen mogelijk wanneer ze bepaalde dingen niet doet en bepaalde verantwoordelijkheden niet neemt. Airbnb bijvoorbeeld bezit geen hotels en legt de verantwoordelijkheid volledig bij de individuele vastgoedbezitter. Ook Uber dat als grootste taxibedrijf ter wereld zelf geen auto's bezit, legt de volle verantwoordelijkheid bij de individuele chauffeur.

2.6.2 Onbekend is onbemind

Uber of Airbnb doen bij velen een belletje rinkelen. Een enkeling legt misschien de link naar Wikipedia of Taxistop. Maar toch blijkt - ondanks de sterke groei

van de deelplatformen - de bekendheid van de economie beperkt. De Flash Eurobarometer van de Europese Commissie uit 2016 toont aan dat 61% van de Belgen nog nooit gehoord heeft van de economie (versus 46% van de inwoners van de EU28). Zo'n 30% had er wel van gehoord, maar heeft de platformen nog nooit bezocht. Slechts 8% gebruikt de platformen in meer of mindere mate. In de EU bedraagt dit 17%. België bevindt zich zo bij de slechtst scorende landen. Qua profiel leert Europees onderzoek dat de personen die deelplatformen kennen tussen de 25 en 39 jaar oud zijn, hoger opgeleid zijn, wonen in een stedelijke omgeving en actief zijn als zelfstandige of werknemer. (De Coen et al., 2017)

Ook een panelgesprek van Idea Consult geeft aan dat 55% van de Vlamingen nog nooit van 'de economie' had gehoord, met daarbij evenveel mannen als vrouwen. (De Coen et al., 2017) Leeftijd blijkt geen bepalende factor te zijn. De term is vooral weinig bekend bij kwetsbare groepen. Maar liefst een vierde van de personen die niet delen, stond er nooit bij stil om dat wel te doen.

2.6.3 Nood aan andere denkkaders

De Langhe (2016) wijst op het blijvend gebruik van oude denkkaders bij discussies over de economie. Uber en Airbnb worden door de massa makkelijk onthouden omdat ze passen in het stereotiepe maar vertrouwde beeld van kapitalistische bedrijven. Hij spreekt liever over *commons*: platforms die mensen de middelen geven om samen dingen te doen, of dat nu winstgevend is of niet, centraal of decentraal. Hij droomt ervan om te evolueren naar een steunpunt dat *commons* verenigt, hun experimenten begeleidt en de resultaten verzamelt voor beleidsondersteuning. De belofte van de economie is dat een andere economie mogelijk is, een economie met duurzame groei op maat van de mens. In 2009 ontving Elinor Ostrom de Nobelprijs Economie voor haar case-studies die aantoonde dat het duurzame beheer van *commons* niet helemaal onmogelijk is. Of zoals De Langhe (2016) het formuleert: 'We staan pas aan het begin van de (her-)ontdekking van wat we met die *commons* allemaal kunnen doen.' Hij blijft daarom geloven dat de economie de wereld kan redden. 'Maar dan moeten we haar eerst goed leren begrijpen, en daarvoor zullen de klassieke kaders niet volstaan'.

Volgens Chesky, medeoprichter van Airbnb, kunnen bedrijven in de 21ste eeuw enkel succesvol zijn als de belangen van de stakeholders op één lijn liggen. (Arets, 2018) Toegepast op zijn bedrijf betekent dit dat verhuurders op het platform beloond kunnen worden met aandelen, zodat ook zij profiteren van een succesvolle beursgang. Nieuw is zijn voorstel niet, wel baanbrekend: het platform startte als commercieel en centraal gestuurd bedrijf, om vervolgens in

handen van de gebruikers te komen, en niet omgekeerd. Arets (2018) betreurt echter dat Chesky binnen traditionele kaders zoals een beursgang, blijft denken. Hij pleit voor een transformatie naar een heuse coöperatie met stemrecht. Zo ontstaat een beter evenwicht in de besluitvorming over de toekomst van het platform en over de plek ervan in de maatschappij. Het experimenteren met nieuwe eigenaarschap- en bestuursmodellen van platformen zal nodig zijn, zeker in de sectoren waar de aanbieders een grote afhankelijkheid hebben opgebouwd ten opzichte van het platform. (Arets, 2018)

2.6.4 Een uitdaging voor de wetgever

Niet alleen platformen, maar ook de overheid en de samenleving hebben een uitdaging voor de toekomst. Met de snelle groei van het aantal platformen is het onmogelijk om met alle platformen afspraken te maken. Een platform verbieden, is binnen de huidige juridische kaders niet mogelijk. Maar er is ook amper een visie en een beleid op het gebied van digitalisering en platformeconomie. (Arets, 2017)

De bestaande wetgeving is niet altijd even goed toepasbaar en te handhaven voor de online platformen. Sommige platformen gaan bewust op zoek naar de gaten in de wetgeving. Arets (2017) wijst erop dat de opvatting 'zonder wetten kan ik geen regels overtreden' vaak eigen is aan platformeigenaars. Wat voordien niet bestond, kan niet gereguleerd zijn. Wie zich in deze grijze 'regelzone' begeeft, zet in op marketingacties en dienstverlening waardoor ze erin slagen om op korte tijd veel klanten te verblijden.

Daarnaast laten ook traditionele spelers een proteststem horen. Ze beschouwen platforms als regelrechte concurrenten die in een grijze zone opereren, maar vergeten dat ze hier te maken hebben met een ander businessmodel. Hotels bijvoorbeeld maken winst op overnachtingen; Airbnb op de gebruikersfees. (Basselier et al., 2018) Het ontstaan van de deeleconomie en van nieuwe bedrijfsmodellen op de markt biedt beleidsmakers en wetgevers in de lidstaten ook nieuwe mogelijkheden. (Europese Commissie, 2016) Zo kunnen zij overwegen of de doelstellingen die in de bestaande wetgeving worden nagestreefd nog steeds geldig zijn, zowel met betrekking tot de deeleconomie als tot de dienstverleners die op traditionele wijze opereren. En Arets (2017) vat samen : 'het is makkelijk om naar een ondernemer te wijzen als *bad guy* en om de overheid als traag en prehistorisch te positioneren. Besef dat beide partijen simpelweg nog niet weten hoe een ideale samenwerking eruit ziet'.

Om publieke belangen beter te waarborgen, suggereert de Europese Commissie aan overheden vier manieren waarop ze kunnen omgaan met digitale platformen: van strikte handhaving tot gedoogbeleid. Het Nederlandse Rathenau instituut formuleert op haar beurt twintig inzichten die een leidraad bieden voor het politieke debat en de beleidsvorming. (Frenken et al., 2017) Het adviseert overheden om de positieve effecten te stimuleren en de negatieve te beperken. Sinds 2016 bestaat in België een Programmawet die maatregelen bevat in verband met de inkomsten uit de economie. (Cobbaut et al., 2016) Deze wet is in Europa een voorloper, maar beperkt zich tot belastingproblematiek en gaat bijvoorbeeld niet over het statuut van kwetsbare werknemers.

De arbeidsmarkt met bijhorende regulering en bescherming, staat bij deelplatformen die diensten aanbieden, zwaar onder druk. Een aantal experts vindt dat de economie een ernstige bedreiging betekent voor het recht op werk, de bescherming van de werknemers en de systemen van de sociale zekerheid. (Cobbaut et al., 2016) Kreijveld (2017) ziet platformen als een nieuwe tussenvorm tussen de intermediaire en de traditionele werkgever, een plek die zelfstandige ondernemers vrijheid geeft maar tegelijkertijd een bepaalde mate van vangnet en ondersteuning biedt door collectiviteit en solidariteit tussen deelnemers te organiseren. Vanuit de overheid is een duidelijke visie nodig op wat de kaders voor een eerlijke economie zijn: de mate van flexibiliteit in arbeid en de bijbehorende sociale zekerheid, aftrekposten en subsidies.

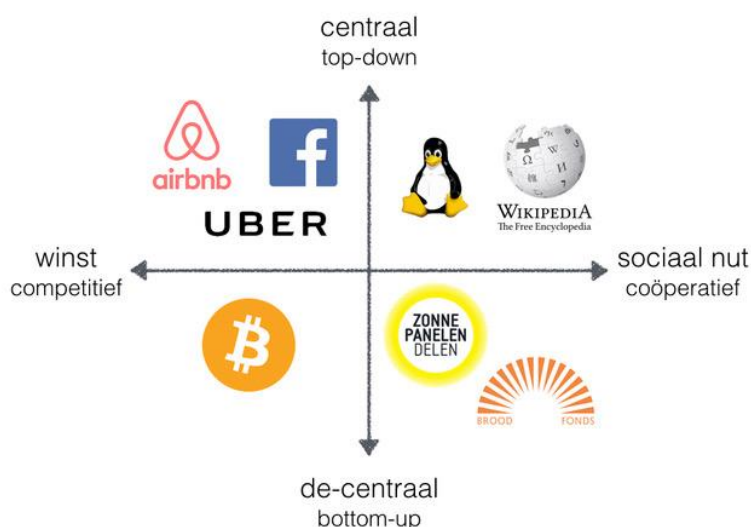
2.6.5 Spagaat tussen maatschappelijke rol en economische winst

De economie voorziet in enkele behoeftes. Van de Glind en Van Sprang (2016) zien er drie belangrijke: financiële voordelen, sociale contacten en duurzaamheid. Maar hoe zal de verhouding tussen het economische, sociale en duurzame aspect in de toekomst evolueren?

Volgens Idea Consult (*De economie. Stelling van een postarbeidsamenleving*, s.a.) hebben bestaande deelinstituten een sterke maatschappelijke missie als drijfveer. Ze dienen geen economische kortetermijnbelangen, maar integreren tevens doelstellingen inzake milieu en sociale inclusie. De keerzijde van de medaille is wel dat ze te weinig aandacht hebben voor een duurzaam verdienmodel. Dit model zal nodig zijn om op lange termijn te overleven. Meer en meer platforms experimenteren met commissies op de transacties en doorlopen zo een leerproces. Peerby is hier een voorbeeld van.

Bedrijven waar dingen worden gemaakt, worden langzaam vervangen door platforms die mensen de mogelijkheid bieden om die dingen zelf te maken. (De Langhe, 2016) Het grootste mediabedrijf ter wereld telt geen journalisten (Facebook) of de grootste winkel heeft geen voorraad (Alibaba). ShareNL (Van de Glind & Van Sprang, 2016) ziet in de groei van de deeleconomie een beweging van grote verticaal georganiseerde bedrijven naar horizontale netwerken.

Voor Kreijveld (2017) moet gezocht worden naar 'eerlijkere' deelplatformen die meer recht doen aan maatschappelijke belangen, die samenwerken aan maatschappelijke uitdagingen op grote schaal. Dit zijn platformen die meer ondersteuning nodig zullen hebben. Ze bevinden zich rechts in Figuur 2.5.



Figuur 2.5 : Ordening van platformen op basis van hun maatschappelijke waarde en organisatievorm (centraal of decentraal). (Bron: Kreijveld, 2017, 28 maart)

De Moor wijst op de zoektocht van burgers om opnieuw grip te krijgen op hun eigen leefwereld en om de keten tussen noden en oplossingen te verkorten. (Hautekeur, 2017) Een onderzoek van haar samen met Oikos uit 2016, wijst uit dat burgers het heft meer en meer in handen nemen. Mensen verbinden zich in samenwerkingsverbanden om zelf in bepaalde lokale noden te voorzien. Het delen van goederen en diensten kan hierin een rol spelen.

Frenken ziet het somber in. Deeleconomie leidt tot een toenemende sociale ongelijkheid want als je niets hebt, kan je niets delen. Enkel platforms en mensen die veel bezit hebben om te delen, profiteren. Bovendien zal

deeleconomie in de toekomst steeds onpersoonlijker worden omdat de technologie het sociaal contact zal overnemen. (Vermeersch, 2016) Beoordelingssystemen maken sociale contacten overbodig. Dit gebeurt al bij Airbnb waar niet altijd de eigenaar van de kamer de sleutel overhandigt aan de tijdelijke huurder. (Frenken et al., 2017) De overgrote meerderheid van de deelplatformen maken verlies en experimenteren met atypische financiële modellen omdat ze als pioniers niet kunnen terugvallen op de ervaring van voorlopers. Inkomsten worden gegenereerd door durfkapitaal, commissies (gemiddeld 15%), advertenties en partnerschappen. De tijd zal uitwijzen welke bedrijfsmodellen financieel levensvatbaar zullen zijn. Bovendien betonen niet enkel individuen interesse, ook overheden en bedrijven willen meer goederen, infrastructuur en diensten delen. Dit kan de schaal van de deeleconomie aanzienlijk vergroten. De grootste impact wordt verwacht van blockchain technologie waardoor banken, notarissen of deelplatformen niet meer nodig zullen zijn. (Frenken et al., 2017)

Franssen vraagt zich op haar beurt af hoe en of het spagaat tussen de *prosociale* versus de *proself* zal dichtten. Bij het eerste speelt het maatschappelijke, ecologie en altruïsme een bepalende rol. Bij het tweede gaat het om bijverdienen, gemak en eigen gewin. Zullen deze twee alternatieven van deelsystemen naast elkaar en tegen elkaar blijven bestaan, of wint het een van het ander? Wint Airbnb van couchsurfing, wint FLAVR van Thuisafgehaald, wint Uber van BlaBlaCar? (Demeulemeester, 2017)

2.6.6 Sharing cities

Amsterdam is sinds 2 februari 2015 als eerste in Europa een *Sharing City* geworden, en, in navolging van Seoul, de tweede *Sharing City* ter wereld. Antwerpen heeft in 2013 Stadslab2050 in het leven geroepen om creatieve en innovatieve spelers van binnen en buiten de stad samen te brengen om volop aan de toekomst te experimenteren. Zo ontstaat een divers netwerk van ondernemers, maatschappelijke spelers, burgers, ambtenaren en kennisdragers dat werk maakt van een duurzame toekomst voor Antwerpen. En eind 2018 kwamen in Barcelona meerdere steden samen in een lerend netwerk.

Wat kan de rol van een stedelijke overheid zijn in de deeleconomie? Om deeleconomie succesvol te maken, moet ze ten goede komen van de hele bevolking. De overheid kan hierin een belangrijke rol spelen door het bijvoorbeeld financieel voordeliger te maken om auto's te delen dan om zelf een wagen te bezitten. Een van de conclusies in Barcelona was precies dat steden

zich zullen engageren om bestaande, vaak bovenstedelijke wetgevende kaders aan te (laten) passen.

Diezelfde stedelijke overheid moet keuzes maken in functie van het bredere plaatje: welke stad willen we? Een duurzame stad? Een stad waar inwoners meer contact met elkaar hebben? ... Deze beleidsdoelstellingen moeten vervolgens vertaald worden. Dat betekent ondersteuning van die platformen die de doelstelling mee kunnen realiseren. Want hoe meer een platform het sociale laat primeren, hoe lastiger het wordt om een goed businessmodel uit te rollen. Precies daar kan de stedelijke overheid op korte termijn een belangrijke faciliterende rol spelen.

Een delende stad moet er zijn voor iedereen. Stadslab2050 spreekt van een inclusieve deeleconomie. De overheid moet een leidende en faciliterende rol opnemen in de duurzame deeleconomie. Ze moet de economie niet volgen, maar net in de goede richting sturen. De delende stad moet tevens investeren in open data. (Stadslab2050, 2018b)

2.7. BOEIENDE PRAKTIJKEN

Er bestaan honderden deelinitiatieven. Mensen delen heel wat soorten producten en diensten. In bijlage I. staat het overzicht van alle deelinitiatieven die in deze bachelorproef vermeld worden.

Hieronder worden enkele boeiende voorbeelden met banden in Mechelen besproken. Er werd een gesprek gevoerd met ofwel de personen achter het deelinitiatief ofwel met fervente gebruikers ervan. In de gesprekken werd gepolst naar wat voor hen deelconomie betekent en welke deelinitiatieven volgens hen sociale cohesie kunnen bevorderen. Vervolgens werd ingezoomd op hun deelinitiatief en op de gebruikers of leden ervan. Tenslotte werd gepolst naar hun ervaring met senioren en deeleconomie. De gesprekken vonden plaats in de herfst van 2018.

2.7.1. KLUSBIB

De Klusbib (www.klusbib.be) is een initiatief van Deelbaar Mechelen, een vzw die ook de Digibib beheert. Deze laatste stelt aan kwetsbare scholieren tweedehands laptops van bedrijven ter beschikking. De Klusbib is een gereedschapsbibliotheek beheerd door en voor Mechelaars. Elk lid betaalt jaarlijks lidgeld (€ 30) en kan op drie momenten in de week gereedschap uitlenen en terugbrengen. Het materiaal is afkomstig van leden, maar vooral van de kringwinkel en van niet-leden. Vrijwilligers zorgen er voor dat het gereedschap steeds in orde is. De organisatoren geloven erg in de sociale en milieu-impact van de Klusbib. Gereedschap blijft niet langer in een kast liggen, maar kan door meerdere mensen worden gebruikt. Hierdoor hoeft niet iedereen alle gereedschap zelf in huis te hebben (milieuvoordeel). Een 100-tal gezinnen zijn lid. De grootste groep (zo'n 60%) is 25-45 jaar, iets meer mannen (60%) dan vrouwen. Extraversie is de belangrijkste psychologische eigenschap van de leden. (over de persoonlijkheidskenmerken van delers : zie verder p. 44) Velen zijn ook elders geëngageerd of lid van verenigingen. De Klusbib bereikt relatief weinig kwetsbare mensen.

Slechts 5% zijn senioren. De organisatoren geven aan dat 65-plussers opgegroeid zijn in een maatschappij waar iedereen zelf gereedschap koopt, ook al gebruikt men dit weinig. De laatste tien jaar is er een tegenbeweging van jongere mensen die bezit niet belangrijk vinden, maar wel het gebruik. Ook mensen die kleiner wonen, zijn makkelijker te overtuigen om lid te worden bij de Klusbib. De voordelen die ze aan de senioren willen meegeven: men heeft minder last (geen onderhoud, plek,...) en meer keuze (tussen meerdere merken).

- ✓ *"Delen is luxe winnen: je hebt het materiaal ter beschikking als je het nodig hebt en je moet er niet zelf voor zorgen."*

2.7.2. LETS MECHELEN vzw

LETS Mechelen vzw (www.letsmechelen.be) is een lokaal ruilsysteem van goederen en diensten. LETS staat voor *Local Exchange and Trading System*. De blusser is een virtuele munt die als ruilmiddel wordt gebruikt. Iedereen houdt bij hoeveel blussers hij heeft verkregen voor goederen/diensten die hij deelde, en hoeveel blussers hij heeft ingezet of verbruikt. Men kan zowel goederen als talenten inzetten. De prijs (aantal blussers) wordt onderling afgesproken. De bedoeling is dat elk lid streeft naar een gezond evenwicht tussen de verkregen

en verbruikte blussers. Maar vele leden besteden meer blussers dan ze binnenkrijgen. LETS is een mooie manier om nieuwe mensen te leren kennen en om talenten te delen. Het vraagt wel wat tijd en creativiteit om vraag en aanbod op elkaar af te stemmen.

De Mechelse groep startte in 2011 en telt zo'n 150 leden, waarvan 90% tussen 30 en 55 jaar oud is. Het is een mix van alleenstaanden en samenwonenden, vaak geëngageerde mensen. De lagere inkomensklassen zijn oververtegenwoordigd. Aangenaamheid is het belangrijkste psychologische kenmerk van de leden.

De organisatoren geven aan dat LETS sociale cohesie tussen senioren kan bevorderen. Bovendien is het goedkoper en milieubewuster. Maar men moet wel digitaal handig zijn omdat de afspraken over een beveiligde website lopen.

- ✓ *"De balans vinden tussen verkregen en verbruikte blussers is niet makkelijk want alles speelt zich af in de vrije tijd. En mensen doen dan minder moeite om een evenwicht te vinden."*

2.7.3. SAMENWONEN MECHELEN vzw

Samen een huis delen is de kans om economisch, ecologisch en mooi te wonen terwijl er interactie is met andere samenwonenden (www.samenwonenmechelen.worldpress.com). Het delen van een woning hoeft niet ten koste gaan van privacy, maar dit moet wel goed bewaakt worden. Het project telt 24 koopwoontiteiten die in 2019-2020 gerealiseerd worden. De 32 volwassenen en 7 kinderen zijn lid van diverse werkgroepen, zoals een juridisch-financiële, een communicatieve, een architecturale,... De werkgroep 'visie' schrijft het charter met onderlinge afspraken. Respect is een sleutelbegrip. De toekomstige bewoners zijn netjes verdeeld over diverse leeftijdscategorieën, met een licht overwicht van dertigers en veertigers. Er zijn iets meer vrouwen dan mannen en de meesten zijn geëngageerd in de samenleving. Openheid en intellect zijn de belangrijkste psychologische kenmerken.

De oudere samenwoners die we gesproken hebben, gaven vooral sociale en ecologische voordelen aan voor senioren. Bovendien wonen senioren te vaak in een woning die ze onderbenutten.

- ✓ *"Samenwonen is een tegengif tegen eenzaamheid."*

2.7.4. AUTODELEN

Autodelen (<https://www.mechelen.be/autodelen>) is een systeem waarbij de eigenaar van een wagen deze deelt met een aantal mensen die geen auto hebben. Er wordt een vaste prijs afgesproken per km en de eigenaar verrekent deze aan de andere groepsleden. Het centrale secretariaat van Cosycar zorgt voor logistieke ondersteuning: verzekering, contracten tussen de autodelers en een reserveringskalender voor de auto. We spraken met een gebruiker van twee auto's die door tien gezinnen gedeeld worden. De zorg voor een wagen (garage, keuring, parkeerplaats,...) valt weg als er gedeeld wordt. Bovendien is het financieel interessanter dan een wagen bezitten. Nadeel is wel dat er meer op voorhand gepland moet worden en de auto niet voor de deur staat. Maar dat weegt niet op tegen het milieuvoordeel. De groep autodelers bestaat uit gezinnen vooral tussen 25 en 45 jaar, geëngageerde mensen, vaak hoger opgeleiden. Extraversie, aangenaamheid, openheid en intellect worden als de belangrijkste psychologische kenmerken aangehaald.

Senioren kunnen door autodelen meer contact met andere burens hebben en financieel voordeel doen. Ze hoeven geen schrik te hebben dat anderen geen zorg zouden dragen voor de wagen.

- ✓ *"We moeten los van dat individualisme en samen meer doen."*

2.7.5. SAMENTUINEN

Vrijwilligers onderhouden samen een moestuin in domein Tivoli (<https://beweegt.velt.be/mechelen/2441/veltsamentuintivoli>) en delen de opbrengsten. Een tiental gezinnen werken elke week een halve dag in de moestuin. Ze maken een teeltplan, zaaien, planten, wieden en oogsten samen. Velt vzw zorgt voor de omkadering, opleidingen en ondersteuning. Samentuinen bevordert sociale contacten, is milieuvriendelijk en financieel interessant. De groepsdynamiek ('het moet klikken') is een bepalende factor bij het al dan niet slagen van samentuinen. Een nadeel is het hoge engagement dat gevraagd wordt. De helft van de groep is tussen 25-45 jaar, er doen amper senioren mee, iets meer vrouwen dan mannen, zowel gezinnen als alleenstaanden.

- ✓ *"Senioren zoeken een veilige omgeving en delen niet graag omwille van de status die ze hebben opgebouwd."*

2.8. BESLUIT

De term 'deeleconomie' is een *contradictio in terminis*: enerzijds verwacht je initiatieven met een sociaal, onbaatzuchtig karakter; anderzijds is er sprake van harde economie. Door deze Babelse spraakverwarring zeggen heel wat initiatieven van zichzelf dat ze tot de 'deeleconomie' behoren: van bedrijven met een helder winstoogmerk, en soms aandeelhouders, tot sociale, duurzame ondernemingen die naast financiële ook maatschappelijke winst nastreven en organisaties die de winst van de onderneming delen met de eigen gebruikers en 'de planeet'. Kortom: het concept is wazig en de term deeleconomie is een containerbegrip voor initiatieven die soms weinig met elkaar gemeen hebben.

De definitie die in deze bachelorproef gehanteerd wordt, is deze van Idea Consult. Zij omschrijven deeleconomie als 'elk systeem waarin personen elkaar tijdelijk toegang geven tot hun onderbenutte eigendom, goederen en diensten via een online platform, al dan niet tegen betaling'. (De Coen et al., 2017) Het klopt dat het delen van diensten andere omkadering vergt dan het delen van goederen, zoals Frenken opmerkt. (Frenken et al., 2017) Maar deze bachelorproef focust vooral op de mogelijkheid om sociale cohesie te bevorderen, en dan is dit onderscheid minder relevant.

Deelinitiatieven schieten als paddenstoelen uit de grond. Voor de gebruiker zijn er een veelheid aan platformen, maar is het niet steeds duidelijk welke wel of niet betrouwbaar zijn. Een aangepast wettelijk kader is er nog niet helemaal omdat de 'sector' zo nieuw is. En dat heeft nadelen voor de consument. Bovendien zoeken veel deelinitiatieven uit hoe ze het hoofd boven water kunnen houden. De volgende jaren zal een aangepaste regulering door de overheid en het experimenteren met nieuwe eigenaarschap- en bestuursmodellen door de platformen meer duidelijkheid brengen en waarschijnlijk ook leiden tot minder versnippering.

Bovendien blijft het aantal huidige delers al bij al beperkt. Vooral in het westen waar het gemeenschappelijke, de basisattitude om te delen, vaak ondergeschikt is aan het individueel belang. Dit in tegenstelling tot andere werelddelen waar deeleconomie sneller ingeburgerd kan geraken zodra de nodige technologische randvoorwaarden er vervuld zijn.

En wat met de rol van deeleconomie in het realiseren van de transitie naar een duurzame en sociale wereld? Hiervoor ontbreekt momenteel de kracht van het

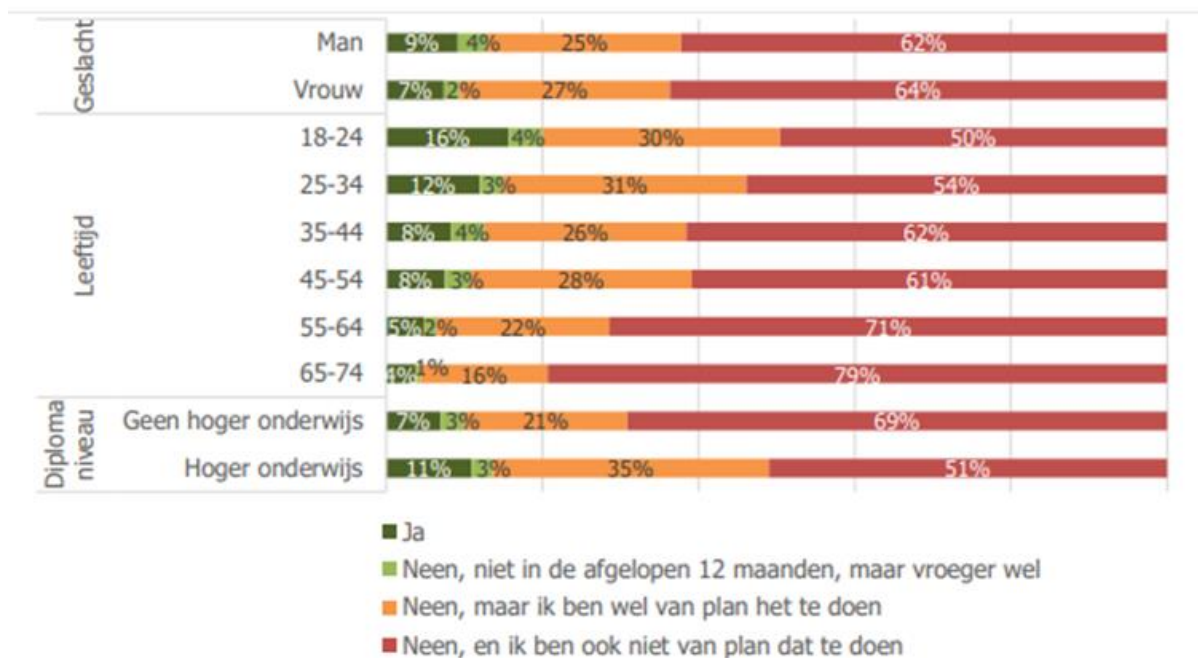
getal, de schaalvergroting: te weinig mensen delen wereldwijd. Bezit primeert vaak nog op gebruik. Andere denkkaders en structuren zullen ook nodig zijn. Coöperatieven worden nog te weinig opgericht. Burgers nemen nog te weinig het heft in handen. We blijven in traditionele structuren hangen. Ook aan communicatie schort heel wat. Nu delen vooral de *happy few* of zijn enkel de winstgevende platforms zoals Uber en Airbnb wereldwijd bekend. Hoopvol in dit verhaal is wel de toenemende verstedelijking, omdat de nood om te delen in steden sneller wordt gevoeld en makkelijker te organiseren is.

3. PROFIEL VAN DE DEELNEMER VOLGENS DE LITERATUUR

Er is weinig onderzoek gedaan naar het profiel van de aanbieder aan en de gebruiker van de deeleconomie. Het team van Franssen van de Arteveldehogeschool is een van de weinige. (Franssen et al., 2017a) Franssen gebruikte zowel literatuur, interviews met gebruikers en platformbeheerders als een digitale enquête met gebruikers om een zicht te krijgen op de 'sharing personality'. Felix (2016) schreef aan de universiteit van Wageningen een (slordige) masterscriptie over de motieven om deel te nemen. En Idea Consult onderzocht de deeleconomie in opdracht van de Vlaamse overheid: ze enquêteerde gebruikers en aanbieders in Vlaanderen en deed een panelbevraging. (De Coen et al., 2017) De Koning Boudewijnstichting onderzocht de relatie tussen de deeleconomie en de allerarmsten. (Cobbaut et al., 2016) Het hieronder beschreven profiel van de deelnemers steunt dan ook vooral op de bevindingen van deze auteurs.

3.1. LEEFTIJD, GESLACHT EN WOONPLEK

Vrouwen en jonge mensen tot 45 jaar zijn de ferventste gebruikers van deelplatformen. Er zijn verschillen naargelang de aard van de producten en diensten die worden gedeeld. Mensen die in een stad of voorstad wonen delen ook vaker. (De Coene et al., 2017; zie Figuur 3.1)



Figuur 3.1 : Profielkenmerken van gebruikers - Heeft u de afgelopen 12 maanden tijdelijk goederen of diensten gebruikt van andere personen (met hen gedeeld) via een digitaal platform? (N=1.000). (Bron: De Coen et al., 2017, p. 53).

3.2. MAATSCHAPPELIJKE POSITIE

Zowel Franssen (2017a) als Idea Consult (2017) tonen aan dat vooral de middenklasse en hoogopgeleide personen gebruik maken van platformen. Maar hoe hoger het inkomen is, hoe minder iemand deelt. Mensen die lid zijn van een vereniging of zich op een andere manier engageren in de samenleving, zijn sneller overtuigd van de voordelen van de deeleconomie.

De Koning Boudewijnstichting publiceerde in 2016 een verkennende studie waarin de vraag of deeleconomie een opportuniteit is voor de allerarmsten, centraal stond. Uit het onderzoek bleek dat kwetsbare groepen zich niet thuis voelen tussen het huidige publiek dat lustig deelt. Bovendien ervaren de allerarmsten de deelinitiatieven als te ingewikkeld. Verder wordt argwanend gekeken naar platformen met een winstmotief en naar het vrij invullen van de sociale bescherming van werknemers. (Cobbaut et al., 2016) Voor de vaststelling dat een kansarm publiek minder gebruik zou maken van de deeleconomie vond Idea Consult in haar enquête echter geen bevestiging.

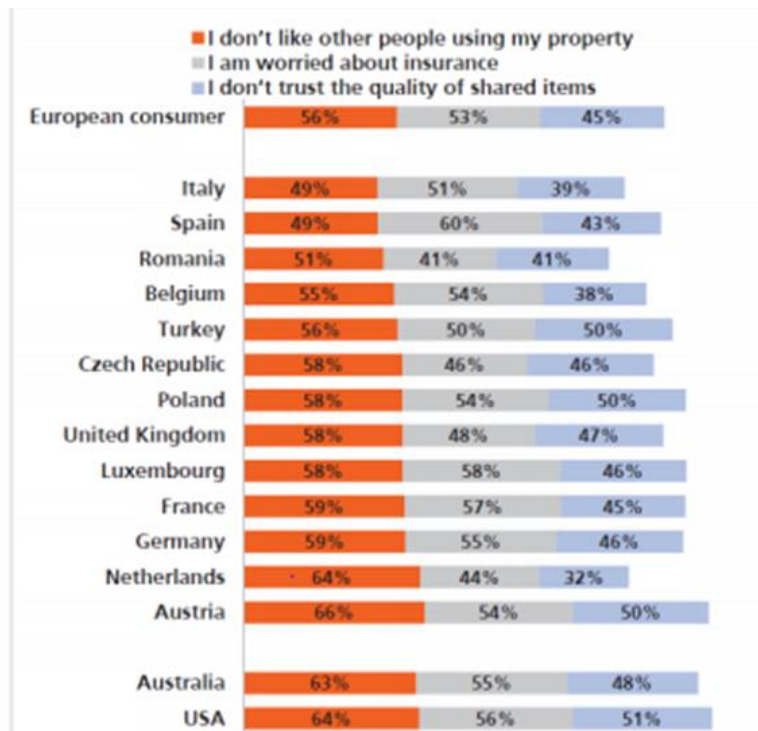
3.3. MOTIEVEN

Böcker en Meelen (2016) wijzen er op dat de bedrijfstak waarin gedeeld wordt belangrijk is voor de aard van de motivatie. Uit de interviews van Franssen (2017a) blijkt dat de deelnemer aan deelplatformen vooral economisch-financiële motieven naar voor schuift. Dit komt overeen met de ING-studie van 2015 waarin 48% van de Belgen aangeven aan deeleconomie mee te doen om geld te sparen en/of te verdienen. De financiële motivatie blijkt ook uit internationale studies de belangrijkste drijfveer om te delen. (Basselier et al., 2018) Verder sommen gebruikers sociale, ecologische en gemaksmotieven op. (Franssen et al., 2017a) Intrinsieke motivatie vanuit een streven naar duurzaam gedrag en sociaal contact dreigt dus verdrongen te worden door meer extrinsieke motivatie, zoals het streven naar winst. (De Coen et al., 2017) Idea Consult merkt dat gebruikers vooral woningen, gereedschap en auto's delen. Aanbieders delen vooral gereedschap en diensten. (De Coen et al., 2017)

Schiel (2015) wijst hierbij op de kloof tussen attitude en intentie: het is niet omdat mensen positief staan tegenover deelinitiatieven of duurzaamheid hoog in het vaandel dragen, dat ze er ook werkelijk aan deelnemen.

Voor de positionering naar potentiële gebruikers toe vestigen deelplatformen systematisch de aandacht op het economische en het sociale aspect. Het duurzaamheidsverhaal blijkt moeilijker te verkopen, ook naar bedrijven toe. Vaak wordt daar van economische argumenten vertrokken, en komt het ecologisch aspect in een volgende fase aan bod.

Interessant voor dit onderzoek zijn ook de bevindingen uit de empirische studies van de Europese Commissie (2016) en van ING (2015). Ze probeerden vooral de vinger te leggen op de drempels die delen in de weg staan (De Coen et al., 2017). Zowel in België (38%) als in de EU28 (41%) wordt de onduidelijkheid rond aansprakelijkheid bij problemen als grootste nadeel beschouwd in vergelijking met transacties in de traditionele economie. In tweede instantie hadden de Belgische respondenten problemen met het online karakter van de deelactiviteiten (31%) en het gebrek aan kwaliteitsgaranties (30%). Eén op vier Belgische respondenten had geen vertrouwen in de aanbieders of gebruikers (27%) en klaagde over een gebrek aan informatie over de aangeboden diensten (24%). De bezorgdheid over de aansprakelijkheid bij schade komt ook tot uiting in de resultaten van de internetsurvey van ING. Ruim de helft van de Belgen maakte zich zorgen over de verzekeringen. Ze lieten anderen ook niet graag hun spullen gebruiken (zie Figuur 3.2).



Figuur 3.2 : In welke mate beïnvloeden deze factoren uw deelname aan de deeleconomie (% respondenten dat "zeer invloedrijk" of "invloedrijk" antwoordde). (Bron: De Coen et al., 2017, p. 43).

Bij gebruikers zit nog een groot onontgonnen potentieel. Zij geven in 40% van de gevallen aan dat ze nog niet hadden stilgestaan bij wat ze verder nog konden delen. Bij het ervaren van drempels verwijzen ze vooral naar het risico om aansprakelijk te zijn voor schade (31%) of bepaalde zaken niet van anderen willen gebruiken (28%). Bij personen die van plan zijn om gebruik te maken van de deeleconomie, weegt de angst voor aansprakelijkheid zwaarder door dan bij mensen die er al effectief gebruik van maken (41%). Personen die niet overwegen om gebruik te maken van de deeleconomie geven aan dat ze het niet vertrouwen (40%).

3.4. PERSOONLIJKHEIDSKENMERKEN

Franssen (2017a) gebruikt voor haar onderzoek de Big Five, de vijf dimensies waarmee het karakter of de persoonlijkheid van personen beschreven kan worden. De Big Five theorie is onder psychologen algemeen geaccepteerd als het belangrijkste persoonlijkheidsmodel in zijn soort (meest betrouwbaar, meest valide). De vijf factoren of karaktertrekken zijn: 1) Extraversie: Ik ben assertief, sociaal, avontuurlijk, heb energie, hou van menselijke contacten; 2) aangenaamheid: Ik heb een goede inborst, ben vriendelijk, coöperatief, dienend, heb vertrouwen in de medemens; 3) openheid en intellect: ik sta open voor nieuwe dingen, ben fantasierijk, creatief en leergierig, heb brede interesses, ben innovatief, ben op zoek naar het onverwachte, verkies nieuwe zaken; 4) consciëntieusheid: ik ben ordelijk, nauwgezet, bedrijvig, plichtsbewust; 5) neuroticisme: ik ben emotioneel labiel. De huidige delers zijn volgens Franssen (2017a) vooral aangenaam, open en extravert.

3.5. BESLUIT

Bovenstaande kenmerken uit de literatuur verwijzen vanzelfsprekend naar de situatie *AS IS*. De deeleconomie zal de komende jaren toenemen en het publiek zal evolueren. Alleen is nog niet duidelijk in welke richting. Om het profiel van de senioren in kaart te brengen hebben we dezelfde indeling gebruikt: leeftijd, geslacht, woonplek, maatschappelijke positie, motieven en persoonlijkheidskenmerken (zie verder vanaf p. 54).

4. SENIOREN IN MECHELEN

In dit hoofdstuk wordt een selectie van de bevindingen van het ouderenbehoefteonderzoek van de Stad Mechelen (2018) gegeven. (Verté, E., De Witte, N. en Verté, D., 2018) De keuze valt op informatie die relevant is voor deze bachelorproef. Er wordt dieper ingegaan op het profiel van de Mechelse senioren maar vooral op de intermenselijke relaties, het contact met de buurt en met de burens, het sociale weefsel en het vrijwilligerswerk.

4.1. PROFIEL VAN DE MECHELSE SENIOREN

Vanaf welke leeftijd ben je senior? Een vraag die vaak gesteld wordt, maar geen eenduidig antwoord krijgt. Het ouderenbehoefteonderzoek (Verté, 2018) bevraagt de thuiswonende 60-plussers en tijdschriften richten zich op 50-plussers. Een gemeenschappelijke deler in deze heel diverse groep is dat senioren meestal met pensioen zijn (in Mechelen gaat het over zo'n 16.000 personen).

Het ouderenbehoefteonderzoek dat de Stad Mechelen samen met de VUB in 2017-2018 organiseerde, werd afgenomen bij een representatieve staal van thuiswonende 60-plussers, zo'n 19.600 personen of 23% van de totale Mechelse bevolking. De zestigjarigen maken bijna de helft van de senioren uit (9.100 personen). De 70'-ers zijn met 6.000 personen, goed voor 30% van de 60-plussers. En er zijn zo'n 4.500 80-plussers (23% van de 60-plussers). Wat volgt zijn de belangrijkste resultaten in functie van het thema van deze bachelorproef.

In Mechelen wonen 54% vrouwelijke en 47% mannelijke senioren. Senioren wonen verspreid over het hele Mechelse grondgebied, maar vooral in het centrum en in de buitenwijken (resp. 37% en 36%). In de dorpen woont 27% van de 60-plussers. Twee derde van de thuiswonende senioren woont samen, een derde of 6.500 personen is alleenstaand. In het centrum wonen iets meer alleenstaanden (37%). In Mechelen zijn 10% van de senioren gescheiden: dit zijn vooral 60-ers (13,5%). Weduwes en weduwnaars vindt men hoofdzakelijk terug bij de 80-plussers (47%). Gemiddeld hebben de Mechelse senioren twee kinderen en drie kleinkinderen.

Meer dan de helft van de senioren (54%) is hoger opgeleid (van hoger beroepsonderwijs tot universitair onderwijs). Een zesde (15%) heeft enkel een diploma lager onderwijs en 4% heeft geen opleiding afgerond. Meer dan de helft van de Mechelse senioren beschikt over een maandelijks gezinsinkomen van meer dan € 2.000. Het gaat over 60-ers (63%) en 70-ers (53%). Ondanks het relatief hoog inkomen geeft een derde van de senioren aan niet toe te komen. Maar liefst 27% van de senioren moet rondkomen met maximum € 1.500 per maand. Deze zijn vooral ouder dan 80 jaar (40%) en vrouwelijk (33%).

Ruim een derde (34%) van de senioren gebruikt nooit internet, maar 54% surft dagelijks. Internetgebruik is goed ingeburgerd bij senioren die tot de hoogste inkomensklasse behoren (67%) en bij de 60-69-jarigen (70%). Iets meer dan de helft van de 70-jarigen gebruikt dagelijks internet. Bij de 80-plussers is dit slechts 20%. Wat doen senioren online? Zij surfen en zoeken informatie (64%), mailen (63%), bankieren online (57%) en onderhouden contacten met de (klein)kinderen (49%).

4.2. SOCIALE COHESIE

Thuiswonende senioren wonen verspreid over het grondgebied van Mechelen. Ze vormen nergens een meerderheid, hun aandeel bedraagt tussen 8 en 29 % van de totale bevolking in een buurt.

De afgelopen 10 jaar verhuisden zowat 1 op 5 Mechelse senioren, vooral 60-jarigen, vrouwen en mensen uit de laagste inkomensklassen. Acht procent gaf aan dat de behoefte aan sociale contacten de reden van verhuis was, 9% duidde eenzaamheid aan. De behoefte aan sociale contacten blijkt vooral bij de 70-jarigen aanwezig (16%); eenzaamheid is voor 11% van de 70-jarigen en 12% van de 80-plussers de reden van verhuis. Deze twee leeftijdscategorieën scoren ook het hoogst op alleenstaand zijn (resp. 29% en 53%).

Acht procent van de senioren voelt zich ernstig eenzaam, ruim een derde van de senioren (35%) zegt zich matig eenzaam te voelen. Vooral de 60-jarigen blijken zich ernstig eenzaam te voelen (10%); 40% van de 70-jarigen geven aan dat ze matig eenzaam zijn. Twee procent van de ouderen (zo'n 400 personen) kan op niemand beroep doen.

Bijna 1 op 5 senioren (d.i. 18% of zo'n 3.500 personen) zijn hoog kwetsbaar; 40% van de senioren zijn matig kwetsbaar. Dit getal is een mix van scores op fysisch, psychisch, sociaal en omgevingskwetsbaar zijn. De hoogste score halen

senioren op sociale kwetsbaarheid: 22% van de ouderen voelt zich hoog sociaal kwetsbaar; slechts 21% geeft aan laag sociaal kwetsbaar te zijn. Mannen (25%) voelen zich meer sociaal kwetsbaar dan vrouwen (20%). Vooral 70-jarigen (24%) en mensen uit de lagere inkomensklassen (57%) zijn sociaal kwetsbaar.

4.3. DE BUURT EN DE BUREN

Een grote groep senioren (73%) vindt het prettig wonen in de buurt. Slechts 22% voelt zich betrokken in de buurt. De betrokkenheid ligt hoger in de dorpen (26%). Een vierde (25%) geeft aan dat ze kennissen of vrienden in de buurt missen. Dit gemis wordt door alle leeftijden ongeveer evenveel gevoeld.

Ruim een vierde van de senioren (27%) vindt het aantal activiteiten voor ouderen in de buurt voldoende; eveneens 27% van de senioren vindt het aantal activiteiten voor hen onvoldoende. Vooral de 80-plussers vinden het aantal activiteiten onvoldoende (32%). Ruim vier op tien van de senioren (42%) komt meer dan 1 keer per week 's avonds buiten. Hoe jonger de senioren, hoe meer ze 's avonds op straat komen (55%). Toch blijft ook één op vier senioren (24%) 's avonds altijd binnen. Bij 80-plussers bedraagt dit aandeel meer dan de helft (53%). Bij de vraag waarom senioren niet deelnemen aan een cultureel evenement geeft 21% aan omdat het 's avonds wordt georganiseerd. Vooral 70-ers en 80-plussers geven deze reden aan (resp. 27% & 29%).

Senioren hebben het vaakst contact met eigen kinderen (81%) en schoonkinderen (61%). Ruim vier op tien senioren (43%) heeft contact met vrienden en de helft van de senioren heeft ook contact met buren (50%). De frequentie van de sociale contacten met buren ligt het hoogst bij de 70-jarigen (58%) en het laagst bij de 80-plussers (36%) terwijl precies deze laatsten meer op de buurt aangewezen zijn. Uit literatuur blijkt dat 80-plussers een actieradius hebben van zo'n 300m à 500m rond hun woning. Een zeer grote groep senioren (79%) is tevreden over de contacten met buren; de 80-plussers zijn het minst tevreden (72%). De tevredenheid over de contacten met buren scoort het hoogst in de buitenwijken (74%) en het laagst in de dorpen (53%).

Ruim één op vijf senioren (22%) geeft aan dat er te weinig voorzieningen zijn in hun buurt, vooral de jongsenioren vinden dit een gebrek (24%). Onder gemiste voorzieningen scoren het postkantoor, de kruidenierszaak en de bank het hoogst. Opvallend is dat bijna de helft van de 80-plussers (nl. 45%) een kruidenierszaak mist.

4.4. HULP

Eén op vijf senioren (21%) heeft hulp nodig voor het huishouden, 17% om zich te verplaatsen en maar een kleine groep van 8% voor zorg. Hoe ouder men wordt, hoe meer hulp men nodig heeft. Ruim vier op tien (42%) van de 80-plussers vraagt hulp voor huishouden, eenzelfde aantal voor verplaatsingen en 'slechts' 20% voor zorg.

Informele hulp komt vooral van familie. Vrienden (16%) en burens (15%) scoren het laagst. Bij meer dan de helft van de senioren (54%) helpt minimum wekelijks iemand; een derde van de senioren (33%) krijgt dagelijks hulp. Slechts 4% van de senioren is zelf mantelzorger voor burens of vrienden.

4.5. VRIJWILLIGERSWERK

Ruim 7 op 10 (72%) van de Mechelse senioren doet nooit vrijwilligerswerk; 12% daarentegen doet wekelijks of dagelijks aan vrijwilligerswerk. Gezelschap bieden (27%), administratie doen (27%), vormende taken (23%) en maatschappelijk vrijwilligerswerk (23%) scoren het hoogst. Er zijn belangrijke verschillen naargelang de leeftijd. Jongsenioren doen vooral aan administratief (30%) of vormend (24%) vrijwilligerswerk. 80-plussers zijn meer actief als gezelschap (46%) of maatschappelijk geëngageerd (36%). Op de vraag of senioren in de toekomst eventueel vrijwilligerswerk zouden willen doen, antwoordde een vierde van hen (24%) positief. Vooral 60-ers (34%) overwegen vrijwilligerswerk. Ruim de helft van de senioren (53%) blijft nog altijd niet geïnteresseerd in vrijwilligerswerk.

Mechelse senioren zijn in mindere mate betrokken bij het verenigingsleven. Bijna één op vijf senioren (17%) is lid van een seniorenvereniging, 15% van een sportclub en 12% van een middenstandsorganisatie of beroepsvereniging.

4.6. BESLUIT

Sociale cohesie bevorderen is een uitdaging voor de komende jaren, zowel voor jongsenioren als voor ouderen.

Zo'n twee derden van de Mechelse senioren zijn in 't algemeen hoger opgeleid, hebben een goed inkomen, wonen nog vaak samen en beschikken over een relatief goede gezondheid. Een derde van de senioren komt niet toe op het einde van de maand, is lager opgeleid, ouder en minder gezond.

In beide categorieën zijn sociale contacten met burens en kennissen een probleem. Senioren vallen vooral terug op familie. Ze voelen zich weinig betrokken in de buurt. Een minderheid engageert zich als vrijwilliger of is lid van een vereniging. Sociale kwetsbaarheid (=gebrek aan relaties) scoort hoger dan de andere vormen van kwetsbaarheid.

De online participatie ligt relatief hoog bij de Mechelse senioren. Zo'n 66% maakt regelmatig gebruik van het internet. Vooral de hogere inkomensklassen en de 60-70-jarigen surfen en mailen frequent.

5. METHODOLOGIE EN ONDERZOEK

De centrale vraag van deze bachelorproef luidt: Hoe kunnen senioren in Mechelen gestimuleerd worden om goederen, diensten en talenten te delen? Deze vraag is het gevolg van de vaststelling uit het ouderenbehoeftenonderzoek (Verté, 2018) dat het bevorderen van sociale cohesie bij Mechelse senioren nodig is. Om de vraag te kunnen beantwoorden is er gesproken met een kleine selectie van Mechelse senioren die niet vertrouwd waren met deeleconomie.

5.1 INLEIDING

Het onderzoek is begonnen met een literatuurstudie over deeleconomie, met extra aandacht voor de sociale aspecten ervan. Parallel zijn een vijftal deelplatformen die een band met Mechelen hebben, bevraagd. Deze gesprekken focusten op de definitie van deeleconomie en op de capaciteit van deeleconomie om sociale cohesie te bevorderen. De studiedag 'de delende stad' georganiseerd door Stadslab2050 in Antwerpen op 14 november 2018 was ook verhelderend voor dit onderzoek. Doel was de bevindingen uit het literatuuronderzoek door de gesprekken en de studiedag te verfijnen.

Vanuit de literatuur en deze gesprekken zijn zes hypothesen opgesteld.

1. Senioren zijn voorzichtig, vermijden risico's en willen zekerheden inbouwen (verzekering, contracten). Reviews bieden voor hen geen zekerheid. Ze kennen de andere niet en vertrouwen die niet. Persoonlijke gegevens delen doen ze niet snel.
2. Senioren halen milieuredenen niet aan om aan deeleconomie te doen.
3. Senioren hebben angst voor technologie (platformen, computers,...), ze zijn er niet mee opgegroeid.
4. Senioren hebben comfort besognes: delen is een beperking van hun vrijheid en privacy, vraagt te veel flexibiliteit en rompslomp.
5. Senioren denken dat delen hun imago schaadt: wat gaan anderen van mij denken? Ze zien delen als een teken van zwakte (ik kan het me permitteren om iets zelf te kopen).
6. In hun jeugd jaren werden er wel goederen en talenten gedeeld maar enkel met mensen die ze kenden.

5.2. INSTRUMENTEN EN AANPAK

In het kader van dit onderzoek werden twee instrumenten gebruikt, nl. focusgesprekken met senioren en een vragenlijst die deze senioren anoniem invulden.

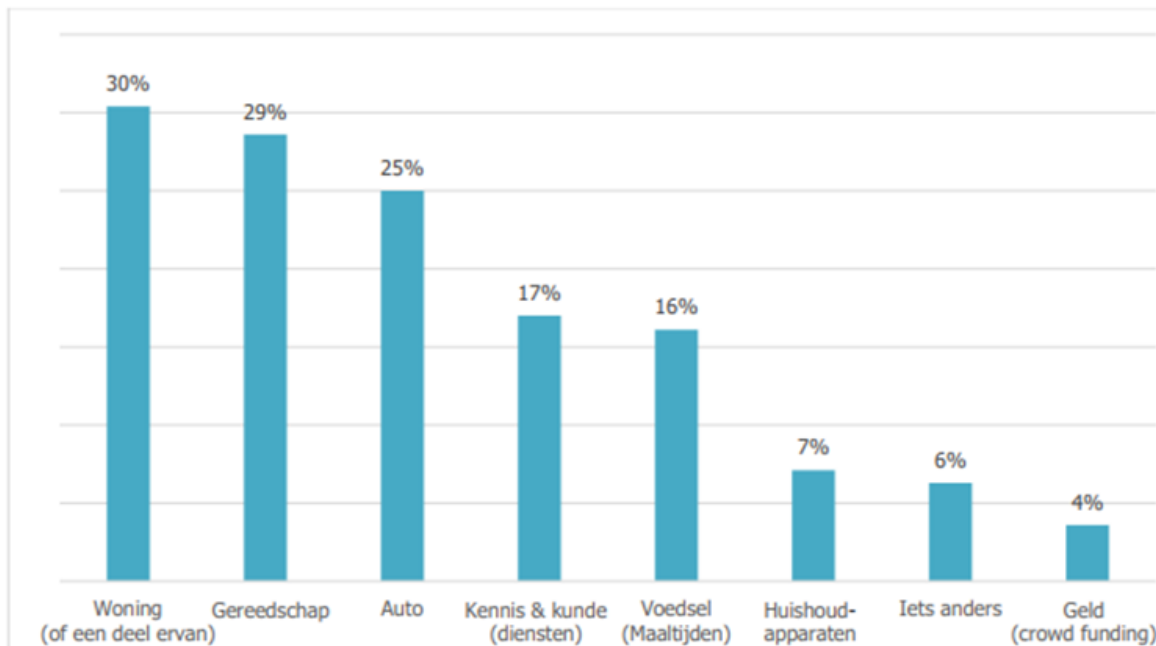
5.2.1. FOCUSGESPREKKEN MET MECHELSE SENIOREN

Het was de bedoeling om een toevallige steekproef onder Mechelse senioren te organiseren. Daarom deden we beroep op onze collega's van de afdeling Sociaal Beleid van de Stad Mechelen. Aan hen gaven we een brief mee, zowel op papier als digitaal, waarin we het project uitlegden en een oproep formuleerden. (zie bijlage II) Op deze oproep kwamen twaalf reacties binnen. Deze mensen werden gemaïld om hen te bedanken en te bekijken op welke momenten ze vrij waren om deel te nemen aan een focusgroep. Uiteindelijk werd geopteerd voor drie halve dagen: 12 februari, 12 maart en 15 maart 2019. Het Sociaal Huis van Mechelen stelde telkens een zaaltje ter beschikking.

Omdat zich geen 75-plussers hadden aangemeld, werd op de quiz van de seniorenraad (5 februari 2019) dezelfde oproep verspreid maar de leeftijdsgrens opgetrokken naar 75-plussers. Zo meldden zich drie extra personen aan. In totaal hebben vijftien senioren positief geantwoord. Uiteindelijk hebben twaalf senioren deelgenomen aan de focusgroepen. Wegens ziekte of andere afspraken zijn drie ouderen niet opgedaagd.

Deze twaalf senioren kenden op voorhand amper iets van deeleconomie (dat was ook de uitdrukkelijke vraag in de oproep). De meesten gaven aan dat ze toegehaapt hadden om er meer over te weten te komen.

Het gesprek verliep in verschillende fases. Inleidend werden het onderzoek, de onderzoeksvraag en de selectie van de senioren geduid. In de eerste ronde werden zestien deelinitiatieven geprojecteerd en gaven de senioren aan of ze er al van gehoord hadden of niet. Vervolgens werden drie soorten deelinitiatieven uitgebreid gepresenteerd: delen van gereedschap, van ritten en van talenten. De keuze voor deze activiteiten is ingegeven door het onderzoek van Idea Consult die het aantal deelplatformen in Vlaanderen telde. (De Coene et al., 2017) De top vier bestond uit het delen van goederen, mobiliteit, toerisme en kennen & kunnen. (zie Figuur 5.1)



Figuur 5.1: Wat gebruikte u dan precies van iemand anders via een platform?
(Bron: De Coen et al., 2017, p. 53).

Van elke soort werd een deelinitiatief uitvoerig uitgelegd aan de hand van een powerpointpresentatie. De keuze viel op Peerby (gereedschap), BlaBlaCar (ritten) en WeTasker (klusjes). Deze keuze werd bepaald door de gesprekken met de Mechelse deelplatformen. Bovendien dienden de gekozen deelinitiatieven in Mechelen actief te zijn. De acties die personen op de platformen moeten ondernemen om te kunnen delen, werden in de presentatie gedetailleerd uitgelegd. Vervolgens werd een alternatief voor de gepresenteerde deelinitiatieven voorgesteld. Concreet ging het over de Klusbib (gereedschap), Autodelen (ritten) en Repair Café (klusjes). Deze alternatieven hebben vaak een meer persoonlijke en minder digitale benadering.

Na elke presentatie werd door middel van groene, oranje en rode kaarten gepeild in welke mate de senioren zich aangesproken voelden door het deelinitiatief. Dan formuleerden ze argumenten voor of tegen elk deelinitiatief of verwoordden ze hun twijfels. Na naar elkaar geluisterd te hebben, werd nog eens getoetst of de senioren van mening waren veranderd. In elke fase vroegen we hen om zich in de huid van de gebruiker te verplaatsen, en dan in de huid van de aanbieder.

Tenslotte gaven ze zelf aan of de zes voorgestelde initiatieven sociale cohesie bevorderen of niet.

Op het einde voerden we een gesprek over hun bevindingen, gaven we de redenen aan die jongvolwassenen overtuigen om te delen en polsten we naar hun kindertijd. De leidraad van de moderator is als bijlage III toegevoegd.

5.2.2. VRAGENLIJST

De leden van de focusgroep vulden op het einde anoniem nog een vragenlijst in. De enveloppes werden pas na de drie focusgroepsmomenten geopend. De vragen hadden als bedoeling om meer te weten te komen over het profiel van de deelnemers. Ook de zes hypothesen werden afgetoetst. Tenslotte polsten we naar hun kennis van andere vormen van deelinitiatieven, die door tijdsbeperking (een halve dag) niet aan bod konden komen tijdens de focusgroepen. De volledige vragenlijst is opgenomen als bijlage VIII.

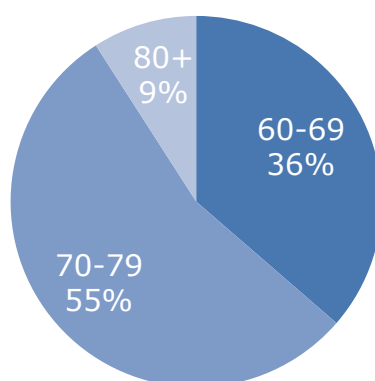
6.RESULTATEN UIT DE FOCUSGROEPEN

Twaalf senioren namen deel aan de focusgesprekken die in februari en maart 2019 in Mechelen plaatsvonden. Hun profiel en hun aanvankelijke kennis van deelplatformen wordt hieronder beschreven. Tijdens de gesprekken maakten ze kennis met enkele deelplatformen en werd gepolst naar hun reacties hierop. Tenslotte werden ook de zes hypothesen uit de inleiding aan hen voorgelegd. De resultaten staan op het einde van dit hoofdstuk.

6.1. PROFIEL VAN DE SENIOREN UIT DE FOCUSGROEPEN

6.1.1. Leeftijd van de deelnemers

In de focusgroepen, waaraan twaalf personen deelnamen, behoort de helft van de deelnemers tot de leeftijdsgroep 70-79-jarigen, een derde van de deelnemers zijn zestigers en twee deelnemers zijn ouder dan 80 jaar (80-plussers; zie Figuur 6.1).



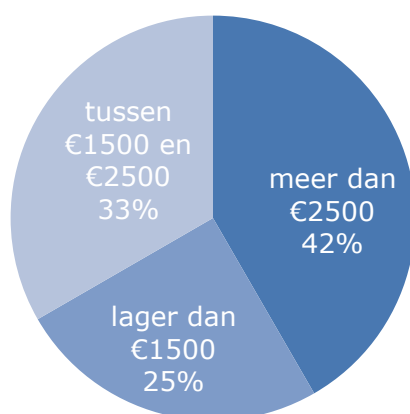
Figuur 6.1 : Leeftijd van de deelnemers.

6.1.2. Geslacht van de deelnemers

Aan de focusgroepen nemen vooral vrouwen deel. Een derde van de deelnemers zijn mannen.

6.1.3. Financiële context van de deelnemers

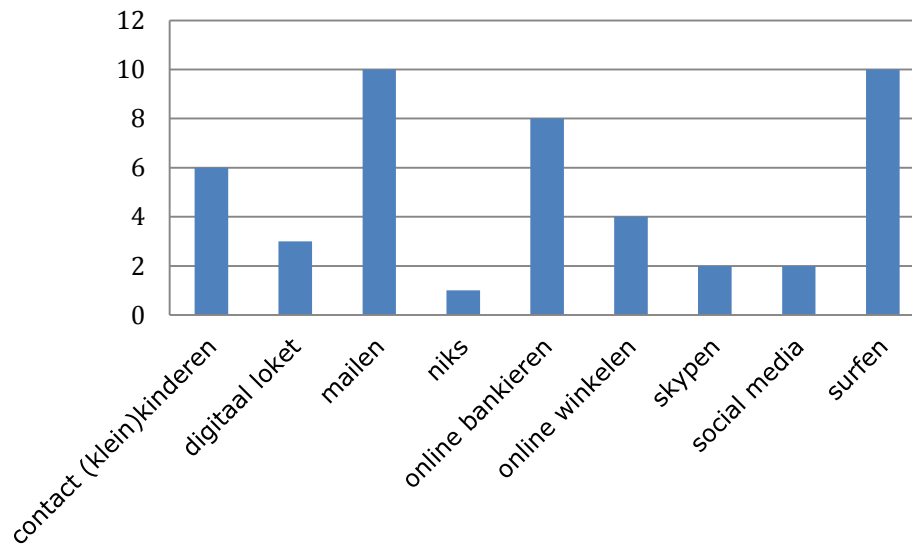
Vier op tien van de deelnemende senioren heeft een gezinsinkomen boven de € 2.500; een derde van de senioren heeft een inkomen tussen € 1.500 en € 2.500; een vierde moet rondkomen met minder dan € 1.500 (zie Figuur 6.2).



Figuur 6.2 : Financiële context van de deelnemers.

6.1.4. ICT-vaardigheden van de deelnemers

De meeste deelnemers beschikken over een computer. Slechts één van hen heeft er geen. Figuur 6.3 toont dat de meeste senioren op deze computer surfen en mailen (10 keer). Twee derde van hen bankiert online (8/12). Een derde koopt ook online. Zes respondenten gebruiken de computer om contact met hun kinderen en kleinkinderen te hebben. Vier respondenten shoppen online. Een kleinere groep senioren gebruikt de computer als digitaal loket (3 keer), om te skype (2 keer) en voor sociale media (2 keer).



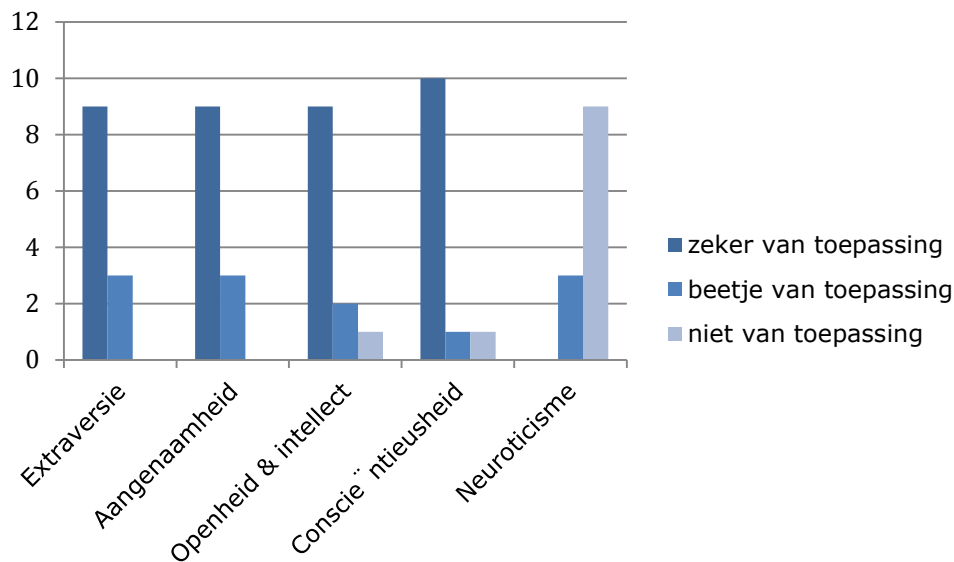
Figuur 6.3 : ICT-vaardigheden van de deelnemers.

6.1.5. Psychologisch profiel van de deelnemers

In de literatuur wordt vaak de Big Five-theorie gebruikt om het psychologisch profiel van deelnemers te beschrijven. Aan de deelnemers van de focusgroepen werd gevraagd in welke persoonlijkheidskenmerken ze zichzelf herkennen. Tabel 6.1 geeft de Big Five-profielkenmerken kernachtig weer. Deze bewoordingen kregen ook de senioren onder ogen.

Tabel 6.1: Kernachtige weergave van de invulling van de vijf persoonlijkheidskenmerken van de Big Five-theorie

Extraversie	Ik ben assertief, sociaal, avontuurlijk, heb energie, hou van menselijke contacten
Aangenaamheid	Ik heb een goede inborst, ben vriendelijk, coöperatief, dienend, heb vertrouwen in de medemens
Openheid & intellect	Ik sta open voor nieuwe dingen, ben fantasierijk, creatief en leergierig, heb brede interesses, ben innovatief, ben op zoek naar het onverwachte, verkies nieuwe zaken
Consciëntieusheid	Ik ben ordelijk, nauwgezet, bedrijvig, plichtsbewust
Neuroticisme	Ik ben emotioneel labiel



Figuur 6.4 : Psychologisch profiel van de deelnemers.

Figuur 6.4 geeft het psychologisch profiel van de deelnemende senioren weer. Consciëntieusheid, extraversie, aangenaamheid, openheid en intellect worden door drie vierde van de senioren aangehaald als toepasselijk op henzelf. Een vierde vindt zichzelf een beetje emotioneel labiel. De anderen vinden dit helemaal niet van zichzelf.

Dezelfde vragen werden gesteld aan de initiatiefnemers van de bevroagde deelplatformen. Zij geven de eerste drie persoonlijkheidskenmerken (extraversie, aangenaamheid, openheid & intellect) een hoge score. Consciëntieusheid of zorgvuldigheid is volgens hen geen typisch kenmerk van een doorsnee deler. Dit ligt in lijn met wat uit de literatuur blijkt.

We hebben bij de deelnemers van de focusgroepen te maken met een lichtjes atypisch profiel. Zal consciëntieusheid (ordelijk, nauwgezet, bedrijvig, plichtsbewust zijn) een rol spelen bij het al dan niet deelnemen aan deelinitiatieven? Op deze vraag proberen we op p. 77 een antwoord te formuleren.

6.1.6. Andere kenmerken van de deelnemers

Alle deelnemers zijn met pensioen. Vier op tien deelnemende senioren is alleenstaand en bijna iedereen woont in verstedelijkt gebied. Een vierde is hoger

opgeleid en heeft dus minimum secundair onderwijs genoten. Drie op vier deelnemers woont in een eigen woning. De deelnemers zijn erg actief, nl. twee derde is actief in het verenigingsleven.

6.2 Kennis van de deelinitiatieven

6.2.1 Kennis van de opgesomde deelinitiatieven

We startten de focusgroepsessies met een overzicht van 16 deelinitiatieven, waarvan enkel de logo's werden getoond en de namen voorgelezen (zie bijlage IV). De senioren kregen ook drie begrippen te zien die met de economie te maken hebben: klusjeseconomie, platformeconomie en *sharing economy*. Het doel was te testen hoe vertrouwd de senioren waren met deze begrippen en met deze deelinitiatieven. De deelnemers kregen elk een rode (=ik ken het niet) en een groene (=ik heb er al van gehoord) kaart. De bedoeling was dat ze een van beide opsteken bij het horen van de naam van het deelinitiatief en bij het zien van het logo. Tabel 6.2 geeft de bevindingen omtrent de kennis van deze initiatieven weer.

Tabel 6.2 : Kennis van de opgesomde deelinitiatieven

Aantallen	Al van gehoord	Niet gekend
Boekenruilkastjes	12	0
Cambio	11	1
Huizenruil	11	1
Samentuinen	11	1
Wikipedia	11	1
Repair Café	10	2
Uber	10	2

Airbnb	9	3
Hoplr	7	5
Samenhuizen	7	5
Thuisafgehaald	5	7
Geefpleinen	3	9
Klusbib	3	9
Croqger	1	11
Too good to go	1	11
LETS	0	12
Klusjeseconomie	6	6
sharing economy	4	8
Platformeconomie	2	10

Een aantal van de opgesomde initiatieven was goed gekend door de deelnemende senioren. Meer dan twee derde van de senioren had al gehoord van boekenruilkastjes (meest gekende), Cambio, Huizenruil, Samentuinen, Wikipedia, Repair Cafés en Uber. Met andere deelinitiatieven waren de senioren minder vertrouwd. Zo kende minder dan een derde van de senioren Croqger, Geefpleinen, de Klusbib, Thuisafgehaald en Too good to go. Niemand had ooit gehoord van LETS.

6.2.2 Kennis van de voorgestelde deelinitiatieven

Zoals eerder al geschreven werden drie deelinitiatieven uitgebreid, en hun alternatieven beknopt, voorgesteld aan de hand van een powerpointpresentatie. Het gaat over Peerby (gereedschap), BlaBlaCar (ritten) en WeTasker (klusjes). De alternatieven zijn de Klusbib (gereedschap), Autodelen (ritten) en Repair Café (klusjes).

Welke methodiek werd gehanteerd? Aan de deelnemers werden zes deelinitiatieven voorgesteld, in groepjes van twee: gereedschap delen (Peerby en Klusbib), ritten delen (BlaBlaCar en Audodelen) en talenten delen (WeTasker en Repair Café). In een eerste ronde werd, na het beluisteren van de werkwijze van het deelinitiatief, gevraagd in welke mate het initiatief hen aansprak. Dit gebeurde aan de hand van drie gekleurde kaarten: een groene (spreekt me helemaal aan), oranje (misschien, onder bepaalde voorwaarden) of rode kaart (zegt me helemaal niets). Vervolgens gaven ze aan elkaar argumenten voor of tegen en uitten ze hun twijfels. De moderator kwam niet tussen, tenzij om iets te duiden of extra informatie te geven. Als het gesprek op z'n einde liep, werd hen in een tweede ronde gevraagd om terug de kaartjes te tonen. Zo werd duidelijk of de argumenten die ze voor elkaar aanhaalden wel of niet gewerkt hadden. De deelnemers bekeken elk deelinitiatief eerst vanuit de kant van de gever of aanbieder en dan als nemer of gebruiker. Zij moesten na afloop ook beoordelen hoe goed deze initiatieven de sociale cohesie tussen mensen kunnen bevorderen. Wat op de volgende pagina's volgt, zijn de vaststellingen uit de gesprekken, doorspekt met citaten van de deelnemers. Omdat hun anonimiteit gegarandeerd werd, staan hun namen er niet bij vermeld. De presentaties bevinden zich in de bijlagen V, VI en VII.

6.1.2.1. GEREEDSCHAP DELEN

Twee deelinitiatieven waarin gereedschap gedeeld wordt, kwamen aan bod. Aan de hand van een powerpointpresentatie werd eerst de werking van het platform Peerby uitgelegd. (PPT in bijlage V) Via dit platform kan men ontdekken welke goederen kunnen gehuurd of geleend worden in de buurt want 'samen heb je meer'. Vervolgens maakten de deelnemers kennis met de Klusbib, een heuse bibliotheek vol gereedschap.

Aangehaalde argumenten door de senioren

De aangehaalde argumenten over het gebruik van Peerby gaven vaak blijk van **wantrouwen**. Als aanbieder vroegen ze zich af of de gebruiker wel even ordelijk en voorzichtig met gereedschap omgaat. Ze verwezen naar slechte ervaringen uit het verleden bij het uitlenen van spullen aan mensen die ze kenden. Duur of ingewikkeld gereedschap lenen ze liever niet uit, want herstellingen zijn duur. Dan geven ze het toestel nog liever weg als ze er geen gebruik meer van maken.

Een enkeling zei dat het logisch is om anderen voort te helpen en dus gereedschap te delen.

- ✓ *"Bij nieuwe dingen zijn mensen achterdochtig, hebben ze angst. Je hoort alle dagen op de radio om voorzichtig te zijn. Hoplr is in de buurt, je kent de mensen die er lid van zijn. Iedereen spreekt er over. Dat geeft meer vertrouwen."*
- ✓ *"Delen met wildvreemden is toch anders dan met familie."*

Ook gereedschap van iemand anders gebruiken via Peerby, voelde ongemakkelijk aan bij de deelnemers van de focusgroepen. Ze hadden **schrik** om iets verkeerd met het geleende materiaal te doen en te moeten opdraaien voor de bijhorende kosten. Een degelijke handleiding bij meer complex gereedschap is volgens hen zeker nodig.

- ✓ *"Hoe ouder men is, hoe meer argwanend men wordt."*
- ✓ *"Ik laat een klusjesman komen of ik vraag het aan de burens die ik ken. Mijn naaimachine leen ik nooit uit."*

Dat de mensen achter Peerby bemiddelen bij conflicten en soms zelfs rembourseren, kon hen niet over de streep trekken. De senioren stelden zich immers vragen bij de **betrouwbaarheid van zo'n platform**, want Peerby heeft het gereedschap zelf nooit gezien (in tegenstelling tot de Klusbib). Anderzijds vonden ze het handig dat er een derde partij was waar ze bij discussies tussen gebruiker en aanbieder terecht kunnen. Voor mensen die niet digitaal vaardig zijn, zijn platformen zoals Peerby een probleem. Voor hen is een bibliotheek van gereedschap zoals de Klusbib wel haalbaar. Dat men op de platformen een deel van de privacy weggeeft (door het plaatsen van een foto bijvoorbeeld), stoort sommige deelnemers wel. De gehanteerde werkwijze op Peerby is voor sommigen te ingewikkeld.

- ✓ *"Internet maakt veel mogelijk maar er kan ook misbruik van gemaakt worden."*
- ✓ *"Je kan via Facebook veel makkelijker communiceren en gereedschap vragen."*
- ✓ *"Bij de Klusbib heb ik niet het gevoel dat heel Mechelen alles van mij weet."*
- ✓ *"Ik zou het KBO-nummer zoeken van het platform en controleren wie er achter zit."*

Ook het **plannen op voorhand** vormt een obstakel: onderhandelen en afspreken vraagt tijd en kost energie. Een eigenaar kan niet langer *last minute* beslissen om z'n gereedschap te gebruiken want een gebruiker kan het gereserveerd hebben.

- ✓ *"Bemiddeling vraagt tijd en energie. Is het dat waard? Het zou moeten kunnen. Want veel gereedschap gebruiken we maar af en toe."*

Gereedschap van derden gebruiken, werkt voor de deelnemers makkelijker als er **persoonlijk contact** is. Meerdere senioren delen hun grasmachine al met de burens of met familieleden. De Klusbib, maar zeker de professionele verhuurbedrijven zijn, in de ogen van de senioren, betrouwbaarder dan een platform zoals Peerby, omdat er persoonlijk contact is. Bovendien zien de senioren hen als 'neutrale' figuren waarmee zij geen persoonlijke band hebben. Als er gereedschap van de buurman stuk gaat, kan dit leiden tot conflicten. De verhuurbedrijven zorgen ook voor een degelijke verzekering, en daar betalen de senioren liever iets meer voor.

- ✓ *"Daar zijn mensen die verantwoordelijk zijn. De verantwoordelijkheid ligt bij de Klusbib."*
- ✓ *"Je gaat er naar toe, je ziet de mensen, je hebt persoonlijk contact en je hebt geen computer nodig."*

In de Klusbib kunnen de senioren het **gereedschap zien en keuren**. Ze ontmoeten er de vrijwilligers, die het materiaal onderhouden, waardoor een vertrouwensband ontstaat. Anderzijds voelen sommige senioren zich minder gegeneerd dan bij burens omdat het contact toch onpersoonlijker is. Bovendien neemt de Klusbib z'n verantwoordelijkheid op als gereedschap stuk gaat. Bijkomend voordeel is dat het principe van een bibliotheek gekend is. Als aanbieder is de Klusbib een interessant alternatief voor de kringloopwinkel om gereedschap, dat zelf amper gebruikt wordt, aan weg te geven.

- ✓ *"Je kan bij het gereedschap in de Klusbib direct zien of het in goede staat is."*
- ✓ *"De Klusbib is ideaal om oud gereedschap binnen te brengen. Maar de klant wil toch liever met nieuw materiaal werken."*
- ✓ *"Ik heb nog een bladblazer in de kelder liggen, maar heb eigenlijk geen plaats genoeg. Ik zal het naar de Klusbib brengen."*

Hoewel de meeste deelnemers wel beseften dat zij hun gereedschap onderbenutten, werden milieu-overwegingen en financiële argumenten weinig aangehaald. Een enkeling gaf ook aan dat hij te weinig heeft om te delen. Bij de Klusbib gebruiken de senioren meer **financiële argumenten**. Eenmalige aankopen zijn duur in verhouding tot het gebruik. De Klusbib is een initiatief dat interessant is voor mensen die het niet breed hebben. Het lidmaatschap is niet duur. Omdat in de toekomst steeds meer mensen moeilijker zullen rondkomen,

is zo'n initiatief positief. Als de senioren iets nodig hebben en ze kunnen het zich permitteren, dan kopen ze het. Ze zien zichzelf namelijk als de generatie van 'the sky is the limit'.

- ✓ "Alles wat we nodig hebben, kopen we. Deze cultuur is niet langer vol te houden, want niet iedereen kan het zich permitteren."
- ✓ "Mensen die gratis iets voor elkaar doen, vind je niet meer."
- ✓ "Deelinitiatieven zijn de toekomst. Omdat mensen het zich minder en minder kunnen permitteren om alles aan te kopen."

De senioren wijzen ook op de onbekendheid van deze deelinitiatieven. Zelfs van de Klusbib hadden ze amper gehoord (zie p. 58). Ze vinden dat er veel **beter en gericht moet gecommuniceerd** worden.

- ✓ "Maar we moeten springen. Positieve ervaringen van derden horen, zouden me over de streep kunnen trekken."
- ✓ "De lokale dienstencentra moeten dit bekender maken. Of een tour doen met senioren die al delen, om dit bekend te maken."
- ✓ "Te onbekend is onbemind."
- ✓ "In het begin zal het moeilijker gaan dan als je een paar keer probeert. Ik zou het een kans geven."

Gedragsverandering bij senioren

Tabel 6.3 : Gedragsverandering bij senioren: gereedschap delen als gebruiker.

ALS GEBRUIKER			
Peerby	rood	oranje	groen
na eerste ronde	3	6	3
na tweede ronde	2	5	5
Klusbib	rood	oranje	groen
na eerste ronde			12
na tweede ronde			12

Tabel 6.4 : Gedragsverandering bij senioren: gereedschap delen als aanbieder.

ALS AANBIEDER			
Peerby	rood	oranje	groen
na eerste ronde	3	4	5
na tweede ronde	2	3	7
Klusbib	rood	oranje	groen
na eerste ronde	1	1	10
na tweede ronde		2	10

In een eerste ronde voelden de senioren in de focusgroepen zich vooral aangetrokken tot het uitleenprincipe van de Klusbib. De meningen waren veel meer verdeeld bij het platform Peerby, zowel in de rol van gebruiker als in de rol van aanbieder, alhoewel bij deze laatste iets minder uitgesproken. Iets meer senioren zien zichzelf eerder in de rol van aanbieder van gereedschap dan als gebruiker. (zie Tabel 6.3 en 6.4)

Na de discussies en argumenten zijn de meningen toch lichtjes verschoven. Peerby wint in de tweede ronde aan sympathie, maar moet nog altijd onderdoen voor het alternatief: de Klusbib. Twee twijfelaars uit de eerste ronde willen Peerby toch uitproberen, zowel als aanbieder als als gebruiker. De senioren willen nog steeds iets meer als aanbieder dan als gebruiker met Peerby samenwerken. Bij de Klusbib is het net omgekeerd (zie Tabel 6.3 en 6.4).

6.2.2.2. RITTEN DELEN

De senioren in de focusgroepen maakten eerst kennis met BlaBlaCar, een platform dat bestuurders met vrije plaatsen in de wagen in contact brengt met passagiers op zoek naar een rit. (PPT zie bijlage VI) BlaBlaCar stimuleert de uitbouw van een *community* van bestuurders en passagiers. Het platform hecht veel belang aan de beoordelingen die passagiers over de rit en over hun chauffeur schrijven en omgekeerd. Elk lid uit de *community* kan steeds naar een hoger gebruikersniveau evolueren (en zo meer betrouwbaarheid opbouwen). Vervolgens werd Autodelen via Cozycar als alternatief gepresenteerd: een groep

mensen maakt gebruik van een of meerdere auto's van en samen met de burens. Dit initiatief wordt door de Stad Mechelen ondersteund door het ter beschikking stellen van een gratis bewonerskaart en een voorbehouden parkeerplaats in de straat.

Aangehaalde argumenten door de senioren

De auto is duidelijk '**mijn vrijheid**' bij de deelnemende senioren. De wagen is een van de plekken waar ze op hun gemak zitten. Bovendien is een eigen voertuig iets persoonlijks dat men niet met anderen deelt. Niet iedereen verzorgt z'n wagen op dezelfde manier. Een veelgehoord argument is het **gebrek aan flexibiliteit** en het inboeten aan comfort bij het delen van de wagen. De senioren willen onafhankelijk zijn en *last minute* beslissen of en wanneer ze met de auto rijden. De auto moet elk moment ter beschikking staan. Werken via een platform vraagt meer planning en tijd, want men moet op voorhand reserveren. Bovendien is het moeilijker omwegen te maken als men er op dat ogenblik zin in heeft. En kan familie die *last minute* een rit nodig heeft, niet geholpen worden.

- ✓ *"Ik wil geen vrijheid inleveren."*
- ✓ *"Op mijn leeftijd hou ik niet graag te veel met anderen rekening."*
- ✓ *"Ik heb prioriteiten: de kleinkinderen gaan voor. Als die moeten vervoerd worden, doe ik dat. Dit engagement laat ik nooit vallen. Mocht ik meer tijd hebben en geen kleinkinderen, dan zou ik instappen in dit systeem."*
- ✓ *"Het systeem zit te dicht op mijn huid."*

De procedure die moet gevolgd worden op het BlaBlaCar-**platform** vinden sommigen te omslachtig. Anderen vinden dan weer dat het gebruiksvriendelijk is. Er moet wel veel aangeklikt worden, maar het geeft een betrouwbare indruk. Maar de senioren vinden toch dat het eerder voor jonge reizigers bestemd is. Ze wijzen ook op het feit dat niet iedereen over een computer beschikt. Een iemand zou wel overwegen om in dit systeem te stappen als het een oplossing biedt voor korte ritten, niet enkel voor lange trajecten.

- ✓ *"Het vraagt teveel poespas. Het idee is goed en alles lijkt in orde. Maar je moet te veel handelingen doen."*
- ✓ *"BlaBlaCar is veel blabla. De naam klinkt niet echt sexy."*

Wantrouwen is er zowel bij BlaBlaCar als bij Autodelen via CozyCar. De eigen wagen delen willen de senioren enkel doen met burens of familie die ze vertrouwen. Bovendien vragen ze zich af of die beoordelingen wel echt

geschreven zijn door de betrokkenen. Ze voelen zich beter bij een firma als Cambio, nemen liever de trein of kopen liever een wagen met enkele familieleden samen. Een iemand neemt nu al burens mee in zijn wagen, zonder contracten of verzekeringen. Hij wordt er ook niet voor betaald, maar wel getracteerd op een drankje.

- ✓ *"Is het iemand die niet goed te been is, die in mijn straat woont en niet op een uur gesteld is, dan zou ik het wel doen."*
- ✓ *"Mijn wagen laat ik niet graag op straat staan. Een wagen hoort binnen te staan, in de garage."*
- ✓ *"Ik zou mijn wagen ter beschikking stellen omdat die al oud is maar in prima staat. Met een nieuwe wagen zou ik het niet doen."*
- ✓ *"Cambio is anoniemer. Bij autodelen krijg men 'ambras' met de burens. En dat heb ik er niet voor over."*
- ✓ *"Als ik een buur uit de nood kan helpen door mijn auto te lenen, doe ik dat. Maar vertrouwen is hier cruciaal. De ene buur vertrouw ik, de andere niet."*

Met een vreemde meerijden, geeft **geen veilig gevoel**. En zelf vreemden meenemen in de eigen wagen, dat durven de meeste senioren niet. Tegenover de idee om iemand mee te nemen in de wagen staan ze wel positief, maar enkel als ze die kennen. En daarvoor hebben ze geen platform nodig. Rittendelen vinden ze wel handiger dan liften, want het is minder anoniem.

- ✓ *"Ik ben bang van aard en zou mensen nooit meenemen. Je weet niet wie in je auto stapt."*
- ✓ *"Ik ben alleenstaande en rij alleen met mijn auto. Ik heb ooit problemen gehad met studenten die ik een lift gaf. Ik zou wel mensen willen meenemen, maar dan alleen diegenen die ik ken. Ik zou dit nooit via een platform regelen."*

Een enkeling gaf aan dat een auto die vaak stilstaat, **ecologisch niet verantwoord** is.

- ✓ *"Jonge mensen staan er meer voor open. Ze zijn meer ecologisch bewust en calculeren dat in hun mobiliteit in. Wij willen meer onafhankelijkheid."*

Het aanbod van BlaBlaCar vinden ze groot en **financieel interessant**. Maar dan vooral voor jongere mensen die het niet breed hebben. Want de prijs per kilometer is laag.

- ✓ *"En als er meerdere mensen in de wagen zitten, is het economisch verantwoord."*
- ✓ *"Het is goedkoper dan Taxistop."*
- ✓ *"Mensen die het niet breed hebben, zijn gebaat bij dit systeem."*

Bovendien is men in gezelschap en kan men **nieuwe mensen leren kennen**. Ideaal voor mensen die het openbaar vervoer niet kunnen nemen. Autodelen kan sociale cohesie in de buurt bevorderen, maar kan ook de oorzaak van burenruzies worden. Dit systeem werkt alleen als men in elkaars buurt woont.

- ✓ "De wereld wordt zo minder anoniem."
- ✓ "Je kan iemand meenemen voor het gezelschap, het is niet om de centjes te doen."

Gedragsverandering bij senioren

Tabel 6.5 : Gedragsverandering bij senioren: ritten delen als gebruiker.

ALS GEBRUIKER			
Blablacar	rood	oranje	groen
na eerste ronde	9	2	1
na tweede ronde	9	2	1
Autodelen	rood	oranje	groen
na eerste ronde	3	5	4
na tweede ronde	5	5	2

Tabel 6.6 : Gedragsverandering bij senioren: ritten delen als aanbieder.

ALS AANBIEDER			
Blablacar	rood	oranje	groen
na eerste ronde	8	3	1
na tweede ronde	8	3	1
Autodelen	rood	oranje	groen
na eerste ronde	6	4	2
na tweede ronde	8	2	2

Zelf mensen meenemen via BlaBlaCar of meerijden met een 'vreemde' kan de senioren van de focusgroepen amper bekoren. Slechts één persoon wil dit uitproberen. Na het beluisteren van de argumenten van de andere deelnemers blijven ze bij hun standpunt. (zie Tabel 6.5 en 6.6)

Het alternatief nl. Autodelen via CozyCar lijkt iets aantrekkelijker, vooral als gebruiker. Met de auto van iemand anders rijden, kan een derde van de deelnemers bekoren. Tot ze de argumenten van de andere deelnemers horen. In de tweede ronde krabbelden twee personen terug: ze halen niet langer een groene kaart boven. Hun eigen auto met derden delen, vinden maar twee senioren het proberen waard, ook na het beluisteren van de argumenten van de anderen. (zie Tabel 6.5 en 6.6)

6.2.2.3. TALENTEN DELEN

Tenslotte kregen de senioren in de focusgroepen een presentatie van deelinitiatieven waar talenten wordt gedeeld. Iets wat Frenken (Frenken et al., 2017) de klusjeseconomie noemt (zie ook p. 18). Eerst werd WeTasker voorgesteld, een platform dat, dixit zijn website, consumenten met elkaar verbindt om taken te plaatsen en uit te voeren. (PPT zie bijlage VII) De klussen worden er in acht categorieën opgesplitst zoals poetshulp, administratie, tuinonderhoud en verhuis&transport. Als alternatief hebben we getwijfeld tussen LETS en Repair Café. Uiteindelijk kozen we voor deze laatste omdat de toegankelijkheid groter is. LETS werkt met een complexer systeem van virtuele munten die men krijgt of geeft voor bewezen diensten (zie ook p. 36). En de bekendheid van Repair Cafés is iets groter (zie p. 58).

Aangehaalde argumenten door de senioren

De senioren maakten regelmatig de vergelijking met vaklui. Deze laatsten boezemen meer **vertrouwen** in, ook al zijn ze duurder. Bij WeTasker en Repair Café weet men nooit of de aanbieder wel kennis van zaken heeft of beschikt over de juiste wisselstukken. En hoe zit het met de verzekering op de werken? De ondervraagde senioren staan er wel voor open om hun eigen talenten te delen, maar dat hoeft niet zo omslachtig als bij WeTasker. Een burennetwerkplatform als Hoplr is toch meer persoonlijk en veel minder complex. En tijdens een Repair Café ziet men de vrijwilliger aan het werk.

- ✓ *"Ik vertrouw de kennis van vrijwilligers niet. Het zijn geen stielmannen."*
- ✓ *"Waarom zou ik mijn talenten niet delen? Ik doe dat graag vrijwillig."*
- ✓ *"Bij Repair Café zit je fysiek bij een persoon die je helpt. Dit is voor mij een veilige omgeving."*

Ze merkten ook op dat dit systeem zwartwerk in de hand werkt. Bovendien is het niet duidelijk of men te maken heeft met een echte 'vriendendienst' of met een bedrijfje dat via het platform extra klanten zoekt. De **scheiding tussen amateurs en professionelen** moet duidelijker. Vaklui als fietsmakers en naaisters moeten ook nog hun boterham kunnen blijven verdienen. Anderzijds is een platform als WeTasker een goed alternatief voor kleine klusjes waar een vakman nog zelden voor langs wil komen. Voor startende ondernemers is zo'n platform ideaal om klanten te werven. Een Repair Café wordt geassocieerd met arme mensen.

- ✓ *"Bovendien wordt niet alles bij Repair Café hersteld omdat de kennis ontbreekt."*
- ✓ *"Het is wel praktisch: als mijn broodrooster niet meer werkt, kan ik naar een Repair Café gaan. Daarmee verlies ik niets want wachten op een vakman om te repareren kan soms lang duren."*
- ✓ *"Binnen de kortste keren zitten er bedrijven op zo'n platform, zoals de Klussenier."*
- ✓ *"Het is als dansen op een slappe koord. Professionelen zouden beter van amateurs moeten gescheiden worden. Het zou moeten gaan over een georganiseerde vriendendienst met een kleine vergoeding aan gekoppeld. Nu is het flou."*
- ✓ *"Wordt er wel reparatiekennis doorgegeven bij Repair Café?"*

Een bekommernis die senioren ook hebben, is wat er gebeurt als de klusjesman iets overkomt. Welke **verzekering** neemt dit dan op? De rol van WeTasker hierin is onduidelijk. Bovendien is men nooit zeker dat het werk goed is uitgevoerd.

- ✓ *"Jongeren staan minder stil bij verzekeringen en zo."*
- ✓ *"Het is een heel goed initiatief maar het heeft een donker kantje. Er zijn te veel achterpoortjes en misbruik loert om de hoek."*

En zelf hun kennis ter beschikking stellen, was niet voor iedereen mogelijk, ondermeer wegens **tijdsgebrek**.

- ✓ *"Zelf daar gaan zitten zie ik me niet doen. Ik heb andere dingen te doen."*
- ✓ *"Bij Repair Café moet je soms veel geduld hebben."*

Dat men op voorhand moet betalen voor het te leveren werk wordt enerzijds positief ervaren want het reduceert misbruik. Maar anderzijds vinden sommige senioren het toch beter om rechtstreeks aan de vakman zelf te betalen. En het is **niet duur**. Repair Café is gratis, maar dit argument is niet voor alle senioren even overtuigend om er aan deel te nemen.

- ✓ *"Voor bepaalde klussen is dit een goed alternatief. En niet duur."*
- ✓ *"Ik heb sympathie voor Repair Cafés maar ik gebruik het niet omdat er een groep mensen is die het financieel nodig heeft. Ik hou vast aan de middenstand. Bovendien worden nu veel dingen gemaakt die je niet kan herstellen."*

Repair Café is een plek van **ontmoetingen**. Ook WeTasker kan sociaal contact bevorderen. Wie via het platform klusjes plaatst in de hoop zo nieuwe mensen te leren kennen, komt bedrogen uit.

- ✓ *"Er wordt veel gebabbeld."*
- ✓ *"Platformen ontstaan omdat mensen elkaar niet meer kennen. Met te klappen kom je veel te weten."*

Milieuvoordelen werden niet echt vermeld. Een enkeling zei dat hij liever alles weggooit en nieuw koopt, dan tijd in reparatie te steken.

- ✓ *"Ik koop een nieuw exemplaar als ik een broodrooster nodig heb."*

Ook hier vinden senioren dat er heel wat schort aan de **bekendheid** van platformen.

- ✓ *"Zo'n platform werkt beter samen met lokale dienstencentra waar iemand je kan leren om met het platform te werken. Ook mond-tot-mond-reclame kan helpen."*

Gedragsverandering bij senioren

Tabel 6.7 : Gedragsverandering bij senioren: talenten delen als gebruiker.

ALS GEBRUIKER			
WeTasker	rood	oranje	groen
na eerste ronde	6	2	4
na tweede ronde	8	2	2
Repair Café	rood	oranje	groen
na eerste ronde	2	6	4
na tweede ronde	4	5	3

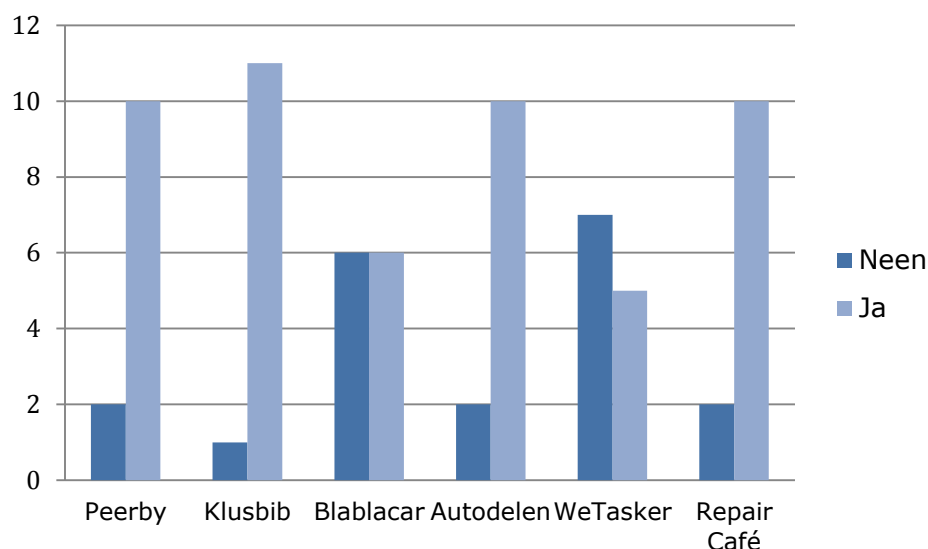
Tabel 6.8 : Gedragsverandering bij senioren: talenten delen als aanbieder.

ALS AANBIEDER			
Wetasker	rood	oranje	groen
na eerste ronde	9		3
na tweede ronde	9		3
Repair Café	rood	oranje	groen
na eerste ronde	6	5	1
na tweede ronde	5	4	3

WeTasker kon een derde van de senioren overtuigen om er als gebruiker aan deel te nemen. De helft trok een rode kaart. De argumenten van de overige senioren overtuigden evenwel twee personen om meer sceptisch te zijn. Als aanbieder waren de meningen uitgesproken: een vierde ging er voor. De overige drie vierde wilde zijn talenten niet ter beschikking stellen van derden. Er waren wel wat senioren die zichzelf niet handig vinden of al werk genoeg hadden. Een argument dat niet zichtbaar is in deze tabel, maar wel gehoord werd in de gesprekken. (zie Figuur 6.7 en 6.8)

Naar een Repair Café gaan, zien in een eerste ronde meer senioren zitten als gebruiker dan als aanbieder. In een tweede ronde hebben ze elkaar toch meer kunnen overtuigen om als aanbieder aanwezig te zijn. (zie Figuur 6.7 en 6.8)

6.2.3. Bevorderen van sociale cohesie



Figuur 6.5 : Bevorderen van sociale cohesie volgens de senioren.

Op het einde van de gesprekken werd aan de senioren de vraag gesteld welke voorgestelde deelinitiatieven sociale cohesie kunnen bevorderen. Dit deden ze door middel van een groene (wel bevorderend) of een rode (niet bevorderend) kaart. De Klusbib, Peerby, Autodelen via CozyCar en Repair Café scoorden het hoogst. In BlaBlaCar en zeker in WeTasker zagen de senioren weinig heil om sociale contacten te bevorderen (zie Figuur 6.5).

6.2.4. Houding tegenover het delen van andere goederen of diensten

In de vragenlijst die de senioren op het einde van de focusgesprekken invulden, werd ook gepeild naar hun houding tegenover het delen van andere goederen en diensten met vreemden: de tuin, tuingereedschap, talenten, huisdieren, de woning, overschotjes van maaltijden, kippen, kleding en de fiets. Ze bekeken deze goederen en diensten zowel met de blik van de gebruiker als vanuit het standpunt van de aanbieder. Ze mochten nogmaals met de gekende kleuren werken: groen (zeker delen), oranje (misschien delen) en rood (nooit delen). Tenslotte moesten de deelnemers aangeven of ze hun mening zouden veranderen, mochten ze deze goederen en diensten met familie of kennissen delen.

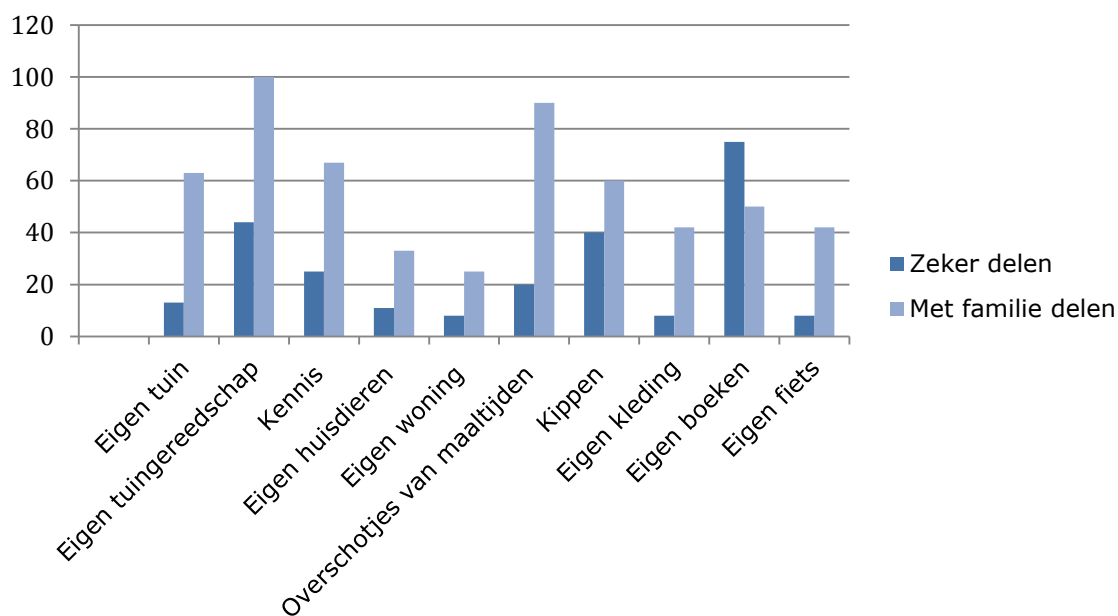
Omdat de vragenlijst anoniem werd ingevuld en in een blanco enveloppe werd afgegeven, merkten we achteraf dat niet iedereen de tabel even zorgvuldig ingevuld had. Daarom staan in onderstaande tabel (Tabel 6.9) procenten in plaats van gehele getallen. Om beter te kunnen vergelijken, werden de deelinitiatieven die voorgesteld waren in de focusgroepen toegevoegd aan de lijst en ook in procenten uitgedrukt. De tabel werd tenslotte ook geordend op de kolom 'zeker delen'. Op deze manier wordt duidelijker welke goederen of diensten de senioren meer aanspreken.

Tabel 6.9 : Houding tegenover het delen van goederen of diensten, als aanbieder, uitgedrukt in %.

ALS AANBIEDER, uitgedrukt in %	Zeker delen (groen)	Misschien delen (oranje)	Nooit delen (rood)
Klusbib	83	17	0
Eigen boeken: je zet een boek dat je gelezen hebt in een boekenruilkast en neemt een ander boek in de plaats dat door anderen is achtergelaten in die kast	75	25	0
Eigen tuingereedschap	44	44	11
Peerby	42	33	25
Kippen : samen met derden voeder je de kippen en geniet je van de eitjes	40	50	10
Kennis die je hebt opgebouwd vb breien, boekhouding, ...	25	67	8
Repair Café	25	33	42
WeTasker	25	0	75
Overschotjes van maaltijden die je kookte vb soep (Thuisafgehaald)	20	50	30
Autodelen via Cozycar	17	17	67
Eigen tuin	13	38	50
Eigen huisdieren : anderen gaan op momenten dat het jou niet schikt vb. op wandel met jouw hond of zorgen voor je	11	78	11

kat (AAPvzw)			
Eigen fiets (vb elektrische fiets, vouwfiets, bakfiets, tandem,...) (Dégage! in Gent)	8	67	25
Eigen kleding: je ruilt een broek die je niet meer wil dragen voor een trui van iemand anders (Swishing)	8	58	33
Eigen woning : ieder gezin heeft z'n eigen leefruimten maar delen de tuin, garage, wasmachine, klusgerief,..... (Samenhuizen)	8	25	67
BlaBlaCar	8	25	67

Uit Tabel 6.9 blijkt dat de senioren vrij terughoudend zijn. Eigen gereedschap via de Klusbib en eigen boeken via boekenruilkastjes delen zijn de enige goederen die hoger dan 50% scoren. Eigen tuingereedschap, gereedschap via Peerby en kippen delen scoorden tussen 40 en 50%. Alle andere goederen en diensten konden de senioren niet echt overtuigen om te delen. Bijna geen enkele senior wou de eigen fiets, kleding, woning, auto, tuin en huisdieren delen.



Figuur 6.6 : Houding tegenover het delen van andere goederen of diensten met familie of kennissen, als aanbieder, uitgedrukt in %.

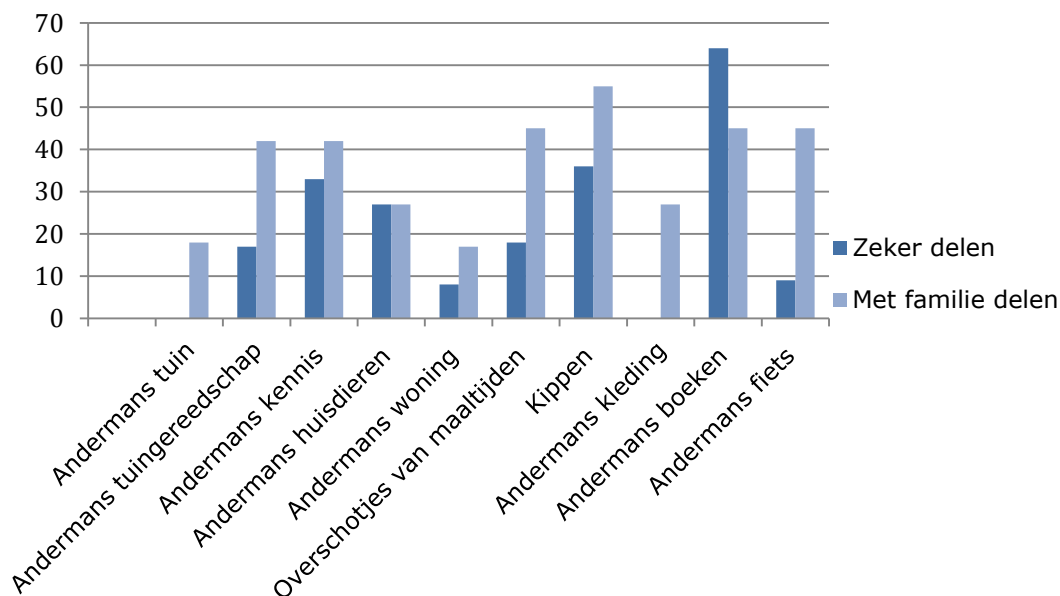
Delen met familie of kennissen blijkt toch makkelijker te zijn. Veel meer goederen en diensten krijgen een score hoger dan 50%: de eigen tuin, tuingereedschap, talenten, overschotjes van maaltijden en kippen mogen familieleden of kennissen gebruiken of lenen. Het delen van de eigen woning of de huisdieren ligt nog altijd moeilijk, zelfs met familieleden of kennissen (zie Figuur 6.6).

Tabel 6.10 : Houding tegenover het delen van goederen of diensten, als gebruiker, uitgedrukt in %.

ALS GEBRUIKER, uitgedrukt in %	Zeker delen (groen)	Misschien delen (oranje)	Nooit delen (rood)
Klusbib	100	0	0
Andermans boeken: je leest een boek uit boekenruilkast en zet een eigen boek in de plaats	64	36	0
Peerby	42	42	17
Kippen : samen met derden voeder je de kippen en geniet je van de eitjes	36	55	9
Beroep doen op andermans kennis die hij/zij heeft opgebouwd vb breien, boekhouding, ...	33	58	8
Andermans huisdieren : je gaat op momenten dat het een ander niet schikt vb. op wandel met hun hond of zorgen voor hun kat (AAPvzw)	27	36	36
Repair Café	25	42	33
Overschotjes van maaltijden die anderen kookten vb soep (<i>Thuisafgehaald</i>)	18	45	36
Andermans tuingereedschap	17	50	33
Autodelen via Cozycar	17	42	42
WeTasker	17	17	67

Andermans fiets (vb elektrische fiets, vouwfiets, bakfiets, tandem,...) (<i>Dégage!</i> in Gent)	9	64	27
Andermans woning : ieder gezin heeft z'n eigen leefruimten maar delen de tuin, garage, wasmachine, klusgerief,..... (<i>Samenhuizen</i>)	8	33	58
BlaBlaCar	8	17	75
Andermans tuin	0	36	64
Andermans kleding: je ruilt een broek die een ander niet meer wil dragen voor een trui van jezelf (<i>Swishing</i>)	0	36	64

Als gebruiker zijn de senioren heel enthousiast over gereedschap ontlenen in de Klubbib (iedereen trok de groene kaart) en over delen van andermans boeken via boekenruilkastjes. Andermans gereedschap gebruiken via Peerby scoort als enige vorm van delen tussen 40 en 50%. Andermans fiets, woning, auto, tuin of kleding gebruiken zien de senioren helemaal niet zitten (zie Tabel 6.10).



Figuur 6.7 : Houding tegenover het delen van andere goederen of diensten met familie of kennissen, als gebruiker, uitgedrukt in %.

Het gebruiken van spullen en diensten van familie of van kennissen scoort beter dan van vreemden. Maar de percentages zijn minder overtuigend dan in het geval van de aanbieders. Enkel het lezen van boeken van familieleden scoort boven 50%. Het delen van de tuin en de woning van familie of kennissen blijft laag scoren (zie Figuur 6.7).

6.2.5. Invloed van het psychologisch profiel op de deelname aan deelinitiatieven

Omdat de vraag naar het psychologisch profiel (p. 56) en de houding tegenover het delen van andere goederen en diensten door de deelnemers op papier werden ingevuld, is het mogelijk om te bekijken of er een relatie bestaat tussen een van de persoonlijkheidskenmerken en de houding tegenover deelinitiatieven. Omdat de formulieren anoniem werden ingevuld, kunnen we de persoonlijkheidskenmerken niet koppelen aan de uitspraken tijdens de focusgroepsmomenten.

Bij de persoonlijkheidskenmerken concentreren we ons enkel op die die door de deelnemers duidelijk ('zeker van toepassing') werden aangeduid. Neuroticisme (ik ben emotioneel labiel) is door geen enkele deelnemer aangeduid als 'zeker van toepassing' en laten we hier dan ook weg.

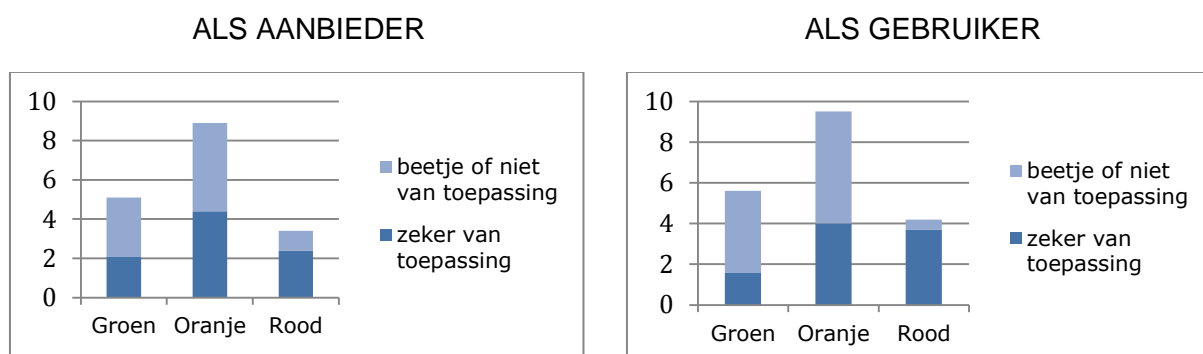
Het aantal keer dat de deelnemers de groene kaart hadden getrokken, werd geteld. Personen die 'openheid en intellect' hadden aangeduid als persoonlijkheidskenmerk, wilden het meest delen, zowel als aanbieder als als gebruiker. De scores van diegene die van zichzelf vinden dat ze ordelijk en nauwgezet zijn, zijn de laagste. Zij toonden minder de groene kaart, zoals blijkt uit Tabel 6.11.

Tabel 6.11 : Invloed van het psychologisch profiel op de deelname aan deelinitiatieven.

Groene kaart	Extraversie	Aangenaamheid	Openheid & intellect	Consciëntieusheid
ALS AANBIEDER	23	23	25	21
ALS GEBRUIKER	18	18	22	16

In Figuur 6.4 (p. 57) was al duidelijk dat consciëntieusheid of zorgvuldigheid door de senioren in de focusgroepen als hun belangrijkste karaktertrek werd aangeduid. Maar liefst 10 van de 12 senioren gaf aan dat ze 'ordelijk, nauwgezet, bedrijvig, plichtsbewust' zijn. Deze karaktertrek past echter niet in wat de literatuur aangeeft en wat ook de deelinitiatieven vertelden over de doorsnee deler.

Een analyse van de reacties van deze consciëntieuze deelnemers tegenover het delen van goederen en diensten, zowel als aanbieder als als gebruiker, leert hetvolgende (zie Figuur 6.8).



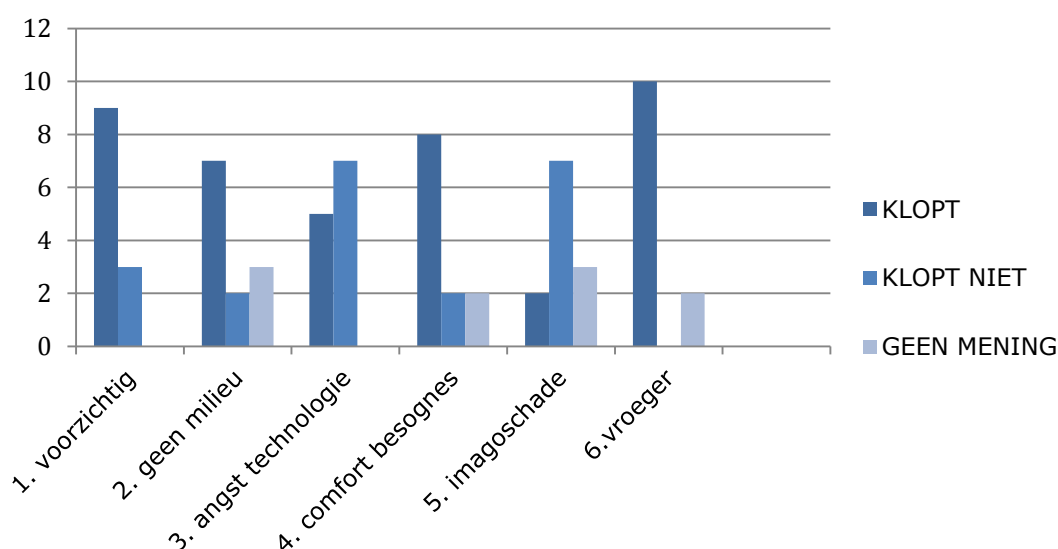
Figuur 6.8 : Reactie consciëntieuze senioren op de deelname aan deelinitiatieven.

Deelnemers waar de karaktertrek 'consciëntieusheid' of 'zorgvuldigheid' zeker van toepassing op is, trokken meer de rode kaart dan deelnemers die zich in dit persoonlijkheidskenmerk niet herkennen. Zeker goederen of diensten gebruiken van derden zien ze zichzelf niet doen. Hun reactie is iets minder uitgesproken als ze zelf goederen of diensten aanbieden.

Besluiten dat consciëntieusheid dé belemmerende factor is bij senioren, is een brug te ver. Daarom is dit onderzoek te beperkt en zijn senioren een heel diverse groep personen. De ondervraagde senioren hebben in de focusgroepen deze karaktertrek overwegend aangeduid als 'zijnde van toepassing' op hen. Het zou interessant zijn om bij toekomstige onderzoeken steeds de persoonlijkheidskenmerken van potentiële delers en niet-delers in kaart te brengen. Om inzicht te krijgen of consciëntieusheid een belemmering is om volop voor deeleconomie te gaan, ongeacht de leeftijd van de potentiële delers.

6.3. REACTIES OP DE HYPOTHESES

De zes hypothesen of stellingen die we formuleerden in de inleiding, zijn voorgelegd aan de deelnemers van de drie focusgroepen. (zie bijlage VIII) Per stelling zijn de bevindingen van senioren geformuleerd, aangevuld met enkele van hun opmerkingen. We vroegen hen of de stelling volgens hen al dan niet klopt. De deelnemende senioren konden ook aankruisen dat ze er geen mening over hadden. De voorgelegde tabel werd door alle deelnemers zorgvuldig ingevuld. Figuur 6.9 geeft een beeld van de vaststellingen.



Figuur 6.9 : Reacties op de hypothesen.

De senioren beamen quasi volmondig het feit dat er vroeger, in hun jeugdijaren, veel gedeeld werd (stelling 6). In de mondelinge gesprekken kwam dit ook naar boven, zij het niet spontaan. Pas als de moderator hen er expliciet naar vroeg, bij het afsluiten van de focusgroepsessie, kwamen de tongen los.

Dat senioren voorzichtig, bijna argwanend, zijn tegenover deelinitiatieven werd ook grotendeels beaamd (stelling 1). En tenslotte speelt de vrees om minder vrijheid en flexibiliteit te hebben bij het delen van goederen en diensten (stelling 4) volgens hen zeker ook een rol.

Er zijn twee stellingen waarmee ze het meer oneens dan eens zijn. De eerste gaat over de digitale vaardigheden van senioren: 58% vindt niet dat senioren schrik hebben van computers en platformen (stelling 3). Verder vinden de senioren niet dat delen een teken van zwakte is, dat delen hun imago schaadt (stelling 5).

Een overzicht:

Stelling 1: Senioren zijn voorzichtig, vermijden risico's en willen zekerheden inbouwen (verzekering, contracten). Reviews bieden voor hen geen zekerheid. Ze kennen de andere niet en vertrouwen die niet. Persoonlijke gegevens delen doen ze niet snel.

Drie vierde van de senioren beaamt deze stelling. Uit de gesprekken blijkt duidelijk dat ze zich zowel als aanbieder als als gebruiker terughoudend opstellen. 'Wat als er schade is?' 'Is het product wel proper en goed onderhouden?' 'Hoe kan je een platform vertrouwen? Op internet is er vaak misbruik.' Veel argumenten die ze formuleerden hadden te maken met een gebrek aan vertrouwen en het vermijden van risico's.

Stelling 2: Senioren halen milieuredenen niet aan om aan de economie te doen.

60% van de ondervraagde senioren gaat hiermee akkoord, een vierde heeft hier geen mening over. Het viel in de gesprekken op dat milieubekommernissen amper aan bod kwamen, ook al werden de gesprekken gevoerd in de periode van de klimaatmarsen. Dat aangekocht gereedschap veel te weinig wordt gebruikt en dat een auto die vaak stilstaat ecologisch niet verantwoord is, werd door een enkeling wel vermeld.

Stelling 3: Senioren hebben angst voor technologie (platformen, computers,...), ze zijn er niet mee opgegroeid.

Zeven van de twaalf senioren gaan hier niet mee akkoord. Zelfs de senior die zelf over geen computer beschikt, haalde dit feit maar een keer aan als argument. De ondervraagde senioren verwezen zelf naar platformen zoals Facebook en het burennetwerkplatform Hoplr waarmee ze vertrouwd zijn en waarop ze vragen voor gereedschap, ritten of diensten lezen. Ze vinden deze veel handiger en eenvoudiger dan de platformen die werden voorgesteld tijdens de focusgesprekken.

Stelling 4: Senioren hebben comfort besognes: delen is een beperking van hun vrijheid en privacy, vraagt te veel flexibiliteit en rompslomp.

Twee derde beaamt deze stelling. In de gesprekken blijkt ook dat het op voorhand plannen en tijd steken in het plaatsen van een oproep op het

platform, hen tegenhoudt. Ze willen *last minute* van gedacht veranderen en niet afhankelijk zijn van de tijd en de zin van een ander. Ze stellen zich ook ernstig vragen bij de privacyregels van zo'n deelplatformen.

Stelling 5: Senioren denken dat delen hun imago schaadt: wat gaan anderen van mij denken? Ze zien delen als een teken van zwakte ('ik kan het me permitteren om iets zelf te kopen').

Slechts twee senioren staan achter deze stelling, een vierde heeft geen mening. Dergelijke argumenten werden tijdens de gesprekken niet luidop geformuleerd. Wel verwezen ze af en toe naar het feit dat de jongere generaties het financieel niet makkelijk hebben, en dus 'moeten' delen.

Stelling 6: Vroeger in hun jeugdijaren werden wel goederen en talenten gedeeld maar enkel met mensen die ze kenden.

Met deze stelling gaan de meesten akkoord (tien van de twaalf). De oudere generatie kende het principe van delen en de reparatie van goederen. Er werd niet veel weggesmeten. Binnen een lokale leefgemeenschap was het een gewoonte om grote en dure machines met verschillende gezinnen te gebruiken.

6. BESLUIT : HOE KUNNEN SENIOREN GESTIMULEERD WORDEN OM GOEDEREN, DIENSTEN EN TALENTEN TE DELEN?

Op deze onderzoeksvraag kan geen eenduidig antwoord gegeven worden. Vooreerst bestaat dé senior niet: het is een heel diverse groep mensen. Leeftijd speelt een minder grote rol dan karakter en attitude. De ene kan overtuigd worden z'n auto te delen omdat de overheid bewonerskaarten en parkeerplaatsen garandeert. De andere laat zich over de streep halen omdat zijn vrienden positieve ervaringen hebben met een deelplatform.

In het (beperkte) onderzoek vallen wel enkele zaken op.

Centraal staat '**onbekend is onbemind**'. Senioren hebben amper gehoord van of komen te weinig in contact met deelinitiatieven. Ze zijn vaak eigenaar van materiaal dat onderbenut is, of van een wagen die te weinig rijdt, of van een huis dat te groot is. Ze vinden wel de weg naar de kringloopwinkel en het recyclagepark, of maken gebruik van lokale Facebookgroepen of het burennetwerk Hoplr om van diensten gebruik te maken of goederen van de hand te doen. Maar met deelinitiatieven komen ze amper in contact. Een tip die ze zelf gaven: senioren inzetten om andere senioren te tonen wat de mogelijkheden zijn. Mond-tot-mondreclame is vaak een doeltreffend communicatiemiddel. De deelnemende senioren uit de focusgroepen vonden na afloop dat ze heel wat bijgeleerd hadden over deeleconomie.

Een ander struikelblok blijkt het fundamentele **wantrouwen** tegenover deelinitiatieven en de (in de ogen van de senioren) atypische verantwoordelijkheden. De deelnemende senioren gaven in hun psychologisch profiel aan niet enkel extravert, open voor nieuwe dingen en vriendelijk te zijn, maar ook plichtsbewust en nauwgezet. Deze karaktertrek verhindert hen om zomaar in zee te gaan met deelinitiatieven waarvan vaak onduidelijk is hoe het met verantwoordelijkheden zit. Ze voelen zich meer aangetrokken tot vormen die ze kennen. Een Klusbib scoort hoog omdat het principe van een bibliotheek voor hen een vertrouwd concept is. Maar een platform dat (in hun ogen) onduidelijk is over aansprakelijkheden, vertrouwen ze veel minder. En dit ligt in de lijn van wat de literatuur aangeeft als de belangrijkste hinderpaal om te delen bij niet-delers. Berichtgeving over online fraude zorgen ervoor dat dit wantrouwen gevoed blijft.

Deelinitiatieven vragen ook voorbereiding en planning. De deelnemende senioren boeten niet graag in op **flexibiliteit** en vinden hun keuzevrijheid belangrijk.

Bovendien is de **hoeveelheid** van deelinitiatieven een nadeel. Deeleconomie is een sector in evolutie, wat gepaard gaat met talrijke nieuwe initiatieven die als

paddenstoelen uit de grond rijzen. Van senioren, die vaak al sceptisch zijn, wordt bijgevolg heel wat inspanning gevraagd om het in hun ogen 'juiste' platform er uit te halen. Op termijn zal het kaf van het koren gescheiden worden en zullen bepaalde platformen succesvoller blijken dan andere. Maar zo ver zijn we nog niet.

Voor de **overheid** is een belangrijke rol weggelegd. Mensen overtuigen van een gedragsverandering terwijl die de nood niet aanvoelen, is niet makkelijk. Maar in de omslag naar een meer duurzame en sociale wereld moeten overheden en burgers samen een rol spelen. Een lokale overheid kan bepaalde deelinitiatieven labelen en/of ondersteunen. Hij kan een gids zijn en een mix van deelinitiatieven voorstellen, faciliteren, stimuleren en gericht communiceren. De mix is nodig omdat senioren nu eenmaal geen uniforme groep zijn. Hogere overheden kunnen met goed uitgedachte en gedragen reguleringen (bijvoorbeeld rond aansprakelijkheden) helpen om het heersende wantrouwen een beetje weg te nemen. Een regulering die te vergelijken is met de huidige wet op de consumentenbescherming. Hiervoor is overleg met (nog onbestaande) koepelorganen van deelinitiatieven noodzakelijk. Zolang er geen eenduidige definitie bestaat voor de economie, blijft het voor een overheid moeilijk om met 'de sector' te praten.

Senioren gaven zelf aan dat de jongvolwassenen tot een **andere generatie** behoren. Alles gaat nu snel. Vroeger kon men wennen aan nieuwe dingen. Ze wezen er op dat ze vroeger veel gewerkt en gespaard hebben waardoor ze een zekere positie verworven hebben. En die willen ze behouden. Ze vinden jongvolwassenen minder materialistisch, minder gehecht aan bezit. Maar merken anderzijds op dat jongere generaties via sociale media willen uitpakken met wat ze ter beschikking hebben. En omdat jongvolwassenen zich financieel minder kunnen permitteren, zijn deelinitiatieven een interessante piste om te volgen. Anderzijds hebben senioren in hun jeugd wel voorbeelden gezien van delen. Hun ouders deelden goederen en diensten met burens en kennissen. De samenleving was toen ook kleinschaliger, mensen kenden elkaar beter en het ongebreideld consumeren had z'n intrede nog niet gedaan.

De stereotiepe mening over senioren als **digitale** leken, speelt veel minder een rol in hun al dan niet deelname aan de economie. De meesten van hen zijn vaak online actief. Maar de groep senioren die niet over een computer beschikt, zal het niet makkelijk hebben om op digitale platformen actief te kunnen zijn. Wat wel een rol speelt in een open houding, is het feit dat de deelnemende senioren quasi allemaal lid waren van verenigingen of zich op een andere manier engageerden in de samenleving. Dit ligt ook in lijn met wat de literatuur vertelt over delers. Dit engagement van de deelnemende senioren strookt niet met het beeld dat uit het Ouderenbehoeftenonderzoek over senioren naar voren kwam.

En wat met de kans om via deelinitiatieven meer mensen te leren kennen, om **sociale cohesie** te bevorderen in een buurt? Het is niet omdat de kans geboden wordt om kennis te maken met een onbekende die gereedschap uitleent of een rit aanbiedt, dat dit eenzaamheid verdrijft. Ook hier heeft het verhaal meerdere lagen. Vertrouwen moet langzaam opgebouwd worden. Maar burens stimuleren om aan elkaar te vragen of ze van dienst kunnen zijn, kan ook zonder een deelplatform in te schakelen. Het is een én-én-verhaal.

7. BIBLIOGRAFIE

- Arets, M. (2018, 12 oktober). Airbnb als coöperatie? Het zou zomaar eens kunnen. Vakantieverhuurder zet debat over eigenaarschap van platformen op agenda. *Marketingfacts. Innovatie in marketing* [blog]. Geraadpleegd op 20 april 2019 via <https://www.marketingfacts.nl/berichten/airbnb-als-cooperatie-het-zou-zomaar-eens-kunnen>
- Arets, M. (2017, 14 juni). F*ck de regels? Hoe platformen als Airbnb en Uber het innovatieproces op zijn kop zetten. *Marketingfacts. Innovatie in marketing* [blog]. Geraadpleegd op 20 april 2019 via <https://www.marketingfacts.nl/berichten/fuck-de-regels>
- Arets, M. (2014, 10 september). Deeleconomie: het voorbeeld van de ultieme vorm van het kapitalisme? Is alles delen voor geld wel zo'n goed plan? *Marketingfacts. Innovatie in marketing* [blog]. Geraadpleegd op 24 april 2019 via <https://www.marketingfacts.nl/berichten/deeleconomie-het-voorbeeld-van-de-ultieme-vorm-van-het-kapitalisme>
- Basselier, R., Langenus, G. & Walravens, L. (2018, september). The rise of the sharing economy. In *NBB Economic Review*, p. 57-78. Geraadpleegd op 18 maart 2019 via https://www.nbb.be/doc/ts/publications/economicreview/2018/ecoreviii2018_h3.pdf
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67, p.1595-1600. Geraadpleegd op 18 maart 2019 via <https://collaborativeconomy.com/wp/wp-content/uploads/2015/05/Belk-R.2014.-You-are-what-you-can-access-Sharing-and-collaborative-consumption-online.Journal-of-Business-Research.pdf>
- Botsman, R. (2019). *The Sharing Economy: dictionary of commonly used terms* [Blog]. Geraadpleegd op 20 april 2019 via <https://rachelbotsman.com/blog/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms/>
- Botsman, R. & Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours. How collaborative consumption is changing the way we live*. S.l.: HarperCollins Publishers.
- Cobbaut, N., Gonzalez, B., Goris, R. & Winkel, J. (2016). *De deeleconomie, een opportuniteit voor de allerarmsten? Een verkennende studie*. Brussel: Koning Boudewijnstichting. Geraadpleegd op 25 september 2018 via <https://www.kbs-frb.be/nl/Virtual-Library/2016/20161214DD>

- De Coen, A., Vanoeteren, V., Broos, E. & Devoldere, I. (2017). *Vanuit de kinderschoenen naar de puberteit. De Vlaamse deeleconomie in kaart gebracht. Eindrapport*. Een onderzoek in opdracht van de Vlaamse minister bevoegd voor Werk, in het kader van het VIONA-onderzoeksprogramma. Brussel: Idea Consult.
- Dedeurwaerder, H. (2019, 25 februari). Sharing is (not) daring: het succes van delen bij bedrijven. Geraadpleegd op 20 april 2019 via <https://www.fokus-online.be/business/ondernemen/sharing-is-not-daring-het-succes-van-delen-bij-bedrijven/>
- Deel de toekomst. 65 maatregelen voor de deel-economie in een veerkrachtig Vlaanderen* [Brochure]. (2014). Geraadpleegd op 15 oktober 2018 via https://www.bondbeterleefmilieu.be/sites/default/files/files/deel_de_toekomst_-_65_maatregelen_voor_een_vlaamse_deeleconomie.pdf.
- Deeleconomie. Stelling van een postarbeidsamenleving. Studies: Eindrapport van de analyse van de impact van nieuwe trends in de deeleconomie op de Brusselse KMO's* [ppt-presentatie]. (s.a.). Brussel: Idea Consult. Een studie besteld door de Kamer van de Middenstand. Geraadpleegd op 27 september 2018 via https://www.unizo.be/sites/default/files/kamer_van_de_middenstand_-_deeleconomie_-_stelling_van_een_postarbeidsamenleving_002.pdf
- Deeleconomie: wat is het?* (2017, 2 februari). Brussel: ING. Geraadpleegd op 3 oktober 2018 via <https://www.ing.be/nl/business/my-business/innovation/sharing-economy>.
- Deeleconomie kent groot groeipotentieel in België* [perstekst]. (2015, 1 juli). Brussel: ING. Geraadpleegd op 3 oktober 2018 via <https://about.ing.be/Over-ING/Press-room/Press-article/Deeleconomie-kent-groot-groeipotentieel-in-Belgie-2.htm>
- De Langhe, R. (2016, 17 mei). Welke deeleconomie willen we? *De Morgen*. Geraadpleegd op 22 september 2018 via <https://www.demorgen.be/nieuws/welke-deeleconomie-willen-we-bcb89569/?referer=>.
- De Meester, N. (2017, oktober). De spelregels van de (commerciële) deeleconomie. *OKRA-Magazine*, p. 32-33.
- Demeulemeester, S. (2017, 19 september). Deeleconomie: wie is de m/v op deelplatformen? *Knack*. Geraadpleegd op 22 september 2018 via <https://www.knack.be/nieuws/belgie/deeleconomie-wie-is-de-m-v-op-deelplatformen/article-longread-902729.htm>.

- De Waij, A. (2015, 27 januari). *Definities van de deeleconomie* [blog]. Geraadpleegd op 1 oktober 2018 via <http://platformsocialbusiness.nl/definities-van-de-deeleconomie/>.
- Europese Commissie. (2016). *Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's. Een Europese agenda voor de deeleconomie*. COM(2016) 356 final [Brochure]. Brussel. Geraadpleegd op 1 mei 2019 via <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/NL/1-2016-356-NL-F1-1.PDF>
- Europees Hof van Justitie. (2018, 10 april). *Arrest Uber France, zaak C320/16*. Geraadpleegd op 1 mei 2019 via <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?oqp=&for=&mat=or&jge=&td=%3BALL&jur=C%2CT%2CF&num=C-320%252F16&page=1&dates=&pcs=Oor&lq=&pro=&nat=or&cit=none%252CC%252CCJ%252CR%252C2008E%252C%252C%252C%252C%252C%252C%252C%252Ctrue%252Cfalse%252Cfalse&language=nl&avg=&cid=1003226>
- Europees Hof van Justitie. (2017, 20 december). *Arrest Uber Spanje, zaak C434/15*. Geraadpleegd op 1 mei 2019 via <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=198047&pageIndex=0&doclang=nl&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1002909>
- Felix, M. (2016). *De deeleconomie: Wat zijn de motieven om deel te nemen aan de deeleconomie? De deeleconomie als oplossing voor het verminderen van milieuschade die wordt aangericht door het consumptiegedrag van de mens* [masterscriptie]. Wageningen: Wageningen University & Research. Geraadpleegd op 23 april 2019 via <http://edepot.wur.nl/395139>.
- FOD Economie. (2019, 28 juni). *Deeleconomie – lijst van de erkende platformen*. Geraadpleegd op 30 juli 2019 via <https://economie.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/duurzame-economie/deeleconomie/actieve-deeleconomieplatforms>
- FOD Economie. (s.a.). *Cartografie van de deeleconomie*. Geraadpleegd op 24 september 2018 via <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Entreprises/Cartografie-duurzame-economie.pdf>.
- Franssen, V., De Maeyer, C., Bonne, K. & Malfliet, N. (2017a). *Deelrapport 1: The Sharing Personality: kwalitatief onderzoek o.b.v. deskresearch en interviews bij 11 gebruikers of platformeigenaars en bij 3 niet-gebruikers van dergelijke platformen*. Gent : Arteveldehogeschool. Geraadpleegd op

10 oktober 2018 via

https://www.arteveldehogeschool.be/sites/default/files/deelrapport_1_the_sharing_personality_-_deskresearch_en_interviews.pdf

Franssen, V., De Maeyer, C., Bonne, K. & Malfliet, N. (2017a). *Deelrapport 2: The Sharing Personality: kwantitatief onderzoek naar de persoonlijkheden en motieven van (niet-) deelnemers aan deeleconomie (enquête N=433)*.

Gent : Arteveldehogeschool. Geraadpleegd op 10 oktober 2018 via https://www.arteveldehogeschool.be/sites/default/files/deelrapport_2_the_sharing_personality_-_enquetes.pdf

Franssen, V. (2017b). The Sharing Personality: Wie neemt er (niet) deel aan deeliniciatieven en waarom (niet)? *Oikos*, 84, (4), p.59-71.

Frenken, K., van Waes, A., Smink, M. & van Est, R. (2017). *Eerlijk delen. Waarborgen van publieke belangen in de deeleconomie en de kluseconomie. Rapport*. Den Haag: Rathenau Instituut.

Hautekeur, G. (2017). *Van cohousing tot volkstuin. De opmars van een andere economie*. Berchem: EPO i.s.m. Samenlevingsopbouw Vlaanderen.

Hens, T. (2015). Deeleconomie als actief burgerschap. In Peeters, J. *Veerkracht en burgerschap. Sociaal werk in transitie* (p. 245-254). Berchem: EPO.

Hilal, T. (2019, 8 januari). *How Africa can Inspire the Future of the Sharing Economy*. Geraadpleegd op 9 maart 2019 via

<https://medium.com/swlh/africas-sharing-economy-4b10abf00e96>

Kreijveld, M. (2017, 20 april). De deeleconomie maakt de hervorming van de arbeidsmarkt nog urgenter. De verantwoordelijkheden van eerlijke platformen. *Marketingfacts. Innovatie in marketing* [blog]. Geraadpleegd op 20 april 2019 via <https://www.marketingfacts.nl/berichten/de-deeleconomie-maakt-de-hervorming-van-de-arbeidsmarkt-nog-urgenter>

Kreijveld, M. (2017, 28 maart). Eerlijke platformen: van Airbnb naar FairBnb. *Marketingfacts. Innovatie in marketing* [blog]. Geraadpleegd op 20 april 2019 via <https://www.marketingfacts.nl/berichten/eerlijke-platformen-van-airbnb-naar-fairbnb>

Lievens, M. & Kenis, A. (2016). Delen of huren? Het potentieel van de commons en de ambivalentie van de deeleconomie. *Themanummer van Streven, cultureel maatschappelijk maandblad*. p.849-859.

Peeters, J. (2015). *Veerkracht en burgerschap. Sociaal werk in transitie*. Berchem: EPO.

- Rinne, A. (2019, 4 januari). *4 big trends for the sharing economy in 2019*. Geraadpleegd op 18 maart 2019 via <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/sharing-economy/>
- Schiel, F. (2015). *The Phenomenon of the Sharing Economy in Germany: Consumer Motivations for Participating in Collaborative Consumption Schemes* [Master Thesis]. Twente: UTwente.
- Stadslab2050. (2018a). *Duurzame deeleconomie: de rol van de stad volgens Martijn Arets* [blogpost naar aanleiding van workshop Delende Stad]. Geraadpleegd op 1 december 2018 via <https://stadslab2050.be/deeleconomie/de-stad-als-groot-deelplatform/duurzame-deeleconomie-de-rol-van-de-stad-volgens-martijn>
- Stadslab2050. (2018b). *4 lessen in de zoektocht naar een delende stad* [blog]. Geraadpleegd op 1 december 2018 via <https://stadslab2050.be/deeleconomie/de-stad-als-groot-deelplatform/4-lessen-de-zoektocht-naar-een-delende-stad>
- Steyaert, E. (2017, 29 april). *Thema deeleconomie. Positie van LETS in de huidige deel- en ruileconomie* [ppt-presentatie]. Berchem. Geraadpleegd op 17 maart 2019 via <https://www.letsvlaanderen.be/portals/letsvl/Files/Documents/studies%20over%20LETS%20en%20aanverwante%20domeinen/Deeleconomie%20LV%20debatdag%2020170429.pptx/>
- Van de Glind, P. & Van Sprang, H. (2016). *Share. Kansen en uitdagingen van de deeleconomie*. Amsterdam-Antwerpen: Business Contact.
- Van Erp, A. (2015, 24 november). *Ligt de toekomst in Afrika?* *Knack.be*. Geraadpleegd op 7 mei 2019 via <https://www.knack.be/nieuws/wereld/ligt-de-toekomst-in-afrika/article-normal-512389.htm>
- Van Sprang, H. & Van de Glind, P. (2016, 28 januari). *Het ecosysteem van de deeleconomie*. *Marketingfacts. Innovatie in marketing* [blog]. Geraadpleegd op 24 april 2019 via <https://www.marketingfacts.nl/berichten/ecosysteem-van-de-deeleconomie>
- Van Sprang, H. (2014, 24 november). *Een verscherpte definitie van de deeleconomie*. *Marketingfacts. Innovatie in marketing* [blog]. Geraadpleegd op 7 oktober 2018 via <https://www.marketingfacts.nl/berichten/een-verscherpte-definitie-van-de-deeleconomie>

- Verhelst, T. (2012). *Wie is toch die ander? Over interculturele en interreligieuze relaties wereldwijd*. Tielt: Lannoo Campus.
- Vermeersch, W. (2016). 'Is de deeleconomie wel zo wenselijk?' Interview met Koen Frenken. *Innovatiewetenschapper. Sampol*, 3, p. 36-44.
- Verté, E., De Witte, N. en Verté, D. (2018). *Ouderenbehoeftenonderzoek in de stad Mechelen 2018. Een onderzoek naar de behoeften en noden van thuiswonende 60-plussers*. Brussel: VUB, HOGent, Belgian Ageing Studies.
- Weyns, W. & Marysse, S. (2016). *Toe-komende tijd. Ter inleiding*. Themanummer van *Streven*, cultureel maatschappelijk maandblad. Oktober 2016, p.770-771. Antwerpen.
- Wilhelms, M.-P., Merfeld, K. en Henkel, S. (2017). Yours, mine, and ours: A user-centric analysis of opportunities and challenges in peer-to-peer asset sharing. *Business Horizons*, 60, p. 771-781. Geraadpleegd op 19 maart 2019 via <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681317301027>

8. BIJLAGES

I. Overzicht van vermelde initiatieven

NAAM	KORTE BESCHRIJVING + LINK	ERKEND DOOR FOD ECONOMIE	SOCIALE COHESIE BEVORDEREND?
AAPvzw	De vzw Animal Assisted Projects brengt eigenaars van huisdieren in contact met senioren ('Plusbaasjes') die voor de dieren willen zorgen op afgesproken momenten. https://www.aapvzw.be/	Nee	Ja
Airbnb	Airbnb is een online platform voor de verhuur en het boeken van privé-accommodaties. Ze werd opgericht in 2008 en is actief in zo'n 200 landen. https://www.airbnb.be	Nee	Nee
Ayuto	Ayuto is een financieel systeem in Somalië waar een gemeenschap geld samenlegt en afspraken maakt over het gebruik ervan.	Nee	Ja
Autodelen via Cozycar	Bij autodelen maken meerdere burens om beurt gebruik van een wagen waarvan een van hen eigenaar is. Ze reserveren de wagen via het Cozycar-platform en vergoeden de eigenaar per km. https://www.autodelen.net/ https://www.cozycar.be/	Nee	Ja
BlaBlaCar	BlaBlaCar is een online platform voor carpoolen. Bestuurders en passagiers reizen samen en delen de kosten van de reis. Het platform is sinds 2006 actief. https://www.nl.blablacar.be/	Nee	Ja
Boekenruil-kastjes	Uit kastjes her en der verspreid in gemeenten kan iedereen vrij een boek nemen, en plaatst er in ruil zelf één boek van thuis in.	Nee	Nee
Cambio	Cambio is een voorbeeld van autodelen georganiseerd door een autodeelaanbieder. Het is een ideale oplossing voor wie weinig rijdt. De Cambio-vloot bestaat uit diverse autotypes. Het bedrijf werd opgericht in 2000 in Duitsland. https://www.cambio.be/	Nee	Nee

Couchsurfing	CouchSurfing is een internationaal gastvrijheidsnetwerk waar leden andere leden vragen om overnachting, en men kan aangeven of men een slaapplek ter beschikking heeft. Een ideale manier om de <i>locals</i> te leren te ontmoeten. https://www.couchsurfing.com	Nee	Ja
Croqger	Via Croqger kan men iemand uit de buurt vinden om klusjes te doen. Onderling wordt bepaald wat in ruil wordt gedaan: een andere klus of een vergoeding. https://verandalles.be/croqger/	Nee	Ja
Dégage!	Dégage! is ontstaan als 'DE Gedeelde Autovloot GEnt'. Het begon in 1998 als een LETS-systeem met slechts één VW Golfje. Vandaag is vandaag het een kostendelend auto- en fietsdeelsysteem. https://www.degage.be/autodelen/	Nee	Ja
FLAVR	Flavr brengt burens met elkaar in contact door een gedeelde passie voor lekker eten. In mei 2018 stopte dit platform omdat het niet rendabel was. https://medium.com/@addFLAVR/het-einde-van-een-geweldig-avontuur-d0d4cefa2e22	Nee	Ja
Geefpleinen	Op een geefplein is iedereen welkom om spullen weg te geven, je hoeft er geen standgeld te betalen. Andere mensen nemen ze gratis mee om te gebruiken.	Nee	Neen
Hoplr	Hoplr is een digitaal burennetwerk. https://www.hoplr.com/	Nee	Ja
Huizenruil	Het concept van huizenruilen is simpel: jij verblijft in mijn huis en ik in dat van jou. Een alternatieve en goedkope manier om op vakantie te gaan. Het platform HomeExchange.com zorgt voor de <i>match</i> en is actief in 150 landen. https://www.homeexchange.com/nl/p/nu-huizenruil	Nee	Nee
Klusbib Mechelen	De Klusbib is een initiatief van Deelbaar Mechelen vzw. Mechelaars kunnen allerlei gereedschap ontlenen tegen een voordelige ledenbijdrage, net als een bibliotheek. https://www.klusbib.be/#!/home	Nee	Ja
Konnektid	Konnektid is een website waarmee men alles	Nee	Ja

	<p>kan leren van mensen uit de buurt, van yoga over gebarentaal tot EHBO. Zo vindt men iemand online die in het 'echte' leven je iets kan leren.</p> <p>https://www.oneplanetcrowd.com/nl/project/80537/description</p>		
LETS	<p>LETS (<i>Local Exchange and Trading System</i>) is een lokaal ruilsysteem van goederen en vooral diensten. Leden wonen in elkaars buurt en elke LETS-groep kan beroep doen op de ondersteuning van LETS Vlaanderen.</p> <p>https://www.letsvlaanderen.be/home</p>	Nee	Ja
Lyft	<p>Lyft is net als Uber een transportnetwerkbedrijf actief in de Verenigde Staten en Canada. Men kan er ritten met wagen, scooters en fietsen boeken.</p> <p>https://www.lyft.com/</p>	Nee	Nee
Ofo	<p>Een Chinees bedrijf gespecialiseerd in fietsendelen via een app. www.ofo.com</p>	Nee	Nee
Peerby	<p>Peerby is een online platform, vooral actief in Nederland en België. Via Peerby kan men spullen delen met mensen in de buurt. De naam is een samentrekking van <i>peer to peer</i> (persoon tot persoon) en <i>nearby</i> (dichtbij). https://www.peerby.com</p>	Nee	Ja
Repair Café	<p>Repair Cafés zijn gratis toegankelijke bijeenkomsten in Nederland en België die draaien om (samen) repareren. Er is gereedschap en materiaal aanwezig om alle mogelijke reparaties uit te voeren, evenals deskundige vrijwilligers met reparatiekennis.</p> <p>https://repaircafe.org/</p>	Nee	Ja
Samenhuizen	<p>Samenhuizen vzw is een forum voor alles wat gemeenschappelijk wonen aangaat. Ze ambieert duurzaam wonen met een kleinere ecologische voetafdruk, gezond en comfortabel wonen met zorg voor elkaar. Ze ondersteunt projecten in diverse steden.</p> <p>https://www.samenhuizen.be/</p>	Nee	Ja
Samentuinen	<p>Een samentuin is een tuin waarin mensen samen ecologisch tuinieren. Velt bedacht het idee 'samentuinen' en ondersteunt sinds 2006 al meer dan tachtig samentuinen.</p> <p>https://www.velt.be/samentuinen/wat-een-</p>	Nee	Ja

	samentuin		
Spotify	Spotify is een digitale muziekservice die mensen toegang geeft tot miljoenen nummers. Het ontstond in 2006 in Zweden. https://www.spotify.com/be-nl/	Nee	Nee
Swishing event	Swishing organiseert evenementen waar men eigen kleding kan ruilen voor die van anderen. Ze organiseren ook workshops rond eerlijke mode en herstellingen. http://www.swishing.be/	Nee	Nee
Taxistop	Taxistop of vzw Centrum voor Positieve Aanwending realiseert projecten die ervoor zorgen dat bestaande goederen en middelen beter worden gebruikt. Diensten die ze aanbieden: carpoolservice, Eurostop, huisruil, Bed & Breakfast. https://www.vlaanderen.be/organisaties/taxistop	Nee	Ja
Thuisafgehaald	Thuisafgehaald is een online platform waarop men gerechten kan delen met de burens. https://www.thuisafgehaald.be/	Nee	Nee
Too good to go	Om voedselverspilling tegen te gaan, werkt Toogoodtogo sinds 2018 met bakkerijen, restaurants, hotels en supermarkten samen. Hun overschotjes worden via de app aan een interessante prijs verkocht en afgehaald. https://toogoodtogo.be/nl-be	Nee	Nee
Uber	Uber bemiddelt tussen reizigers en aanbieders van personenvervoer in 67 landen via zijn mobiele app. Zowel officiële taxichauffeurs als privéchauffeurs verzorgen de ritten en verdienen zo iets bij. Een arrest van het Europees hof van justitie geeft aan dat Uber geen technologiebedrijf is maar een vervoersbedrijf. https://www.uber.com/be/nl/	Nee	Nee
Weggeefwinkel	Een weggeefwinkel is een plek waar mensen hun afgedankte spullen brengen en gratis spullen van anderen kunnen meenemen. Weggeefwinkels worden gerund door vrijwilligers. Bestaat ook in een online versie. https://www.bewustverbruiken.be/artikel/schenk-je-oude-spullen-een-nieuw-leven-gift	Nee	Nee
WeTasker	WeTasker is een online platform voor het	Ja	Ja

	plaatsen en uitvoeren van klussen of opdrachten in de buurt. https://www.wetasker.be/		
Wikipedia	Wikipedia is een online encyclopedie die geschreven wordt door de gebruikers. https://nl.wikipedia.org/wiki/Hoofdpagina	Nee	Nee

De lijst van de door FOD Economie erkende platformen zijn te raadplegen op <https://financien.belgium.be/sites/default/files/downloads/127-deeconomie-lijst-erkende-platformen-20190509.pdf>

Of een platform al dan niet sociale cohesie kan bevorderen is een eigen mening.

II. Oproep deelnemers aan focusgroepen

DOET U MEE ?

60-plussers en deeleconomie

Beste lezer,

Ik ben een, niet meer zo jonge, studente interculturele studies aan de hogeschool. Ik zoek voor mijn eindwerk een twintigtal 60-plussers met wie ik een babbel kan slaan over **deeleconomie**. Zegt deeleconomie u niets, dan bent u de persoon die ik zoek. 'Hoe maken we het leven gemakkelijker en uw buurt leuker?', daar draait het om in mijn onderzoek. En deeleconomie zou hierin een mooie rol kunnen spelen.

Waarover gaat het concreet? Ik wil u, samen met andere **60-plussers**, in kleine groepjes uitleggen wat deeleconomie is aan de hand van bestaande voorbeelden. Er zijn al heel wat Mechelaars, voornamelijk tussen 25-45 jaar, die goederen met elkaar delen of diensten aan elkaar leveren. Op deze manier leren ze nieuwe mensen kennen en besparen ze. Vervolgens wil ik van u horen welke voordelen of nadelen u ziet bij deze deelinitiatieven. Lijken ze u interessant om ook eens uit te proberen? Of zijn deelinitiatieven helemaal niks voor u?



© Klusbib Mechelen

DOET U MEE ?

60-plussers en deeleconomie

Pagina 2

Het wordt een **gezellige babbel** met koffie/thee en cake of fruit. Uw opmerkingen worden volledig **anoniem** in mijn eindwerk verwerkt. Ik wil enkel in kaart brengen wat 60-plussers uit Mechelen en haar deelgemeenten vinden van deeleconomie en waarom ze er weinig aan deelnemen. Terwijl dit een mooie manier 'lijkt' om nieuwe mensen te leren kennen. Vandaar dat het voor mij niet belangrijk is om uw naam te zetten bij uw uitspraken.

Hebt u interesse? Of kent u iemand die interesse kan hebben? Neem gerust contact met me op. U vindt mijn gegevens onderaan. De interviews gaan overdag door in januari, februari of maart, op drie plekken in Mechelen. U neemt op een van de drie momenten deel. Ik haal u graag thuis op mocht u er door weersomstandigheden moeilijk geraken. Reken zo'n twee á drie uur van uw tijd.

Ik hoop van u een telefoontje of mailtje te krijgen. Neem ik niet dadelijk op, laat uw nummer achter en ik bel u graag terug. Bedankt alvast.

Tina Vanhoye

0473 / 114 888
tina.vanhoye@gmail.com



© Velt Sam entuinen Foto: Stefan Jacobs

Niet op de openbare weg gooien

III. Scenario gesprekken focusgroepen

1. Ik stel mezelf voor.
2. Deelnemers maken kennis met elkaar. Hun voornaam staat op een kaartje. Selectie uitleggen.
3. Waarover gaat mijn bachelorproef? Hoe ben ik er toe gekomen? Sociale cohesie
4. Ik leg het doel van de bijeenkomst uit (**argumenten verzamelen**)
5. Spelregels uitleggen:
 - Belangrijk dat ze in hun antwoorden uitgaan van hun eigen mening, niet van wat huisgenoten ervan zouden denken. Belangrijk dat iedereen zijn mening geeft.
 - Er zijn geen goede of foute antwoorden, geen schrik.
 - Ze laten elkaar uitspreken. Ze mogen reageren op elkaar nadat iemand gedaan heeft met praten.
 - Het gaat niet over delen binnen je familie, wel met buitenstaanders
 - Belang anonimiteit
 - Ik neem delen van ons gesprek op om later makkelijker te kunnen verwerken in mijn bachelorproef. Ik zal typen maar kan niet alles noteren.

Verloop

- er zijn 3 rondes: twee mondeling en een schriftelijk
- werken met gekleurde kaarten: rood, groen, oranje. Maakt het voor mij makkelijk om te tellen. En om te vermijden dat er door elkaar gepraat wordt.
- er zijn tientallen, honderden initiatieven die onder deeleconomie horen. Ik zal inzoomen op drie ervan.
- bekijken van 2 gezichtspunten: als geveer of als nemer

RONDE 1 (werken met rode en groene kaarten)

Heb je al gehoord van (is dus niet: weet je wat het is)

<i>aantal kaarten noteren</i>	rood	groen
Airbnb		
Boekenruilkastjes		
Cambio		
Croqqr		
Geefpleinen		
Hoplr		
Huizenruil		
Klusbib		
Klusjeseconomie		
LETS		
Platformeconomie		
Repair Café		
Samenhuizen		
Samentuinen		
sharing economy		
Thuisafgehaald		
Too good to go		
Uber		
Wikipedia		

RONDE 2

Initiatieven uitleggen zonder zelf argumenten te geven, enkel uitleggen hoe het werkt, ondersteund door een ppt-presentatie. Een 3-tal, mix van goederen en diensten maar allemaal sociale cohesie bevorderend (bij de keuze steunen we op de antwoorden van de vertegenwoordigers van deelinitiatieven + link met Mechelen). Een voor een vertellen. Zij hebben de ppt op papier waardoor ze mijn uitleg kunnen volgen en zelf iets noteren.

GEREEDSCHAP DELEN: PEERBY

1. Ppt tonen. Ze stellen enkel vragen als er iets niet duidelijk is.
2. Ze tonen rood, groen of oranje kaart op de vraag: Als je deze uitleg hoort, wil je dan Peerby uitproberen?

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

OPNEMEN

3. Vragen aan diegenen die groen of oranje kaart trokken:
 - wat heeft je overtuigd om niet radicaal af te wijzen?
 - wat zijn je twijfels en bedenkingen?
4. Vragen aan diegenen die rood trokken:
 - wat zijn je twijfels en bedenkingen?
5. Laten onderling discussiëren
6. Terug vragen: Als je deze argumenten hoort, wil je dan Peerby uitproberen?

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer?

- d. Zeker niet (rood)
- e. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- f. Zeker wel (groen)

Bij verandering van mening: vragen wat doorslaggevend is geweest. Of waar blijf je op botsen?

7. Denk je dat Peerby tot meer contacten tussen mensen kan leiden?

Rood	pax
Groen	pax

8. Eindigen met alternatieven voor gereedschap delen:

- Klusbib: gereedschapsbibliotheek.

- Je betaalt net zoals in de bib een jaarlijkse bijdrage (€ 30; volgende jaren €20)
- je gaat naar de klusbib (3 momenten in de week: ma en vr avond en woe NM)
- en je ontleent het toestel dat je nodig hebt (enkel verbruiksmaterialen zoals kapbeitels of boren betaal je extra). Je kan dan tot maximaal 5 werktuigen gedurende 1 week ontlenen, met optie tot verlenging met nog een week.
- Je brengt het tijdig terug.
- Klusbib stockeert en onderhoudt de toestellen
- Klusbib draait uitsluitend op vrijwilligers

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als gever? Zelf toestellen die je niet of amper gebruikt, doneren of in bruikleen geven?

- g. Zeker niet (rood)
- h. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- i. Zeker wel (groen)

Bij verandering van mening: vragen wat doorslaggevend is geweest. Wat overtuigt je om toch lid te worden van de Klusbib maar niet van Peerby? (enkel diegenen die groene kaart hebben getoond)

Denk je dat de Klusbib tot meer contacten tussen mensen kan leiden?

Rood	pax
Groen	pax

STOP OPNAMES

RITTEN DELEN: BLABLACAR

9. Vragen wie er een auto heeft waarmee hij/zij nog regelmatig rijdt.

Rood	pax
Groen	pax

10. Ppt tonen. Ze stellen enkel vragen als er iets niet duidelijk is.

11. Ze tonen rood, groen of oranje kaart op de vraag: Als je deze uitleg hoort, wil je dan Blablacar uitproberen?

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer?

- j. Zeker niet (rood)
- k. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- l. Zeker wel (groen)

OPNEMEN

12. Vragen aan diegenen die groen of oranje kaart trokken:

- wat heeft je overtuigd om niet radicaal af te wijzen?
- wat zijn je twijfels en bedenkingen?

13. Vragen aan diegenen die rood trokken:

- wat zijn je twijfels en bedenkingen?

14. Laten onderling discussiëren

15. Terug vragen: Als je deze argumenten hoort, wil je dan Blablacar uitproberen?

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer?

- m. Zeker niet (rood)
- n. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- o. Zeker wel (groen)

Bij verandering van mening: vragen wat doorslaggevend is geweest. Of waar blijf je op botsen?

16. Denk je dat Blablacar tot meer contacten tussen mensen kan leiden?

Rood	pax
Groen	pax

17. Eindigen met alternatieven:

- Autodelen: systeem waarbij je ofwel als eigenaar van een wagen met een aantal mensen de auto deelt; ofwel als niet-bezitter deel uitmaakt van een groep.

- Platform: Cosycar: centraal secretariaat dat je logistiek ondersteunt met verzekeringen, contracten en een reservatiekalender. Je betaalt er €10 per jaar aan als lidgeld.
- Je ziet op de reservatiekalender wanneer de auto vrij is
- Je betaalt een kilometerprijs tussen de 0.25 en 0.35 euro aan de eigenaar (alle kosten zoals brandstof, verzekering, taksen, onderhoud, pechhulp zijn inbegrepen in deze prijs). Je betaalt enkel de kilometers die je rijdt.
- Je moet voor de auto zorgen als voor je eigen auto

In Mechelen zijn er meer dan 150 personen die meer dan 40 wagens delen. De Stad ondersteunt door particuliere autodelers een gratis uitgebreide bewonerskaart te geven en hen toe te laten om gebruik te maken van voorbehouden standplaatsen voor autodelers.

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer? Je deelt dus je eigen auto

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Bij verandering van mening: vragen wat doorslaggevend is geweest. Wat overtuigt je om toch autodelen te doen en niet ritten delen? (enkel diegenen die groene kaart hebben getoond)

Denk je dat Autodelen tot meer contacten tussen mensen kan leiden?

Rood	pax
Groen	pax

STOP OPNAMES

TALENTEN DELEN: WeTasker

18. Ppt tonen. Ze stellen enkel vragen als er iets niet duidelijk is.
19. Ze tonen rood, groen of oranje kaart op de vraag: Als je deze uitleg hoort, wil je dan WeTasker uitproberen?

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer?

- p. Zeker niet (rood)
- q. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- r. Zeker wel (groen)

OPNEMEN

20. Vragen aan diegenen die groen of oranje kaart trokken:
- wat heeft je overtuigd om niet radicaal af te wijzen?
- wat zijn je twijfels en bedenkingen?
21. Vragen aan diegenen die rood trokken:
- wat zijn je twijfels en bedenkingen?
22. Laten onderling discussiëren
23. Terug vragen: Als je deze argumenten hoort, wil je dan WeTasker uitproberen?

Als nemer?

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer?

- s. Zeker niet (rood)
- t. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- u. Zeker wel (groen)

Bij verandering van mening: vragen wat doorslaggevend is geweest. Of waar blijf je op botsen?

24. Denk je dat WeTasker tot meer contacten tussen mensen kan leiden?

Rood	pax
Groen	pax

25. Eindigen met alternatieven: Repair Café

- Regelmatig bijeenkomen om kapotte spullen gratis te herstellen (in de Keeting elke eerste zaterdag van de maand).
- Deskundige vrijwilligers en eigenaars van kapotte spullen helpen elkaar bij het herstellen van kledij, fietsen en klein elektro. Mensen weten niet meer hoe dat moet. Reparatiekennis verdwijnt snel, maar bestaat nog.
- Op de plek waar het Repair Café wordt gehouden, is gereedschap en materiaal aanwezig om alle mogelijke reparaties uit te voeren.
- Er zijn 1.720 Repair Cafés over de hele wereld.

Als nemer? Je doet beroep op de kennis en kunde van derden.

- a. Zeker niet (rood)
- b. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- c. Zeker wel (groen)

Als geveer? Je stelt je kennis ter beschikking als vrijwilliger.

- v. Zeker niet (rood)
- w. Misschien, op bepaalde voorwaarden (oranje)
- x. Zeker wel (groen)

Denk je dat de Repair Café tot meer contacten tussen mensen kan leiden?

Rood	pax
Groen	pax

STOP OPNAMES

RONDE 3

Tenslotte vullen ze elk apart persoonlijke vragen in. Kaderen dat deze anoniem zijn en voor mij enkel de bedoeling hebben om literatuur te toetsen aan realiteit. Ze doen zelf de ingevulde vragen in een anonieme envelop en kleven die dicht.

De keuze van de vragen heeft te maken met wat in de literatuur te lezen is.

OPNAME

AFRONDEN

Wat is je bijgebleven? Wat heb je geleerd?

Wijzen op het feit dat er heel wat gedeeld wordt: tuinen, huizen, ...

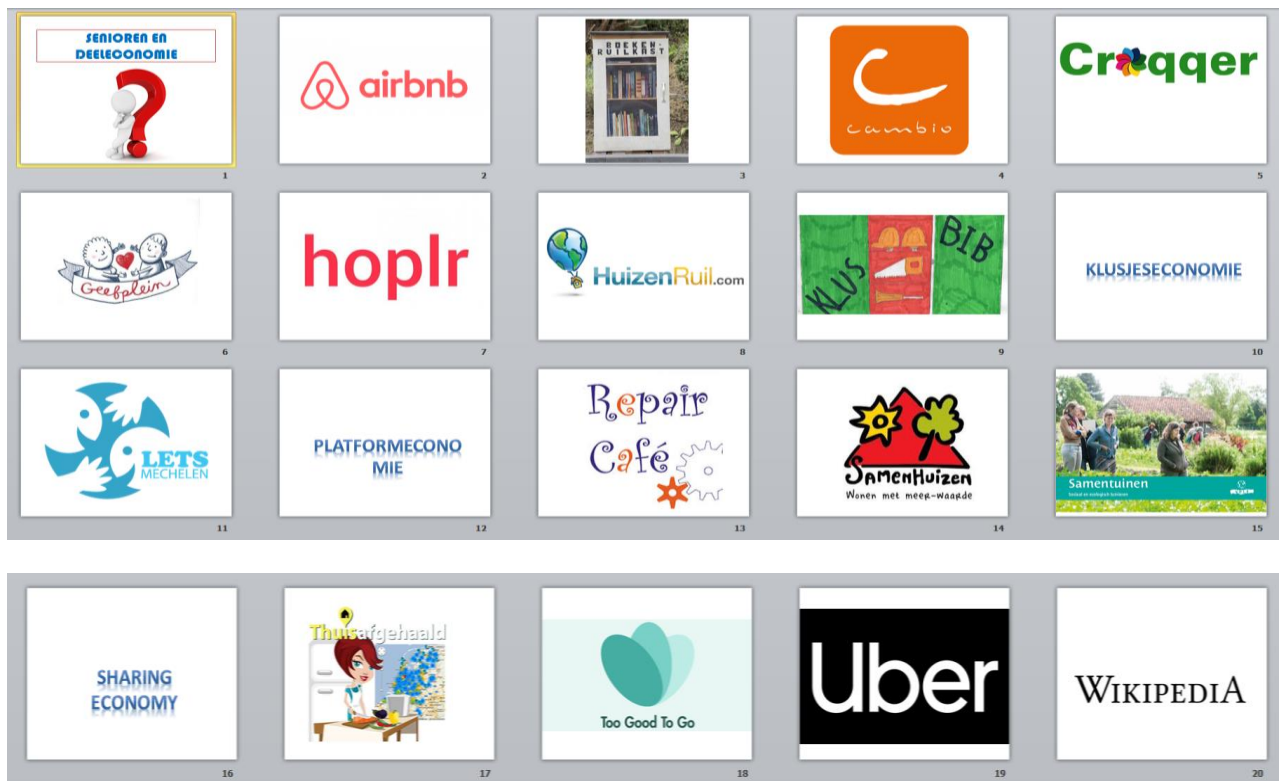
Als ze geïnteresseerd zijn, kan ik een lijstje geven met websites en deelinitiatieven in Mechelen.

Komen ze thuis nog op ideetjes, argumenten,... neem gerust contact op!


Bedanken voor het gesprek.

OPNAME STOPPEN


IV. Powerpointpresentatie deelinitiatieven



V. Powerpointpresentatie Peerby en Klusbib




GEREEDSCHAP DELEN



peerby

Samen heb je meer. Ontdek wat je kunt huren en lenen in jouw buurt.

www.peerby.com



Samen heb je meer

Ontdek wat je kunt huren & lenen in jouw buurt!

Schrijf je in voor Peerby

Ontdek het gemak van lenen van je burens

[Aanmelden met Facebook](#)

of

Voornaam Achternaam

E-mailadres

Wachtwoord

Ik ga akkoord met de [algemene voorwaarden](#) (verplicht)

Ja, ik ontvang graag updates via e-mail over nieuwe mogelijkheden op het Peerby-platform

[Aanmelden - het is gratis!](#)

Heb je al een account? [Log in](#)

Bij 'Instellingen' kan je extra informatie toevoegen:


PUBLIEK PROFIEL

- Foto
- Vertel over jezelf

PERSOONLIJKE GEGEVENS

- Telefoon
- Adres
- Hoe wil je berichtjes ontvangen? (mail, app)
- Hoeveel oproepen van de burens wil je per week ontvangen?

Top 10 producten vandaag



HOE WERKT HET?

Als lener / nemer

Zoek je een product? Op het nieuwe Peerby die je wat er al aangeboden wordt in je buurt en kun je direct contact opnemen met de buur die heeft wat jij nodig hebt!

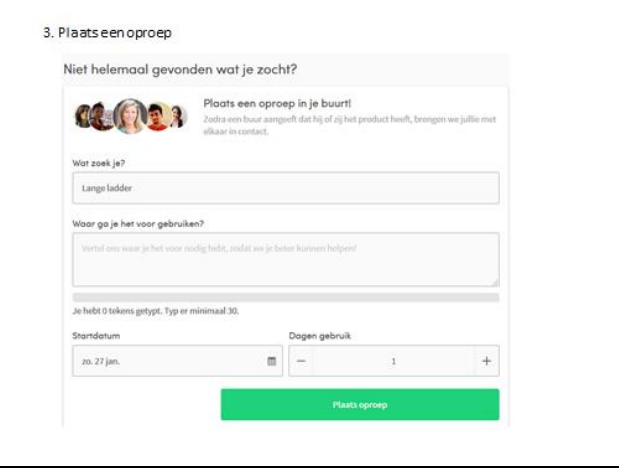
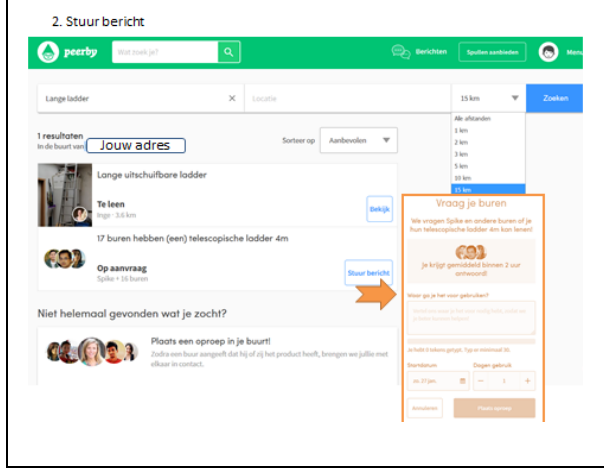
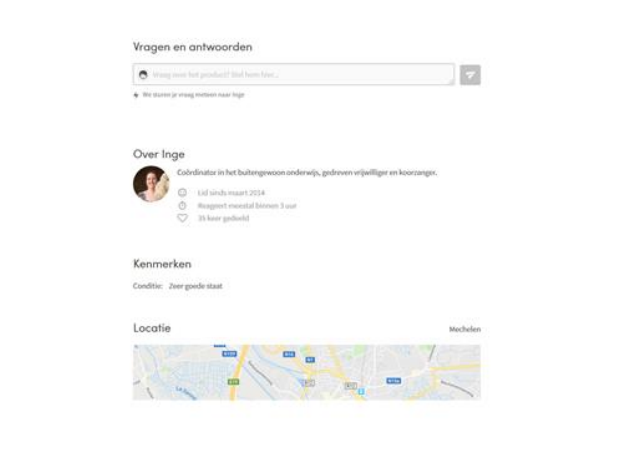
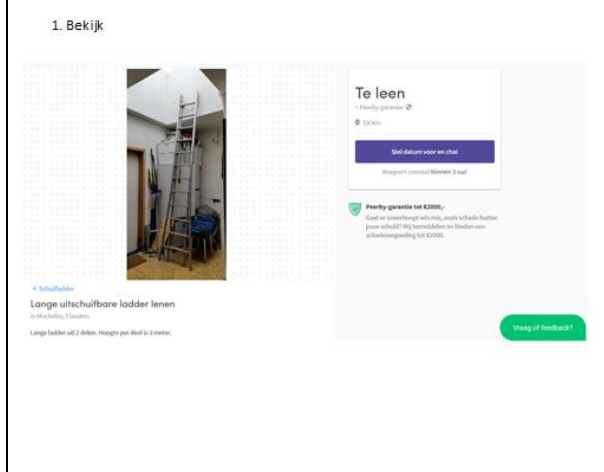
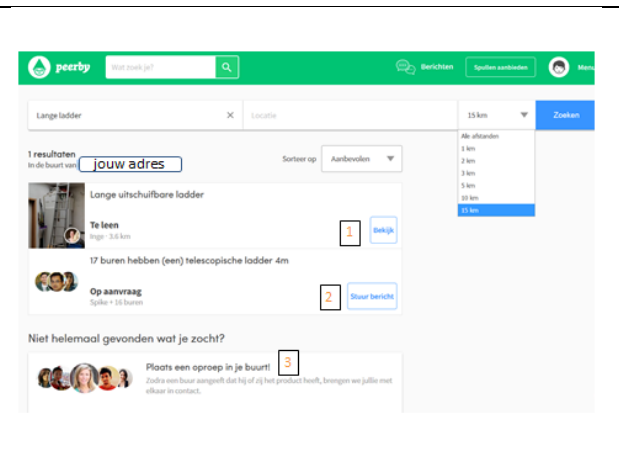
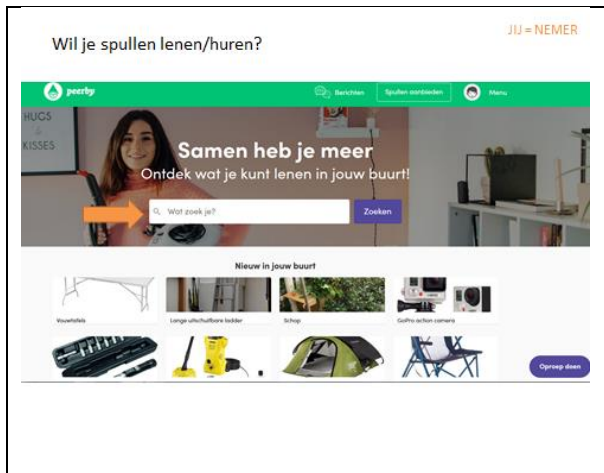
- Zoek in jouw buurt**
Op Peerby staan alle spullen die in je buurt te leen worden aangeboden. Vul je adres in en kies de maximale afstand.
- Bekijk het aanbod**
Check aan de hand van de productbeschrijving, details en foto's of hetgenen wat je zoekt erbij staat. Niet precies gevonden wat je zoekt? Doe een buurtroep en het is vaak dezelfde dag nog geregeld!
- Neem contact op met je buur**
Het juiste product gevonden? Stuur je buur een bericht en bevestig de transactie onderling in de chat. Is er geld mee gemeend, dan kun je veilig betalen door middel van een Peerby-betaalverzoek.

Als uitlener/ geveer

Wil je je burens helpen? Plaats de spullen waarvan je denkt dat je er anderen bij mee kunt maken op Peerby!

- Voeg je spullen toe op Peerby**
Maak foto's van de spullen, foto's of kindervragen die jouw burens van je mogen lenen en plaats deze op Peerby. Voeg zo veel mogelijk details in de tekst toe om het je burens zo makkelijk mogelijk te maken.
- Kies: een lach of een bedrag**
Bepaal de prijs van je product. Leen je je spullen gratis uit of wil je er wat geld voor terug voor het onderhoud of je spaarbesparing?
- Ontvang leenverzoeken**
Bij 'Berichten' krijg je de verzoeken van je burens binnen. Onderling maken jullie de deal. Is er geld mee gemeend, dan kun je dit veilig ontvangen via SIC! door de lener een Peerby-betaalverzoek te sturen.

[Start met delen](#)



HOE WERKT HET?

Als lenner / nemer

Zoek je een product? Op het nieuwe Peerby die je wat er al aangeboden wordt in je buurt en kun je direct contact opnemen met de buur die heeft wat jij nodig hebt!

- Zoek in jouw buurt**
Op Peerby staan alle spullen die in je buurt te leen worden aangeboden. Vul je adres in en kies de maximale afstand.
- Bekijk het aanbod**
Check aan de hand van de productbeschrijving, -details en foto's of hetgeen wat je zoekt erbij staat. Niet precies gevonden wat je zoekt? Doe een buurtproef en het is vaak dezelfde dag nog geregeld!
- Neem contact op met je buur**
Het juiste product gevonden? Stuur je buur een bericht en bevestig de transactie onderling in de chat. Is er geld mee gemoeid, dan kun je veilig betalen door middel van een Peerby-betaalverzoek.

Start met delen

Als uitlener/gever

Wil je je buur helpen? Plaats de spullen waarvan je denkt dat je er anderen bij mee kunt maken op Peerby!

- Voeg je spullen toe op Peerby**
Maak foto's van de rijen, fiets of kinderwagen die jouw buur van je mogen lenen en plaats deze op Peerby. Voeg zo veel mogelijk details in de tekst toe om het je buur zo makkelijk mogelijk te maken.
- Kies: een lach of een bedrag**
Bepaal de prijs van je product. Leen je je spullen gratis uit of wil je er wat geld voor terug voor het onderhoud of je spaarrekening?
- Ontvang lenverzoeken**
Bij berichten krijg je de verzoeken van je buur binnen. Onderling maken jullie de deal, is er geld mee gemoeid, dan kun je dat veilig ontvangen via iDeal, door de lenner een Peerby-betaalverzoek te sturen.

JIJ = GEVER

Welk product wil je delen?

Productnaam:

Wat is een goede productnaam?

Peerby-garantie tot €2000,-
Wij checken de identiteit van je buur en garanderen bij huur de betaling. Gaat er onverhoopt toch iets mis? Dan bemiddelen we en zorgen voor een schadevergoeding tot €2000.

Wat is het voor product?

Categorie:

Ladders | Overige ladders
 Ladders | Vuurladder
 Telefoons | iPhone oplader

Tip sluiten
Door je product in een categorie te plaatsen is het beter vindbaar voor je buur en duidelijker of het product past bij hun zoekopdracht!

Peerby-garantie tot €2000,-
Wij checken de identiteit van je buur en garanderen bij huur de betaling. Gaat er onverhoopt toch iets mis? Dan bemiddelen we en zorgen voor een schadevergoeding tot €2000.

Hoe wil je je product delen?

Wij je het product uitleenen of verhuren?

Diep-prijs: Extra diep-prijs:

Levering
 Ik kan bezorgen & ophalen
Voor een bedrag van €20,-

Tip-sluiten
Je brengt het product naar je buur op de afgesproken tijd en haakt het na gebruik ook weer op. Je bepaalt altijd zelf of je een verzoek van je buur accepteert of niet.

Vertel wat meer!

Voeg foto's toe

Productdetails (aanbieden)
Beschrijving:

Je aanbieding is compleet!

Je product is niet zichtbaar voor anderen en zal niet worden getoond met je buur.
 Zichtbaar voor anderen

Garantie

Peerby Support • Nieuw • Hoe werkt de betaalfunctie?

Hoe werkt de betaalfunctie?

Laatste bijwerking: Nov 06, 2018 09:46AM UTC

De betaalfunctie
Regel je een betaling via Peerby dan kun je dit eenvoudig en veilig via ons Peerby betaalsysteem regelen. Als verhuurder van een product kun je een betaalverzoek sturen naar degene die jouw fiets, trapladder, barbecue, bordspel, boormachine (of iets anders) wil huren. Geen gedoe met cash, en wij bieden veel garantie bij schade, verlies of diefstal. Een makkelijke, snelle én veilige transactie!

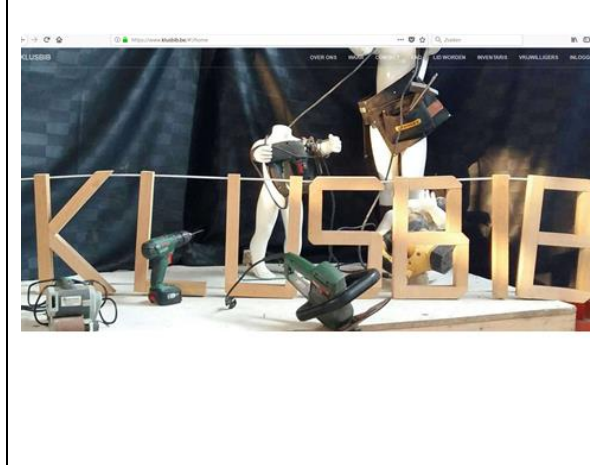
Wat de voordelen zijn van een Peerby betaalverzoek?
Je betaling regelen via Peerby betekent:

- Geen gedoe met cash tijdens de overhandiging van jouw barbecue, bordspel of boormachine
- Veilig en snel je geld op je rekening
- Verzekerd van een goede afloop. Want als de betaling via Peerby gaat, bemiddelen wij bij schade, verlies of diefstal en kunnen we tot €2000 vergoeden.
- En natuurlijk dat Peerby bijt bestaat!

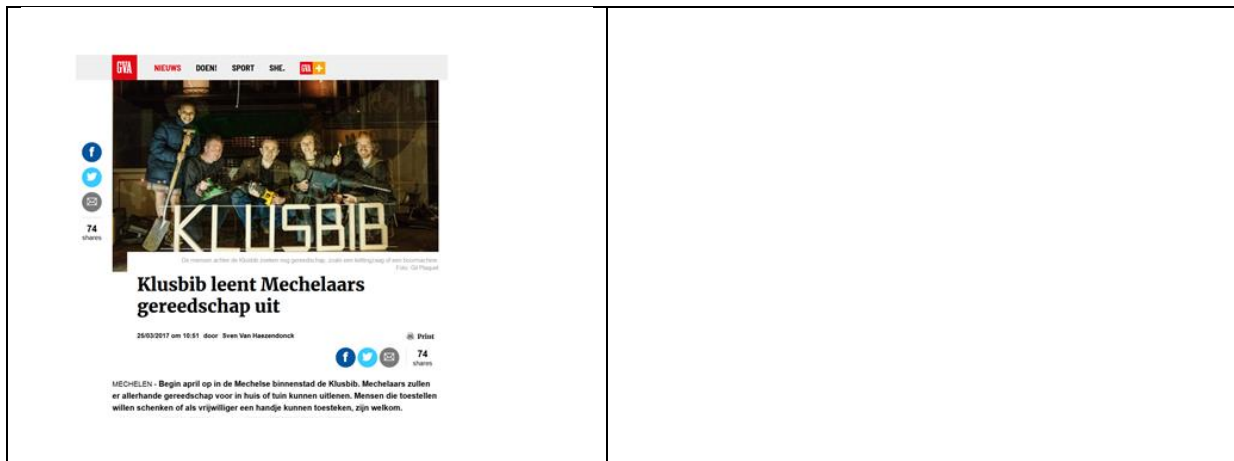
Voorwaarden en kosten betaalfunctie
Wij vragen, bovenop het verhuurbedrag, aan de huurders en verhuurder een commissie van 15%. Dit geld gebruiken wij om het Peerby platform te onderhouden en verder te ontwikkelen. Zo zorgen we er samen voor dat we kunnen blijven delen!

Tot €1000 kun je vijf betaalverzoeken versturen, voor hogere bedragen geldt een identificatieplicht en willen we je vragen om een email te sturen naar support@peerby.com.

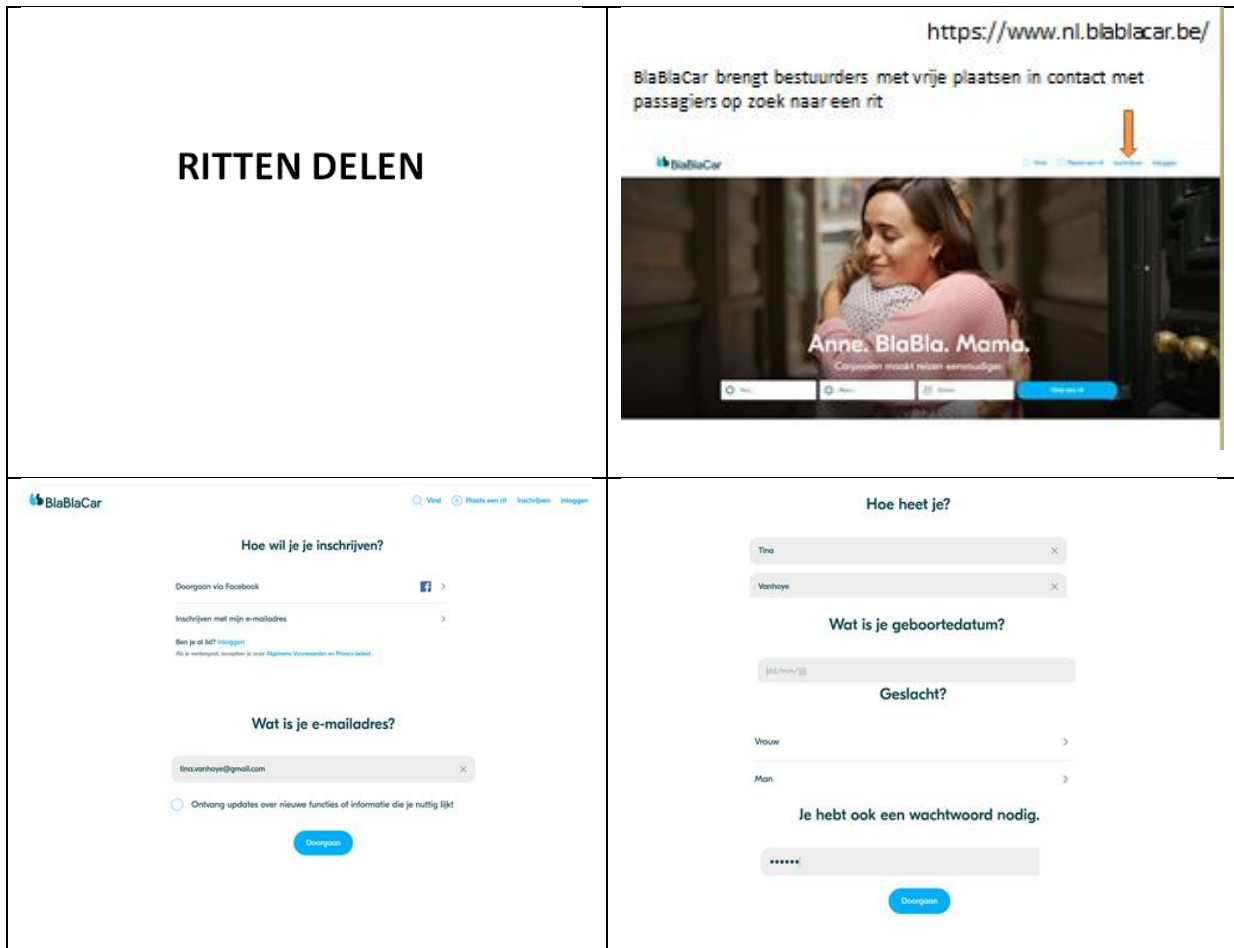
Neem Contact Op
[Stuur ons een mailtje](#)



- Je betaalt net zoals in de bib een jaarlijkse bijdrage (€ 30; volgende jaren €20)
 - je gaat naar de Klusbib (3 momenten in de week: ma en vr avond en woe NM)
 - en je ontleent het toestel dat je nodig hebt. Je kan dan tot maximaal 5 werktuigen gedurende 1 week ontlenen, met optie tot verlenging met nog een week. Je betaalt niks extra, tenzij verbruiksmaterialen zoals gebruikte boren.
 - Je brengt het materiaal tijdig terug.
 - Klusbib stockeert en onderhoudt de toestellen
 - Klusbib draait uitsluitend op vrijwilligers
- www.klusbib.be



VI. Powerpointpresentatie BlaBlaCar en Autodelen



BlaBlaCar

Verifieer je mobiele nummer

Het duurt slechts 5 seconden!

België (+32) 0470 XX XX XX [Bevestigen](#)

Waarom moet ik mijn mobiel nummer registreren?
 * Het is makkelijker om de details van de rit tevens telefonisch te bespreken.
 * Je moet bereikbaar zijn op de dag van de rit!

Wie zal mijn mobiele nummer zien?
 * Je telefoonnummer is enkel zichtbaar voor leden die een rit zoeken en versijcht nooit op je publieke profiel. Door geverifieerde telefoonnummers te gebruiken, garanderen we dat alle leden onder hun echte identiteit handelen en dat iedereen kan worden bereikt om een rit te plannen.
 * Op die manier bouwen we een betrouwbare community. En we beloven dat we je nummer nooit voor andere doeleinden zullen gebruiken!

[Overlaas](#)

Hoe werkt het? Contact Vacatures

Over ons Algemene voorwaarden

Veelgestelde vragen Pers

Taal Nederlands (België) €

[f](#) [t](#) [i](#) [v](#)

BlaBlaCar, 2019 ©

BlaBlaCar

Voltooi de verificatie van je mobiele nummer

Registratiecode verstuurd via sms naar 0473 11 48 88. Mijn nummer wijzigen.

Voer de 4-cijferige code in die je per sms hebt ontvangen: [Bevestigen](#)

Heb je geen sms'jes ontvangen? Geen paniek, Het kan tot 15 minuten duren, afhankelijk van je provider. Je kunt je mobiele nummer later via je dashboard registreren. [Doorgaan zonder mijn nummer te verifiëren](#)

Waarom mijn mobiel nummer verifiëren?
 Het bevestigen van je mobiele nummer laat zien dat er snel contact met je kan worden opgenomen om een rit te delen en dat je betrouwbaar bent. Het is een belangrijk onderdeel van het lid zijn van de Community!

BlaBlaCar Vind Plaats een rit Tina

Dashboard Mijn ritten Mijn boekingen Berichten E-mailmeldingen Mijn profiel Anders...

Profielinformatie

Profielinformatie
 Persoonlijke informatie
 Profielfoto
Voorkeuren
 Geverifieerde gegevens
 Auto
 Adres
 Beoordelingen
 Gevragen beoordelingen
 Gegeven beoordelingen
 Profiel
 Overschrijving aanragen
 Betaalgegevens
 Verrijde betalingen
 Mijn meldingen
 Wachtwoord
 Profiel sluiten

Mijn voorkeuren

Gezprek [x](#)

Roken [x](#)

Dieren [x](#)

Muziek [x](#)

[Bewaar](#)

BlaBlaCar

Betaalgegevens

Bankrekening [Standaardkeuze](#)

Schrijf jouw beschikbare saldo direct over naar een rekening naar keuze. Zodra de aanvaag is voltooid, zal het bedrag binnen 2 tot 5 werkdagen op je rekening verschijnen.

Land van je bankinstelling BE

Auto

Adres

Rekeninghouder

Naam van de bank

IBAN (inclusief letters)

BIC- (of SWIFT)-code


[Opslaan](#)

PayPal [Standaardkeuze](#)

Als je vragen hebt, bekijk dan onze [Veelgestelde vragen](#)

Ladies only

Vrouwen kunnen soms bezorgd zijn om hun veiligheid bij het carpoolen. Ook al heeft BlaBlaCar een aantal veiligheidsmaatregelen genomen om een veilige en betrouwbare community op te bouwen, kan het zijn dat sommige dames toch liever niet carpoolen met een man. Om ook deze vrouwen een veilig gevoel te kunnen geven hebben we de 'Ladies Only' optie. Via deze optie kunnen leden ervoor kiezen om enkel met vrouwelijke bestuurders en passagiers carpoolen. Dit is een goede manier om vrouwen een veiliger gevoel te geven.




BlaBlaCar Vind Plaats een rit Tina

Hoe werkt het? Jij = nemer

Wij je ergens naartoe reizen?
 • Carpool met een betrouwbare bestuurder

Heb je lege zitplaatsen?
 • Deel je rit met passagiers

Kies uit duizenden ritten in België en Europa: het is gemakkelijk, betrouwbaar en 75% goedkoper dan de trein, zelfs last minute!



Vind een rit

Dim. 3 févr.

18:50 Boom 6,00 €

20:30 Le Roeulx

Un peu loin de l'adresse indiquée

Arabelle

Lun. 4 févr.

16:00 Zaventem 6,00 €

17:00 Mons

Gilles

22:40 Zaventem 14,50 €

1. Je bekijkt de beoordelingen van de chauffeurs en maakt je keuze
2. Je klikt op 'boeken'. De chauffeur ontvangt een melding. Jij krijgt zijn/haar telefoonnummer. Je spreekt concreet af.
3. Je betaalt via Blablacar op voorhand met creditcard of Paypal (het geld komt op een tussenrekening terecht).
4. Je betaalt het bedrag dat de chauffeur heeft gevraagd + boekingskosten (variëren tussen €1-9 voor ritten tot €50. Op hogere bedragen rekent Blablacar 18%).
5. Blablacar stimuleert rechtstreeks contact omdat ze het belangrijk vinden dat je weet wie de passagiers zijn
6. Je reist samen
7. Je laat een beoordeling over de rit en de chauffeur achter. Dit heeft resultaat op je *gebruikersniveau*.

Hoe werkt het?

Wilt je ergens naartoe reizen? Carpool met een betrouwbare bestuurder

Heb je lege zitplaatsen? Deel je rit met passagiers

Deel je lege zitplaatsen met betrouwbare passagiers, je bespaart heel wat geld en het is ook nog eens gezellig!

Jij = gever

Plaats een rit

Prijs per passagier

Mechelen → Brugge € 7

Aantal vrije zitplaatsen: 3

Opties

- Max. 2 op de achterbank (Je garandeert max. 2 mensen op de achterbank (voorkeur van passagiers))
- Ladies Only (Deze rit zal enkel beschikbaar zijn voor vrouwelijke leden.)

Ritdetails

Heb je nog iets toe te voegen aan je rit?

Ben je flexibel met waar en wanneer je elkaar ontmoet? Is de ruimte in je koffertabak beperkt? Hou passagiers op de hoogte.

Geeft geen contactgegevens te vermelden. Geïnteresseerde passagiers zullen je mobiele nummer individueel ontvangen. (Bekijk onze regels)

Plaats dezelfde extra ritdetails voor de heen- en de terugreis

Samenvatting

Mechelen → Brugge

Heenreis: za 02 feb. - 09:30

Terugreis: za 02 feb. - 18:00

Afstand: 166 km

Geschatte rijtijd: 1 u 20min

CO₂-uitstoot: 30 kg

1. Zet je rit online
2. Passagiers boeken en nemen contact met je op om af te spreken
3. Blablacar stimuleert rechtstreeks contact omdat ze het belangrijk vinden dat je weet wie de passagiers zijn
4. Je reist samen
5. Passagiers geven je een boekingscode als ze online betaald hebben. Je ontvangt het geld op je rekening na de rit.
6. Jij laat een beoordeling achter online, net als de passagiers. Bij negatieve commentaar kan jij jouw mening over de rit toevoegen.

VERZEKERING

- De bestuurder checkt of zijn verzekering 'ridesharing' dekt.
- Blablacar zorgt voor een aanvullende verzekering (via Axa) die ervoor zorgt dat passagiers mee verzekerd zijn tijdens de rit
- Bij de FAQ vind je een volledige uitleg over de verzekering

Gebruikersniveaus

Wanneer je een rit deelt op BlaBlaCar, reis je mee met een lid uit een betrouwbare community. Elk lid heeft een gebruikersniveau dat stijgt naarmate zijn activiteit vordert over tijd. De gebruikersniveaus helpen je met de zoektocht naar de juiste carpooler en je ideale BlaBlaCar-rit. Ontdek de vijf gebruikersniveaus:

BlaBlaCar's gebruikersniveaus

	Beginner	Gevoerde	Ervaren	Expert	Ambassadeur
Geverifieerd e-mailadres en mobiel nummer	Wettelijk	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Voorkeuren ingesteld	✓	✓	✓	✓	✓
Profielfoto toegevoegd				✓	✓
# ontvangen positieve beoordelingen		1 beoordeling	3 beoordelingen	6 beoordelingen	12 beoordelingen
% ontvangen positieve beoordelingen		>60%	>70%	>80%	>90%
Lid sinds	1 maand	3 maanden	6 maanden	12 maanden	

Vertrouwen is het allerbelangrijkste

Wanneer we ons gebruikersniveau verhogen door beoordelingen te geven en ons BlaBlaCar profiel in te vullen, creëren we meer vertrouwen in de BlaBlaCar community. Vertrouwen is erg belangrijk omdat we ons daardoor op ons gemak voelen wanneer we met iemand carpoolen. Hoe meer vertrouwen in de community, hoe meer we zullen carpoolen. Wanneer we delen, winnen we allemaal!

Top 10 tips voor een veilige rit!

Wij beklemmen ons om de veiligheid van onze passagiers en bestuurders.



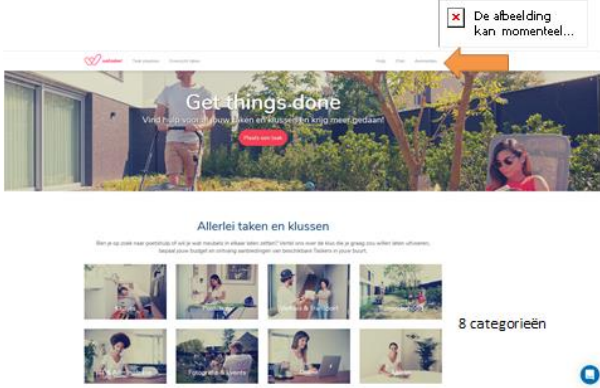
Reis veilig met behulp van een aantal voorbereidingen die je zelf in de hand hebt. Zoals **autogordels!** Zorg dat iedereen er een heeft (en hem gebruikt). Hier zijn 10 simpele manieren om veilig te reizen.

Ik ben passagier

- **Bogageleg** je bagage in de kofferbak, niet op de hoedenplank. De bestuurder moet door de achterspuit kunnen kijken.
- **Baby on board:** Als je met kleintjes reist, lees **deze regels** dan om te bepalen of je een **autostoeltje** nodig hebt. Het is je eigen verantwoordelijkheid; ga er niet vanuit dat de bestuurder er een heeft.
- **Van bestuurder wisselen:** Help de bestuurder door ook een stuk te rijden als je een rijbewijs hebt. Tijdens een lange reis zal de bestuurder dat vast prettig vinden.

<p style="text-align: right;">COZY autodelen met je buren car</p> <p>AUTODELEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Autodelen = systeem waarbij je ofwel als eigenaar van een wagen met een aantal mensen de auto deelt; ofwel als niet-bezitter deel uitmaakt van een groep. ➤ Platform: Cosycar: centraal secretariaat dat je logistiek ondersteunt met verzekeringen, contracten en een reservatiekalender. Je betaalt er €10 per jaar aan als lidgeld. ➤ Je ziet op de reservatiekalender wanneer de auto vrij is ➤ Je betaalt een kilometerprijs tussen de 0.25 en 0.35 euro aan de eigenaar (alle kosten zoals brandstof, verzekering, taksen, onderhoud, pechhulp zijn inbegrepen in deze prijs). Je betaalt enkel de kilometers die je rijdt. ➤ Je moet voor de auto zorgen als voor je eigen auto <p>In Mechelen: meer dan 150 personen die meer dan 40 wagens delen. De Stad ondersteunt door particuliere autodelers een gratis uitgebreide bewonerskaart te geven en hen toe te laten om gebruik te maken van voorbehouden standplaatsen voor autodelers.</p>	
---	--

VII. Powerpointpresentatie WeTasker en Repair Café

<div style="text-align: center;"> <p>Haar, wenkbrauwen, mani en pedicure</p> <p>Herstellen naden jas</p> <h3>KENNIS & KUNDE DELEN</h3> <p>Schoorsteen vegen</p> <p>Binnendeuren klemmen</p> <p>Pizzabakker</p> </div>	
<p>De filosofie achter WeTasker : ‘vaak schuilt iemand achter de hoek die je ergens mee kan helpen. Maar hoe bereik je iemand die je niet persoonlijk kent? De zoektocht naar de geschikte persoon is vaak lang en tijdrovend. WeTasker verbindt consumenten met elkaar om taken te plaatsen en uit te voeren.’</p>  <p>Opgericht in 2017 door Remco Dumortier (links op foto) en Alexander Backx (rechts op foto) en gevestigd in Mechelen</p>	 <p>De afbeelding kan momenteel...</p> <p>8 categorieën</p>

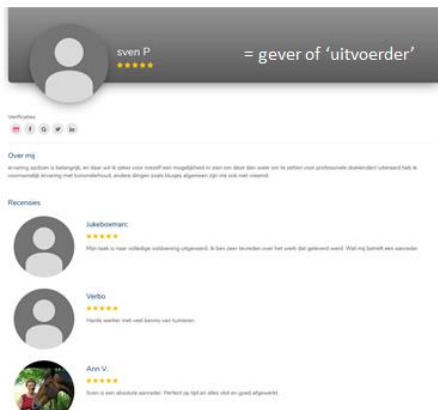
Er is een e-mail verstuurd naar tina.vanhoye@gmail.com, met een link om uw account te activeren.
Gefeliciteerd Tina Vanhoye, uw account is nu geactiveerd.

uw echte identiteit (voor- en achternaam, geboortedatum, geslacht) en uw actieve contactgegevens (e-mail adres en telefoonnummer)

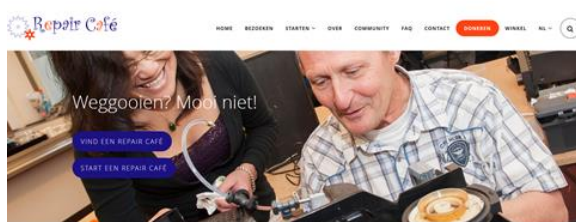
TAAK PLAATSEN (als nemer of 'plaatser')

Een taak plaatsen is gratis en vrijblijvend. Zodra je bestelt om deze taak toe te wijzen, is de totaalcost: € 16.15 (inclusief transactie- en servicekost)

Transactiekost: voor betaling (1,8% bij kredietkaart) via Mangopay
Servicekost: voor gebruik platform (3,5%) met minimum van €0,5



- Taak toewijzen aan een 'gever' of 'uitvoerder' kan pas als je als 'plaatser' of 'nemer' het afgesproken bedrag hebt gestort aan Mangopay. Deze houdt de service- en transactiekosten in en betaalt een nettobedrag uit aan de uitvoerder van de taak.
- De 'Uitvoerder' is als enige verantwoordelijk voor het naleven van de toepasselijke fiscale wetgeving en het vaststellen en betalen van belastingen met betrekking tot de taken die hij uitvoert via het Platform.
- 'Plaatsers' kunnen elektronische facturen verkrijgen voor de transacties die zij via het Platform betaald hebben. WETASKER BVBA bezorgt deze facturen .



- Regelmatig bijeenkomen om kapotte spullen gratis te herstellen (in de Keeting elke eerste zaterdag van de maand).
- Deskundige vrijwilligers en eigenaars van kapotte spullen helpen elkaar bij het herstellen van kledij, fietsen en klein elektro. Mensen weten niet meer hoe dat moet. Reparatiekennis verdwijnt snel, maar bestaat nog.
- Op de plek waar het Repair Café wordt gehouden, is gereedschap en materiaal aanwezig om alle mogelijke reparaties uit te voeren.
- Er zijn 1.720 Repair Cafés over de hele wereld.

Repair Café Mechelen bekroond tot Buurtmaker

06/05/2017 om 20:34 door Leo De Nijn

Print



VIII. Vragenlijst deelnemers focusgroepen

Heel hartelijk dank voor uw bijdrage tot dit onderzoek. Deze reeks vragen is enkel bedoeld om de literatuur over de economie te toetsen aan de realiteit. U vult deze vragenlijst in, u stopt die zelf in een enveloppe die u dicht kleeft. Ik zal alle enveloppes, over de drie sessies heen, samen behandelen. Waardoor ik heel moeilijk kan traceren wie wat heeft ingevuld. Maar dat interesseert me ook niet. In functie van het onderzoek heb ik algemene conclusies nodig, geen individuele. Alvast bedankt voor uw eerlijke medewerking.

Kruis aan wat voor u van toepassing is

1. uw leeftijd

- 60-69 jaar
- 70-79 jaar
- 80-plusser

2. geslacht

- man
- vrouw

3. burgerlijke staat

- samenwonend, gehuwd
- alleenstaand

4. woonplaats

- centrum / buitenwijken
- dorpen / buiten Mechelen

5. Wat is op u het meest van toepassing (meerdere antwoorden mogelijk):

	helemaal niet van toepassing	een beetje van toepassing	zeker van toepassing
Ik ben assertief, sociaal, avontuurlijk, heb energie, hou van menselijke contacten			
Ik heb een goede inborst, ben vriendelijk, coöperatief, dienend, heb vertrouwen in de medemens			
Ik sta open voor nieuwe dingen, ben fantasierijk, creatief en leergierig, heb brede interesses, ben innovatief,			

ben op zoek naar het onverwachte, verkies nieuwe zaken			
Ik ben ordelijk, nauwgezet, bedrijvig, plichtsbewust			
Ik ben emotioneel labiel			

6. **Woont u**

- In een eigen woning
- In een huurwoning
- In een gedeelde woning (kangoeroewonen, co-housing, woonzorgcentrum, bij uw kinderen)

7. Bent u actief in het **verenigingsleven** :

- Ja
- neen

Bent u geëngageerd in de samenleving op een andere manier:

- Ja
- neen

8. Bent u met **pensioen**?

- Ja
- neen

9. Uw **opleidingsniveau** : wat is op u het meest van toepassing ? (één antwoord mogelijk)

- ik ben hoger opgeleid
- ik ben laag opgeleid

10. Uw **gezinsinkomen** : wat is op u het meest van toepassing ? (één antwoord mogelijk)

- mijn gezinsinkomen is hoger dan € 2.500
- mijn gezinsinkomen ligt lager dan € 1.500
- mijn gezinsinkomen ligt er tussenin

11. Wat doet u **online**: (meerdere antwoorden mogelijk)

- niks, ik zit niet online
- surfen en opzoeken van informatie
- mailen
- contact met de overheid (vb digitaal loket)
- ontact met kinderen en kleinkinderen

- Social media (facebook, twitter,...)
- Skypen
- Online winkelen
- Online bankieren

12. Kloppen deze stellingen volgens u ? Per rij slechts één antwoord mogelijk

<i>In het kader van deeeconomie</i>	KLOPT	KLOPT NIET	GEEN MENING
Senioren zijn voorzichtig, vermijden risico's en willen zekerheden inbouwen (verzekering, contracten). Reviews bieden voor hen geen zekerheid. Ze kennen de andere niet en vertrouwen het niet. Gegevens delen doen ze niet snel.			
Senioren hebben angst voor technologie (platformen, computers,...), ze zijn er niet mee opgegroeid			
Senioren hebben comfort besognes: delen is een beperking van hun vrijheid en privacy, vraagt te veel flexibiliteit en rompslomp			
Senioren denken dat delen hun imago schaadt: wat gaan anderen van mij denken? Ze zien delen als een teken van zwakte (ik kan het me permitteren om iets zelf te kopen)			
Minder dan 1 op 5 senioren is vertrouwd met deeeconomie en doet er aan mee			
Vroeger werden er wel goederen en kennis gedeeld maar enkel met mensen die ze kenden			
Senioren halen milieuredenen niet aan om aan deeeconomie te doen			

Welke eigen goederen/diensten zou je in de toekomst misschien wel willen delen met mensen die je niet kent? Al dan niet met ondersteuning van platformen (**als gever**). Tussen haakjes en cursief: de naam van initiatieven die bestaan

		Zeker delen (groen)	Misschien delen (oranje)	Nooit delen (rood)
A	Eigen tuin			
B	Eigen tuingereedschap			
C	Kennis die je hebt opgebouwd vb breien, boekhouding, ...			
D	Eigen huisdieren : anderen gaan op momenten dat het jou niet schikt vb. op wandel met jouw hond of zorgen voor je kat (<i>AAPvzw</i>)			
E	Eigen woning : ieder gezin heeft z'n eigen leefruimten maar delen de tuin, garage, wasmachine, klusgerief,..... (<i>Samenhuizen</i>)			
F	Overschotjes van maaltijden die je kookte vb soep (<i>Thuisafgehaald</i>)			
G	Kippen : samen met derden voeder je de kippen en geniet je van de eitjes			
H	Eigen kleding: je ruilt een broek die je niet meer wil dragen voor een trui van iemand anders (<i>Swishing</i>)			
I	Eigen boeken: je zet een boek dat je gelezen hebt in een boekenruilkast en neemt een ander boek in de plaats dat door anderen is achtergelaten in die kast			
J	Eigen fiets (vb elektrische fiets, vouwfiets, bakfiets, tandem,...) (<i>Dégage!</i> in Gent)			

Zou je deze tabel op dezelfde manier invullen moest het gaan over mensen die je wel kent (familie, burens, kennissen,...) JA / NEE

Omcirkel wat je met familie en kennissen wel zou delen

A B C D E F G I J

Welke goederen/diensten van mensen die je niet kent, zou je in de toekomst misschien wel willen delen met hen? Al dan niet met ondersteuning van platformen.
(Als nemer)

		Zeker delen (groen)	Misschien delen (oranje)	Nooit delen (rood)
A	Andermans tuin			
B	Andermans tuingereedschap			
C	Beroep doen op andermans kennis die hij/zij heeft opgebouwd vb breien, boekhouding, ...			
D	Andermans huisdieren : je gaat op momenten dat het een ander niet schikt vb. op wandel met hun hond of zorgen voor hun kat (<i>AAPvzw</i>)			
E	Andermans woning : ieder gezin heeft z'n eigen leefruimten maar delen de tuin, garage, wasmachine, klusgerief,..... (<i>Samenhuizen</i>)			
F	Overschotjes van maaltijden die anderen kookten vb soep (<i>Thuisafgehaald</i>)			
G	Kippen : samen met derden voeder je de kippen en geniet je van de eitjes			
H	Andermans kleding: je ruilt een broek die een ander niet meer wil dragen voor een trui van jezelf (<i>Swishing</i>)			
I	Andermans boeken: je leest een boek uit boekenruilkast en zet een eigen boek in de plaats			
J	Andermans fiets (vb elektrische fiets, vouwfiets, bakfiets, tandem,...) (<i>Dégage!</i> in Gent)			

Zou je deze tabel op dezelfde manier invullen moest het gaan over mensen die je wel kent (familie, burens, kennissen,...) JA / NEE

Omcirkel wat je van familie en kennissen wel zou gebruiken

A B C D E F G I J

Heb je nog bedenkingen, opmerkingen, suggesties, noteer ze hier:

Hartelijk dank voor jouw medewerking

Tina