



## Vanuit de kinderschoenen naar de puberteit

De Vlaamse deeleconomie in kaart gebracht

Eindrapport | 30 september 2017

Op verzoek van:  
Vlaamse overheid  
Departement Werk en Sociale Economie  
Albert II-laan 35, bus 20  
1030 Brussel

Deze studie werd uitgevoerd door:

An De Coen  
Valentijn Vanoeteren  
Ella Broos  
Isabelle Devoldere



IDEA Consult NV  
Kunstlaan 1-2, bus 16  
B – 1210 Brussel

T: +32 2 282 17 10  
F: +32 2 282 17 15  
info@ideaconsult.be  
www.ideaconsult.be

Een onderzoek in opdracht van de Vlaamse minister bevoegd voor Werk, in het kader van het VIONA-onderzoeksprogramma.





# INHOUD

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1/  | Introductie  | 5  |
| 1.1 | Context  | 5  |
| 1.2 | Doelstellingen   | 6  |
| 1.3 | Inhoudelijk analysekader                                   | 6  |
| 1.4 | Ingezette kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden | 7  |
| 1.5 | Leeswijzer   | 10 |
| 2/  | Afbakening van het concept 'deeeconomie'                   | 11 |
| 2.1 | Wat is 'delen'?  | 12 |
| 2.2 | Wat wordt gedeeld?   | 13 |
| 2.3 | Wie deelt?   | 15 |
| 2.4 | Hoe vaak deelt men?  | 17 |
| 2.5 | Wordt delen vergoed?                                       | 17 |
| 2.6 | Waar wordt gedeeld?  | 18 |
| 2.7 | Samenvattende definitie                                    | 19 |
| 2.8 | Visie van experts en deelplatformen                        | 21 |
| 3/  | Schaal van de deeeconomie in Vlaanderen                    | 23 |
| 3.1 | Stand van zaken  | 23 |
| 3.2 | Mapping van de deeeconomie in Vlaanderen                   | 29 |
| 3.3 | Verwachte evolutie   | 30 |
| 4/  | Voedingsbodem voor succes                                  | 33 |
| 4.1 | Momentum aan de basis van exponentiële groei               | 33 |
| 4.2 | Ontstaan vanuit concrete behoefte                          | 35 |
| 4.3 | Motivatie om te delen                                      | 38 |
| 4.4 | Drempels die delen in de weg staan                         | 41 |
| 5/  | Typerende kenmerken van deelplatformen                     | 45 |
| 5.1 | Intermediair in een tweezijdige markt                      | 45 |
| 5.2 | Evolutie in takenpakket                                    | 46 |
| 5.3 | Atypisch financieel model                                  | 47 |
| 5.4 | Vertrouwen als sleutelfactor in de werking                 | 49 |
| 6/  | Vraagzijde – Iets gebruiken in de deeeconomie              | 52 |
| 6.1 | Jonge, hoogopgeleide gebruikers                            | 52 |
| 6.2 | Woningen, gereedschap en auto's het vaakst gebruikt        | 53 |
| 6.3 | Type transactie bepalend voor de frequentie van gebruik    | 54 |
| 6.4 | Overwegend economische motivatie                           | 55 |
| 6.5 | Drempels tonen onontgonnen potentieel aan gebruikers       | 56 |
| 6.6 | Digitale en sociale vaardigheden onontbeerlijk             | 57 |



|      |   |     |
|------|---|-----|
| 7/   | Aanbodzijde – Iets ter beschikking stellen in de deeleconomie               | 58  |
| 7.1  | Jonge en hoogopgeleide aanbieders   | 58  |
| 7.2  | Gereedschap en diensten het meest aangeboden                                | 59  |
| 7.3  | Aanbieders zijn vooral hobbyisten   | 60  |
| 7.4  | Overwegend principiële motivatie  | 62  |
| 7.5  | Ook overwegend principiële bezwaren om iets aan te bieden                   | 63  |
| 7.6  | Nood aan combinatie van competenties  | 64  |
| 7.7  | Beperkte inkomsten uit deelactiviteiten                                     | 65  |
| 8/   | Verwachte effecten  | 67  |
| 8.1  | Individueel niveau  | 68  |
| 8.2  | Bedrijfsniveau  | 70  |
| 8.3  | Niveau van de arbeidsmarkt  | 73  |
| 8.4  | Maatschappelijk niveau  | 77  |
| 8.5  | Standpunt van Vlamingen t.a.v. de potentiële impact                         | 80  |
| 9/   | Op zoek naar een evenwicht op het vlak van regelgeving                      | 82  |
| 9.1  | Mogelijke interventiedomeinen   | 82  |
| 9.2  | Vooralsnog afwachtende houding ondanks verouderd wettelijk kader            | 83  |
| 9.3  | Motivatie voor overheidstussenkomst   | 84  |
| 9.4  | Vier manieren waarop de overheid een rol kan spelen                         | 85  |
| 9.5  | Regulering blijft niet zonder gevolgen                                      | 89  |
| 9.6  | Regulering als blijvend aandachtspunt                                       | 90  |
| 9.7  | Aandachtspunten m.b.t. het statuut en de sociale bescherming van aanbieders | 90  |
| 10/  | Conclusies en aanbevelingen   | 94  |
| 10.1 | Voornaamste vaststellingen  | 95  |
| 10.2 | Beleidsaanbevelingen  | 98  |
| 10.3 | Samengevat – What’s next?   | 101 |

## Bijlagen

|    |  |     |
|----|--|-----|
| 1/ | Bijlage 1: Geconsulteerde bronnen                        | 104 |
| 2/ | Bijlage 2: Achtergrond van geïnterviewde deelplatformen  | 107 |
| 3/ | Bijlage 3: Inventarisatie van deeleconomie in Vlaanderen | 108 |
| 4/ | Bijlage 4: Extra tabellen en figuren                     | 109 |
| 5/ | Bijlage 5: Erkende platformen in de deeleconomie         | 111 |
| 6/ | Bijlage 6: Toolbox Actieplan deeleconomie Amsterdam      | 112 |



## 1/ Introductie

---

### 1.1 Context

De digitale revolutie zet zich al jaren onverminderd voort. Dat laat zich voelen in de economie, en bij uitbreiding op de arbeidsmarkt. Het ontstaan en de uitbouw van digitale platformen laat bijvoorbeeld toe om mensen op een efficiënte manier met elkaar in contact te brengen, vaak zonder tussenkomst van intermediären uit de traditionele economie. Terzelfdertijd zet de economische crisis mensen aan om efficiënt gebruik te maken van de beschikbare middelen en diensten. De kwetsbare economische situatie zorgt ervoor dat het aankopen van deze zaken niet altijd evident is en dat mensen op zoek gaan naar alternatieven voor de traditionele consumptie via aankoop. Digitale platformen bieden daarbij een interessant kanaal om aanbieders en gebruikers snel samen te brengen via een openbaar netwerk.

#### **Containerbegrip door sterke groei van de deeleconomie**

Deze ontwikkelingen zorgen voor een nieuwe vorm van ondernemen en voor een nieuwe kijk op eigendom, wat tot uiting komt via de sterk groeiende deeleconomie. Wereldwijd maken consumenten steeds meer gebruik van de goederen en diensten die ze kunnen huren, lenen, ruilen, etc. via digitale platformen. Op Europees niveau genereerden de deelplatformen en de aanbieders van goederen en diensten bruto-inkomsten van bijna 28 miljard euro in 2015; tegen 2025 zou dat bedrag stijgen tot 570 miljard euro volgens schattingen van PWC<sup>1</sup>. Die snelle groei komt voort uit tal van transactievormen, die gebaseerd zijn op een vorm van delen en daarom collectief onder de noemer 'deeleconomie' geplaatst worden. Er is vooralsnog geen eenduidige definitie van de deeleconomie, maar transacties in deze economie worden traditioneel gekenmerkt door consumptie die niet gerelateerd is aan bezit. Zo ontstaat een ruimer aanbod voor consumenten, inclusief nieuwe diensten, dat vaak tegen lagere prijzen wordt aangeboden. De groeiende deeleconomie heeft zo gevolgen voor de traditionele markteconomie en de arbeidsmarkt, die onderhevig zijn aan reglementeringen.

#### **Groeiende aandacht bij beleidsactoren voor opportuniteiten en risico's van de deeleconomie**

Het groeiende spanningsveld maakt de deeleconomie steeds meer voorwerp van academisch onderzoek, persreportages en de beleidsagenda op verschillende niveaus. Zo lanceerde de Europese Commissie op 2 juni 2016 haar Europese agenda voor de deeleconomie. Daarin geeft ze aan hoe de huidige Europese wetgeving van toepassing is op deze snel groeiende economie. Het expliciete doel van de agenda is om de lidstaten en de regio's te ondersteunen om de voordelen van de deeleconomie te benutten en om te gaan met bezorgdheden m.b.t. de rechten en plichten van degenen die aan de deeleconomie deelnemen. De klemtoon ligt daarbij op thema's die ook de Vlaamse beleidsactoren en sociale partners reeds aangekaart hebben, zoals de nood aan een regelgevend kader voor de werkgelegenheid in de deeleconomie, consumentenbescherming, de aansprakelijkheid van de aanbieders, de fiscale behandeling van de transacties, de vereisten om te kunnen toetreden tot de markt, etc.

#### **Nood aan informatie over de deeleconomie in Vlaanderen**

Om een 'evidence-based' antwoord te formuleren op de evoluties waarmee de groeiende deeleconomie de traditionele economie en arbeidsmarkt confronteert in Vlaanderen, is er in eerste instantie nood aan een duidelijke conceptualisering en inventarisatie van de Vlaamse deeleconomie. Ondanks de 'big data' die inherent verbonden zijn aan digitale platformen, zijn er momenteel weinig cijfers beschikbaar over de omvang van de deeleconomie en het profiel van gebruikers en aanbieders. De beschikbare cijfers situeren zich bovendien op Europees of nationaal niveau, of op het niveau van de individuele platformen (zoals Airbnb).

#### **Gebrek aan data bemoeilijkt beleidsbeslissingen**

Door een gebrek aan officiële statistieken is er bovendien een versnipperd beeld over de omvang en de werking van de deeleconomie. Omdat deelactiviteiten buiten de traditionele monitoring vallen, baseren studies zich hoofdzakelijk op data van platformen, bevragingen en interviews. Studiemateriaal is echter vooral gericht op winstgevendende transacties. Bovendien focussen de meeste onderzoekers op de Verenigde Staten. Hoewel er ook steeds meer stappen op Europees niveau gezet worden op het vlak van monitoring, is er nog steeds een gebrek aan gegevens om de ontwikkeling van de deeleconomie te kunnen opvolgen en op basis daarvan onderbouwde beleidsbeslissingen te kunnen nemen, ook in Vlaanderen.

---

<sup>1</sup> Bron : persbericht PWC 27 juni 2016. Online raadpleegbaar via <http://press.pwc.com/News-releases/europe-s-five-key-sharing-economy-sectors-could-deliver--570-billion-by-2025/s/45858e92-e1a7-4466-a011-a7f6b9bb488f>



## 1.2 Doelstellingen

Hoewel enkele geïsoleerde initiatieven<sup>2</sup> al een eerste stap zetten op Vlaams niveau, bakent deze verkennende studie de Vlaamse deeleconomie af en biedt ze een globaal overzicht van de vraag- en aanbodzijde. Die informatie is nodig om de deeleconomie zich in Vlaanderen te laten ontwikkelen op een verantwoordelijke, duurzame manier door het juiste kader te scheppen om opportuniteiten te benutten en risico's in te beperken. Om de Vlaamse deeleconomie in kaart te brengen, beantwoordt deze studie de volgende onderzoeksvragen:

- ▶ Hoe kan de deeleconomie als concept gedefinieerd worden? Hoe kan het worden afgebakend?
- ▶ Hoe wordt de deeleconomie in het buitenland geconceptualiseerd en geoperationaliseerd?
- ▶ Welke kenmerken heeft de Vlaamse deeleconomie in termen van sectoren, activiteiten, financieringsvormen, actoren, gebruikers, doelstellingen (for profit, social profit, ...)? Hoe verhoudt de Vlaamse deeleconomie zich tot het traditioneel economisch circuit?
- ▶ Welke rol speelt digitalisering in de Vlaamse deeleconomie?
- ▶ Wat zijn de verwachte effecten op de Vlaamse arbeidsmarkt en op verwante beleidsdomeinen?
- ▶ Wat zijn de beleidsaanbevelingen om de Vlaamse overheid te laten inspelen op de verwachte effecten?

## 1.3 Inhoudelijk analysekader

Het startpunt voor het analysekader van deze verkennende studie wordt geboden door de definitie die de Europese Commissie hanteert in haar Europese agenda voor de deeleconomie. Daarin wordt gesteld dat er bij transacties in de deeleconomie algemeen geen sprake is van overdracht van eigendom en dat bedrijfsmodellen gericht zijn op het tijdelijke gebruik van (vaak door particulieren aangeboden) goederen of diensten. Hoewel wordt benadrukt dat deze economie snel evolueert en de definitie kan evolueren naargelang de aard van de verandering, worden **drie basisactoren** onderscheiden (COM(2016) 356 final, p.3):

1. *dienstverleners* die activa, middelen, tijd en/of vaardigheden delen — dit kunnen particulieren zijn die af en toe diensten aanbieden ("peers") of dienstverleners die in hun beroepshoedanigheid handelen ("professionele dienstverleners");
2. *gebruikers* hiervan;
3. tussenpersonen die aanbieders en gebruikers met elkaar in contact brengen — via een online platform — en die transacties tussen hen faciliteren ("deelplatformen").

Deze drie actoren vormen dan ook de basis van ons analysekader (Figuur 1). De deeleconomie bestaat uit **transacties** tussen aanbieders en gebruikers die traditioneel via een online platform gebeuren. Die transacties kunnen diverse activiteiten betreffen (zoals transport, accommodatie, huishoudelijke diensten, etc.). Ook de aard van de transactie kan verschillende vormen aannemen, zoals delen, ruilen, huren, lenen, schenken, etc. Dat verklaart de nood aan een conceptuele afbakening van de deeleconomie om duidelijk te maken welke aspecten algemeen ingedeeld worden in de deeleconomie, en welke transacties erbuiten vallen.

Aan de **aanbodzijde** spelen zowel de dienstverleners ('peers' en 'professionals') als de deelplatformen een rol. Elke actor biedt diensten of goederen aan als antwoord op een bepaalde behoefte van een bepaalde groep gebruikers (zowel particuliere consumenten als organisaties). Wat wordt aangeboden op welke manier komt tot uiting in het businessmodel van deelplatformen, net als eventuele samenwerking met andere actoren. Hun financieringsmodel geeft bovendien aan hoe ze zich verankeren in de samenleving.

Aan de **vraagzijde** zijn er verschillende types gebruikers, zowel organisaties als particulieren. Ze kunnen vanuit verschillende beweegredenen actief zijn in de deeleconomie. Die motivatie leert net als de drempels die worden ervaren, waarom men wel of niet bereid is om iets te delen i.p.v. te kopen. Bovendien kunnen gebruikers net als aanbieders vanuit hun persoonlijke ervaring aangeven of ze ook in de toekomst gebruik zullen maken van de deeleconomie. Zo kan worden nagegaan in welke mate de deeleconomie reeds is doorgedrongen in Vlaanderen en welke evolutie kan worden verwacht naar de toekomst toe.

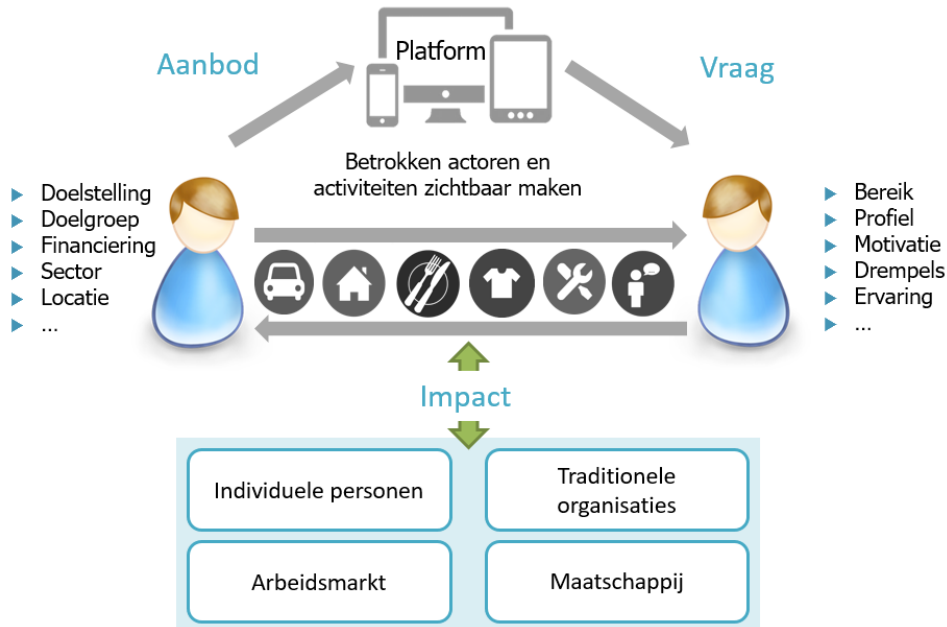
---

<sup>2</sup> Zie bijvoorbeeld **websites** zoals '<https://www.bewustverbruiken.be/rubriek/gedeelddoor>' en **publicaties** zoals '*Deel de toekomst - 65 maatregelen voor de deeleconomie in een veerkrachtig Vlaanderen*' dat Bond Beter Leefmilieu, Velt, Netwerk Bewust Verbruiken, Taxistop, Autopia, Samenhuizen en Voedselteams in 2014 publiceerden.



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

Figuur 1 : Analyse kader



Bron: IDEA Consult

## 1.4 Ingezette kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden

### ► Desk research

Deskstudie zetten we in voor de screening en analyse van diverse bronnen uit binnen- en buitenland. De referentielijst voor deze studie is opgelijst in Bijlage 1/. Deze bronnen geven een eerste indicatie van de definitie, kenmerken en impact van de deeleconomie, ook in termen van werkgelegenheid. Het gaat onder meer om de volgende documenten:

- Wetenschappelijke publicaties. Zij analyseren niet alleen de definitie en afbakening van het concept 'deeleconomie', maar ook andere factoren zoals profielkenmerken en gehanteerde business modellen.
- Documenten die door spelers in de Vlaamse deeleconomie publiek worden gemaakt, hoewel het niet altijd duidelijk is in welke mate de gepubliceerde informatie objectief is, biedt ze uit eerste hand informatie over de visie en prestaties van de betrokken actoren.
- Beleidsdocumenten maken duidelijk in welke institutionele context de deeleconomie evolueert en hoe beleidsactoren op verschillende niveaus aankijken tegen deze evoluties.
- Andere publicaties zoals rapporten van sociale partners, middenveldorganisaties of belangengroepen tonen hoe verschillende stakeholders aankijken tegen de deeleconomie.



## ► Veldwerk







Niet alle informatie die nodig is om de onderzoeksvragen te beantwoorden, is publiek beschikbaar. Daarom verzamelden we ook zelf data om inzicht te verwerven in de omvang van de deeleconomie in Vlaanderen en in de onderliggende processen. Dit vroeg een mix van kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethoden.

### Diepte-interviews

Om grondig inzicht te verwerven in wat er leeft bij platformen die actief zijn in de deeleconomie, werden zij geconsulteerd via diepte-interviews. Deze interviews werden georganiseerd aan de start van het onderzoek. Aanvullend vonden ook gesprekken plaats met uiteenlopende stakeholders en experts, zoals Tabel 1 weergeeft.

- Verkennende gesprekken met sociale partners en experts focusten voornamelijk op hun ervaring met de deeleconomie, de invulling van wat het inhoudt en de gepercipieerde troeven en aandachtspunten. Ook opportuniteiten en uitdagingen naar de toekomst toe, kwamen tijdens het gesprek aan bod.
- Interviews met vertegenwoordigers van deelplatformen waren er voornamelijk op gericht om inzicht te verwerven in hun ontstaansgeschiedenis, evolutie en werkwijze. Er werd ook ingegaan op de rol van regelgeving op hun werking, op hun relatie tot de traditionele economie en op de verwachte toekomstige evolutie.

Tabel 1: Overzicht van de uitgevoerde interviews

| Rondetafelgesprekken sociale partners & experts                                     |  |       |     |                 |       |
|---|--|-------|-----|-----------------|-------|
| 1.  | Auteurs Memorandum Vlaamse deeleconomie <sup>3</sup> |       |     |                 | 2/03  |
| 2.  | Werkgeversfederaties (+ SERV)                        |       |     |                 | 14/03 |
| 3.  | Vakbonden (+ SERV)                                   |       |     |                 | 28/03 |
| 4.  | Plan C   |       |     |                 | 13/03 |
| 5.  | Levi Vermote   |       |     |                 | 7/03  |
| Interviews met vertegenwoordigers van deelplatformen                                |  |       |     |                 |       |
|  | 6. Peerby  | 14/03 | 12. | FLOW2           | 6/04  |
|  | 7. FLAVR   | 20/03 | 13. | Thuisafgehaald  | 11/04 |
|  | 8. Airbnb  | 28/03 | 14. | Couchsurfing    | 13/04 |
|  | 9. Uber  | 6/04  | 15. | Blablacar       | 7/04  |
|  | 10. Listminut  | 10/04 | 16. | Konnektid       | 7/04  |
|  | 11. Fairfin (Muntuit)                                | 18/04 | 17. | LETS Vlaanderen | 28/04 |
| Bijkomende gesprekken   |  |       |     |                 |       |
|   | 18. Smart.be   |       |     |                 | 26/04 |
|   | 19. Colab.be   |       |     |                 | 13/06 |

<sup>3</sup> Bond Beter Leefmilieu, Netwerk Bewust Verbruiken, Taxistop, Autopia, Samenhuizen, Velt en Voedselteams. Deel de toekomst. 65 maatregelen voor de deel-economie in een veerkrachtig Vlaanderen.

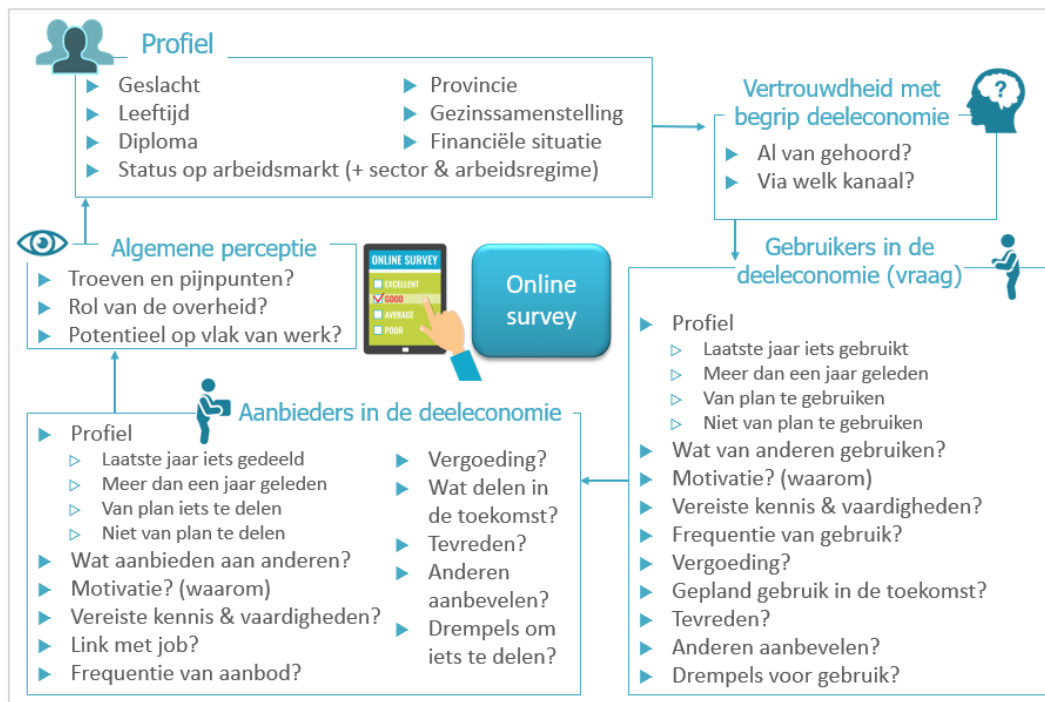




## Online enquête

Om een duidelijk beeld te krijgen van de mate waarin de deeleconomie is doorgedrongen in Vlaanderen, organiseerden we ook een online enquête bij een panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar. Zo kon worden gemeten in hoeverre Vlamingen reeds goederen en diensten aanbieden of gebruiken voor verschillende types activiteiten in de deeleconomie. Het laat ook toe om na te gaan in welke mate particuliere aanbieders en gebruikers over de nodige competenties beschikken om actief te zijn in de deeleconomie. Figuur 2 toont de onderwerpen die in de vragenlijst werden opgenomen.

Figuur 2: Structuur van de vragenlijst



Bron: IDEA Consult

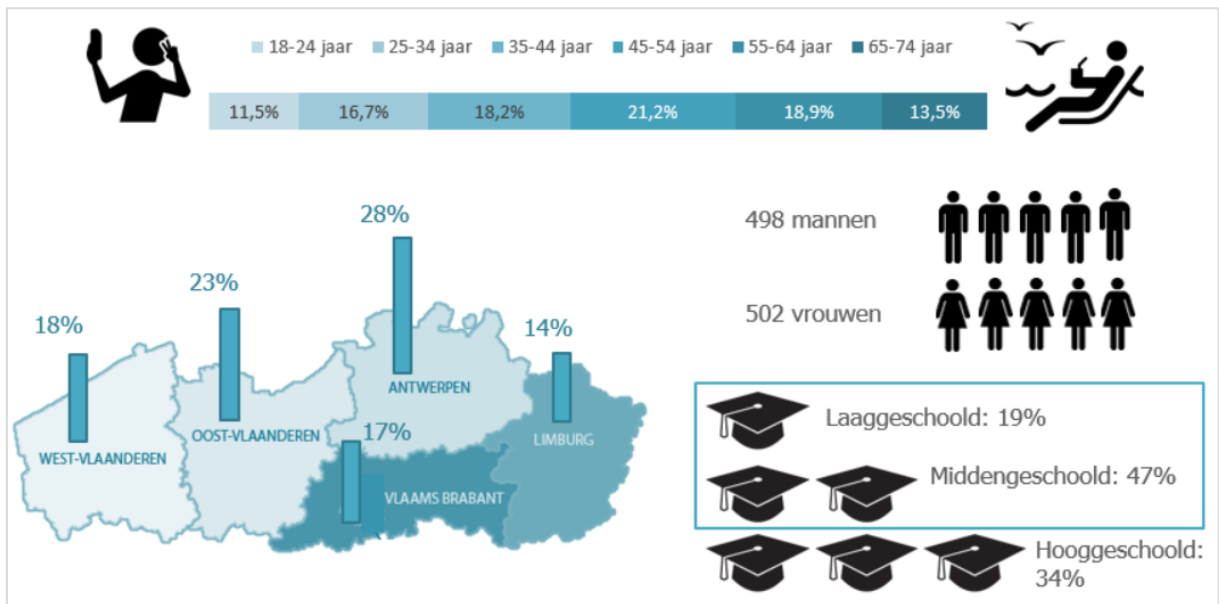
De enquête werd gelanceerd op 19 juni 2017 en stond een maand online tot een representatieve steekproef van 1.000 Vlamingen tussen 18 en 75 jaar oud werd bereikt. De steekproef is representatief naar geslacht, leeftijd, provincie en studieniveau (hoogopgeleiden versus lager geschoolden). De quota die aangeven in welke mate de verschillende bevolkingsgroepen in Vlaanderen vertegenwoordigd zijn in de steekproef (cf. Figuur 3), werden gekruist. Op die manier werd er binnen elke provincie voor gezorgd dat zowel voor mannen als vrouwen het aandeel hooggeschoolden per leeftijdsgroep klopt.

## Workshop

Het samenbrengen van verschillende stakeholders uit de deeleconomie maakt het mogelijk om de potentiële effecten te bespreken vanuit verschillende perspectieven. Experten, vertegenwoordigers van sociale partners en beleidsmakers werden samengebracht om tijdens een workshop elk vanuit hun expertise bij te dragen aan de discussie. Zij gaven aan waarom ze de doorheen het onderzoek geïdentificeerde effecten wel of niet herkenbaar of relevant vonden voor Vlaanderen. Tijdens de open discussie kwamen positieve en negatieve effecten aan bod voor personen, organisaties, de arbeidsmarkt en de samenleving.



Figuur 3: Samenstelling van het panel (N=1.000)



Opmerking: Bevolking (18-74 jaar) naar geslacht, leeftijd, onderwijsniveau en provincies (2015)

Bron van de quota: FOD Economie - Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie - EAK (Bewerking Steunpunt Werk)

## 1.5 Leeswijzer

Na dit eerste, inleidende hoofdstuk, is de studie verder als volgt opgebouwd:

- ▶ In Hoofdstuk 2 wordt stapsgewijs toegewerkt naar de definitie die we in deze studie hanteren om de deeleconomie af te bakenen.
- ▶ Hoofdstuk 3 gaat in op de schaal van de deeleconomie in Vlaanderen en de verwachte evolutie.
- ▶ Het vierde hoofdstuk kadert de context waarin de deeleconomie de afgelopen jaren ontstond en een sterke groei kende.
- ▶ Hoofdstuk 5 focust op de deelplatformen en de specifieke kenmerken die hen typeren.
- ▶ Het zesde hoofdstuk beschrijft de vraagzijde van de deeleconomie in Vlaanderen.
- ▶ In Hoofdstuk 7 verschuift de focus naar de aanbodzijde en wordt er gekeken naar mensen die iets ter beschikking stellen.
- ▶ Hoofdstuk 8 biedt een overzicht van de verwachte positieve en negatieve effecten die personen, organisaties, de arbeidsmarkt en de bredere samenleving kunnen ervaren door de opkomst van de deeleconomie.
- ▶ Het negende hoofdstuk kadert de discussie over regelgevende aspecten.
- ▶ Het tiende en laatste hoofdstuk vat de voornaamste bevindingen van deze studie samen. Ter afsluiting van het rapport worden ook beleidsaanbevelingen geformuleerd.



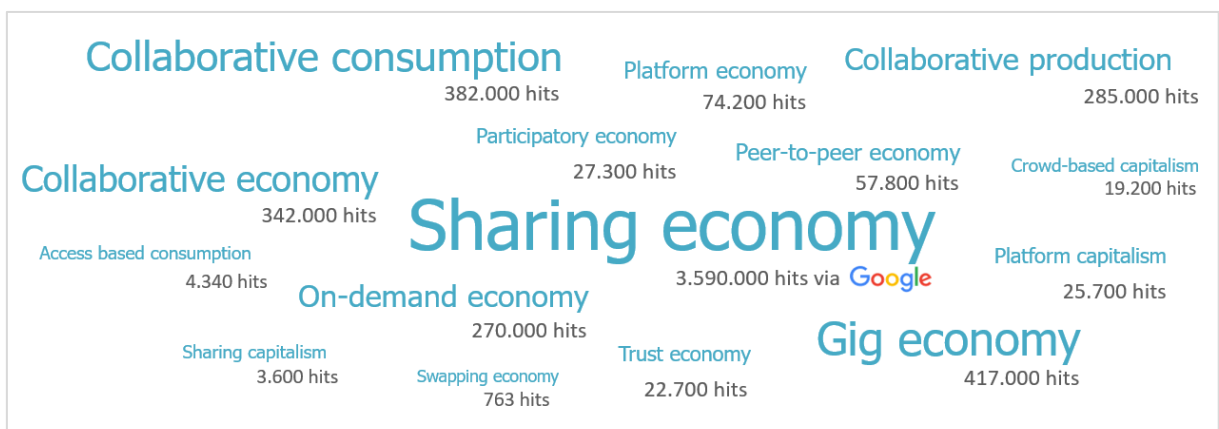
## 2/ Afbakening van het concept 'deeleconomie'

*"Platforms want to be under the big tent of the 'sharing economy', because of the positive symbolic value of sharing."*

*- Frenken en Schor, 2017 -*

Het analyseren van de deeleconomie start met een goed begrip van het concept. Door de snelle opkomst van de deeleconomie is het een containerbegrip geworden, waar allerlei sterk verschillende activiteiten in ondergebracht worden. Weten wat 'de deeleconomie' inhoudt, is echter een vereiste om af te bakenen wat wel en niet binnen de scope van deze studie past. Die inhoudelijke afbakening laat ons bovendien toe om klaarheid te scheppen in de wildgroei van begrippen die de afgelopen jaren opdoken om het opkomende fenomeen te vatten (cf. Figuur 4). De veelheid aan termen illustreert de conceptuele verwarring die momenteel heerst.

Figuur 4: Gehanteerde termen voor het fenomeen 'deeleconomie'



Bron: IDEA Consult o.b.v. Google (7 juli 2017)

Ook over de samenhang tussen deze concepten bestaat discussie. Sommigen gebruiken ze als synoniemen (vb. Codagnone et al., 2016a; HOTREC, 2015; Kathan et al., 2016; Katz & Krueger, 2016), terwijl anderen wijzen op verschillen in betekenis. Rachel Botsman, één van de pioniers op het vlak van deeleconomie, geeft bijvoorbeeld aan dat de deeleconomie een onderdeel is van collaboratieve consumptie, wat op zijn beurt een onderdeel is van de collaboratieve economie. Zoals verder in dit hoofdstuk blijkt, verschillen de visies op het concept echter sterk. De discussie toont wel dat het om een hybride concept gaat, dat op verschillende manieren kan ingevuld worden.

Het is die inhoudelijke invulling van het fenomeen, die centraal staat in deze studie, en niet de gehanteerde term. Qua terminologie gebruiken we de Nederlandstalige variant van de meest gangbare term 'sharing economy', i.e. 'deeleconomie'. Deze term werd in 2015 opgenomen in het van Dale – woordenboek. Deeleconomie wordt er zeer ruim gedefinieerd als 'economisch systeem gebaseerd op het delen van goederen en diensten'. In wat volgt, diepen we deze invulling verder uit om te vatten wat het huidige debat rond de deeleconomie precies inhoudt, maar ook om te kunnen inschatten in welke richting de deeleconomie verder kan evolueren in Vlaanderen.



In dit hoofdstuk onderscheiden we voor de inhoudelijke afbakening van het concept 6 dimensies om de complexiteit te reduceren en gelijkenissen en verschillen zichtbaar te maken tussen verschillende visies.



## 2.1 Wat is 'delen'?

Een eerste aspect betreft de aard van de transactie: welke handelingen worden als 'delen' beschouwd in de context van de deeleconomie? Puur taalkundig stellen we vast dat 'delen' een erg ruim begrip is. Het van Dale-woordenboek kent er de volgende acht betekenissen aan toe:

1. in delen splitsen
2. verdelen, elk zijn aandeel geven resp. dat nemen
3. gemeenschappelijk hebben
4. m.b.t. berichten doorsturen aan, verspreiden onder anderen
5. niet algemeen erven
6. rekenkunde uit een getal en een gegeven factor de andere factor vinden
7. instemmen met ...
8. (wederkerend) zich splitsen

De invulling van het begrip 'delen' varieert bijgevolg van symbolisch een mening delen tot letterlijk iets in zijn geheel delen met andere personen, al dan niet samen op hetzelfde moment (vb. een kantoor, een auto), of tot iets opsplitsen en afzonderlijk gebruiken (vb. voedsel, winst). Onderzoek leert echter dat niet elke transactie in aanmerking komt als 'delen' in de context van de deeleconomie.

De meeste studies benaderen de deeleconomie vanuit een consumptieperspectief, nl. vanuit het 'gezamenlijk gebruiken' (e.g. Hamari et al, 2016). Onderzoekers die zich toelagen op de definiëring van deeleconomie, zoals Rachel Botsman en Koen Frenken, beschouwen het als deel van collaboratieve consumptie. Deze consumptiegeoriënteerde focus heeft ook een pragmatische grondslag. Europees onderzoek wijst er nl. op dat collaboratieve productie vooralsnog kleinschalig is en minder juridische problemen kent (m.u.v. intellectueel eigendom) (Codagnone et al., 2016b). Dit verklaart waarom de focus van beleidsinterventie en ondersteunend onderzoek zich in eerste instantie beperkt tot activiteiten gericht op delen in de betekenis van gezamenlijk gebruiken. Toch benadrukken onderzoekers (e.g. Codagnone et al., 2016b) dat minder bestudeerde initiatieven, zoals degene gericht op collaboratieve productie, ook deel uitmaken van de deeleconomie in de brede zin van het woord en dat ze relevant zijn met het oog op sociale en industriële innovatie.

De transactievormen die in studies beschouwd worden als activiteiten binnen de deeleconomie, kunnen worden opgesplitst in twee groepen die elkaar uitsluiten. De eerste groep betreft transacties die gericht zijn op tijdelijk gebruik, terwijl transacties uit de tweede groep gekenmerkt worden door de overdracht van eigendom.

- ▶ **Tijdelijk gebruik.** De eerste categorie bestaat uit activiteiten gericht op het verschaffen van tijdelijke toegang zodat men zaken kan gebruiken zonder te bezitten. Hieronder vallen vormen van delen als lenen en verhuren, waarbij de transactie bestaat uit het tijdelijk ter beschikking stellen van iets. Tijdelijke huizenruil valt hier bijgevolg ook onder.
- ▶ **Overdracht van eigendom.** Deze tweede categorie omvat activiteiten als ruilen, schenken en verkopen. Kenmerkend voor deze transactievormen is de overdracht van eigendom, die bv. voorkomt in het tweedehands circuit.



Onderzoek naar de deeleconomie kijkt vooral naar transacties waarin 'gebruik' en 'ervaring' centraal staan in plaats van 'bezit' (Belk, 2014; Cheng, 2016, Frenken & Schor; 2017; Hamari et al., 2016; Huefner, 2015; Kathan et al., 2016; SWD(2016)184/F1). Ook in deze studie focussen we daarom op het eerste type transacties. We hanteren daarbij twee basisprincipes om te kunnen spreken van transacties in de deeleconomie:

1. Het moet gaan om tijdelijk gebruik, waarbij er geen overdracht van eigendom is.
2. Het moet gaan om het gebruik van onderbenutte capaciteit, i.e. zaken die beschikbaar zijn, maar niet gebruikt worden door de eigenaar (Botsman, 2013; Frenken en Schor, 2017; Codagnone et al., 2016b; Kathan et al., 2016). Frenken & Schor (2017) benadrukken dat er geen nieuwe capaciteit gecreëerd wordt. Ze lichten dit toe aan de hand van personenvervoer. Wanneer iemand een taxirit bestelt, wordt een nieuwe rit gecreëerd. Zonder de oproep zou de rit immers niet plaatsgevonden hebben. Ze spreken in deze context pas van delen wanneer de passagier een autostoel inneemt die anders leeg zou blijven aangezien de bestuurder de rit sowieso zou maken. Dezelfde rit zou m.a.w. ook plaatsvinden zonder de oproep van de passagier, waardoor er geen nieuwe capaciteit gecreëerd wordt. Dit is waarom liften en carpoolen wel beschouwd worden als deel van de deeleconomie, terwijl taxiriten erbuiten vallen (cf. Benkler, 2004; Frenken & Schor, 2017).

## 2.2 Wat wordt gedeeld?

Een tweede aspect betreft het voorwerp van de deelactiviteiten, nl. wat er gedeeld wordt. In de literatuur wordt hier algemeen weinig aandacht aan besteed. De meeste studies hebben het zeer generiek over 'goederen en diensten'. Als er specifieker op ingegaan wordt, bakenen onderzoekers het af als 'activa, middelen, tijd en vaardigheden' ('assets, resources, time & skills'; cf. PWC, 2016; SWD(2016)184/F1). De kritische vraag die men zich hierbij moet stellen, is of deze zaken deelbaar zijn en onderbenut (cf. paragraaf 2.1). De eerder gemaakte redenering m.b.t. onderbenutte capaciteit stelt zich bv. ook voor accommodatie. Men kan een sofa delen, een kamer, een woning, een tweede verblijf, maar deze zaken worden niet allemaal als deeleconomie beschouwd. Zo merken Frenken en Schor (2017) op dat een woning 'tijdelijk onderbenut' is wanneer de eigenaar op reis is of een leegstaande slaapkamer ter beschikking heeft. In deze context is er sprake van delen binnen de deeleconomie. Dat is niet het geval wanneer iemand een tweede woning koopt en die permanent verhuurt aan toeristen zonder er zelf te verblijven. Dan voert men gelijkaardige activiteiten uit als B&B's en hotels.

Het is de vraag wat wel en niet onder "onbenutte capaciteit" wordt verstaan, die Frenken en collega's kritisch doet kijken naar wat er gedeeld kan worden. Volgens Meelen en Frenken (2014) zijn dit enkel fysieke goederen. Koen Frenken stelt formeel: "fysieke goederen kunnen onbenut zijn, mensen niet" (Frenken 2015). Daarmee gaat hij in tegen andere studies, die stellen dat ook tijd en vaardigheden gedeeld kunnen worden, wanneer iemand zijn of haar talenten wil delen via het verstrekken van diensten. Zoals Figuur 5 illustreert, vallen diensten volgens Frenken en Schor (2017) onder 'op afroep' economie, gekenmerkt door tijdelijke toegang tot diensten tussen consumenten (C2C). Het valt buiten de deeleconomie omdat er geen onderbenutte fysieke goederen gedeeld worden.

*Figuur 5: Situering van de deeleconomie t.o.v. verwante activiteiten*



Bron: Frenken & Schor (2017)



"The collaborative economy has pushed e-commerce into services, many of which are provided offline."

- COM(2016)356/final (2016) -

Andere studies kennen een centrale rol toe aan diensten in de deeleconomie. In de studie die PWC in 2016 uitvoerde in opdracht van de Europese Commissie worden diensten heel breed benaderd en in twee groepen ingedeeld. De onderzoekers maken een onderscheid op basis van de vraagzijde, nl. tussen 'on demand' huishoud diensten en 'on demand' professionele diensten:

- ▶ 'On demand' huishoud diensten stellen gezinnen in staat om toegang te krijgen tot freelancers die hen op afroep ondersteunen met huishoudelijke taken. Denk bijvoorbeeld aan maaltijddiensten en klusjesdiensten.
- ▶ 'On demand' professionele diensten stellen bedrijven in staat om toegang te krijgen tot freelancers die hen op afroep ondersteunen met zaken als administratie, consultancy en accountancy. Ze brengen bedrijven m.a.w. in contact met freelancers die capaciteit ter beschikking hebben. Zo kunnen de organisaties werken met individuele contacten i.p.v. via een externe dienstverlener.

Dit onderscheid impliceert dat on demand huishoud diensten peer-to-peer diensten zijn (P2P), terwijl on demand professionele diensten peer-to-business diensten zijn (P2B). Dit heeft gevolgen voor de aard van dienstverlening, zoals blijkt uit paragraaf 2.6: diensten aan bedrijven worden voornamelijk online/digitaal verleend, terwijl diensten aan personen vaak lokaal en persoonlijk uitgevoerd worden.

Het type diensten dat wordt verleend in de deeleconomie, kan echter nog verder gepreciseerd worden door ook het kwalificatieniveau mee in rekening te nemen. Figuur 6 toont dat op die manier vier types onderscheiden worden (cf. De Groen, Maselli & Fabo, 2016; Codagnone et al., 2016a):

1. Laag tot gemiddeld gekwalificeerde diensten voor bedrijven – Microtaken
  - Vb. kleine digitale routinetaken die bijvoorbeeld via Amazon Mechanical Turk worden gerealiseerd, zoals een tekst overtypen van een ingescande brief of beschrijven wat je op een aantal foto's ziet.
2. Laag tot gemiddeld gekwalificeerde diensten voor peers – Fysieke diensten
  - Vb. fysieke taken die via platformen als ListMinut en Klaar is Kees worden gerealiseerd, zoals klusjes, boodschappen doen, babysitten, etc.
3. Gemiddeld tot hoog gekwalificeerde diensten voor bedrijven – Afgelijnde projecten
  - Vb. projectwerk dat in de markt wordt gezet via platformen als Upwork of Freelancers, zoals de ontwikkeling van software, boekhoudwerk, marketing, etc.
4. Gemiddeld tot hoog gekwalificeerde diensten voor peers – Interactieve diensten
  - Vb. interactieve dienstverlening, zoals het geven van (bij)les, bijvoorbeeld via KonnektID

Figuur 6: Classificatie van diensten in de deeleconomie



Bron: IDEA Consult op basis van Codagnone et al. (2016a)



Een belangrijke kanttekening bij classificaties als die van Frenken en Schor (2017) en Codagnone et al. (2016a) is dat het niet altijd eenduidig te bepalen is of er goederen of diensten worden gedeeld. Er is ook een grijze zone. Het delen van een autorit vraagt bijvoorbeeld veel arbeid gebruik makend van een fysiek goed, terwijl de productie van handgemaakte producten die worden verhandeld via Etsy veel arbeid en vaardigheden vraagt. In beide gevallen gaat het niet louter om goederen of diensten die worden gedeeld.

In deze studie beschouwen we de deeleconomie in brede zin door ervan uit te gaan dat zowel goederen als diensten gedeeld kunnen worden. Met die visie, die ruimer is dan de definitie van Frenken en Schor (2017), sluiten we aan bij de internationale literatuur.

## 2.3 Wie deelt?

### 'Peers'

Om iets te kunnen delen, zijn er minstens twee partijen nodig: iemand die iets wil gebruiken en iemand die het gevraagde aanbiedt. De meeste studies beschouwen delen als een transactie tussen 'peers', i.e. tussen personen of consumenten onderling (e.g. Cheng, 2016; Frenken & Schor, 2017; Hamari et al., 2016, HOTREC, 2015). De redenering achter dit consumer-to-consumer (C2C) of 'peer-to-peer' (P2P) perspectief is dat personen liever iets van elkaar gebruiken dan het te verkrijgen via het traditionele economische circuit. Delen biedt hen m.a.w. de mogelijkheid om traditionele organisaties te omzeilen.

### Bedrijven

Sommige onderzoekers houden hier strikt aan vast en sluiten bedrijven uit (vb. Möhlman, 2014). In dit opzicht benadrukken Frenken en Schor (2017) dat deelactiviteiten die uitgaan van bedrijven geen deel uitmaken van de deeleconomie. Wanneer personen goederen huren/lenen van een bedrijf i.p.v. een andere consument, gaat het volgens hen om product-dienst economie. Het bedrijf behoudt immers de eigendomsrechten van het goed waar de consument tijdelijk toegang tot heeft. Aangezien het product na gebruik wordt teruggebracht, wordt het opnieuw beschikbaar voor een andere gebruiker.

In haar Europese agenda voor de deeleconomie laat de Europese Commissie meer ruimte voor de rol van bedrijven. Ze stelt dat deelactiviteiten vaak uitgaan van private personen, maar onderscheidt twee soorten dienstverleners (COM(2016) 356 final):

- ▶ Particulieren die af en toe diensten aanbieden ("peers");
- ▶ Dienstverleners die in hun beroepshoedanigheid handelen ("professionele dienstverleners").

Deze tweede categorie gaat niet noodzakelijk in tegen bovenstaande opvatting dat het vooral personen zijn die delen. De talrijke freelancers die actief zijn in de deeleconomie zijn immers personen die de activiteiten uitvoeren vanuit professioneel oogpunt. Een heikel punt in de deeleconomie is het moeilijk te maken onderscheid tussen beide types dienstverleners, zoals in paragraaf 2.4 verder toegelicht wordt.

Hoewel 'peers' doorgaans personen zijn, i.e. particuliere consumenten of professionele dienstverleners, lijkt het bereik van de deeleconomie uit te breiden. Ook bedrijven en overheidsinstellingen kunnen gebruik maken van het aanbod in de deeleconomie. Bovendien kunnen ook zij onderbenutte capaciteit ter beschikking stellen, zoals een vergaderruimte of een machine (Codagnone et al., 2016b). Wanneer dit geen deel uitmaakt van hun kernactiviteiten, kunnen zij ook als actor in de deeleconomie beschouwd worden i.p.v. als aanbieder in de product-dienst economie. Hoewel zij vooralsnog in mindere mate actief zijn in de deeleconomie, zien onderzoekers op dat vlak nog een groot potentieel in Vlaanderen (Voka, 2015).

Vanuit pragmatisch oogpunt focussen studies vooral op transacties die uitgaan van particulieren, i.e. peer-to-peer transacties en peer-to-business activiteiten. Het Joint Research Centre van de Europese Commissie geeft hier twee verklaringen voor. Enerzijds vormen deze transacties het grootste deel van de deeleconomie. Anderzijds zijn het voornamelijk die transacties die het wettelijk kader en de economie onder druk zetten. Zij stellen immers belangrijke uitdagingen op verschillende vlakken zoals belastingen, consumentenbescherming en aansprakelijkheid, arbeidsrecht, het al dan niet toegang hebben tot de markt en disruptie van de gevestigde economie. Hierdoor verschillen peers sterk van bedrijven, die actief zijn binnen een wettelijk kader, waardoor business-to-business en business-to-consumer transacties geen nieuwe problemen creëren.



## Platformen

Naast aanbieders/dienstverleners en gebruikers van goederen of diensten onderscheidt de Europese Commissie nog een derde actor in transacties die plaatsvinden binnen de deeleconomie, nl. online deelplatformen (COM(2016) 356 final). Het zijn de digitale platformen die een open marktplaats creëren voor het tijdelijk gebruik van goederen of diensten.

Als intermediaire speler brengen zij aanbieders en gebruikers met elkaar in contact en faciliteren ze transacties tussen hen, bijvoorbeeld door de nodige informatie ter beschikking te stellen. De meeste studies beschouwen deze platformen als kenmerkend voor de deeleconomie (o.a. De Groen & Maselli, 2016; Hamari et al., 2016; HOTREC, 2015; Codagnone et al., 2016b). Intermediaire spelers zetten online platformen in om het voor geografisch verspreide personen en bedrijven mogelijk te maken om anderen toegang te geven tot hun goederen en diensten, op een schaal die voorheen niet mogelijk was (PWC, 2016). Het brede virtueel netwerk ('de community') dat via de online marktplaats tot stand komt, wordt als een kenmerkend element van de deeleconomie beschouwd (cf. paragraaf 2.7).

Toch bekijken zowel academici als beleidsmakers de rol van platformen met een kritische blik. In de Europese definitie van de deeleconomie<sup>4</sup>, spelen de platformen een mediërende rol in de tweezijdige markt, waarin zowel aanbieders als gebruikers hun weg vinden naar platformen. Het is in dit geval het platform dat vraag en aanbod samenbrengt vanuit een rol als digitale database, waar aanbieders en gebruikers elkaar vinden (Todolí-Signes, 2017). Door de online activiteiten kan die matching accuraat en in real time gebeuren. Naast het faciliteren van transacties vervult het platform ook een rol om de kwaliteit van de transacties te garanderen. Platformen beschikken doorgaans over een 'dienst na verkoop' die klachten behandelt en een marketing/sales team dat aanbieders en gebruikers aantrekt en screent. Indien delen betalend is, is het ook het platform dat instaat voor het verwerken van financiële transacties.

Naarmate een platform meer verantwoordelijkheden naar zich toe trekt, groeit de vraag of het gaat om een louter mediërende rol of om een rol als professionele dienstverlener. Deze tweede situatie doet zich voor wanneer het platform regels oplegt aan de aanbieders binnen de deeleconomie, waardoor zij niet langer vrij kunnen beslissen hoe ze tewerk gaan en voor hun werking bijgevolg afhankelijk zijn van het platform. In dat geval moeten platformen voldoen aan de regels die gelden voor professionele dienstverleners, waarbij de aanbieders als hun werknemers worden beschouwd. Aangezien dat met de nodige verplichtingen gepaard gaat (sociale bijdragen betalen, minimumloon garanderen, cao's naleven, etc.), claimen platformen algemeen een intermediaire rol te spelen.

Toch zijn er grote verschillen in de bewegingsruimte die platformen toelaten. Blablacar en Uber zijn bijvoorbeeld twee platformen die het voor particulieren mogelijk maken om een autorit te delen. Blablacar brengt passagiers in contact met bestuurders die het gevraagde traject afleggen en een stoel vrij hebben in de wagen. Het zijn de chauffeurs die de prijs voor de rit bepalen. Deze werkwijze verschilt sterk van Uber, waarbij het platform het tarief bepaalt dat de chauffeurs aanrekenen. Dat centraal bepaalde tarief varieert volgens vraag en aanbod ('surged pricing'). Dit is één van de factoren die verklaren waarom Blablacar algemeen als deelplatform wordt beschouwd, terwijl Uber herhaaldelijk gevraagd wordt aan te tonen waarom chauffeurs geen ondergeschikte werknemers zijn, die in de praktijk actief zijn als zelfstandigen. Er moet bijgevolg steeds kritisch bekeken worden of platformen daadwerkelijk een intermediaire, informerende rol opnemen als actor in de deeleconomie.

Hoewel er studies zijn die de rol van digitale platformen nuanceren door aan te geven dat transacties *soms* plaatsvinden via platformen (vb. KBS, 2016), volgen we in deze studie de redenering van de Europese Commissie en beschouwen we online platformen als de kenmerkende derde speler in transacties tussen aanbieders en gebruikers in de deeleconomie.

---

<sup>4</sup> De term "deeleconomie" verwijst naar bedrijfsmodellen waarin activiteiten worden gefaciliteerd door deelplatformen die een open marktplaats tot stand brengen voor het tijdelijke gebruik van (vaak door particulieren aangeboden) goederen of diensten. Bij de deeleconomie zijn drie categorieën actoren betrokken: i) dienstverleners die activa, middelen, tijd en/of vaardigheden delen — dit kunnen particulieren zijn die af en toe diensten aanbieden ("peers") of dienstverleners die in hun beroepshoedanigheid handelen ("professionele dienstverleners"); ii) gebruikers hiervan; en iii) tussenpersonen die aanbieders en gebruikers met elkaar in contact brengen — via een online platform — en die transacties tussen hen faciliteren ("deelplatformen"). Bij transacties in de deeleconomie is er algemeen geen sprake van overdracht van eigendom en deze transacties kunnen met of zonder winstoogmerk worden uitgevoerd. (COM(2016) 356 final)





## 2.4 Hoe vaak deelt men?

De frequentie waaraan men mag delen om binnen de deeleconomie te blijven, is een heikel discussiepunt bij onderzoekers en beleidsmakers. De intensiteit van de deelactiviteiten bepaalt immers of het gaat om occasioneel delen als 'peer' of frequent delen als 'professional'. Het onderscheid tussen beide extremen op het spectrum is moeilijk te maken (OECD, 2016). Heel wat personen die regelmatig delen bevinden zich in een grijze zone (zie ook paragraaf 9.7). Het onderscheid tussen peers en professionals heeft nochtans belangrijke gevolgen, onder meer op fiscaal vlak. Dat verklaart waarom er algemeen vraag is naar een schaal die aangeeft wanneer het gaat om occasioneel werk en wanneer de deelactiviteiten beroepsactiviteiten worden. In de praktijk wordt dit op twee manieren geoperationaliseerd:

- ▶ **Inkomensgrens.** In België voerde de federale overheid een fiscale regeling in voor het delen van diensten tussen particulieren via een erkend platform. Die regeling stelt dat inkomsten onder 5.100 euro als occasionele activiteiten beschouwd worden, terwijl hogere inkomsten een zelfstandigenstatuut vereisen (cf. paragraaf 9.4).
- ▶ **"Caps".** Verschillende steden begrenzen het aantal dagen waarop een woning (of een deel ervan) gedeeld kan worden als peer. In Amsterdam is dat bijvoorbeeld beperkt tot maximaal 60 dagen per kalenderjaar. Er mogen ook slechts 4 personen tegelijkertijd in verblijven en zij mogen geen overlast creëren voor de buurt. Om dit af te dwingen sloot de stad een overeenkomst met Airbnb<sup>5</sup>.

## 2.5 Wordt delen vergoed?

De gevraagde tegenprestatie voor het delen van goederen of diensten is de afgelopen jaren mee geëvolueerd met de deeleconomie. Initieel deelden particulieren belangeloos vanuit een vrij idealistisch motief, waarbij altruïsme centraal stond (Hamari et al., 2016). In zijn literatuurstudie bevestigt Cheng (2016) dat het oorspronkelijk om non-profit-initiatieven ging. Na verloop van tijd werden de deelactiviteiten echter steeds meer gecommmercialiseerd. Deze evolutie is onder meer duidelijk voor het delen van woningen. Lang voor het concept deeleconomie in 2010 bekend werd via de bestseller van Rachel Botsman en Roo Rogers, maakte Couchsurfing het sinds 2004 al mogelijk dat reizigers wereldwijd bij elkaar terecht konden door hun huizen te delen. Met de oprichting van Airbnb in 2008 kwam er een commercieel alternatief. Eenzelfde evolutie vond plaats voor autodelen, waar Blablacar sinds 2006 actief is en Uber sinds 2009 een commercieel alternatief biedt.

### **Uiteenlopende visies**

Samen met het toenemende commercieel karakter groeide ook het debat over het al dan niet vergoeden van delen. Sommige onderzoekers staan lijnrecht tegenover elkaar met hun visies. Zo is delen voor Belk (2007) per definitie niet betalend, terwijl er voor Möhlman (2014) steeds een vergoeding of compensatie aan gekoppeld is. Zij vertegenwoordigen als het ware de uitersten van het spectrum. De overgrote meerderheid van de onderzoekers bevindt zich daartussen en stelt expliciet dat delen niet noodzakelijk tegen een vergoeding gebeurt (e.g. Botsman, 2013; Frenken & Schor, 2017; Hamari et al., 2016; HOTREC, 2015; Codagnone et al., 2016b; Plan C, 2014; SWD(2016)184/F1).

Opmerkelijk is dat het standpunt van de onderzoekers van ING op twee jaar tijd radicaal veranderde. In hun studie van 2015 werd deeleconomie expliciet gekoppeld aan consumenten tegen betaling. De studie die in 2017 gepubliceerd werd, stelde echter formeel dat betalende transacties buiten de deeleconomie vallen en beschouwd worden als onderdeel van de platformeconomie. Dit specifieke voorbeeld illustreert dat de afbakening van het concept deeleconomie nog steeds in ontwikkeling is.

### **Drie types van compensatie**

Binnen de deeleconomie gebeuren transacties volgens verschillende modellen, die variëren van volledig non-profit tot winstgedreven modellen. We onderscheiden de volgende drie types:

- ▶ **Geen vergoeding.** Transacties binnen dit type berusten op het principe van wederkerigheid. Via Peerby kunnen personen bijvoorbeeld gratis spullen lenen van mensen uit de buurt en ook zelf registreren wat burens van hen kunnen gebruiken. Dit wederkerigheidsprincipe geldt bijvoorbeeld ook bij Couchsurfing, waar men mensen gratis laat logeren als men dat ook bij hen mag.

---

<sup>5</sup> Bron: <https://www.amsterdam.nl/wonen-leefomgeving/wonen/bijzondere-situaties/vakantieverhuur/>



- ▶ **Kostendeling.** Bepaalde deelactiviteiten gaan gepaard met kosten, zoals de kosten voor benzine, verzekeringen etc. bij autodelen. Bij transacties binnen dit type worden de kosten gedeeld tussen de aanbieders en de gebruikers. Geen van beide partijen draagt bijgevolg de volledige kosten. Blablacar werkt bijvoorbeeld volgens dit principe. Het platform is erop gericht om reiskosten te delen en te voorkomen dat mensen winst maken op carpoolen.
- ▶ **Winstoogmerk.** Sommige transacties vinden plaats binnen een commerciële context. Zij rekenen abonnementskosten aan of houden een commissie in per transactie (Belk, 2014; Codagnone and Martens, 2016; OECD, 2016). Over platformen en subsectoren van de deeleconomie heen, bedraagt die commissie gemiddeld 15% (cf. paragraaf 5.3). Volgens de Koning Boudewijnstichting wordt in deze context over 'deelcapitalisme' gesproken (KVS, 2016).

Deze drie modellen bestaan naast elkaar, al lijken meer recente platformen zich vooral in het commerciële circuit te situeren. De oorspronkelijk altruïstische principes van de deeleconomie worden bijgevolg ingezet om winst te genereren (OECD, 2016). In dit opzicht merkt de Europese horecafederatie HOTREC (2015) op dat het verhuren van volledige wooneenheden bijdroeg tot de verandering in visie. Voorheen waren deelactiviteiten gericht op het verhuren van onbenutte capaciteit zoals een logeerbed of een sofa in ruil voor een symbolische vergoeding (gewoonlijk om de kosten te dekken). Volgens hen droeg het delen van woningen bij tot de evolutie van 'ruimte delen' tot 'verhuren' voor winst.

## 2.6 Waar wordt gedeeld?

Door de centrale rol van digitale platformen in deeltransacties (cf. paragraaf 2.3), gebeurt minstens een deel van de transactie online. Wanneer het gaat over dienstverlening, besluiten literatuurstudies die in 2016 werden gepubliceerd (Cheng, 2016; Codagnone et al., 2016b) dat online transacties (vb. via Airbnb) vaak gevolgd worden door persoonlijke interactie wanneer de diensten geleverd worden. Onderzoekers van het Joint Research Center van de Europese Commissie hebben het in deze context over de 'mobiele arbeidsmarkt' ('*mobile labour market*', *MLM*). De matching van vraag en aanbod gebeurt net als de administratieve processen digitaal, maar de diensten worden persoonlijk geleverd, waardoor er fysieke interactie is tussen aanbieder en gebruiker. Wanneer ook de dienstverlening digitaal gebeurt, gaat het om de 'online arbeidsmarkt' ('*online labour market*', *OLM*). Tabel 2 vat de kenmerken van beide arbeidsmarkten samen.

De digitale aard van de online arbeidsmarkt zorgt ervoor dat ze niet plaatsgebonden is en bijgevolg het potentieel heeft om een globale arbeidsmarkt te zijn. Dat zorgt ervoor dat internationale overeenkomsten nodig zijn om deze arbeidsmarkt te reguleren. Dat is een belangrijk verschil met de mobiele arbeidsmarkt, die door de fysieke interactie tussen aanbieder en gebruiker een lokaal karakter heeft. Indien beleidsmakers de mobiele arbeidsmarkt willen reguleren, kan dit bijgevolg via regionale en nationale wetgeving. Voorbeelden van platformen die actief zijn op de online arbeidsmarkt zijn Amazon Mechanical Turk en Upwork. Platformen als FLAVR en Listminute zijn actief in de mobiele arbeidsmarkt.

Tabel 2: Karakteristieken van de online en mobiele arbeidsmarkt

| Online arbeidsmarkt (OLM)                                      | Mobiele arbeidsmarkt (MLM)                            |
|--|---|
| Digitale matching & administratie                              | Digitale matching & administratie                     |
| Dienstverlening op afstand (cognitief)<br>(Potentieel) globaal | Persoonlijke interactie bij dienstverlening<br>Lokaal |
| Internationale overeenkomsten                                  | Nationale wetgeving                                   |

Bron: Codagnone et al. (2016b)

Voor het delen van goederen gaat een gelijkaardige redenering op. De overdracht kan al dan niet fysiek gebeuren. Wanneer het gedeelde goed persoonlijk aan de gebruiker wordt bezorgd door de aanbieder, is er een mobiele markt, terwijl onpersoonlijke leveringen via bv. koerierdiensten als een online markt beschouwd kunnen worden. Zoals bij het leveren van diensten, komen aanbieder en gebruiker in beide gevallen echter via een digitaal platform met elkaar in contact.

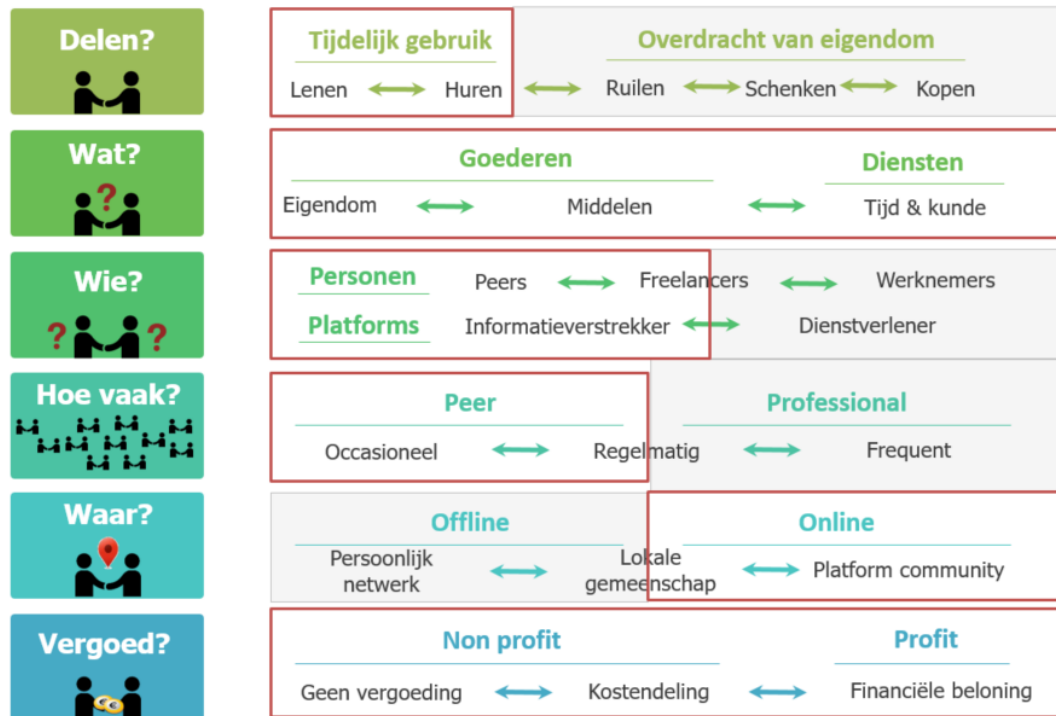
In lijn met deze redenering worden transacties die volledig offline plaatsvinden, i.e. waar de matching niet digitaal gebeurt, in deze studie bijgevolg niet als onderdeel van de deeleconomie beschouwd.



## 2.7 Samenvattende definitie

Bovenstaande paragrafen illustreren de hybride aard van het concept 'deeleconomie', dat vele schakeringen kent en bijgevolg geen zwart/wit verhaal is. Om tot een eenduidige definitie te komen, moeten dan ook keuzes gemaakt worden. Zo is van bij de start duidelijk wat er in deze studie wel en niet wordt verstaan onder deeleconomie.

**In deze studie definiëren we de deeleconomie als een economisch systeem waarbij particuliere consumenten en bedrijven elkaar via een online platform tijdelijk toegang geven tot hun onderbenutte eigendom, goederen en diensten, al dan niet tegen betaling.**



De omvang en het bereik van de deeleconomie evolueren zo snel dat gehanteerde termen en definities op korte termijn verouderd raken, zoals ook de Europese horecafederatie aangeeft (HOTREC, 2015). We beschouwen deze overkoepelende definitie daarom in eerste instantie als een werkdefinitie (en niet dé definitie). Deze definitie geeft meteen ook aan wat in deze studie buiten de deeleconomie valt. De volgende transacties worden op basis van de definitie uitgesloten:

- ▶ Transacties zoals professionele verhuurdiensten & abonnementsformules waarbij het een centraal platform is dat iets aanbiedt (type Cambio, Villo). Dergelijke constructies vallen volgens Frenken en collega's (2015) onder de product-dienst economie, waarbij de consument toegang heeft tot de diensten verbonden aan een product (vb. transport), terwijl het de aanbieder is die eigenaar blijft van het product (vb. de wagen).
- ▶ Transacties waarbij de aanbieder de eigendomsrechten permanent afstaat, zoals ruil, tweedehandsmarkt, en giften.
- ▶ Transacties die de gebruiker toelaten om permanent gebruik te maken van wat de aanbieder deelt, zoals co-housing of groepsaankopen. Hierbij gaat het immers niet om tijdelijk gebruik.
- ▶ Transacties zonder online component, die bijvoorbeeld buiten platformen om gebeuren aangezien het digitale aspect kenmerkend is voor wat bestudeerd wordt als het fenomeen deeleconomie.



Bij deze definitie maken we twee kanttekeningen:

1. **Wat men wil dat deeeconomie is, is niet noodzakelijk wat het is geworden.** Vele initiatieven passen niet (meer) binnen de onderliggende filosofie. Het definiëren van de deeeconomie is een dynamisch gebeuren dat een nauwe opvolging vraagt van de activiteiten die binnen de deeeconomie plaatsvinden. Zo kan worden nagegaan in welke richting het evolueert en welke transacties er wel/niet in ondergebracht kunnen worden.
2. **Hoewel delen een eeuwenoud fenomeen is, kan delen in de deeeconomie wel degelijk als een nieuw concept beschouwd worden.** Onderzoekers onderbouwen dit aan de hand van verschillende argumenten. De hoofdreden om het als 'nieuw' te beschouwen is dat de platformen ervoor zorgen dat mensen ook met volstrekt vreemden delen (Frenken en Schor, 2017). Dit "stranger sharing" (Schor, 2014) maakt het mogelijk dat mensen die elkaar niet kennen en weinig familie, vrienden of burens hebben, toch delen. Er wordt ook op veel grotere schaal gedeeld (Frenken et al., 2015); er zijn meer personen die goederen of diensten ter beschikking willen stellen van anderen. Dit gaat gepaard met de opkomst van intermediairen die aanbieders en gebruikers met elkaar in contact brengen (Huefner, 2015). Bovendien zorgt de digitale matching via algoritmes ervoor dat mensen delen op ongeziene schaal dankzij internet en technologie (e.g. Cohen & Kietzmann, 2014) en dat hun locatie een kleinere rol speelt (ETUI, 2016). Vraag en aanbod kunnen zelfs in real time aan elkaar gelinkt worden, wat voorheen niet mogelijk was. Om deze redenen situeert Möhlman (2015) de deeeconomie tussen delen in familiecontext en gebruikelijke marktactiviteiten.

### Deeeconomie versus platformeconomie

Ook de centrale rol van deelplatformen is eigen aan transacties in de deeeconomie. Het zou echter te kort door de bocht zijn om de deeeconomie te vereenzelvigen met de platformeconomie. Niet elk platform faciliteert immers transacties die vallen onder wat we hierboven 'deeeconomie' noemen. Denk bijvoorbeeld aan platformen die gericht zijn op koerierdiensten, zoals Deliveroo. De door hen aangeboden transportdiensten staan los van de maaltijden die gedeeld worden tussen aanbieder en gebruiker. In dit geval is er bijgevolg geen sprake van de klassieke driehoek met daarin de aanbieder (de kok), de gebruiker (die het eten bestelt) en het deelplatform als tussenschakel tussen beide. Bovendien geeft Frenken (2015) aan dat platformen niet alleen actief zijn in de deeeconomie, maar ook in de tweedehandsmarkt, de markt van professionele verhuurdiensten en e-commerce (cf. Bol.com, amazon.com).

Een belangrijk aandachtspunt zijn verder de grote verschillen tussen transacties die via een eenzelfde platform gebeuren. Neem bijvoorbeeld het delen van accommodatie via Airbnb. Sommige personen delen een vrijstaande kamer of hun woning wanneer ze op reis zijn. In deze gevallen gaat het duidelijk om het ter beschikking stellen van onderbenutte capaciteit en worden de deelactiviteiten als onderdeel van de deeeconomie beschouwd. Wanneer het echter gaat om het aanbieden van een tweede verblijf, of een hele blok appartementen, kan men het bezwaarlijk 'onderbenutte capaciteit' noemen. Toch gebeuren dergelijke transacties via hetzelfde platform. Het is daarom belangrijk om deelactiviteiten te definiëren op transactiebasis.

### Verwante activiteiten

Op Europees vlak geeft het Joint Research Center (2016) aan dat er een overlap bestaat tussen de deeeconomie en sectoren zoals de digitale economie en e-commerce, vooral wanneer het gaat om het leveren van diensten. De platformeconomieën zijn gekenmerkt door een gelijkaardige zakelijke en technologische kant, gebaseerd op transacties. Bovendien hebben verschillende transacties die gebeuren binnen de deeeconomie ook een aantal kenmerken gemeenschappelijk met de sociale economie, zoals "het sociale/maatschappelijke oogmerk, de horizontale besluitvorming, en het gedeeld gebruik van de middelen" (KBS, 2016).

Tot slot zijn er ook andere activiteiten die een vorm van delen zijn, maar niet 100% aansluiten bij de hierboven geformuleerde werkdefinitie:

- ▶ Platformen als Wikipedia, Youtube, etc. die iedereen de mogelijkheid geven om content te creëren, en die content ook vrij toegankelijk maken via open access.
- ▶ Uitwisselingsnetwerken zoals LETS-groepen, die in de eerste plaats lokaal georganiseerd worden en niet noodzakelijk via een platform georganiseerd worden. Wederkerigheid staat er centraal; het gaat om iets doen voor elkaar, niet om het delen van goederen. Het is ook niet de bedoeling enkel oproepen te lanceren zonder ook zelf iets ter beschikking te stellen van de andere personen uit het netwerk. Bovendien worden diensten niet uitgedrukt in euro's, maar worden ze wel binnen de gemeenschap gewaardeerd.



- ▶ Gemeenschapsmunten, die een instrument zijn voor organisaties, ngo's, (lokale) overheden etc. die een uitgebreid instrumentarium ter beschikking hebben (gas-boetes, gemeentereglement, subsidies, sensibilisering etc.) en toch hun doelen niet gerealiseerd zien. Het is een instrument waarmee het gedrag van mensen gestimuleerd wordt, zodat ze bijvoorbeeld de buurt netjes houden of beter afval sorteren. Mensen worden pas beloond wanneer ze iets doen dat aansluit bij de vooraf bepaalde doelstellingen en met die beloning kan men nadien iets doen dat ook binnen de doelstellingen past.

## 2.8 Visie van experts en deelplatformen

Tijdens de interviews werd het belang van een gemeenschappelijke definitie genuanceerd. De geïnterviewden vinden het vooral belangrijk om te weten wat er gebeurt, zodat er op een gepaste manier mee omgegaan kan worden. Aangezien iedereen de term 'deeleconomie' anders gebruikt, heeft het volgens de geconsulteerde experts, sociale partners en deelplatformen weinig zin om zich blind te staren op de definitie of zich vast te pinnen op de gehanteerde terminologie.

Om enigszins het overzicht te bewaren, onderscheidt men bij Plan C, dat sinds 2017 bij de OVAM is ingebed als organisatie voor circulaire economie in Vlaanderen, 3 grote 'types' deelactiviteiten.

1. Product Service Systems, waarbij een centrale eigenaar de producten bezit (zoals Villo of Cambio voor transport). Het gebruiken van producten i.p.v. ze te bezitten vormt de centrale eigenschap.
2. Platformeconomie, waarbij eigendom gekapitaliseerd wordt om iets bij te verdienen. Hieronder vallen situaties waarbij personen dingen die ze bezitten, uitlenen tegen een vergoeding, die hoger is dan loutere kostendeling. Ook sociale partners plaatsen alle deelactiviteiten met winstoogmerk onder 'platformeconomie'.
3. Netwerkdelen, commons, waarbij het gaat om samenwerkingsverbanden tussen mensen gekenmerkt door zelforganisatie en zelfregulering, maar los van markt en staat. Vaak gebeurt dit waar de markt en de overheid tekort schieten. Denk bijvoorbeeld aan initiatieven die ontstaan om een tekort aan kinderopvang op te vangen via coöperatieven waarin ouders een beurtrol opnemen om samen de kinderen op te vangen.

Toch wordt ook bij deze typologie benadrukt dat het geen zwart/wit verhaal is. Bedrijfsmodellen van verschillende deelplatformen bestaan uit een combinatie van meerdere types (cf. paragraaf 5.2). Eenzelfde platform kan zowel een model hebben dat onder het netwerkdelen valt, als een model dat ondergebracht wordt in de platformeconomie. Het basisprincipe blijft wel het delen van voorwerpen door meerdere personen. Doorheen de interviews werden onderstaande kenmerken daar systematisch aan gelinkt:

- ▶ Sociale interactie tot stand brengen;
- ▶ Capaciteit optimaal benutten;
- ▶ Consumenten via gebruik i.p.v. bezit;
- ▶ Mediair uitschakelen;
- ▶ Lage transactiekost realiseren (= game changer).

*"Vroeger klopte je bij mensen aan, nu is het aankloppen een app geworden. Technologie maakt het eenvoudig om het aankloppen te doen (en in 1 keer op 100 deuren). Het is de oude sociale structuur in een modern jasje."*

– Quote uit de interviews –

Verschillende geïnterviewden merkten bovendien op dat in eerste instantie aanbodgestuurde platformen onder de deeleconomie vallen. Denk bijvoorbeeld aan een platform als Blablacar, waar het aanbod sowieso aanwezig is, ook zonder oproep. De rit vindt m.a.w. ook plaats zonder extra passagier. Dit staat in contrast met vraaggestuurde platformen, die een oproep afwachten om iets aan te bieden, zoals bv. Uber doet. Het aanbodgedreven karakter hangt samen met het principe van onderbenutte capaciteit dat in de definitie centraal staat.



Ook aan de platformen werd gevraagd of zij hun activiteiten als deel van de deeleconomie beschouwen. Hun antwoorden leren dat zij zichzelf niet altijd in 'de deeleconomie' plaatsen.

- ▶ Bij Uber ligt de focus op de werking van het concept, niet op het in hokjes plaatsen van activiteiten. Er wordt bijgevolg niet stilgestaan bij de precieze definiëring van wat deeleconomie genoemd wordt.
- ▶ Platformen als Airbnb, FLAVR en Listminut plaatsen zich er gedeeltelijk in. De aard van de transactie is daarbij doorslaggevend. Naast privéwoningen worden op Airbnb bijvoorbeeld ook hotel- en gastenkamers aangeboden (al wordt nog steeds 85% van de accommodaties door 1 persoon beheerd, waardoor men ervan kan uitgaan dat het gaat om privé-woningen). Bij FLAVR, één van de platformen die werden erkend voor de fiscale regeling rond deeleconomie, benadrukt men in eerste instantie de focus op peer-to-peer transacties (P2P). Naar hun aanvoelen is delen een onderdeel van P2P, terwijl P2P niet de facto deeleconomie is. Ook Listminut, een ander erkend platform, gebruikt eerder de term peer-to-peer economy. Zelfstandigen die via het platform actief zijn (zoals loodgieters) hebben volgens hen niets te maken met delen.
- ▶ Andere platformen plaatsen zich wel onder de deeleconomie, ook wanneer enkel kennis of diensten aangeboden worden. Zo verduidelijkte Konnektid bijvoorbeeld dat het platform gericht is op mensen die tijd over hebben en kennis beschikbaar hebben, en dat dan delen met andere mensen. Op die manier vallen zij ook onder de definitie die we in deze studie hanteren.



## 3/ Schaal van de deeleconomie in Vlaanderen

Een belangrijke oefening van deze empirische studie is het zichtbaar maken van de omvang van de deeleconomie in Vlaanderen. De deeleconomie krijgt steeds meer aandacht van beleidsmakers, onderzoekers en journalisten. Toch is momenteel niet duidelijk of het inmiddels om een wijdverspreid gegeven gaat, of over een opkomend fenomeen dat nog maar net uit de startblokken geschoten is.

Om de schaal van de deeleconomie in Vlaanderen te kunnen inschatten, gaan we in twee stappen tewerk. We starten met een bespreking van de huidige stand van zaken (i.e. anno 2017). Daarna gaan we dieper in op de verwachte ontwikkeling naar de toekomst toe. Door de snelle ontwikkeling van de deeleconomie is dat geen evidente oefening. Om tot betrouwbare uitspraken te kunnen komen, worden de bevindingen uit wetenschappelijk onderzoek, interviews en de georganiseerde panelbevraging daarom net als in de andere hoofdstukken aan elkaar afgetoetst.

### 3.1 Stand van zaken

#### 3.1.1 Voorgaand onderzoek

Volgens schattingen van PWC<sup>6</sup> genereerden de deelplatformen en de aanbieders van goederen en diensten op Europees niveau bruto-inkomsten van bijna 28 miljard euro in 2015; tegen 2025 zou dat bedrag stijgen tot 570 miljard euro. Hoewel deze cijfers een indicatie geven van de omvang van de deeleconomie in termen van transactiewaarde, zeggen ze weinig over de participatiegraad. Ze tonen niet in welke mate de deeleconomie zijn weg vond naar de brede bevolking; de waarde kan immers ook binnen een specifieke bevolkingsniveau gegenereerd worden. Onderzoek hieromtrent (PWC, 2016) toont dat een relatief klein, maar sterk groeiend deel van Europese consumenten actief is in de deeleconomie als aanbieder of gebruiker.

Dit sluit aan bij de 'early adopter'-fase uit het innovatie- en adoptiemodel van Rogers (2003). Zoals Figuur 7 weergeeft, toont dit model dat nieuwe producten (zoals deelplatformen) stapsgewijs doordringen in de markt:

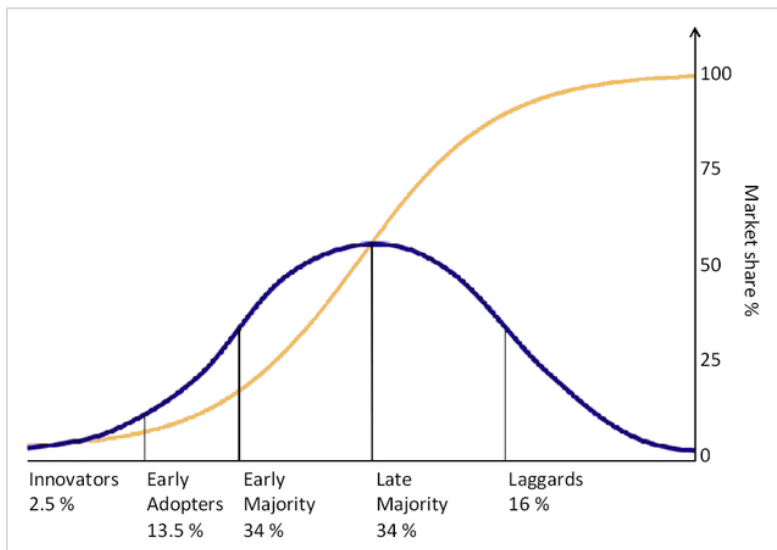
- ▶ Innovators staan open voor nieuwe ervaringen en maken als eerste gebruik van een product of dienst. Zij vertegenwoordigen 2,5% van het totale marktaandeel.
- ▶ Early adopters vertegenwoordigen de volgende 13,5% en zorgen voor snelle groei. Zij worden als de belangrijkste groep beschouwd omdat ze als voorbeeld dienen voor de volgende kopers.
- ▶ In de 'early majority' (34% van het totaal) vindt een grote groep van de bevolking zijn weg naar de nieuwe producten en diensten. Zij zijn echter relatief voorzichtig en wachten de ervaring van de early adopters af.
- ▶ Personen uit de 'late majority' (34% van het totaal) zijn voornamelijk volgers: zij gebruiken de nieuwe producten en diensten wanneer het grootste deel van de markt hen al vooraf ging. In deze fase neemt de groei af.
- ▶ De laatste 16% die toetreedt zijn de 'laggerds', personen die het minst open staan voor verandering.

---

<sup>6</sup> Bron : persbericht PWC 27 juni 2016. Online raadpleegbaar via <http://press.pwc.com/News-releases/europe-s-five-key-sharing-economy-sectors-could-deliver--570-billion-by-2025/s/45858e92-e1a7-4466-a011-a7f6b9bb488f>



Figuur 7: Graduele verspreiding van innovatie



Bron: Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York, NY: Free Press.

Recent cijfermateriaal maakt het mogelijk om België naast andere Europese lidstaten te situeren op deze curve. In 2016 werden immers cijfers gepubliceerd over de vertrouwdheid van de bevolking (EU 28) met deelplatformen<sup>7</sup>. Voor de bevraging werden deelplatformen gedefinieerd als online tools die transacties mogelijk maken tussen aanbieders en gebruikers van diensten. Daarbij werd benadrukt dat het om allerlei diensten kan gaan, gaande van het (ver)huren van accommodatie en autodelen tot klusjes. Hoewel niet benadrukt werd dat het om tijdelijk gebruik van onderbenutte capaciteit gaat, sluit deze definitie in grote mate aan bij de definitie die in paragraaf 2.7 geformuleerd werd.

In de bevraging werd gepeild naar de ervaring van respondenten met deelplatformen. Tabel 3 toont de verschillende antwoordopties en de resultaten voor België en de EU28. De cijfers tonen dat deelplatformen aanzienlijk minder bekend zijn in België; 61% van de Belgische respondenten had er nog nooit van gehoord, tegenover 46% van de Europeanen (inclusief Belgen).

Tabel 3: Aandeel inwoners dat al een deelplatform gebruikte

|   | EU28 | België |
|---|------|--------|
| Nog nooit van deelplatformen gehoord  | 46%  | 61%    |
| Van deelplatformen gehoord, maar ze nooit bezocht                             | 35%  | 30%    |
| Op één of meer van deelplatformen geweest en betaald voor een dienst          | 4%   | 2%     |
| De diensten van deelplatformen af en toe gebruikt (een keer per paar maanden) | 9%   | 4%     |
| De diensten van deze platformen regelmatig gebruikt (minstens elke maand)     | 4%   | 2%     |

Opmerking bij de cijfers: Van de Europese respondenten gaf 1% geen antwoord en zei 1% het niet te weten. Van de Belgische respondenten gaf 1% spontaan een ander antwoord.

Bron: Flash Eurobarometer 438 (Europese Commissie, 2016)

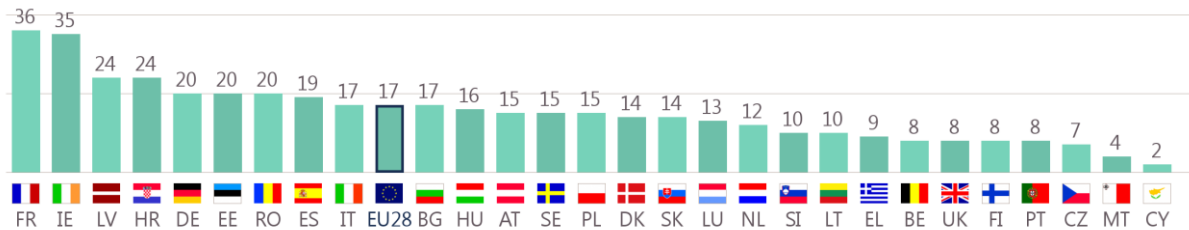
<sup>7</sup> Bron: Flash Eurobarometer 438 van de Europese Commissie. De data zijn gebaseerd op een enquête die in maart 2016 werd afgenomen binnen de 28 EU-lidstaten met 500 respondenten per lidstaat.





Analoog ligt ook het aandeel gebruikers van de platformen substantieel lager. 8% van de Belgische respondenten gaf aan al gebruik gemaakt te hebben van één of meer deelplatformen, terwijl het op Europees niveau om 17% gaat. Zoals onderstaande grafiek toont, bevindt België zich daarmee bij de slechtst scorende landen. Aangezien een participatiegraad van 16% het kantelpunt is om van de 'early adopters' naar de 'early majority' te gaan, suggereren deze cijfers dat de deeleconomie zich in de meeste landen nog tot de 'early adopters' zou beperken.

*Figuur 8: Aandeel inwoners dat al een deelplatform gebruikte (% van 500 inwoners die per land bevestigd werden)*



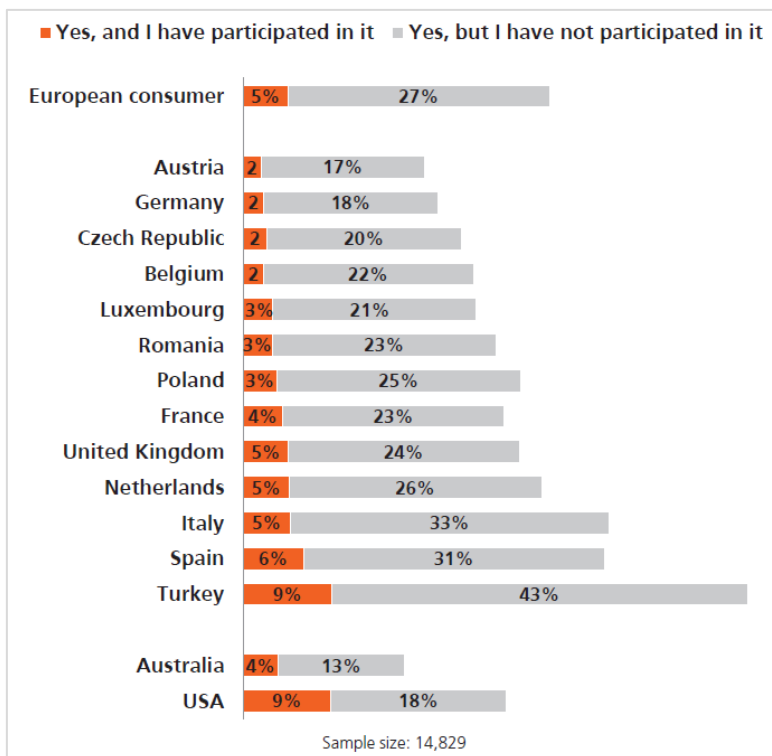
Bron: Flash Eurobarometer 438 (Europese Commissie, 2016)

Deze cijfers liggen aanzienlijk hoger dan de resultaten van de internetsurvey die ING begin 2015 liet uitvoeren (cf. Figuur 9). Hier zijn meerdere verklaringen voor:

- ▶ De ING-studie (2015) hanteerde een andere definitie van de deeleconomie, nl. het tegen betaling gebruiken van goederen die anders niet gebruikt zouden worden (zoals een auto, huis of grasmaaier).
- ▶ De gegevens voor de ING-studie werden ruim een jaar eerder verzameld, wat een groot verschil kan betekenen voor de omvang van een fenomeen dat een exponentiële groei kent.

Ondanks de verschillen in absolute cijfers, tonen beide rapporten dat België zich achteraan het Europese peloton bevindt als het gaat over het gebruik van deelplatformen. In beide studies ligt de participatiegraad zelfs één procentpunt onder de helft van de Europese score.

*Figuur 9: Heeft u al gehoord van de deeleconomie? (% respondenten dat één van onderstaande antwoorden gaf)*



Bron: Survey uitgevoerd in 15 landen in opdracht van ING (2015) met zo'n 1.000 respondenten per land (m.u.v. Luxemburg).



Qua profiel van het bereikte publiek, leert Europees onderzoek (Europese Commissie, 2016) dat het aandeel personen die deelplatformen kennen, hoger is bij personen die

- ▶ tussen 25 en 39 jaar oud zijn;
- ▶ hoger opgeleid zijn;
- ▶ in een stedelijke omgeving wonen;
- ▶ actief zijn als zelfstandige of werknemer.

### 3.1.2 Interviews

Om de stand van zaken in de deeleconomie te beschrijven, deden verschillende geïnterviewden beroep op de terminologie van de traditionele economie. Concreet onderscheidde ze 4 types platformen binnen het landschap van de deeleconomie:

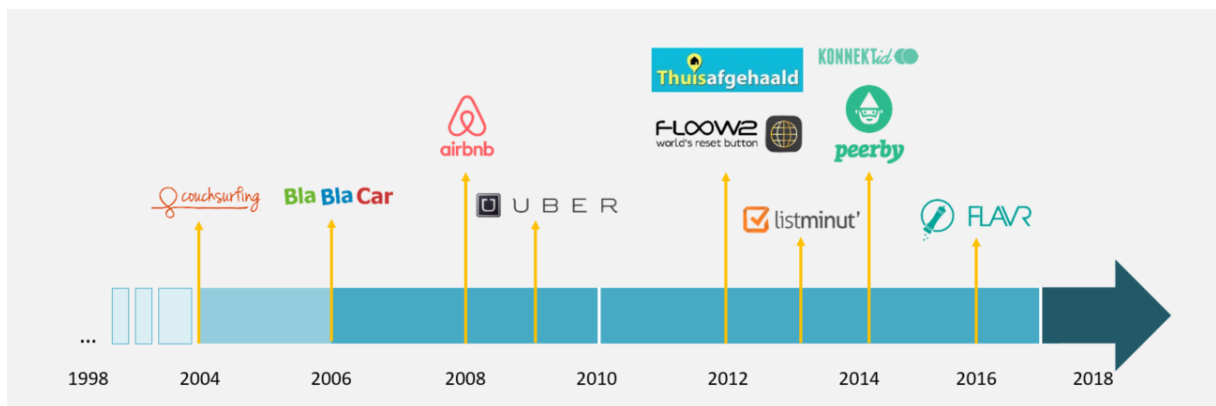
1. **De 'Coca Cola's'**, i.e. de deelplatformen die wereldwijd bekend zijn en systematisch als voorbeeld aangehaald worden om uit te leggen wat de deeleconomie wel of niet is, nl. Airbnb en Uber.
2. **Grote ondernemingen/Multinationals** zoals Blablacar en Couchsurfing die in ruim 20 landen actief zijn.
3. **Kmo's** zoals FLAVR, Floop2 en Listminut die voornamelijk lokaal actief zijn.
4. **Social profit**, nl. platformen zoals Peerby en Thuisafgehaald die in eerste instantie sociale doelstellingen nastreven en niet winstgedreven zijn. Een klein team van minder dan 10 personen coördineert de activiteiten.

Niet toevallig werden de grootste deelplatformen die we voor deze studie consulteerden, ook het eerst opgericht. Zoals Figuur 10 toont, werden Couchsurfing (toen nog een vzw) en Blablacar al voor de economische crisis opgericht. Beide platformen laten transacties toe die niet winstgedreven zijn. Pas enkele jaren later, in 2008 en 2009 werden hun commerciële tegenhangers opgericht, i.e. Airbnb en Uber, die snel uitgroeiden tot wereldspelers. In vergelijking met de vele kleinere platformen die de afgelopen 5 jaar werden opgericht, kan gesteld worden dat zij meer tijd meer hadden om richting 'early majority' te evolueren (cf. de innovatiecurve van Rogers in de vorige paragraaf).

De breedte van het spectrum wordt duidelijk wanneer het beschikbaar cijfermateriaal m.b.t. aanbieders en gebruikers in Vlaanderen bekeken wordt. Enerzijds telde Airbnb in maart '17 zo'n 6.000 accommodaties in Vlaanderen. Zij ontvingen het afgelopen jaar 277.000 toeristen. Daartegenover staan de jongere, kleinere platformen, zoals Listminut en Peerby die intussen zo'n 25.000 aanbieders tellen. Midden 2017 telde de website van Listminut bovendien ruim 70.000 gebruikers.

Aangezien financiële gegevens niet gepubliceerd worden, kunnen we de schaal van de platformen niet uitdrukken in termen van gerealiseerde omzet. Zoals verder in het rapport aan bod komt, zijn er wel grote verschillen qua inkomsten naargelang het bedrijfsmodel (zie paragraaf 5.3) en de aard van wat er gedeeld wordt. Voor het delen van auto's en woningen kunnen aanbieders bijvoorbeeld hogere vergoedingen vragen dan voor het delen van gereedschap.

Figuur 10: Overzicht van de deelplatformen die werden geconsulteerd volgens jaar van oprichting



Bron: IDEA Consult op basis van de interviews en websites van de deelplatformen



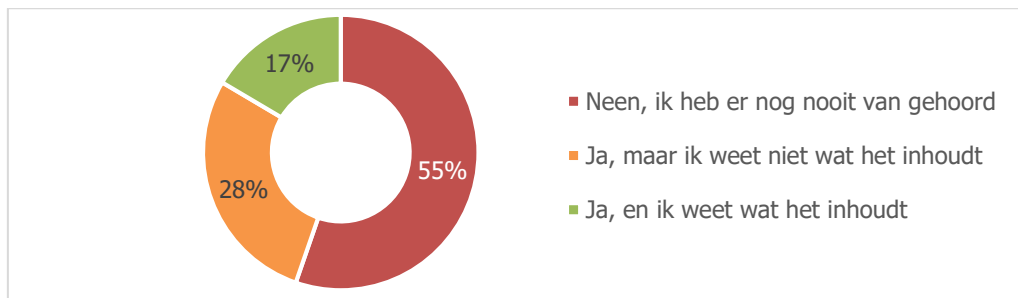
Tot slot blijkt het bereik van de deelplatformen sterk te verschillen naargelang de aard van de deelactiviteiten:

- ▶ Airbnb bereikt aanbieders met een gemiddelde leeftijd van 43 jaar, terwijl reizigers gemiddeld 38 jaar oud zijn. In termen van geslacht zijn mannelijke en vrouwelijke verhuurders min of meer in dezelfde mate actief.
- ▶ De thuishoks van Thuisafgehaald zijn voornamelijk vrouwelijk (2/3), 30 tot 60 jaar oud met uiteenlopende opleidingsniveaus. Het aandeel thuishoks met een voltijdse job is laag. De afhalers zijn vooral jonge gezinnen met jonge kinderen en jonge singles.
- ▶ Peerby bereikt vooral hoogopgeleiden, mensen van 20 tot 40 jaar oud, meestal met kinderen en meestal blank.
- ▶ Bij Listminut hangt het profiel van de dienstverleners sterk samen met de aard van de geleverde diensten. Zo zijn het bijvoorbeeld vooral studenten en ouderen die babysitten.

### 3.1.3 Panelbevraging

Om de schaal van de deeleconomie in Vlaanderen te kunnen inschatten, werd via de enquête aan het panel van 1.000 Vlamingen gevraagd of zij al gehoord hadden van de term 'deeleconomie'. Slechts 17% van de Vlamingen gaf aan de term te kennen en ook effectief te weten wat het inhoudt. 28% kent de term, maar weet niet wat het inhoudt. De meerderheid (55%) heeft er echter nog nooit van gehoord. Deze enquêteresultaten voor Vlaanderen liggen hiermee in lijn met de resultaten voor België in de Flash Eurobarometer die de Europese Commissie in 2016 publiceerde.

Figuur 11: Heeft u al gehoord over de term 'deeleconomie'? (N=1.000)



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

De bekendheid van de term 'deeleconomie' blijkt te variëren volgens het diplomaniveau, het inkomensniveau en de arbeidsmarktpositie van de bevraagde personen:

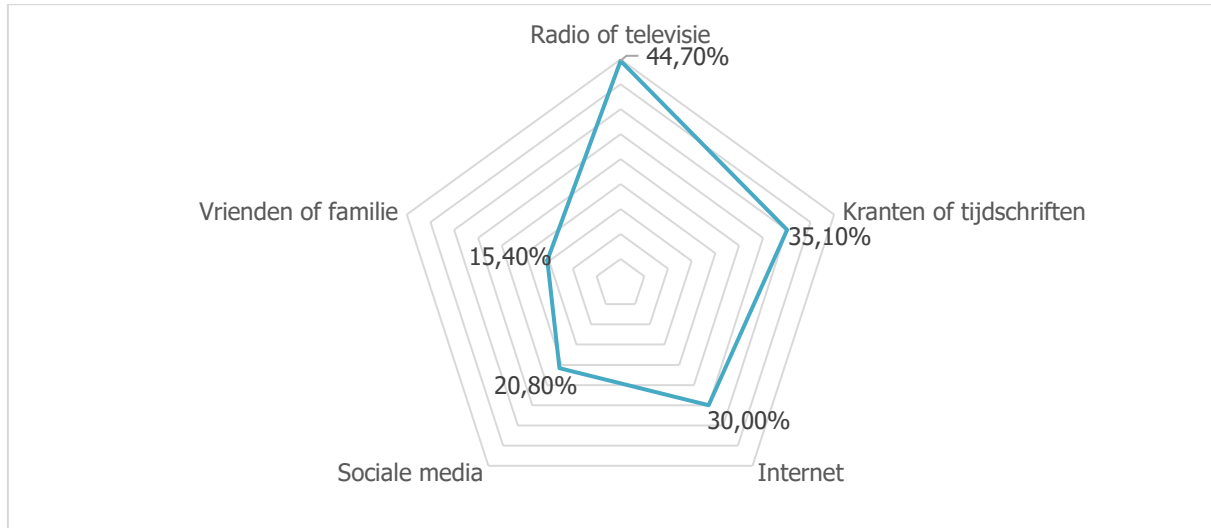
- ▶ Hoogopgeleiden zijn duidelijk meer vertrouwd met de term deeleconomie dan lager geschoolden. 37,5% van de mensen met een diploma hoger onderwijs kent de term niet, ten opzichte van 64,4% van de mensen zonder een diploma hoger onderwijs.
- ▶ Personen die problemen hebben om financieel rond te komen, zijn veel minder vertrouwd met deeleconomie (70% heeft er nog nooit van gehoord) dan mensen die comfortabel kunnen rondkomen (waarvan 47% er nog nooit van gehoord heeft).
- ▶ Zelfstandigen (vooral in hoofdberoep, in mindere mate in bijberoep) zijn ook meer vertrouwd met de term deeleconomie dan werknemers. 51,7 % van de werknemers heeft nog nooit gehoord over de deeleconomie, ten opzichte van 35,3% van de zelfstandigen in hoofdberoep en 43,8% in bijberoep.

Mannen en vrouwen zijn in dezelfde mate vertrouwd met de term deeleconomie en zijn er ook even actief in. Opvallend is wel dat leeftijd geen bepalende factor blijkt voor het kennen van de term deeleconomie. Nochtans blijken jongeren wel actiever te zijn in de deeleconomie, zowel als aanbieder en als gebruiker. Analoog blijkt ook de woonplaats van personen geen rol te spelen. We vonden geen statistisch significante verschillen tussen inwoners van verschillende geografische gebieden, zoals stad en platteland, en dit zowel voor de vertrouwdheid met de term als voor het delen via een digitaal platform .



De meeste personen leerden de term deeleconomie kennen via de media. Vooral radio of televisie (44,7%), maar ook kranten of tijdschriften (35,1%) en het internet (30%) zorgen ervoor dat de term aan bekendheid wint. Sociale media (20,8%) en vrienden of familie (15,4%) spelen een kleinere rol, zoals onderstaande figuur toont.

*Figuur 12: Hoe heeft u de deeleconomie leren kennen? (Meerdere antwoorden mogelijk) (N=447)*

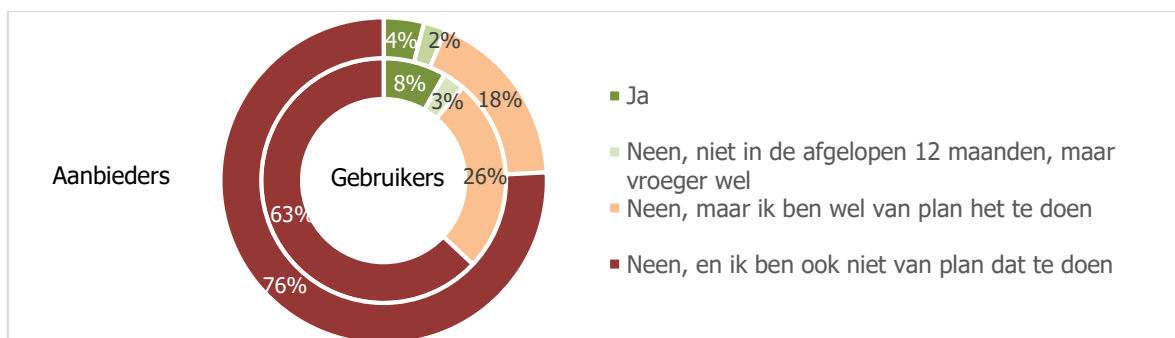


Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Hoewel 17% van de Vlamingen de term deeleconomie kent en weet wat het inhoudt, betekent dit niet automatisch dat ze er ook effectief actief in zijn. Slechts 8% heeft in de afgelopen 12 maanden gebruik gemaakt van de deeleconomie. Nog eens 3% deed dat in het verleden en 26% zegt het te overwegen. De grote meerderheid van de Vlamingen maakte dus nog geen gebruik van de deeleconomie en overweegt dit ook niet (63%).

Het aandeel aanbieders is nog beperkter. Slechts 4% van de Vlamingen bood in het afgelopen jaar iets aan op een deelplatform. Nog eens 2% deed dit in het verleden en 18% overweegt om iets aan te bieden. Voor 3/4<sup>de</sup> van de bevolking blijft het aanbieden van goederen of diensten via de deeleconomie een ver-van-mijn-bed-show.

*Figuur 13: Heeft u de afgelopen 12 maanden tijdelijk goederen of diensten gebruikt van andere personen (met hen gedeeld) of zelf aangeboden via een digitaal platform (website, app)? (N=1.000)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

In totaal was 10,1% van de Vlamingen in de afgelopen 12 maanden als gebruiker, aanbieder of beiden actief in de deeleconomie. Er is dus heel wat overlap tussen gebruikers en aanbieders. 26,5% van de gebruikers biedt ook iets aan. Aanbieders maken in 55% van de gevallen zelf ook gebruik van de deeleconomie.

De bekendheid en omvang van de deeleconomie in Vlaanderen is momenteel dus nog beperkt. 87,1% van de Vlamingen kent ook niemand die actief is in de deeleconomie.



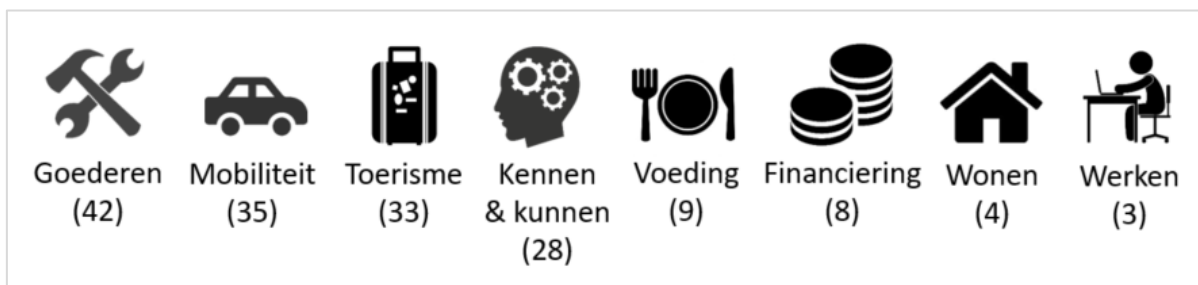
### 3.2 Mapping van de deeleconomie in Vlaanderen

Personen die iets met anderen willen delen, kunnen bij tal van initiatieven terecht. Net als in andere landen, zijn ook in België (en Vlaanderen) niet alleen grote, globale spelers actief, maar ook kleine lokale of nicheplatformen. Het constant evolueren van consumentenvoorkeuren zorgt er net als trends en het sterk lokale karakter van veel ervaringen in de deeleconomie voor dat kleine, peer-to-peer ondernemingen een plaats hebben in de deeleconomie (OECD, 2016). Op basis van desk research gingen we na hoe dik of dun bevolkt het landschap van de deeleconomie in Vlaanderen is. Door het snel evoluerend karakter van de deeleconomie, is het echter quasi onmogelijk om een exacte foto te maken van de platformen die in Vlaanderen actief zijn. Toch laat desk research toe om actieve initiatieven zichtbaar te maken en zo de diversiteit aan initiatieven te illustreren.

Om die initiatieven in kaart te brengen, stelden we een longlist op door tal van bronnen waarin vergelijkbare oefeningen werden gemaakt, te bundelden in één omvattende lijst (Plan C, 2014; KBS, 2016; Codagnone et al., 2016; PWC, 2016; Stadslab 2050 Antwerpen; bewustverbruiken.be). Aanvullend hierop werd verder gezocht naar vergelijkbare initiatieven via een google search en initiatieven die steun bieden aan starters, zoals Startit@KBC. Daarnaast werd ook aanvullende input uit de enquête en de interviews verwerkt in de longlist. Zo kwamen we tot een lijst met initiatieven die momenteel actief zijn in Vlaanderen. Die lijst gaat breder dan de definitie die in deze studie gebruikt wordt om af te bakenen wat/niet als deeleconomie beschouwd wordt. Dit moet immers niet op het niveau van de platformen bekeken worden, maar op het niveau van de transacties, wat voor deze oefening niet haalbaar was.

De lijst met 162 deelinitiatieven die het resultaat is van de mapping, is opgenomen in Bijlage 3. Hoewel er ongetwijfeld nog andere initiatieven bestaan, geeft hij een beeld van het actieterrein van de deeleconomie in Vlaanderen. Zoals Figuur 14 weergeeft, zijn de meeste initiatieven gericht op het delen van goederen. In tweede instantie zijn er vooral initiatieven die mobiliteit, toerisme en de uitwisseling van kennis en kunnen faciliteren. Zij vormen een veelvoud van het aantal initiatieven dat gericht is op het delen van voeding of financiering. Een beperkter aantal initiatieven is gericht op het delen van woon- en werkruimte.

*Figuur 14: Aantal deelplatformen die in Vlaanderen actief zijn volgens aard van de activiteiten*



Bron: IDEA Consult op basis van desk research

Een diagonale screening van de startpagina van de deelinitiatieven leert dat 95% via een online platform werkt. Bij 77% is er geen overdracht van eigendom (wat bijvoorbeeld wel het geval is bij ruilactiviteiten) en 71% zijn peer-to-peersystemen. Eén op twee initiatieven (vooral die gericht op peers) werkt met een vertrouwensmechanisme (zoals een ratingsysteem). Aangezien de lijst niet exhaustief is en de screening zich tot de startpagina beperkte, zijn deze cijfers in eerste instantie illustratief om de diversiteit in het landschap van de deeleconomie zichtbaar te maken in een omgeving die snel evolueert.

Die diversiteit heeft wel een keerzijde. De grote hoeveelheid nieuwe initiatieven zorgt voor versnippering in het veld. Eerder dan samenwerking op te zoeken, streven de verschillende spelers naar een monopoliepositie (cf. paragraaf 5.3). De vraag is daarom vooral welke van deze vele initiatieven er zullen in slagen om op een duurzame manier te kunnen blijven bestaan.



### 3.3 Verwachte evolutie

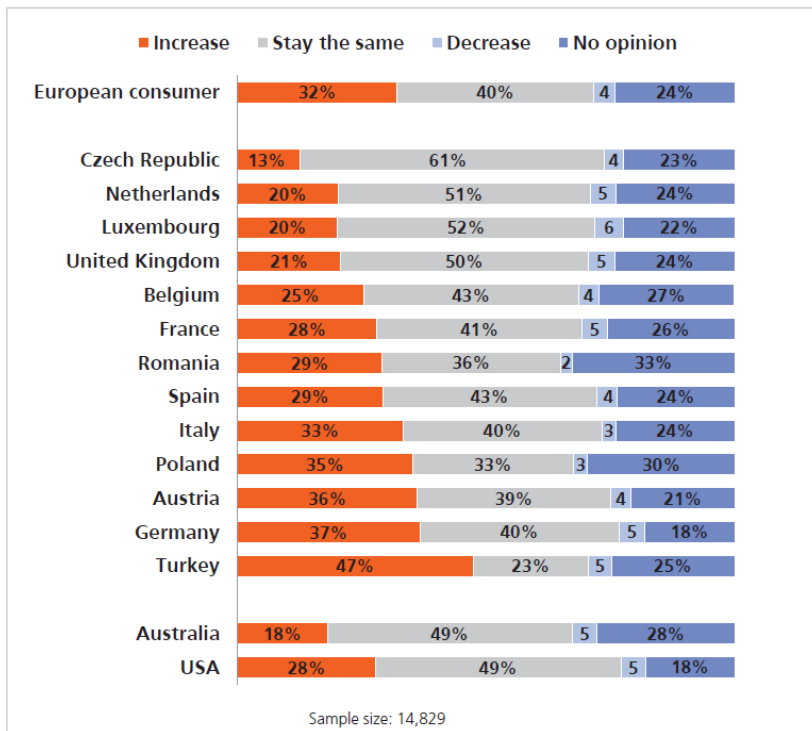
De snelle ontwikkeling van de deeleconomie toont de noodzaak om niet alleen de huidige stand van zaken te bekijken, maar ook stil te staan bij het verdere groeipotentieel. Zowel internationaal onderzoek, visies van experts en stakeholders als percepties van Vlaamse aanbieders en gebruikers wijzen op voortgezette groei in de toekomst.

#### 3.3.1 Voorgaand onderzoek

De algemene verwachting voor de toekomstige ontwikkeling van de deeleconomie impliceert verdere groei. Volgens Frenken (2015) is de deeleconomie een zelfversterkend fenomeen. Hij illustreert dit aan de hand van autodelen (p. 95): "hoe meer mensen gaan autodelen, hoe meer deelauto's beschikbaar komen, hoe groter de gebruikersvoordelen (kortere afstand tot een deelauto, hogere beschikbaarheid, grotere variëteit, en lagere prijzen mist voldoende concurrentie)." In lijn met deze redenering zouden consumenten de deeleconomie het liefst zien slagen in de autosector (PWC, 2015). Ook de groter wordende community van aanbieders en gebruikers van de deelplatformen kan verdere groei faciliteren. Wanneer het netwerkeffect gaat spelen, kan bijvoorbeeld de bekendheid – en zo ook het aantal geregistreerden – op exponentiële wijze toenemen. Bovendien vergroot het de kans op het vinden van een geschikte match.

Dit vooruitzicht op groei kwam ook tot uiting in de resultaten van de internetsurvey die ING begin 2015 liet uitvoeren in 15 landen met zo'n 1.000 respondenten per land. Zij definieerden de deeleconomie als het gebruiken van goederen die anders niet gebruikt zouden worden (zoals een auto, huis of grasmaaier), weliswaar tegen betaling (ING, 2015). De cijfers, weergegeven in Figuur 15, tonen dat één op vier Belgische respondenten meende dat hun activiteiten in de deeleconomie het komende jaar zouden toenemen. Daarmee lag de verwachte groei relatief laag in vergelijking met de andere landen. Het groeipotentieel bevindt zich bovendien vooral bij personen jonger dan 35 jaar; oudere leeftijdsgroepen konden de evolutie voor de komende 12 maanden moeilijk inschatten.

Figuur 15: Hoe denkt u dat uw deelname aan de deeleconomie de komende 12 maanden zal evolueren? (in %)



Bron: Survey uitgevoerd in 15 landen in opdracht van ING (2015) met zo'n 1.000 respondenten per land (m.u.v. Luxemburg).



Hoewel er algemeen groei verwacht wordt, wijzen studies ook op een aantal zaken die de verwachte groei kunnen afremmen of beperken. Er zou bijvoorbeeld geen één-op-één verband zijn tussen de attitude ten aanzien van de deeleconomie en het feitelijk gesteld gedrag als aanbieder of gebruiker (Hamari et al., 2016). Het is m.a.w. niet omdat mensen er positief tegenover staan, dat ze ook zelf actie zullen ondernemen.

Ook contextuele factoren kunnen de verdere ontwikkeling van de deeleconomie bemoeilijken. In dit opzicht wordt bijvoorbeeld gewezen op gaten in de verzekeringsmarkt (OECD, 2016). Voorlopig blijft het moeilijk voor dienstverleners om zich te verzekeren voor een gedeeld goed. Een ander voorbeeld betreft deelplatformen die huishoud diensten faciliteren. Voor hen kan het moeilijk zijn om een groot marktaandeel te verwerven door concurrentie met gesubsidieerde stelsels, zoals dat van de dienstencheques (CEPS 2016b).

Deelplatformen die actief zijn in Europa worden bovendien met de volgende factoren geconfronteerd die de voorspelde groei in de weg kunnen staan (SWD(2016)184/F1):

- ▶ Gefragmenteerde regelgeving (en onzekerheid over de wetgeving, zie ook hoofdstuk 9/);
- ▶ Minder sterk klimaat qua venture capital;
- ▶ Culturele (en taalkundige) verschillen (die lokaal maatwerk vragen).

### 3.3.2 Interviews

De geconsulteerde deelplatformen getuigen ook zelf van continuerende, dagelijkse groei. Verschillende platformen plaatsen zich aan het einde van de early adopterfase of het begin van de early majority. Ze verwachten m.a.w. een verbreding van hun bereik, maar zijn zich er terzelfdertijd van bewust dat er extra middelen nodig zijn om de moeilijker bereikbare doelgroepen te kunnen bedienen. De verwachte groei en schaalvergroting vergen bijgevolg bijkomende investeringen.

Naast de groeiende maturiteit van de deelplatformen, wordt ook veel verwacht van de blockchaintechnologie (cf. Box 1) in combinatie met coöperatieven. Dankzij technologische ontwikkelingen zouden mensen zich beter zelf kunnen organiseren om actief te participeren binnen een netwerk. Dat zou verandering kunnen brengen in de klassieke economische structuur waarop veel deelplatformen georganiseerd zijn, waarbij de gecreëerde meerwaarde naar de aandeelhouders van het bedrijf gaat. Dat staat in contrast met coöperatieven en blockchaintechnologie, waar de winst evenredig verdeeld kan worden zodat het geld blijft waar de waarde gecreëerd wordt. Enkele voorbeelden tonen het aanwezige potentieel. Zo is bijvoorbeeld de Ubertechnologie in blockchain waarbij chauffeurs eigenaar zijn van het systeem (en geen centraal platform). Dat zou een grote impact kunnen hebben op de verdere ontwikkeling van de deeleconomie en wordt door sommigen gezien als "de deeleconomie zoals ze bedoeld zou moeten zijn".

#### Box 1: Potentieel van de blockchaintechnologie

De blockchaintechnologie heeft het potentieel om op termijn betrouwbare overeenkomsten af te sluiten zonder de nood aan een neutrale derde partij die de transactie kan valideren, zoals een bank, een notaris of een deelplatform. De technologie laat toe om de validering te laten gebeuren door een netwerk van computers.

De blockchain is een openbare database met daarin alle gegevens van elke transactie die ooit werd gedaan. Wanneer er een nieuwe transactie gebeurt, wordt de informatie over die transactie aan het overzicht toegevoegd. Zo ontstaat er een ketting van datablokken, een 'blockchain'. De kracht van de blockchaintechnologie bestaat erin dat het hele netwerk een kopie heeft van die ketting, die constant geüpdatet wordt. Hierdoor worden frauduleuze transacties direct door het systeem opgemerkt. Transacties kunnen m.a.w. aangevuld worden, maar niet zomaar gewijzigd worden buiten het netwerk om.



De blockchaintechnologie maakt het mogelijk om transacties door het netwerk te laten gebeuren. In het geval van de deeleconomie zou dat grote implicaties met zich meebrengen voor de rol die aanbieders en gebruikers op zich kunnen nemen. Ze zouden zich ook buiten deelplatformen om kunnen organiseren zodat de gecreëerde waarde van de transacties niet langer (deels) naar de platformen stroomt, maar binnen het netwerk blijft.

Bron: NOS – Nieuwsuur (online beschikbaar via <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2119126-blockchain-technologie-is-grootste-innovatie-sinds-internet.html>)

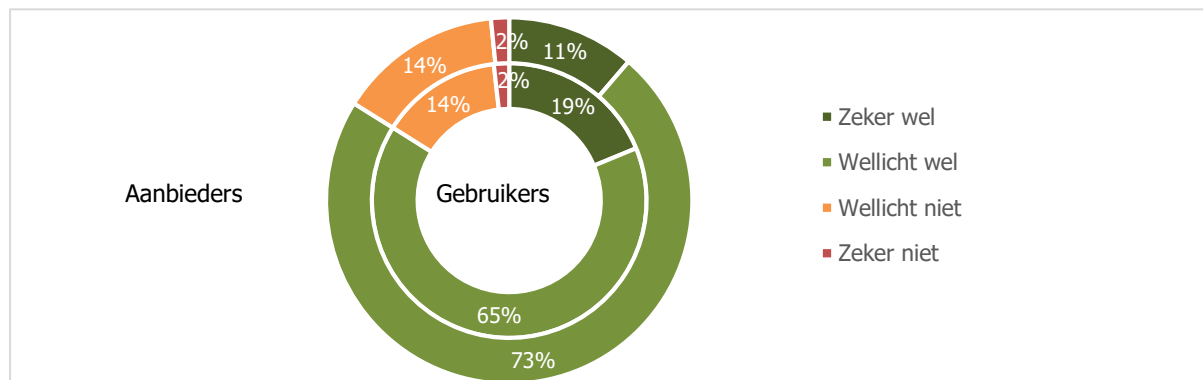


Tot slot stellen deelplatformen en experts vast dat steeds meer bedrijven en overheden interesse tonen voor het delen van goederen en diensten. Hun actieradius kan de schaal van de deeleconomie (en bijgevolg ook de potentiële impact) aanzienlijk vergroten. De ervaring van FLOW2, een deelplatform dat zich specifiek op bedrijven richt, leert dat er een relatief trage, maar gestage groei is omdat bedrijven vasthouden aan de traditionele reflex om iets te kopen wanneer ze het nodig hebben i.p.v. na te gaan of het beschikbaar is bij bedrijven uit de buurt. Ook lokale overheden zien steeds meer potentieel, bijvoorbeeld voor ziekenhuizen, sport- en schoolinfrastructuur.

### 3.3.3 Panelbevraging

De enquêteresultaten bevestigen het potentieel dat aan bod kwam in de literatuur en de interviews. Zowel gebruikers als aanbieders zijn heel positief over hun ervaring. 84% van de aanbieders en gebruikers zou het anderen aanbevelen om actief te zijn in de deeleconomie. Heel wat van die aanbieders en gebruikers voegen ook de daad bij het woord. De helft van de mensen die iemand kennen die actief is in de deeleconomie geven aan dat deze persoon hen probeerde te overtuigen om ook iets aan te bieden of te delen via de deeleconomie.

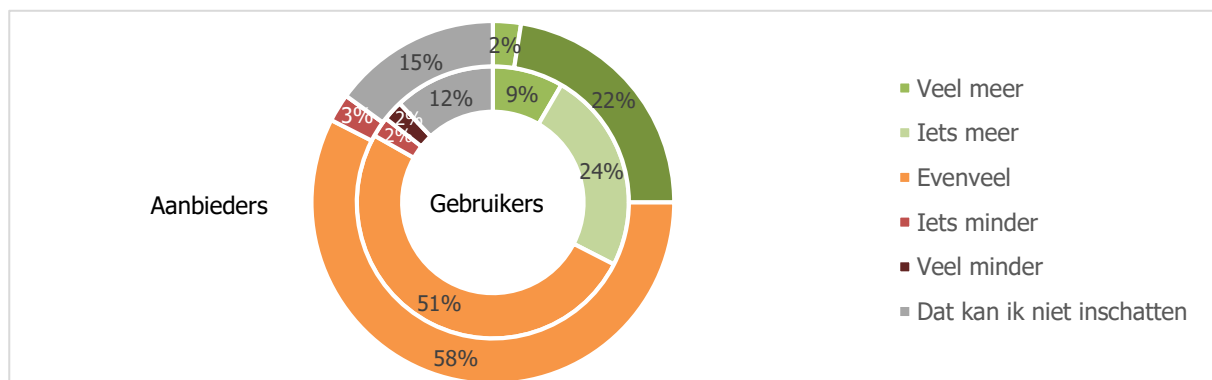
*Figuur 16: Zou u het anderen aanbevelen om goederen of diensten van andere personen te gebruiken via de deeleconomie? (N=112) Zou u het anderen aanbevelen om hun goederen of diensten aan te bieden (te delen of te verhuren) via de deeleconomie? (N=62)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Zowel aanbieders als gebruikers zijn ook effectief van plan om evenveel (58% van de aanbieders en 51% van de gebruikers) of meer actief te zijn in de deeleconomie. Van de gebruikers geeft 33% aan dat ze het komende jaar meer gebruik zullen maken van de deeleconomie. Bij de aanbieders is dat 24%. Slechts 4% van de gebruikers en 3% van de aanbieders is van plan om minder te delen.

*Figuur 17: Hoe actief verwacht u de komende 12 maanden goederen of diensten te gebruiken (N=83) of aan te bieden in vergelijking met de mate waarin u dat nu doet? (N=40)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud





## 4/ Voedingsbodem voor succes

Dit hoofdstuk gaat dieper in op de context waarin de deeleconomie ontstond en zijn initiële groei kende. De volgende aspecten worden daarbij besproken:

- ▶ Het samenspel van factoren dat het momentum creëerde voor de opkomst van de deeleconomie;
- ▶ De concrete behoefte waaruit de deeleconomie ontstaan is;
- ▶ Motieven voor deelname aan de deeleconomie;
- ▶ Drempels die personen ervan weerhouden om iets met anderen te delen.

### 4.1 Momentum aan de basis van exponentiële groei

Hoewel mensen al eeuwenlang allerlei zaken met elkaar delen, is de deeleconomie een vrij recent fenomeen dat de afgelopen jaren snel terrein won. Studies schrijven de snelle opkomst van de deeleconomie toe aan een combinatie van factoren op technologisch, cultureel, ecologisch en economisch vlak (Codagnone et al., 2016b). Het is de gezamenlijke ontwikkeling van deze factoren die het momentum creëerde voor de exponentiële groei van de deeleconomie (Kathan et al., 2016).

#### 4.1.1 Technologische ontwikkelingen

Digitale technologie draagt op verschillende manieren bij tot de opkomst van de deeleconomie. Vooral internettechnologie, de toenemende digitalisering en de introductie van smartphones faciliteren in grote mate de werking van deelplatformen.

- ▶ **Internet.** Dankzij internettechnologie kunnen platformen gebouwd worden om aanbieders aan gebruikers te linken (SWD(2016)184/F1). De technologie maakt de uitbouw van online communities en netwerken mogelijk tegen een lage transactiekost (Möhlmann, 2015). Op die manier heeft de internettechnologie een sleutelrol gespeeld om deelactiviteiten op een grotere schaal te brengen (Codagnone et al., 2016b). Door de offline wereld aan de online wereld te koppelen, kan een grotere efficiëntie gerealiseerd worden (Botsman & Rogers, 2010). Het geeft personen meer toegang tot informatie, die bovendien meer op maat is (PWC, 2015)
- ▶ **Digitalisering.** De enorme hoeveelheden informatie, 'big data' (Schmid-Drüner, 2016), die voortkomen uit de digitalisering liggen mee aan de basis van de recente opkomst van deelplatformen. Technologische vooruitgang op het vlak van databeheer en zoekalgoritmes verhogen de kwaliteit en snelheid van de matching (Drahokoupil, 2016). Delen tussen vreemden wordt bovendien gefaciliteerd door digitale mechanismen om vertrouwen te waarborgen, wat cruciaal is als men zaken als woningen en auto's met 'vreemden' wil delen (Codagnone et al., 2016b; KANE, 2016). De digitalisering verlaagt ook de transactiekost voor aanbieders en gebruiker, i.e. het kost hen minder inspanning om een match te vinden en tot een overeenkomst te komen (Frenken en Schor, 2017; Codagnone et al., 2016b). Dankzij de digitalisering hebben ze ook op een eenvoudige manier toegang tot standaardcontracten en betrouwbare, online betalingssystemen. Deze zaken dragen bij tot een hogere marktefficiëntie, wat gepaard gaat met meer transparantie, meer keuze, meer concurrentie en prijs- en kwaliteitsvoordelen (SWD(2016)184/F1).
- ▶ **Mobiele apps.** De introductie van smartphones en mobiel internet heeft het gebruik van deelplatformen doen toenemen tot niveaus die niet mogelijk zouden zijn met traditioneel internet, niet in het minst op het vlak van mobiliteit en transport (SWD(2016)184/F1). Mobiele apps zorgen voor een ogenblikkelijke uitwisseling van informatie (Bardhi and Eckhardt, 2012; Hamari et al., 2013), waardoor transacties als het ware ogenblikkelijk, 'in real time', kunnen gebeuren (PWC, 2015). Door de opkomst van smartphones met GPS en apps voor online bankieren kan er altijd en overal gedeeld worden via deelplatformen (KANE, 2016; OECD, 2016).

#### 4.1.2 Milieuproblematiek

De afgelopen jaren werd steeds meer aandacht gevestigd op milieuproblemen en duurzaamheidsdoelstellingen. Dit heeft particulieren onder andere aangemoedigd om spaarzamer om te gaan met grondstoffen. Met de groeiende bezorgdheid over het milieu kwam ook een groeiend bewustzijn rond consumptie. De zoektocht naar manieren voor meer duurzaam gedrag en meer duurzame consumptie, lag mee aan de basis voor de opkomst van de



deeleconomie (Hamari et al., 2016; Codagnone et al., 2016b). De grotere bereidheid om op alternatieve manieren te consumeren, bijvoorbeeld door iets te delen, komt voort uit het groeiend bewustzijn van het belang om de ecologische voetafdruk terug te dringen (Cheng, 2016; Schor en Fitzmaurice, 2015).

#### 4.1.3 *Economische crisis*

In een interview aan het Nederlandse maandblad 'Samenleving en Politiek'<sup>8</sup> stelt Koen Frenken dat de opkomst van de deeleconomie niet veroorzaakt werd door de economische crisis, maar dat de crisis het proces wel versneld heeft. Het argument voor deze stelling vindt hij in de vaststelling dat de deeleconomie zich ook gemanifesteerd heeft op plaatsen waar de crisis zich niet liet voelen.

De financiële en economische crisis heeft er vooral voor gezorgd dat steeds meer mensen op zoek gingen naar alternatieve bronnen van inkomsten aangezien de kans op werk beperkt was door de hoge werkloosheid en het economisch klimaat amper ruimte bood voor loonsopslag (SWD(2016)184/F1). De deeleconomie bood hen een manier om inkomsten te verwerven uit zaken waarover ze reeds beschikten, door de beschikbare capaciteit te benutten. Op die manier waren geen extra investeringen nodig om bijkomende inkomsten te genereren (HOTREC, 2015; KANE, 2016).

Terzelfdertijd steeg het aantal consumenten dat goedkopere alternatieven zocht (SWD(2016)184/F1). De preciaire financiële situatie zorgde ervoor dat ze meer waar voor hun geld wilden (Cheng, 2016). Door de economische crisis groeide ook de kritische houding tegenover kapitalistische structuren, waardoor veel consumenten hun toevlucht zochten tot alternatieve, meer duurzame consumptie (Albinsson and Perera, 2012; Möhlmann, 2015). Dit zette hen ertoe aan om andere manieren van consumeren te verkennen, zoals het delen van goederen en diensten.

#### 4.1.4 *Evoluerende culturele waarden*

Botsman & Rogers (2010) identificeerden de groeiende nood aan sociaal contact door de individualisering van de maatschappij, als een evolutie die de opkomst van de deeleconomie ondersteunde. Andere studies benadrukken echter vooral het belang van de stijgende voorkeur voor consumptie op basis van toegang (en dus gebruik i.p.v. bezit) (Codagnone et al., 2016b; SWD(2016)184/F1).

De economische crisis deed veel personen nadenken over de noodzaak om dingen te bezitten (PWC, 2015). Een grootschalige enquête die PWC eind 2014 afnam bij een panel van 1.000 Amerikaanse consumenten leert dat 43% van de consumenten bezit als een last beschouwde (bv. door de aankoop- en onderhoudskosten, de nodige ruimte om het te bewaren, etc.). Bovendien toonde een longitudinale studie bij Amerikaanse leerlingen uit het secundair onderwijs (Rifkin, 2014) een grote verschuiving in waarden. Dit werd bijvoorbeeld zeer duidelijk door de waarde die aan auto's gehecht werd. Daar waar ze in 1994 beschouwd werden als een symbool voor status, luxe en onafhankelijkheid, werden auto's in 2014 vooral gekoppeld aan tijdswinst, een eenvoudige manier om zich te verplaatsen, hoge kosten en milieuvervuiling (Kathan et al., 2016). Dit illustreert de andere invulling van 'waarde' (PWC, 2015), die ook geïllustreerd wordt door de vaak geciteerde quote "Ik heb geen boor nodig, maar wel een gat in mijn muur."

Onderzoek toont bovendien aan dat veel van die waarden ook na de crisis overeind bleven. Een survey van PWC (2015) toont bijvoorbeeld dat vier op vijf consumenten het erover eens zijn dat huren soms voordeliger is dan bezitten. Volwassenen van 18 tot 24 jaar bleken bovendien bijna dubbel zo geneigd als personen van 25 jaar of ouder om te zeggen dat toegang het nieuwe eigendom is.

Daarnaast worden ook andere waarden aangehaald die bijdragen tot de groei van de deeleconomie, zoals 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 (Codagnone et al., 2016b; OECD, 2016). Zij creëerden mee een klimaat waarin mensen steeds meer open staan om dingen te delen. De nieuwe nichemarkten die op die manier ontstaan, worden vervolgens aangeboord via technologische platformen.

---

<sup>8</sup> Beschikbaar via: <http://www.dewereldmorgen.be/artikel/2016/03/30/is-de-deeleconomie-wel-zo-wenselijk>



#### 4.1.5 Andere maatschappelijke factoren

De opkomst van de deeleconomie wordt in veel mindere mate verklaard vanuit andere maatschappelijke evoluties. De enige factor die daar een uitzondering op vormt, is de verstedelijking en de grotere bevolkingsdichtheid die daarmee gepaard gaat (SWD(2016)184/F1).

In vele steden staan zaken als mobiliteit, logistiek en ruimte aanzienlijk onder druk (Codagnone et al., 2016b). Deelplatformen kunnen daar een antwoord op bieden via een alternatief, nieuw aanbod van mobiliteit, accommodatie en transport. Door de grote bevolkingsdichtheid hebben particulieren in steden geen ruimte voor spullen die ze niet regelmatig gebruiken (Bardhi & Eckhardt, 2012; Kathan et al., 2016), wat hun bereidheid om ze te delen vergroot. Dit helpt deelplatformen om de nodige kritische massa te vinden van aanbieders en gebruikers, wat cruciaal is voor hun werking (cf. paragraaf 5.1).

## 4.2 Ontstaan vanuit concrete behoeften

*"We creëren een aanbod dat er nog niet was, de taart wordt groter"*

*Quote uit de interviews met deelplatformen*

De snelle groei van deelplatformen wordt niet alleen verklaard vanuit de context waarin ze ontstonden, ook hun relevantie voor de markt speelde een cruciale rol. Uit de interviews met de deelplatformen bleek keer op keer dat hun werking startte vanuit een bepaald gemis. Tabel 4 illustreert dit met de oprichtingsverhalen van de geconsulteerde platformen. Daaruit blijkt dat platformen een antwoord bieden op behoeften die leven bij potentiële aanbieders en gebruikers.

**Vraagzijde.** Aan de vraagzijde van de markt speelden vooral de volgende zaken een rol:

- ▶ Nood aan gebruiksvriendelijke tools die een snel antwoord bieden op een concrete vraag. Denk bijvoorbeeld aan de verhalen van Blablacar en Uber, waar de oprichters dringend nood hadden aan vervoer, en een knop of website zochten om hen bij een bestuurder te brengen die hen zou meenemen.
- ▶ Nood aan bijkomende capaciteit, ook waar het vanuit commercieel oogpunt niet interessant is. Voor professionele organisaties is het niet altijd rendabel om hotels, materiaal, wagens, etc. aan te bieden wanneer er slechts sporadisch vraag naar is. Dit inspireerde de oprichters van Airbnb om zelf logies aan te bieden.
- ▶ Nood aan een alternatieve manier van consumeren die duurzamer en goedkoper is. Zowel de oprichters van Peerby als FLOW2 werden geconfronteerd met duur gereedschap/materiaal dat slechts zelden gebruikt wordt, wat ze zonde vonden. Het was één van de factoren die aanleiding gaven tot de oprichting van de platformen.
- ▶ Antwoord op de individualisering van de maatschappij. Initiatieven als Thuisafgehaald, Peerby en Konnektid hadden van bij de start als doel om het sociaal contact in de buurt te stimuleren. Ook Blablacar draagt sociaal contact hoog in het vaandel, zelfs in die mate dat het platform gespreksonderwerpen aanreikt om het contact tussen de chauffeur en passagier(s) te bevorderen<sup>9</sup>.
- ▶ Vraag naar maatwerk en unieke, authentieke ervaringen. Consumenten zijn steeds meer op zoek naar een aanbod dat naadloos aansluit bij hun behoeften, zoals het voorbeeld van FLAVR illustreert. Deelplatformen als Airbnb en Couchsurfing bieden reizigers bovendien onvergetelijke ervaringen door 'locals' in te schakelen. Die persoonlijke aanpak is moeilijk te evenaren door de traditionele hotelsector.

---

<sup>9</sup> Zie: <https://www.nl.blablacar.be/blablalife/reizen-met-blablacar/reistips/gespreksonderwerpen-voor-onderweg>



**Aanbodzijde.** Uit de beschrijving van de factoren die aan de basis liggen van de opkomst van de deeleconomie, bleek al dat er ook aan aanbodzijde gelijkaardige vanuit concrete behoeften gehandeld wordt. Daar inspireerden vooral de volgende zaken tot de oprichting van de deelplatformen:

- ▶ Benutten van 'idle resources' (onbenutte capaciteit). De rode draad doorheen de verhalen is het optimaal benutten van de beschikbare capaciteit van goederen, tijd en talenten. Oprichters van meerdere platformen vonden het zonde om onbenutte capaciteit rondom hen te zien, terwijl anderen ernaar op zoek zijn. Zowel bij FLOOW2 als Konnektid merkten de oprichters van het platform dat ze anderen zouden kunnen helpen met wat zij ter beschikking hadden, maar nog niet optimaal gebruikten.
- ▶ Zelf actie ondernemen om marktfalen op te lossen. Over platformen heen is de redenering dat burgers het heft in eigen handen willen en kunnen nemen om een tekort aan logies op te vangen, het mobiliteitsprobleem mee op te lossen, ongebruikte talenten in te schakelen, etc. Die filosofie plaatst een voldoende grote aanbodzijde tegenover de consumenten met een specifieke behoefte, wat essentieel is in een tweezijdige markt (cf. paragraaf 5.1).



Tabel 4: Oprichtingsverhaal van de deelplatformen die werden geïnterviewd

| Platform       | Oprichtingsverhaal   |
|----------------|--|
| Airbnb         | Het begon in 2007 met 2 kamergenoten die hun huur niet meer konden betalen. Aangezien er op dat moment een designer-conferentie aankwam in San Francisco en alle hotels volledig bezet zouden zijn, besloten ze in hun appartement 3 luchtmatrassen te verhuren met een ontbijt erbij. Op deze manier konden ze de plaatsen verhuren aan wie geen slaappleats meer vond in San Francisco. Ze creëerden hiervoor de website airbedandbreakfast.com. Intussen is het aanbod veel breder geworden. Airbnb organiseert ook zogenaamde trips of 'ervaringen' die gebaseerd zijn op het delen van ervaringen met lokale mensen. Het draait steeds om uitzonderlijke dingen die je normaal niet vindt op de markt. Dit maakt het platform een soort 'one-stop-shop' voor reizigers. |
| Blablacar      | Blablacar zag het levenslicht op Kerstmis toen één van de oprichters naar zijn familie op het Franse platteland wou reizen. Hij had geen auto. De treinen waren volzet. Ook de wegen zaten vol met mensen die op weg naar huis waren, helemaal alleen in hun auto. Hij kwam op het idee om een van de vele bestuurders die zijn richting uitgingen, te zoeken en hem voor te stellen om de brandstofkosten te delen in ruil voor een plaats in de auto. Hij dacht dat het internet hem daarbij wel kon helpen, maar helaas bestond er geen dergelijke website ...  |
| Couchsurfing   | Eén van de oprichters kon een goedkoop vliegticket naar IJsland op de kop tikken, maar wou niet logeren in een 'saai' hotel. Een e-mail naar een database van 1.500 studenten in IJsland leverde bijna 100 uitnodigingen op, wat hem bij het idee bracht dat mensen overal ter wereld hun huizen met vreemden zouden willen delen (of, zoals ze hen bij Couchsurfing graag noemen, 'vrienden die je nog niet hebt ontmoet').   |
| FLAVR          | De oprichters werkten allebei als consultant in Brussel, terwijl ze in Antwerpen woonden. Wanneer ze na het werk thuis kwamen, hadden ze geen zin om te koken en aten ze vaak dezelfde – bovendien ongezonde – afhaalmaaltijden, terwijl ze foodies zijn. Ze bleven dus letterlijk en figuurlijk 'op hun honger zitten', waardoor ze een manier zochten om op een eenvoudige manier thuisbereide maaltijden te kunnen delen.   |
| Floow2         | Eén van de drie oprichters was actief in de bouwsector en merkte dat er erg veel stilstaand materiaal was. Daarin heeft hij door komst van het internet de kans gezien om bedrijven onderling materiaal te laten uitwisselen.  |
| Konnektid      | Eén van de oprichters was als acteur aan het repeteren voor een nieuwe voorstelling, en ging na de repetitie naar huis met de bus. Achter hem zaten twee jongens die een sollicitatiegesprek achter de rug hadden. Uit hun conversatie kon hij afleiden dat ze afgewezen waren door een slechte presentatie. Toen bedacht hij: 'dat hadden ze van mij kunnen leren, waarom kunnen die niet bij mij terecht komen?'. Dat is wanneer het kwartje viel.   |
| ListMinut      | Vier studenten met een verschillende academische opleiding, schreven samen een thesis voor hun Master in Entrepreneurship. Ze vertrokken van het idee dat iedereen iets te bieden heeft voor een ander en dat mensen opnieuw in contact zouden moeten komen met hun buurt. Al snel wilden ze de theorie in de praktijk brengen en tot de concrete uitwerking van hun project overgaan. Ze waren zich ervan bewust dat niet iedereen altijd zin of tijd heeft, of over de nodige competenties beschikt, om dagelijkse klussen uit te voeren. Daarom ontwikkelden ze een internetplatform waarop iedereen de geschikte persoon kan vinden om dergelijke diensten uit te voeren.  |
| Peerby         | Het sociaal-innovatieve idee ontstond nadat de oprichters zich tijdens verbouwingswerken afvroegen of ze echt al die - veelal dure - items zelf nieuw moesten aanschaffen. Vroeger was het heel gewoon om spullen te lenen van je burens, maar de individualisering in onze maatschappij maakt dat dit minder vaak gebeurt. Een online netwerksite biedt hier een ideale oplossing: het is gemakkelijk, sociaal, ecologisch en economischer.   |
| Thuisafgehaald | Wanneer de oprichters in de tuin zaten, roken ze regelmatig dat hun buurvrouw aan het koken was. De geuren die uit haar keuken kwamen, maakten hen nieuwsgierig. Naar haar kookkunsten, en naar haar. Toen ze hun stoute schoenen aantrokken en haar vroegen of ze een keer mochten proeven, reageerde ze direct enthousiast. Datzelfde weekend liepen ze met een paar euro naar haar voordeur en kwamen ze terug met drie porties pompoensoep. Toen realiseerden ze zich dat het delen van eten een geweldige manier is om je burens te leren kennen. Ook andere straatgenoten gingen meedoen. Het enthousiasme was groot. Toen besloten ze in het diepe te springen en een online platform te bouwen waarop iedereen maaltijden kan delen met buurtgenoten.                |
| Uber           | De oprichters van Uber woonden in Parijs een conferentie bij, en vonden na afloop geen taxi. Toen bedachten ze dat het geweldig zou zijn om een druk op een knop te kunnen geven zodat er een taxi verschijnt. Toen ze terugkeerden naar San Francisco hebben ze het idee uitgewerkt, uitgebreid en hebben ze gezien dat het enorm succesvol was. De UberBlack was eigenlijk het oorspronkelijk concept. Limo's staan vaak heel lang te wachten (bv. voor hotels), terwijl ze tijdens die wachttijd een paar ritten kunnen doen. Daaruit ontstond het idee.  |

Bron: Interviews met deelplatformen die in het kader van deze studie werden uitgevoerd en hun websites.



## 4.3 Motivatie om te delen

Deze paragraaf gaat in op de factoren die verklaren waarom personen bereid zijn te delen. In lijn met de verschillende evoluties die de opkomst van de deeleconomie helpen te verklaren, spelen zowel economische, ecologische als sociale factoren een rol. In dit hoofdstuk bespreken we waarom zij personen ertoe aanzetten om te delen. De onderliggende redenering sluit sterk aan bij de verwachte effecten van deelname aan deeleconomie, die verder in de tekst (in paragraaf 8.1) aan bod komen. Het vooruitzicht op positieve effecten is in dat opzicht een bijkomende factor die helpt te verklaren waarom mensen actief zijn op deelplatformen.

### 4.3.1 Voorgaand onderzoek

Onderzoekers stellen een evolutie vast in de beweegredenen die mensen ertoe aanzetten om te delen via deelplatformen. Initieel ontstond het discours rond delen voornamelijk vanuit een vorm van sociale utopie, waarbij men in de kracht van de menigte geloofde. De opkomst van deelplatformen, die de beweging een meer commerciële richting uitstuurden, deden echter de kritiek en ook de ontnuchtering toenemen (Codagnone et al., 2016b). In lijn met deze redenering bevestigt empirisch onderzoek (e.g. Hamari et al., 2016) dat mensen een positieve houding hebben ten aanzien van de deeleconomie vanuit een streven naar duurzaam gedrag, maar dat economische voordelen een sterke drijfveer zijn om actief te zijn op deelplatformen.

Algemeen verklaren onderstaande factoren waarom personen beslissen te delen via deelplatformen:

- ▶ **Economisch voordeel.** Deelname kan een rationale beslissing zijn om zoveel mogelijk persoonlijk voordeel te realiseren (Hamari et al., 2016). Dat kan door het vooruitzicht om iets bij te verdienen (Hars and Ou, 2001) of om uitgaven te beperken en zo geld te besparen (Luchs et al., 2011).
- ▶ **Streven naar duurzaam gedrag.** Vooral personen die op een ecologisch verantwoorde manier willen consumeren, verklaren hun activiteit op deelplatformen vanuit een duurzaamheidsperspectief (Hamari et al., 2016). Minder consumeren en het beter benutten van beschikbare capaciteit liggen hier aan de grondslag.
- ▶ **Meer voldoening, ook op sociaal vlak.** Personen verklaren hun deelname ook vanuit het plezier dat het met zich meebrengt en de betekenisvolle sociale interactie (Hamari et al., 2016). Daarnaast zet ook het versterken van de eigen reputatie mensen ertoe aan om actief te zijn binnen een online gemeenschap (Wasko & Faraj, 2005; Parameswaran & Whinston, 2007).
- ▶ **Anti-establishmentbeweging.** Een alternatieve motivatie is het ingaan tegen de gevestigde orde door zelf actie te ondernemen (Hennig-Thureau et al., 2007). Hierdoor ontstaat er een alternatief aanbod van goederen en diensten, en vergroot ook de gebruiksvriendelijkheid ('wat we zelf doen, doen we beter').

Intrinsieke motivatie vanuit een streven naar duurzaam gedrag en sociaal contact dreigt verdrongen te worden door meer extrinsieke motivatie, zoals het streven naar winst. Dergelijk 'crowding-out' fenomeen werd eerder ook vastgesteld in de context van het delen van informatie (Nov, 2007), recyclage (De Young, 1988) en het doneren van bloed (Titmuss, 1970). Die verandering in motivatie kan zich voordoen bij eenzelfde persoon, maar ook over generaties gebruikers heen. Deze evolutie zou het voortbestaan van de deeleconomie volgens onderzoekers pas in het gedrang brengen wanneer de voordelen die een aanbieder of gebruiker ervaart, niet langer opwegen tegen de nadelen (zie ook paragraaf 8.1).

*"In a worst-case scenario, some users in a sharing economy might be altruistic and share their goods whereas other users may be mostly enjoying benefits from others' sharing. This situation might affect the sustainability of collaborative consumption services in general."*

*- Hamari et al., 2016 -*

Empirisch, kwantitatief onderzoek dat nagaat welke factoren doorslaggevend zijn in België is schaars. Toch zijn er twee bronnen die toelaten om België (niet Vlaanderen) op Europees niveau te benchmarken. De meest recente cijfers werden gepubliceerd in de Flash Eurobarometer van de Europese Commissie. De data zijn gebaseerd op een enquête die in maart 2016 werd afgenomen binnen de 28 EU-lidstaten met 500 respondenten per lidstaat. Voor de bevraging werden deelplatformen gedefinieerd als online tools die transacties mogelijk maken tussen aanbieders en gebruikers van diensten. Daarbij werd benadrukt dat het om allerlei diensten kan gaan, gaande van het (ver)huren van accommodatie en autodelen tot klusjes. Hoewel niet benadrukt werd dat het om tijdelijk gebruik van onderbenutte capaciteit gaat, sluit deze definitie in grote mate aan bij de definitie die in paragraaf 2.7 geformuleerd werd.



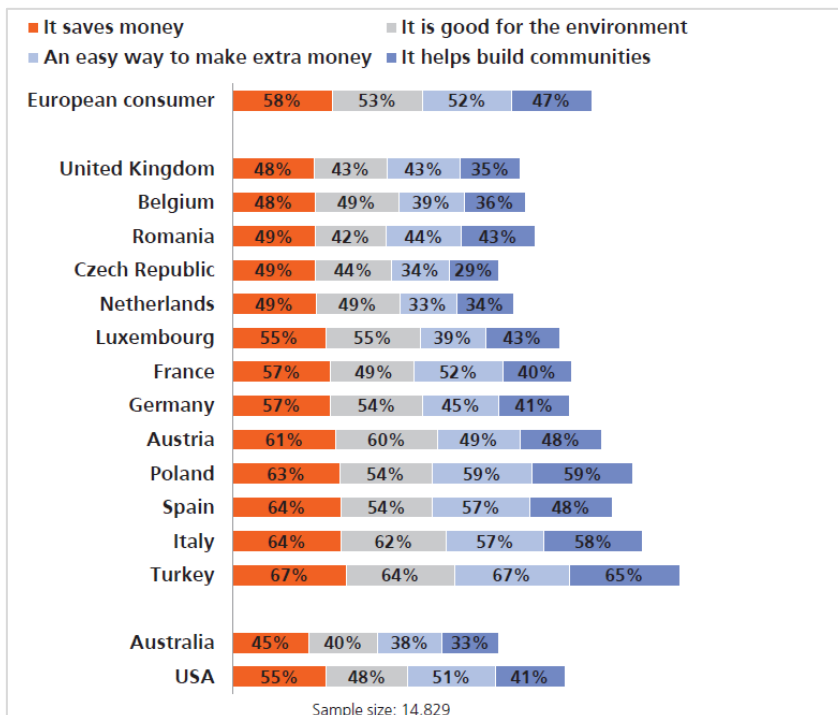
In de bevraging werd aan de respondenten gevraagd wat het gebruik van deelplatformen aantrekkelijker maakte voor gebruikers dan de traditionele handel van goederen en diensten, i.e. wat volgens hen de grootste voordelen zijn. Hoewel er niet rechtstreeks gevraagd werd wat mensen motiveert om actief te zijn in de deeleconomie, laat de vraag wel toe om na te gaan waarom ze de deeleconomie boven de traditionele economie zouden verkiezen. De respondenten die al van de deeleconomie gehoord hadden of er al gebruik van maakten<sup>10</sup>, konden maximaal 2 van de onderstaande antwoorden aanduiden:

- ▶ De toegang tot diensten is op een betere manier georganiseerd.
- ▶ Het is goedkoper of gratis.
- ▶ Het biedt de mogelijkheid om producten of diensten te ruilen in plaats ze van te betalen met geld.
- ▶ Het biedt nieuwe of andere diensten.

Op het niveau van de EU-28 staat de gebruiksvriendelijkheid met stip op 1 (41%; cf. Tabel 5). In België wordt de eerste plaats gedeeld met de mogelijkheid die het biedt voor niet-geldelijke transacties. Verder apprecieert één op drie respondenten de economische voordelen, terwijl één op vier respondenten het ruimere aanbod een troef vindt. Vooral jongeren en hooggeschoolden erkennen de voordelen, zoals blijkt uit Tabel 8 in Bijlage 4/.

Het financieel aspect kwam veel sterker tot uiting in de resultaten van de internetsurvey die ING begin 2015 liet uitvoeren in 15 landen met zo'n 1.000 respondenten per land. Zij hanteerden een andere definitie van de deeleconomie, die het verschil mee kan verklaren. In deze bevraging werd deeleconomie afgebakend als het gebruiken van goederen die anders niet gebruikt zouden worden (zoals een auto, huis of grasmaaier), weliswaar tegen betaling (ING, 2015). Vooral het besparen van geld bleek een belangrijke drijfveer, ook in België (cf. Figuur 18). Het uitbouwen van een gemeenschap (vb. door het sociaal contact tussen aanbieders en gebruikers te verbeteren), werd door 35% van de Belgische respondenten aangeduid, waarmee het de minst doorslaggevende reden was.

*Figuur 18: In welke mate beïnvloeden deze factoren uw deelname aan de deeleconomie (% respondenten dat "zeer invloedrijk" of "invloedrijk" antwoordde)*



Bron: Survey uitgevoerd in 15 landen in opdracht van ING (2015) met zo'n 1.000 respondenten per land (m.u.v. Luxemburg).

<sup>10</sup> Voor de EU28 gaat het om 52% van 14.050 respondenten (i.e. 7.306 personen). In België gaat het om 39% van de 500 respondenten (i.e. 195 personen).



Tabel 5: Voordelen van deelplatformen voor gebruikers t.o.v. traditionele handel van goederen en diensten (in %)

|      |  | The access to services is organized in a more convenient way | It is cheaper or free                     | The ability to exchange products or services instead of paying with money | It offers new or different services | Other (SPONTANEOUS) | None (SPONTANEOUS) | Don't know |
|------|--|--|---|---|-------------------------------------|---------------------|--------------------|------------|
| EU28 |  | 41   | 33  | 25  | 24                                  | 3                   | 4                  | 8          |
| BE   |  | 42   | 30  | 40  | 29                                  | 1                   | 2                  | 7          |
| BG   |  | 47   | 21  | 17  | 22                                  | 2                   | 3                  | 11         |
| CZ   |  | 15   | 53  | 26  | 31                                  | 0                   | 2                  | 11         |
| DK   |  | 27   | 35  | 18  | 26                                  | 6                   | 1                  | 10         |
| DE   |  | 57   | 26  | 19  | 16                                  | 3                   | 5                  | 9          |
| EE   |  | 61   | 27  | 8   | 20                                  | 1                   | 4                  | 17         |
| IE   |  | 62   | 22  | 12  | 23                                  | 3                   | 1                  | 3          |
| EL   |  | 42   | 36  | 25  | 23                                  | 1                   | 5                  | 7          |
| ES   |  | 21   | 32  | 31  | 33                                  | 8                   | 7                  | 6          |
| FR   |  | 37   | 40  | 33  | 28                                  | 1                   | 4                  | 6          |
| HR   |  | 30   | 35  | 15  | 31                                  | 4                   | 3                  | 4          |
| IT   |  | 38   | 29  | 17  | 22                                  | 2                   | 3                  | 10         |
| CY   |  | 27   | 33  | 44  | 29                                  | 1                   | 1                  | 4          |
| LV   |  | 51   | 41  | 21  | 14                                  | 4                   | 4                  | 8          |
| LT   |  | 37   | 25  | 17  | 17                                  | 4                   | 4                  | 13         |
| LU   |  | 29   | 48  | 36  | 34                                  | 1                   | 2                  | 5          |
| HU   |  | 51   | 35  | 12  | 15                                  | 5                   | 7                  | 5          |
| MT   |  | 57   | 23  | 13  | 23                                  | 7                   | 0                  | 7          |
| NL   |  | 35   | 37  | 39  | 27                                  | 5                   | 2                  | 10         |
| AT   |  | 45   | 33  | 31  | 23                                  | 1                   | 2                  | 8          |
| PL   |  | 42   | 36  | 24  | 16                                  | 4                   | 2                  | 9          |
| PT   |  | 32   | 22  | 28  | 19                                  | 6                   | 2                  | 16         |
| RO   |  | 61   | 27  | 13  | 28                                  | 3                   | 1                  | 10         |
| SI   |  | 43   | 33  | 24  | 19                                  | 5                   | 1                  | 7          |
| SK   |  | 28   | 32  | 15  | 18                                  | 3                   | 5                  | 13         |
| FI   |  | 46   | 45  | 26  | 22                                  | 0                   | 1                  | 9          |
| SE   |  | 41   | 21  | 18  | 21                                  | 7                   | 4                  | 12         |
| UK   |  | 40   | 36  | 28  | 26                                  | 1                   | 5                  | 8          |
|      |  | <b>1st MOST FREQUENTLY MENTIONED ITEM</b>                    | <b>2nd MOST FREQUENTLY MENTIONED ITEM</b> | <b>3rd MOST FREQUENTLY MENTIONED ITEM</b>                                 |                                     |                     |                    |            |

Opmerking: In elke lidstaat mochten de 500 respondenten maximaal 2 antwoordopties aanduiden.

Bron: Flash Eurobarometer 438 (Europese Commissie, 2016)





### 4.3.2 Interviews

*"De deeleconomie draagt enerzijds bij tot kapitalisme; anderzijds biedt het ook echt een transitie en een mooi alternatief. Hopelijk neemt het positief transitieverhaal op termijn de bovenhand."*

*Quote uit de interviews*

De motivatie van gebruikers van deelplatformen die actief zijn in Vlaanderen, sluit sterk aan bij de vaststellingen uit internationale literatuur. Bij Blablacar ziet men bijvoorbeeld drie specifieke redenen terugkeren:

- ▶ Besparen op kosten (zoals benzine en tol);
- ▶ Sociaal contact (de focus ligt op langeafstandsritten);
- ▶ CO<sub>2</sub>-reductie. Minder auto's op de baan. Ongeveer 1/3de van de bestuurders blijkt na verloop van tijd ook passagier te worden, waardoor er minder auto's op de baan zijn.

Tijdens andere interviews werden daar nog andere factoren aan toegevoegd:

- ▶ Iets willen bijverdienen (op platformen die winstgevende transacties toelaten);
- ▶ Betere work life balance verkrijgen door huishoudelijke taken te kunnen uitbesteden;
- ▶ Grotere gebruiksvriendelijkheid, gefaciliteerd door technologische ontwikkelingen;
- ▶ Sociale cohesie met de buurt. Hierbij werd ook opgemerkt dat de deeleconomie een alternatieve manier van zingeving biedt, los van economie, religie en verzuiling.

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.

### 4.3.3 Panelbevraging

In de online bevraging werd niet specifiek gevraagd naar de motivatie om gebruik te maken van deelplatformen, maar wel naar de redenen om iets ter beschikking te stellen van anderen, en naar de redenen om iets van anderen te gebruiken. Beide zaken komen aan bod in de hoofdstukken die respectievelijk focussen op de vraag- en aanbodzijde van de deeleconomie (i.e. hoofdstukken 6/ en 7/).

Bij gebruikers stellen we vast dat economische motivaties het vaakst genoemd worden. Zo willen gebruikers meer geld kunnen sparen of besteden aan andere zaken. Bij aanbieders spelen principiële motivaties vaker mee. 44% van de aanbieders noemt 'omdat delen beter is dan niet te gebruiken' als motivatie. De financiële motivatie 'iets bijverdienen' wordt in 32% van de gevallen als motivatie beschouwd.

## 4.4 Drempels die delen in de weg staan

Tot slot gaat deze paragraaf in op de drempels die personen ervan weerhouden om te delen. De onderliggende redenering sluit sterk aan bij de verwachte negatieve effecten van deelname aan de deeleconomie, die verder in de tekst (in paragraaf 8.1) aan bod komen. Naast de hieronder beschreven factoren, kan de vrees voor negatieve effecten bijgevolg beschouwd worden als een bijkomende drempel die helpt te verklaren waarom mensen verkiezen niet actief te zijn op deelplatformen. Mogelijke negatieve effecten die kunnen voortkomen uit deelname aan de deeleconomie worden veel uitgebreider beschreven dan generieke drempels. Toch bieden de empirische studies van de Europese Commissie (2016) en ING (2015) inzage in factoren die deelname kunnen verhinderen.



#### 4.4.1 Voorgaand onderzoek

Om België op Europees niveau te benchmarken, kijken we in eerste instantie opnieuw naar de meest recente cijfers die werden gepubliceerd in de Flash Eurobarometer van de Europese Commissie (2016)<sup>11</sup>. In de bevraging werd aan de respondenten gevraagd wat de belangrijkste problemen zijn – in vergelijking met de traditionele handel van goederen en diensten – waarmee ze geconfronteerd worden bij het gebruik van goederen en diensten via deelplatformen. Hoewel er niet rechtstreeks gevraagd werd wat hen ervan weerhoudt om actief te zijn in de deeleconomie, laat de vraag wel toe om na te gaan waarom ze de traditionele economie boven de deeleconomie zouden verkiezen.

De respondenten die al van de deeleconomie gehoord hadden of er al gebruik van maakten<sup>12</sup>, konden maximaal 2 van de onderstaande antwoorden aanduiden:

- ▶ Niet weten wie er verantwoordelijk is als er een probleem optreedt;
- ▶ Geen vertrouwen in internettransacties in het algemeen;
- ▶ Geen vertrouwen in de aanbieder of verkoper;
- ▶ Teleurgesteld zijn omdat de diensten en goederen niet aan de verwachtingen voldoen;
- ▶ Te weinig informatie hebben over de aangeboden diensten.

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 (cf. Tabel 6). In tweede instantie voorzagen de Belgische respondenten problemen met het online karakter van de deelactiviteiten (31%) en het gebrek aan kwaliteitsgaranties (30%) in vergelijking met traditioneel kopen of huren. Eén op vier Belgische respondenten gaf blijk van een gebrek aan vertrouwen in de aanbieders of gebruikers (27%), en van een gebrek aan informatie over de aangeboden diensten (24%). In termen van socio-demografische groepen, zijn er weinig uitgesproken verschillen, zoals blijkt uit Tabel 8 in Bijlage 4/.

De bezorgdheid over de aansprakelijkheid bij schade komt ook tot uiting in de resultaten van de internetsurvey die ING begin 2015 liet uitvoeren in 15 landen met zo'n 1.000 respondenten per land<sup>13</sup>. Net als in de meeste andere landen, maakten ruim de helft van de Belgen zich zorgen over de verzekeringen (cf. Figuur 19). Ze lieten anderen ook niet graag hun spullen gebruiken, wat een principiële drempel vormt in het kader van de deeleconomie.

---

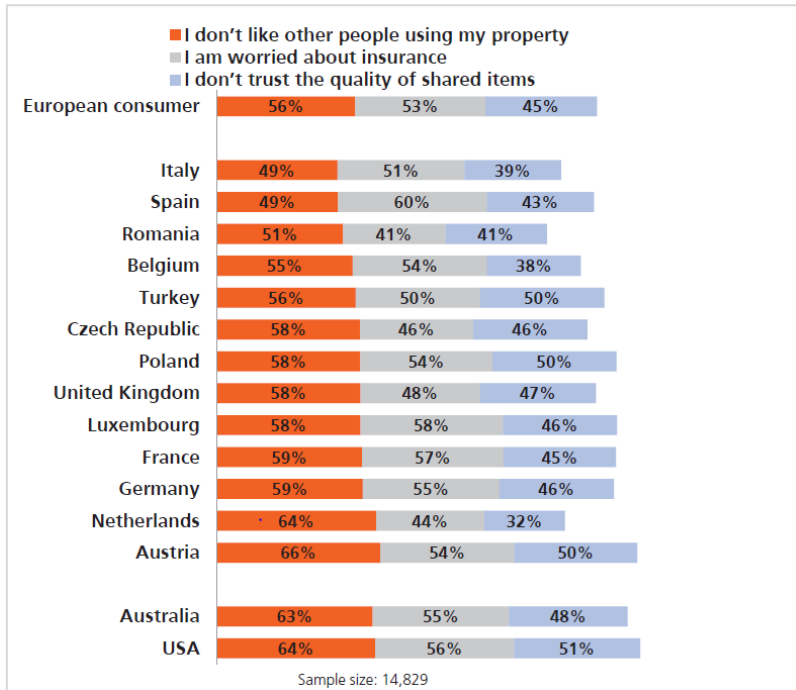
<sup>11</sup> De data zijn gebaseerd op een enquête die in maart 2016 werd afgenomen binnen de 28 EU-lidstaten met 500 respondenten per lidstaat. Voor de bevraging werden deelplatformen gedefinieerd als online tools die transacties mogelijk maken tussen aanbieders en gebruikers van diensten. Daarbij werd benadrukt dat het om allerlei diensten kan gaan, gaande van het (ver)huren van accommodatie en autodelen tot klusjes. Hoewel niet benadrukt werd dat het om tijdelijk gebruik van onderbenutte capaciteit gaat, sluit deze definitie in grote mate aan bij de definitie die in paragraaf 2.7 geformuleerd werd.

<sup>12</sup> Voor de EU28 gaat het om 52% van 14.050 respondenten (i.e. 7.306 personen). In België gaat het om 39% van de 500 respondenten (i.e. 195 personen).

<sup>13</sup> In deze studie werd een andere definitie van deeleconomie gehanteerd. Het werd er gedefinieerd als het gebruiken van goederen die anders niet gebruikt zouden worden (zoals een auto, huis of grasmaaier), weliswaar tegen betaling.



Figuur 19: In welke mate beïnvloeden deze factoren uw deelname aan de deeleconomie (% respondenten dat "zeer invloedrijk" of "invloedrijk" antwoordde)



Bron: Survey uitgevoerd in 15 landen in opdracht van ING (2015) met zo'n 1.000 respondenten per land (m.u.v. Luxemburg).



Tabel 6: Problemen voor gebruikers van dienstverlening via deelplatformen i.p.v. traditionele handel van goederen en diensten (in %)

|      |  | Not knowing who is responsible in case a problem arises | Not trusting the internet transactions in general | Not trusting the provider or seller | Being disappointed because the services and goods do not meet expectations | Not having enough information on the service provided | Other (SPONTANEOUS) | None (SPONTANEOUS) | Don't know |
|------|--|---|---|-------------------------------------|--|---|---------------------|--------------------|------------|
| EU28 |  | 41  | 28  | 27                                  | 27   | 17  | 2                   | 2                  | 5          |
| BE   |  | 38  | 31  | 27                                  | 30   | 24  | 1                   | 4                  | 3          |
| BG   |  | 26  | 26  | 26                                  | 36   | 25  | 0                   | 1                  | 4          |
| CZ   |  | 40  | 25  | 23                                  | 23   | 27  | 2                   | 2                  | 9          |
| DK   |  | 37  | 9   | 24                                  | 33   | 7   | 4                   | 4                  | 11         |
| DE   |  | 46  | 13  | 26                                  | 35   | 15  | 2                   | 4                  | 6          |
| EE   |  | 31  | 20  | 27                                  | 29   | 17  | 2                   | 8                  | 14         |
| IE   |  | 43  | 34  | 25                                  | 15   | 18  | 3                   | 0                  | 2          |
| EL   |  | 34  | 39  | 20                                  | 29   | 17  | 3                   | 3                  | 2          |
| ES   |  | 48  | 42  | 31                                  | 18   | 16  | 2                   | 1                  | 2          |
| FR   |  | 42  | 36  | 26                                  | 31   | 16  | 3                   | 2                  | 3          |
| HR   |  | 25  | 32  | 26                                  | 25   | 15  | 3                   | 1                  | 4          |
| IT   |  | 38  | 32  | 20                                  | 20   | 19  | 1                   | 1                  | 5          |
| CY   |  | 33  | 33  | 26                                  | 14   | 26  | 0                   | 3                  | 7          |
| LV   |  | 28  | 21  | 26                                  | 41   | 20  | 4                   | 5                  | 4          |
| LT   |  | 17  | 35  | 22                                  | 25   | 22  | 3                   | 3                  | 6          |
| LU   |  | 43  | 31  | 25                                  | 35   | 22  | 2                   | 2                  | 2          |
| HU   |  | 32  | 39  | 33                                  | 17   | 22  | 2                   | 4                  | 3          |
| MT   |  | 29  | 28  | 29                                  | 17   | 15  | 3                   | 8                  | 6          |
| NL   |  | 48  | 22  | 33                                  | 32   | 15  | 4                   | 1                  | 5          |
| AT   |  | 53  | 15  | 30                                  | 36   | 21  | 1                   | 2                  | 4          |
| PL   |  | 36  | 26  | 26                                  | 22   | 16  | 1                   | 2                  | 8          |
| PT   |  | 32  | 45  | 21                                  | 11   | 22  | 6                   | 1                  | 6          |
| RO   |  | 33  | 35  | 29                                  | 22   | 30  | 1                   | 1                  | 5          |
| SI   |  | 23  | 24  | 35                                  | 27   | 12  | 12                  | 1                  | 3          |
| SK   |  | 18  | 19  | 23                                  | 25   | 17  | 5                   | 5                  | 8          |
| FI   |  | 53  | 15  | 33                                  | 24   | 26  | 0                   | 2                  | 5          |
| SE   |  | 44  | 18  | 24                                  | 28   | 13  | 4                   | 2                  | 11         |
| UK   |  | 41  | 27  | 37                                  | 27   | 12  | 1                   | 1                  | 7          |
|      |  | 1st MOST FREQUENTLY MENTIONED ITEM                      |   | 2nd MOST FREQUENTLY MENTIONED ITEM  |  | 3rd MOST FREQUENTLY MENTIONED ITEM                    |                     |                    |            |

Opmerking: In elke lidstaat mochten de 500 respondenten maximaal 2 antwoordopties aanduiden.

Bron: Flash Eurobarometer 438 (Europese Commissie, 2016)



#### 4.4.2 Panelbevraging

Net als voor de motivatie van aanbieders en gebruikers om actief te zijn in de deeleconomie, werd in de online bevraging niet specifiek gevraagd naar de drempels die personen ervan weerhouden om actief te zijn op deelplatformen. De drempels om iets ter beschikking te bestellen van anderen of om iets van anderen te gebruiken, komen aan bod in de hoofdstukken die respectievelijk focussen op de vraag- en aanbodzijde van de deeleconomie (i.e. hoofdstukken 6/ en 7/).

- ▶ Bij gebruikers stellen we vooral nog een groot onontgonnen potentieel vast. Zij geven in 40% van de gevallen aan dat ze nog niet hadden stilgestaan bij wat ze verder nog konden delen. Als ze wel drempels ervaren, 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%). Ze hebben ook vaak principiële bezwaren tegen zaken van andere mensen gebruiken (34%) en willen niet aansprakelijk zijn voor schade (32,5%).
- ▶ Respondenten die aangaven dat ze niets aanbieden in de deeleconomie en dit ook niet overwegen, verwijzen vooral naar het principiële bezwaar dat ze het niet vertrouwen (40%) en/of dat ze er niet van houden dat anderen hun eigendom gebruiken (40%)



## 5/ Typerende kenmerken van deelplatformen

Platformen spelen een centrale rol in de deeleconomie als tussenschakel die vraag en aanbod met elkaar in contact brengt. Zoals we eerder aangaven, werden heel wat platformen in de loop van de afgelopen vijf jaar opgericht. Europese deelplatformen blijken voornamelijk kleine ondernemingen te zijn, voortgaand op het aantal werknemers en de gerapporteerde inkomsten. Net als andere starters worden ze geconfronteerd met uitdagingen in de opstart- en groeifase, zoals moeilijke toegang tot financiering en drempels om over de grenzen heen uit te breiden (SWD(2016)184/F1).

Anderzijds onderscheiden deelplatformen zich op verschillende vlakken van ondernemingen in de traditionele economie. In dit hoofdstuk gaan we dieper in op de volgende vier aspecten, die kenmerkend zijn voor deelplatformen:

1. Intermediaire rol in een tweezijdige markt;
2. Evoluerend takenpakket;
3. Atypisch financieel model;
4. Vertrouwen als sleutelfactor in hun werking.

### 5.1 Intermediair in een tweezijdige markt

Het bedrijfsmodel in de deeleconomie is gebaseerd op de creatie van een digitaal platform dat functioneert als online marktplaats voor gebruikers en aanbieders van goederen en diensten, en hen voorziet van een aantal ondersteunende diensten (SWD(2016)184/F1). In tegenstelling tot veel andere ondernemingen, zijn deelplatformen hierdoor actief in een 'tweezijdige markt'.

**De Financial Times<sup>14</sup> definieert een tweezijdige markt als een ontmoetingsplaats voor twee types actoren (vb. aanbieders en gebruikers) die met elkaar omgaan via een bemiddelaar of een platform. Een platform kan pas groeien en succesvol zijn wanneer het beide zijden aan boord heeft.**

Voorbeelden van tweezijdige markten zijn o.a. winkelcentra waar consumenten hun favoriete winkels vinden, en kranten die adverteerders en lezers samenbrengen. Er is een rechtstreekse relatie tussen de waarde van het aanbod in één deel van de markt en het aantal en de kwaliteit van de actoren aan de andere zijde (ETUI, 2016).

Meerdere factoren bepalen de ontwikkeling van een deelplatform in een tweezijdige markt (SWD(2016)184/F1):

- ▶ **Netwerkeffecten:** er is een breed netwerk nodig om voldoende vraag en aanbod te hebben. In sommige gevallen vraagt dit subsidiëring van één zijde van het netwerk. Deelplatformen gebruiken daarom vaak verschillende prijsstrategieën voor vraag en aanbod (asymmetrische prijszetting).
- ▶ **Schaaleffecten:** platformen hebben een hoog aandeel vaste kosten, waardoor grote schaalvoordelen mogelijk zijn.
- ▶ **Verzadiging (congestion):** verzadiging op een platform kan het realiseren van schaalvoordelen (deels) beperken (al laat dat zich minder voelen bij online platformen)
- ▶ **Platformdifferentiatie:** dit kan zowel verticaal (via verschillende kwaliteiten van product of dienst), of horizontaal (via de gebruikersprofielen)
- ▶ **Multi-homing:** personen kunnen verschillende platformen gebruiken om zaken te delen

Het is niet evident om vraag en aanbod op elkaar af te stemmen in een tweezijdige markt. Platformen kunnen aan schaal winnen door potentiële aanbieders ervan te overtuigen het platform te gebruiken. De kwaliteit van het aanbod kan echter sterk verschillen tussen aanbieders. Terzelfdertijd vragen gebruikers een minimaal kwaliteitsniveau aan vraagzijde. Deze spanning kan ertoe leiden dat platformen bepaalde standaardisatiemaatregelen invoeren, zoals richtlijnen voor dienstverlening of prijszetting (SWD(2016)184/F1). De naleving ervan kunnen ze opvolgen via tools als ratingssystemen. Dat draagt bij tot het vertrouwen in het platform, waardoor het aantal aanbieders en gebruikers kan stijgen. Dat is cruciaal voor de werking van het platform omdat snelle, degelijke matching slechts mogelijk is wanneer er voldoende aanbieders zijn (Todolí-Signes, 2017).

---

<sup>14</sup> [http://lexicon.ft.com/Term?term=two\\_sided-markets&mhq5j=e4](http://lexicon.ft.com/Term?term=two_sided-markets&mhq5j=e4)



Tijdens de interviews bevestigden verschillende deelplatformen de uitdagingen waarmee ze geconfronteerd worden door hun activiteiten in een tweezijdige markt. Die hebben voornamelijk te maken met een onevenwicht tussen vraag en aanbod, zoals onderstaande voorbeelden illustreren:

- ▶ Bij Peerby blijkt het eenvoudiger om voldoende aanbod aan te trekken, dan om een vraagstroom te creëren, terwijl 85% van de oproepen positief beantwoord wordt. Hoewel er een zeer actief ledenplatform is, is er nog geen evenredigheid tussen het aantal leden en het aantal oproepen. Gebruikers zouden het gevoel hebben dat er een schuld uitstaat bij de aanbieder tot ze zelf iets ontlenen, wat een psychologische drempel creëert om een oproep te lanceren. Ze willen vermijden om terecht te komen in een systeem van 'eeuwig wederkerigheid'.
- ▶ Blablacar ervaart de tegenovergestelde situatie: in verhouding tot de vraag is er relatief weinig aanbod. Vooral in piekmomenten kan dat het moeilijk maken om aan de vraag te voldoen. Uber vangt deze spanning tussen vraag en aanbod op door de prijszetting vanuit de vraagzijde te bepalen via dynamische tarieven<sup>15</sup> (die bijvoorbeeld hoger zijn wanneer het spitsuur is en het regent; tegelijk gaan die hogere tarieven ook de chauffeurs mobiliseren). Het principe is hetzelfde als dat van prijzen voor hotelkamers of vliegtuigtickets: wanneer de vraag sterk is en de beschikbaarheid afneemt, stijgen de prijzen.

Elk deelplatform bekijkt bijgevolg of een vraagedreven of aanbodgedreven aanpak nodig is. Aangezien mensen doorgaans vanuit hun eigen behoefte een oproep lanceren, creëert een vraagedreven aanpak doorgaans meer dynamiek op het deelplatform. Toch focust Listminut bijvoorbeeld bewust op de aanbodzijde omdat 90% van de gebruikservaring zal afhangen van de dienstverleners. Er is m.a.w. geen universeel recept voor succes. Dat geldt eveneens voor de verhouding tussen het aantal gebruikers en het aantal aanbieders, waarvoor er geen vaste regel is. De meeste deelactiviteiten hebben nog steeds een offline, lokale component, waardoor de verhouding tussen vraag en aanbod overal anders is. Er is m.a.w. geen eenduidig antwoord op de vraag hoeveel aanbieders nodig zijn om aan de vraag van de gebruikers te kunnen voldoen.

Een bijkomende component die het niet evident maakt om de nodige kritische massa te bereiken, is het werken binnen een bepaalde straal tussen aanbieder en gebruiker. Op een kleine oppervlakte moeten dan immers voldoende aanbieders en gebruikers zijn om tot een match te komen. Deelplatformen als Peerby, Konnektid en Listminut houden die afstand bewust beperkt om o.a. verplaatsingskosten te beperken en sociaal contact in de buurt te bevorderen. Concreet zoeken zij een aanbieder in een straal van maximaal 10 kilometer wanneer een oproep binnenkomt:

- ▶ Konnektid gaat stapsgewijs tewerk en zoekt eerst binnen een straal van 1 km. Als er na 24 uur geen respons is binnen een straal van 3 km, en als dat na 24 uur niets oplevert, in een straal van 5 km.
- ▶ Peerby zoekt binnen een straal van 7,5 km.
- ▶ Listminut zoekt een match binnen een straal van 2 tot 10 km.

Tot slot werd benadrukt dat bedrijven een andere aanpak vergen als doelgroep dan particulieren. Het is bijvoorbeeld moeilijk om binnen één sector te werken aangezien bedrijven dan onderlinge concurrenten zijn, die er niet voor open staan om zaken met elkaar te delen. Anderzijds hebben platformen gericht op bedrijven wel het voordeel dat aanbodgericht werken de trafiek op het platform niet hypothekeert. Voor bedrijven is ook de transparantie van de bestaande capaciteit al een meerwaarde die deelplatformen kunnen bieden. Ze bezoeken het platform m.a.w. niet alleen wanneer ze zelf een vraag hebben voor andere bedrijven.

## 5.2 Evolutie in takenpakket

De interviews leerden dat het takenpakket van de deelplatformen mee evolueert met hun groei. Dit werd geïllustreerd aan de hand van drie evoluties, die tijdens de gesprekken herhaaldelijk aan bod kwamen:

1. **Shift naar retentie.** Verschillende deelplatformen bouwden een hele community uit, die ze aan het platform willen binden. De initiële acquisitiefocus die erop gericht was om nieuwe leden aan te trekken, verschuift zo steeds meer richting retentie. De juiste benadering van die community om ook hun volgende transacties via het platform te laten gebeuren, vergt een andere manier van werken.
2. **Shift naar meer service.** Als intermediaire speler brengen deelplatformen aanbieders en gebruikers met elkaar in contact. Vanuit die faciliterende rol moeten ze voldoende meerwaarde creëren om te vermijden dat

---

<sup>15</sup> De tariefberekening staat online beschreven: <http://www.chauffeur-uber.be/nl/tarief-en-dienstenvergoeding/>



ze voor een volgende transactie het platform omzeilen (door rechtstreeks contact op te nemen met de aanbieder of gebruiker die ze via het platform vonden). Het gebruik van het platform moet voor beide partijen een belangrijke meerwaarde bieden, die ze daarbuiten niet vinden (wat ook in het retentieverhaal past). Voor aanbieders gebeurt dat bijvoorbeeld via ondersteuning bij de facturatie, marketing, etc., terwijl gebruikers vooral op een gebruiksvriendelijke manier een snel en goed antwoord op hun oproep willen krijgen.

- 3. Zoektocht naar alternatieve verdienmodellen.** Het schuldgevoel dat mensen vaak ervaren wanneer ze iets lenen (i.e. het gevoel dat dan ontstaat om ook iets te moeten ontlenen) lag mee aan de basis van de beslissing van Peerby om naast de gratis deelactiviteiten ook een alternatief, betalend model te voorzien. Zo ontstond in Nederland Peerby Go, waarbij men spullen kan lenen tegen een zeer lage huurprijs (incl. levering en verzekering). Zelfs een bedrag van 2 of 3 euro zorgt ervoor dat er geen schuldgevoel meer is omdat het om een transactie gaat; men geeft onmiddellijk iets terug. Door de afwezigheid van een engagement om structureel op lange termijn samen dingen te delen, wordt het meer functioneel. Hoewel Peerby Go enkel beschikbaar is in Nederland, werd ook in België een alternatief verdienmodel geïntroduceerd, dat de werkingskosten mee kan helpen dragen. Peerby Group is een betalende app die delen tussen collega's binnen een bedrijf faciliteert.

Het blijkt voor deelplatformen niet evident om een verdienmodel te vinden dat hun werking financiert. Meerdere platformen experimenteerden met verschillende formules omdat ze niet kunnen terugvallen op de ervaring van anderen die hen vooraf gingen. Ze zijn a.h.w. pioniers in wat ze doen, zoals onderstaande quote illustreert. Dat brengt ook de nodige onzekerheid met zich mee, waardoor ze zichzelf moeten blijven heruitvinden tot ze het verdienmodel vinden dat de groei van vraag en aanbod niet in de weg staat.

*"Deelplatformen zijn geen bestaande markt aan het ontdekken en aan het bouwen, het bestaat gewoon niet. Hoe dat werkt en hoe je verdient, dat wordt nu uitgevonden. Ze willen ook een sociale impact hebben, en die combinatie maakt het ontzettend moeilijk. Of ze het gaan redden, weten ze ook niet."*

*Quote uit de interviews*

Het veranderen van verdienmodel is echter niet zonder gevaar. Couchsurfing was bijvoorbeeld lang actief als non-profit organisatie, wat een specifieke community van 'surfers' met zich meebracht bij wie het sociaal aspect primeerde. Toen het deelplatform afstapte van dat non-profit model, konden veel oorspronkelijke aanhangers zich niet langer vinden in de waarden van de organisatie, bijvoorbeeld omdat er een vergoeding gevraagd werd voor diensten die voorheen gratis aangeboden werden en omdat ze ook steeds meer reizigers over de vloer kregen die gratis logies zochten i.p.v. sociaal contact. Dit alles leidde ertoe dat een aanzienlijk deel van de community verhuisde naar het concurrerend platform BeWelcome.

### 5.3 Atypisch financieel model

*"Uber, the world's largest taxi company, owns no vehicles. Airbnb, the world's largest accommodation provider, owns no real estate. Something interesting is happening." - Tom Goodwin*

Tijdens de interviews werd veelvuldig benadrukt dat de tijd zal uitwijzen welke bedrijfsmodellen in de deeleconomie voldoende levensvatbaarheid hebben op financieel vlak. Sociaal georiënteerde deelplatformen ervaren bijvoorbeeld dat het moeilijk is om financieel rond te komen omdat ze veel meer maatschappelijke waarde genereren dan economische waarde. Meer nog, de overgrote meerderheid van de deelplatformen maken systematisch verlies, ook diegene met een duidelijke winstgedreven insteek. In maart 2017 kopte De Morgen dat Airbnb voor het eerst winst maakte in de tweede helft van 2016, en ook meteen weer 1 miljard dollar ophaalde in een nieuwe financieringsronde. Die keuze voor expansie kadert binnen de monopoliestrategie die kenmerkend is voor deelplatformen.

Traditionele organisaties die marktgericht denken, trachten hun kosten laag te houden, waardoor ze hun prijzen moeten verhogen om groei te creëren zodat investeerders rendement halen uit hun ingebrachte middelen. Die dynamiek vinden we niet terug in de deeleconomie, waar deelplatformen investeren in expansie en kapitaal zoeken om een monopolie uit te bouwen. Prijzen worden pas verhoogd wanneer dat monopolie bereikt is en aanbieders en gebruikers aan het deelplatform gebonden zijn. De nieuwe competitieve dynamiek behelst m.a.w. "the winner takes all" (ETUI, 2016). Toch achten Frenken en Schor (2017) de kans dat platformen zouden uitgroeien tot





monopolies eerder onwaarschijnlijk, en dit om verschillende redenen, waaronder de lokale component van transacties, de algemene beschikbaarheid van platform-software, en de registratie van personen op meerdere, concurrerende platformen omdat het weinig moeite kost om actief te zijn op een platform.

Zowel qua uitgaven als inkomsten onderscheiden deelplatformen zich van andere ondernemingen. Hoewel dit slechts in beperkte mate aan bod komt in gepubliceerde studies, is het kenmerkend voor de werking van de platformen. In deze paragraaf zetten we daarom de meest besproken aspecten qua inkomsten en uitgaven op een rij.

## **Uitgaven**

**Aanbod.** Platformen investeren voornamelijk in infrastructuur, niet in eigendom. Ze kunnen immers gebruik maken van bestaande, onderbenutte capaciteit, waardoor ze waarde kunnen creëren zonder zelf significante investeringen te moeten doen (OECD, 2016). Het zijn de aanbieders, en niet de platformen, die de aankoop- en overheadkosten dragen, waardoor een lagere kapitaalinput nodig is (SWD(2016)184/F1). Door gebruik te maken van bestaande capaciteit, kunnen ze bijgevolg snel groeien. Zoals Frenken (2015) aangeeft is dit een belangrijk verschil met bv. traditionele verhuurbedrijven die zelf instaan voor de aankoop van goederen en hun investering nadien moeten terugverdienen. Qua locatie moeten zij zich daarom vestigen waar de vraag voldoende groot is.

**Digitaal platform.** Een belangrijke kost betreft de investering in de ontwikkeling en het onderhoud van het platform. Als online marktplaats moet het voldoende gebruiksvriendelijk en betrouwbaar zijn om aanbieders en gebruikers aan te trekken en tevreden te houden. Huefner (2015) acht de volgende elementen noodzakelijk om goed te functioneren in de deeleconomie:

- ▶ Goede informatievoorziening zodat aanbieders en gebruikers elkaar kunnen vinden;
- ▶ Gemakkelijke toegang zodat de transactie snel en gemakkelijk kan gebeuren;
- ▶ Matchingalgoritme om aanbieders en gebruikers aan elkaar te linken;
- ▶ Beoordelings- en reviewsystemen om vertrouwen te waarborgen;
- ▶ Afstemmen op online versus offline werking;
- ▶ Uitbouwen van community.

Smartphones en sociale media bieden een gebruiksklare communicatie-infrastructuur, die gebruikt kan worden om het platform te promoten en gebruikers en aanbieders te werven (Huefner, 2015). Ze ondersteunen ook sociale interacties tussen beide partijen en dragen bij tot het uitbouwen van een community (Hamari et al., 2016). Die community en het bijhorende netwerkeffect zijn cruciaal voor de werking en de groei van platformen. Zoals Owyang en collega's (2014) stellen, is delen iets virals. De belangrijkste reden om iets te delen, is volgens hen een persoonlijke aanbeveling. Frenken (2012) wijst bovendien op de aanwezige netwerkeffecten. Deze impliceren dat de aantrekkelijkheid om actief te zijn op een platform stijgt naarmate anderen er meer gebruik van maken (Frenken 2012). Zo kunnen platformen uitgroeien tot "natuurlijke monopolies" (Frenken et al., 2015).

Het uitbouwen van een community en teweegbrengen van een dynamiek binnen en buiten het netwerk, vergt aanzienlijke investeringen. Het doel is emotionele en sociale connecties tot stand te brengen die ervoor zorgen dat transacties beschouwd worden als ervaringen die meer als vriendschap aanvoelen (PWC, 2015).

**Marketing & communicatie.** Investeringen in marketing en communicatie zijn nodig om voldoende schaal te ontwikkelen qua aanbieders en gebruikers. Bovendien zijn op dit vlak extra uitgaven nodig wanneer de deelplatformen na de early adopters ook andere groepen willen bereiken.

**Marginale kosten.** De technologie zorgt ervoor dat er weinig of geen marginale kosten zijn (ETUI, 2016).

**Personeelskosten.** Tijdens de interviews werd ook gewezen op het belang van personeelskosten. Medewerkers staan onder meer in voor marketing, het beheer van de community, continue updates en bij veel deelplatformen ook manueel beheer van de website en/of app (vb. screenen van oproepen, waar ook filters op toegepast worden zodat kan ingegrepen worden bij discriminatie en vragen naar bv. wapens niet in het systeem terechtgekomen).

## **Inkomsten**

**Externe financiering.** Het aanzienlijke kapitaal dat nodig is voor de ontwikkeling en het onderhoud van het digitaal platform, vraagt een groot kapitaal in de opstart- en groeifase. Voor deelplatformen is het niet altijd evident om hun weg te vinden naar de nodige financiering. Durfkapitaal is daarom erg belangrijk voor verschillende platformen.

**Commissie op transacties.** Zoals reeds bleek uit de definitie van de deeleconomie, gebeurt delen soms tegen een vergoeding om kosten te dekken of winst te maken (cf. paragraaf 3.5). Sommige platformen sluiten aan bij de cultuur van traditionele commerciële ondernemingen, terwijl andere modellen voornamelijk inspelen op het



gemeenschapsgevoel van gebruikers (OECD, 2016). Op die gevraagde vergoeding wordt doorgaans een commissie geheven, i.e. een heffing op transacties tussen beide zijden van de markt (ETUI, 2016). Het is bijgevolg niet het ter beschikking stellen van informatie (de kern van de intermediaire rol), maar de uitgevoerde transacties die inkomsten genereren (Todolí-Signes, 2017). Studies geven aan dat gemiddeld 15% van de transactiewaarde naar het platform gaat (Aloisi, 2016; PWC, 2016). De aanbieders ontvangen m.a.w. gemiddeld 85% van de transactiewaarde die via de platformen wordt gerealiseerd. De inkomstenmodellen verschillen echter sterk tussen platformen en subsectoren (Frenken & Schor, 2017). Commissies zouden variëren van 1 à 2% bij peer-to-peer lenen tot ruim 20% voor het delen van ritten (PWC, 2016). Bij de deelplatformen die werden geïnterviewd, varieerde de commissie van 5% van de maaltijdprijs<sup>16</sup> bij FLAVR tot 25% van de ritinkomsten van Uber en de aangerekende vergoeding voor Peerby Go in Nederland.

**Abonnementen.** Sommige platformen verkiezen een abonnementsformule boven het aanrekenen van commissie. Het gevraagde lidgeld verschilt echter sterk tussen platformen, zoals ook de interviews illustreerden. Voor cateraars geldt bij Thuisafgehaald bijvoorbeeld een abonnementskost van 5 euro per maand, terwijl Floop2 en Peerby Group, beiden gericht op bedrijven, tot 250 euro per maand kosten. Ook hier speelt de aard van de transacties dus mee.

**Andere inkomsten.** Tijdens de interviews werden bovenstaande bronnen van inkomsten verder aangevuld. Veel deelplatformen verwerven immers ook middelen via advertenties, sponsoring, partnerschappen en crowd funding. Peerby Go slaagde er in Nederland bijvoorbeeld in om 2,2 miljoen op te halen via crowdfunding in 4 dagen tijd. Deelplatformen met een sociale insteek, zoals Peerby en Thuisafgehaald, ontvingen ook subsidies ter ondersteuning van hun werking.

Tot slot merken we op dat ook de verzamelde informatie ('big data') waardevol is voor de betrokken actoren aan beide zijden (ETUI, 2016). Het gaat niet enkel om een databron, maar ook om kennis. Door nieuwe technologieën ontstaan nu ongeziene hoeveelheden van data en de tools die nodig zijn om ze actief te gebruiken en de waarde ervan te verhogen. Digitale informatie is een belangrijke strategische resource. De verkregen gegevens kunnen bijvoorbeeld voor marketingdoeleinden bijzonder waardevol zijn (Frenken et al., 2015).

## 5.4 Vertrouwen als sleutelfactor in de werking

Bij het afbakenen van de deeleconomie werd reeds duidelijk dat het recente fenomeen zich onderscheidt van andere vormen van delen door de transacties naar een grotere schaal te brengen. Daar waar voorheen vooral gedeeld werd binnen het eigen netwerk van familie, burens, vrienden, collega's, etc., laten digitale platformen toe om ook met vreemden te delen. Dergelijke transacties missen het sociaal vertrouwen dat aanwezig is binnen het persoonlijk netwerk (Codagnone & Martens, 2016). Vooral het delen van persoonlijke zaken zoals een woning, een auto, maaltijden, etc. houdt een zeker risico in, net als huishoudelijke diensten die vreemden toegang geven tot de woning (Codagnone & Martens, 2016; Frenken en Schor, 2017).

Een gebrek aan vertrouwen kan risicoaverse personen ervan weerhouden om actief te zijn in de deeleconomie. Er bestaat immers altijd het risico dat gedeelde goederen beschadigd of gestolen worden. Er ontstaat bijgevolg een nood aan mechanismen die het vertrouwen tussen vragers en aanbieders vergroten (SWD(2016)184/F1).

### Meerdere manieren om vertrouwen te creëren

Het waarborgen van vertrouwen tussen aanbieders en gebruikers is één van de kerntaken van platformen die actief zijn in een tweezijdige markt (cf. paragraaf 5.1). Als intermediair bekleden zij een centrale positie, waardoor ze een faciliterende rol kunnen spelen in transacties (Kane, 2016). De digitale aard van de platformen maakt het bovendien mogelijk om aanbieders, gebruikers en transacties te traceren en zo de nodige informatie te verzamelen om het tekort aan vertrouwen op te vangen. Dit kan op verschillende manieren gebeuren (Finley, 2013; SWD(2016)184/F1).

- ▶ **Professionaliseren.** Deelplatformen lijken meer betrouwbaar naarmate hun interface er aantrekkelijker en functioneler uitziet. Ook het vermelden van contactgegevens (vaak met inbegrip van GSM-nummers) verhoogt de gepercipieerde betrouwbaarheid, net als actieve communicatie (Finley, 2013).
- ▶ **Minimaliseren van risico's.** Verzekering voorzien voor de geleverde dienst en klachten behandelen. AirBnB biedt verhuurders bijvoorbeeld bescherming tot een bedrag van €800.000 met de AirBnB Verhuurdersgarantie.

---

<sup>16</sup> Met een minimum van 1 euro.



- ▶ **Informereren.** Transparante informatie vermelden op het platform en persoonlijke gegevens gebruiken zodat aanbieders of gebruikers een gezicht krijgen en minder als 'vreemden' beschouwd worden. Uber zet hier bijvoorbeeld heel sterk op in. Nadat een passagier gekoppeld werd aan een chauffeur, ziet men zijn naam, foto, beoordeling en het kenteken van de auto zodat men weet wie hem of haar komt ophalen. Die informatie kan men ook delen met vrienden of partner zodat ze alles kunnen volgen, wat het veiligheidsgevoel vergroot.
- ▶ **Evalueren.** Objectieve ratings en reviewsystemen hanteren. Zij verschaffen informatie over de gebruikers van het platform, en maken het delen zo minder risicovol (Frenken en Schor, 2017). Op veel platformen kunnen aanbieders en gebruikers elkaar evalueren via een score en/of het schrijven een review. Sommige platformen evalueren naast het 'reëel gedrag' ook het 'online gedrag' (reactietijd, annulering, etc.).
- ▶ **Laten erkennen door derden.** Officiële erkenning van het platform aanvragen om de legitimiteit te bekrachtigen (vb. erkenning door een onafhankelijk instituut of wetgevende instantie).
- ▶ **Controleren.** Profiel van aanbieders en gebruikers natrekken om criminele gegevens te identificeren en fraude te voorkomen. Ook het monitoren van de activiteit van gebruikers, is een vorm van zelfcontrole die ertoe bijdraagt om 'slechte' aanbieders en gebruikers van het platform te weren (VBO, 2016).

De interviews leren dat deelplatformen verder gaan dan het gebruik van persoonlijke gegevens, ratings en reviewsystemen op het vlak van informeren en evalueren.

- ▶ **Berichten sturen:** Verschillende deelplatformen hebben een eigen berichtensysteem of een chatfunctie waardoor aanbieders en gebruikers onderling kunnen afspreken zonder dat er persoonlijke gegevens moeten uitgewisseld worden.
- ▶ **Contextualiseren:** Het kaderen van een oproep door te laten weten waarom men iets nodig heeft, blijkt een belangrijke factor om het vertrouwen van aanbieders te winnen. Bovendien kunnen zij vanuit een gevoel van empathie sneller geneigd zijn om in te gaan op de vraag wanneer het om een herkenbare nood gaat. Deelplatformen als Peerby, Couchsurfing en Konnektid ervaren dat de kans op een match vergroot naarmate een bericht persoonlijker is.
- ▶ **Betrouwbaarheidsscore.** Uit de interviews bleek dat Listminut ook gebruik maakt van een algemene betrouwbaarheidsscore. Deze score (gaande van 0 tot 1.000) stijgt in functie van het aantal door de dienstverleners verschaft gegevens (foto, biografie, bankrekening, telefoon, gegevensvalidatie enz.) en in functie van de positieve evaluaties en de kwaliteit van de geleverde diensten.

Bij wijze van samenvatting toont Figuur 20 verschillende instrumenten die deelplatformen inzetten om het vertrouwen tussen aanbieders en gebruikers te waarborgen.

*Figuur 20: Ingezette methoden om vertrouwen te managen*



Bron: IDEA Consult

Toch zijn er ook platformen die niet alles digitaliseren en ook vasthouden aan verschillende vormen van face-to-face contact. De digitale aard van de platformen sluit m.a.w. geen face-to-face contact uit. Zo kunnen ze bv. videoconferencing gebruiken om persoonlijk contact zo dicht mogelijk te benaderen (SWD(2016)184/F1). Bij Listminut bestaat een eerste kwaliteitscheck zelfs uit het ontmoeten van iedere nieuw geregistreerde dienstverlener die in de Brusselse regio woont. Het blijkt een goede manier om het wederzijds engagement te tonen. Personen die zich registreerden, maar niet opdagen, worden daarom geweigerd van het platform. Deze werkwijze had een positief effect op het aantal oproepen dat positief beantwoord wordt. Dit sluit aan bij de literatuur, die stelt dat het vooral voor dienstverlening moeilijk is om vertrouwen te creëren. Dit is immers minder tastbaar dan het delen van goederen (SWD(2016)184/F1).



Tot slot merken we op dat delen tussen bedrijven extra vertrouwen vergt vanuit competitief oogpunt. Naast het delen van infrastructuur, ligt ook het uitwisselen van kennis en diensten vooralsnog gevoelig, waardoor er voor veel bedrijven nog steeds een drempel is om de stap naar de deeleconomie te zetten. (VOKA, 2015).

### **Actieve rol voor gemeenschap van peers**

Ratings en reviewsystemen berusten in grote mate op de gemeenschap van 'peers', die onderling goederen en diensten delen. Via hun beoordeling van de transactie en de tegenpartij dragen ze bij tot het creëren van transparantie en vertrouwen binnen de community. Het is bijgevolg een gedecentraliseerde, virtuele gemeenschap van peers die instaat voor evaluaties zonder tussenkomst van een hiërarchisch controlerend orgaan (Plan C, 2014).

De invloed van andere gebruikers van het platform mag niet onderschat worden. Een studie van PWC (2015) wees bijvoorbeeld uit dat twee op drie consumenten (64%) regulering door peers belangrijker vinden dan regulering door de overheid. Bovendien zeiden zeven op tien respondenten (69%) dat ze bedrijven uit de deeleconomie niet vertrouwen tot ze worden aanbevolen door iemand die ze vertrouwen. Zo zijn peers als het ware 'gatekeepers', die de stroom van aanbieders en gebruikers naar deelplatformen beïnvloeden.

Ook voor deelplatformen zelf zijn dergelijke gedecentraliseerde reviewsystemen belangrijk: die zorgen ervoor dat ze niet zelf moeten toezien op de uitvoering van deelactiviteiten (Todolí-Signes, 2017). Ze vertrouwen op het oordeel van de gebruikers van het platform om de kwaliteit van de transacties op te volgen. Dat geldt ook voor de kwalificaties van de aanbieders. Bij deelplatformen gericht op dienstverlening, toont het reviewsysteem de mate van expertise die de aanbieders kunnen voorleggen, en niet hun diploma's, getuigschriften of certificaten. Zo laat men het aan de community over om te oordelen hoe goed aanbieders zijn in het toepassen van de kennis en vaardigheden die ze claimen te hebben.

### **Kritiek t.a.v. beoordelingssystemen**

Ratings en peer reviews geven consumenten een instrument om onderling te communiceren over de waarde van de gedeelde goederen of diensten (OECD, 2016). Zo zijn ze in zekere mate kwaliteitsindicatoren. Toch krijgen deze systemen steeds meer kritiek. Empirisch onderzoek toont dat waarderingssystemen niet volledig betrouwbaar zijn en gemanipuleerd kunnen worden (Codagnone et al., 2016b). Ze zouden bijvoorbeeld onvoldoende nauwkeurig zijn en te positief (e.g. Codagnone & Martens, 2016; Horton & Golden, 2015; Zervas et al., 2015). Sommige gebruikers weigeren bijvoorbeeld om negatieve beoordelingen te geven (Codagnone et al., 2016b). Terzelfdertijd zijn er ook anderen die net erg kritisch worden, waardoor aanbieders heel ver moeten gaan om een goede beoordeling te krijgen. Bovendien missen ratings ook bepaalde zaken; ze zeggen bijvoorbeeld weinig over de mechanische staat van een voertuig, over de criminele achtergrond van een aanbieder of gebruiker, of over de impact op de veiligheid van het brede publiek (OECD, 2016).

Ondanks deze aandachtspunten is de online reputatie die ontstaat door ratings en peer reviews, een belangrijke factor bij het toekennen van een deelactiviteit aan een aanbieder. Verschillende onderzoekers concluderen dat profielen met een hoge rating doorgaans disproportioneel veel taken toegewezen krijgen (e.g. Schmid-Drüner, 2016). Op die manier beperken ze voor een grote groep van aanbieders de mogelijkheid om deel te nemen aan de deeleconomie (en de daaraan gekoppelde inkomsten) (Drahokoupol, 2016). Tijdens de interviews werd ook meermaals de vraag gesteld hoe deelplatformen moeten omgaan met de relatieve kwetsbaarheid van nieuwe aanbieders. Negatieve commentaren wegen bij hen immers zwaar door, terwijl ze nauwelijks een invloed hebben op de score van personen die veel transacties achter de rug hebben. Platformen trachten hen op verschillende manier te steunen:

- ▶ Bij Airbnb krijgen nieuwe huurders voorrang in de listings.
- ▶ ListMinut schenkt nieuwe dienstverleners 5 punten wanneer ze naar de eerste meeting komen.

De rigiditeit van ratings en reviews bindt aanbieders en gebruikers aan deelplatformen. Het zijn immers de platformen die de beoordelingen beheren, waardoor de opgebouwde reputatie enkel op het platform geldt. Dat creëert bijgevolg economische waarde voor de deelplatformen, terwijl het de bewegingsvrijheid van personen beperkt. Het kost immers veel inspanning om op een ander deelplatform opnieuw een reputatie op te bouwen. Als reactie hierop ontstonden websites als Traity, die de reputatie van personen over platformen heen bijhouden en aan elkaar koppelen. Zo kunnen personen weer eigenaar worden van hun online reputatie.

Hoewel het opgebouwde 'reputatiekapitaal' platformen helpt om interacties tussen vreemden te faciliteren (Deenihan & Caulfield, 2015), kan het dus nog verder ontwikkeld worden. De getoonde weerstand van aanbieders en gebruikers om persoonlijke (gevoelige) informatie te uploaden, geeft echter aan dat dit geen evidentie is (PWC, 2015).



## 6/ Vraagzijde – Iets gebruiken in de deeleconomie

Aan de vraagzijde van de deeleconomie bevinden zich personen die beroep doen op anderen om iets tijdelijk van hen te gebruiken. Zij zijn het m.a.w. die via deelplatformen een oproep lanceren. In dit hoofdstuk ligt de focus op die gebruikers. Aan de hand van de resultaten van de online bevraging, wordt de vraagzijde van de deeleconomie in Vlaanderen in kaart gebracht. Uit hoofdstuk 3 bleek reeds dat 8% van de 1.000 Vlamingen die via de panelbevraging werden geconsulteerd, gebruik maken van de deeleconomie. Voor die groep Vlamingen worden achtereenvolgens de volgende aspecten besproken:

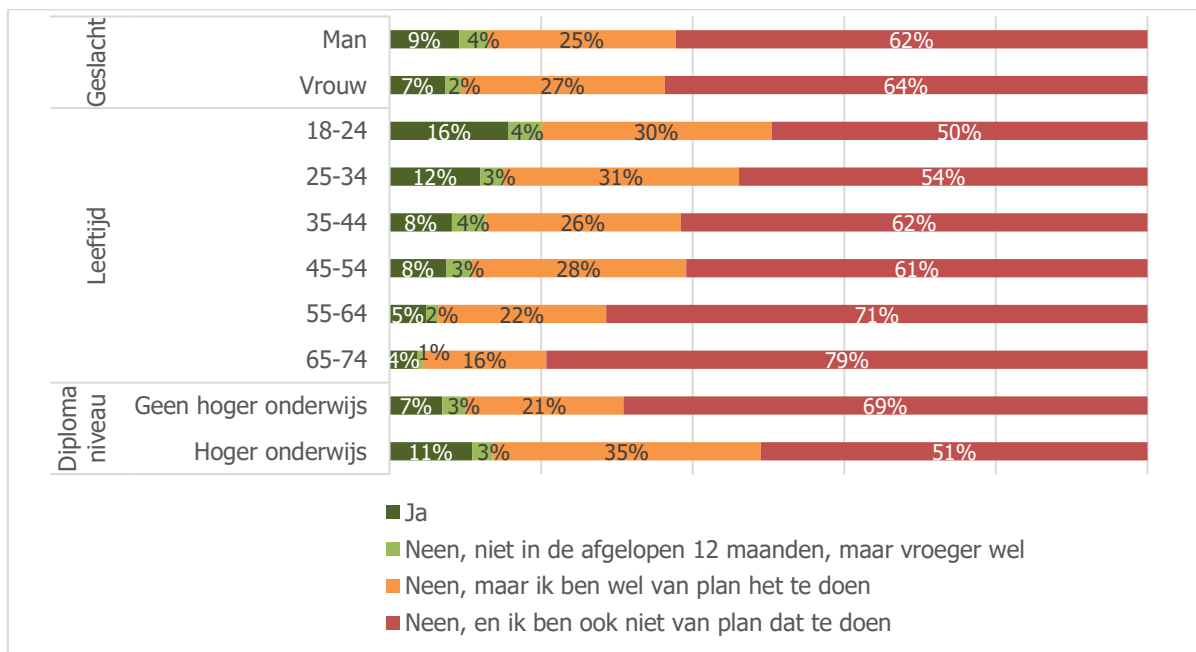
- ▶ **Wie** - Het profiel van de gebruikers;
- ▶ **Wat** - Het voorwerp van de transactie, i.e. wat ze van anderen gebruiken;
- ▶ **Hoe vaak** - De frequentie waaraan ze op anderen beroep doen;
- ▶ **Waarom** - Hun motivatie om iets met anderen te delen;
- ▶ **Waarom niet** - Drempels die (potentieel) gebruik van goederen in de weg staan;
- ▶ **Welke competenties** - Vaardigheden die nodig zijn om goederen en diensten te gebruiken.

### 6.1 Jonge, hoogopgeleide gebruikers

Europees onderzoek wees uit dat vooral jongere, hoger opgeleide personen vertrouwd zijn met de deeleconomie (Europese Commissie, 2016). Dat geldt ook voor personen die in een stedelijke omgeving wonen, en voor werkenden (als zelfstandige of werknemer). De resultaten gaan echter niet specifiek in op de vraag- en aanbodzijde van de deeleconomie. Deze paragraaf komt daaraan tegemoet en gaat dieper in op de profielkenmerken van de gebruikers in Vlaanderen.

In termen van socio-demografische kenmerken leiden de enquêteresultaten tot een aantal duidelijke vaststellingen. Zo zijn de gebruikers van de deeleconomie ook in Vlaanderen over het algemeen jong en hoogopgeleid, zoals onderstaande grafiek weergeeft. Zowel mannen als vrouwen maken in dezelfde mate gebruik van de deeleconomie.

Figuur 21: 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: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud



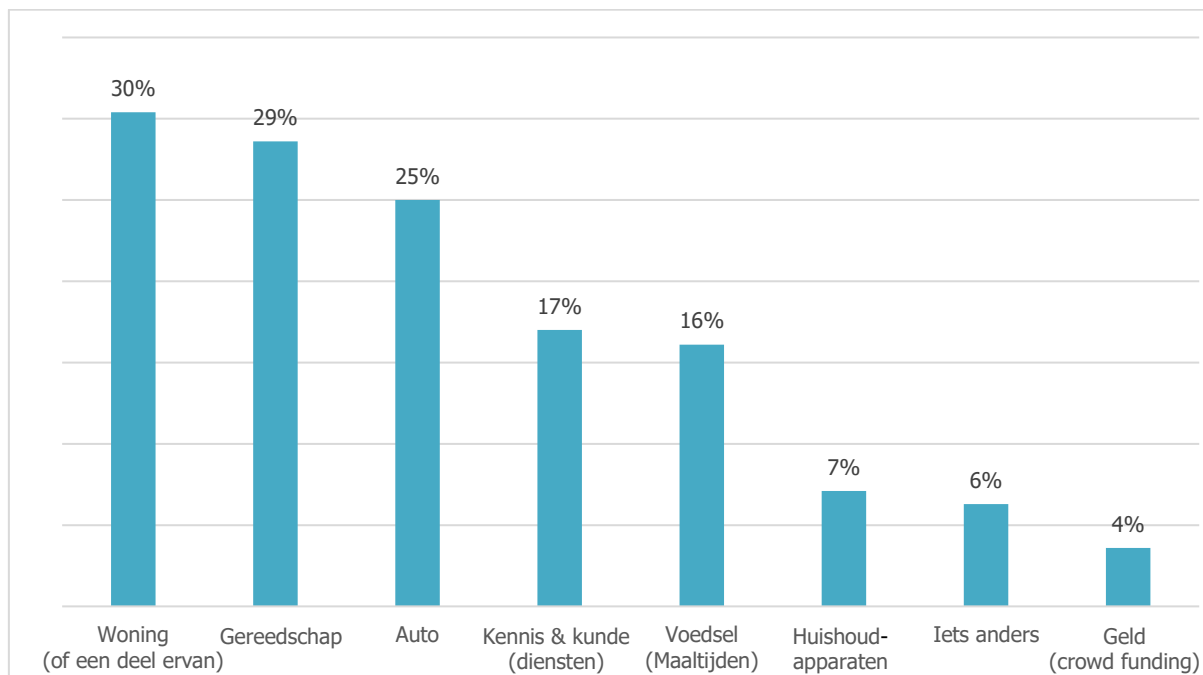
Onze enquête toont, in tegenstelling tot de bevinding van de Europese Commissie (2016), dat vooral mensen in opleiding en werkzoekenden actief gebruik maken van de deeleconomie. Het aantal respondenten is echter te beperkt om te kunnen uitsluiten dat dit veroorzaakt wordt door andere bepalende kenmerken zoals leeftijd.

De enquêteresultaten tonen geen significant verschil qua gebruik van de deelplatformen tussen personen met een hoog of laag gezinsinkomen, of tussen personen met een andere gezinssamenstelling of arbeidssituatie. We vinden dus geen bevestiging voor de vaststelling uit de KBS studie (2016) dat een kansarm publiek minder gebruik zou maken van de deeleconomie. Ook het hoger aandeel gebruikers in een stedelijke omgeving, waar Europees onderzoek op wijst (Europese Commissie, 2016), werd niet waargenomen in deze Vlaamse enquête.

## 6.2 Woningen, gereedschap en auto's het vaakst gebruikt

De ING-studie uit 2015 leerde dat Europeanen vooral auto's deelden, maar dat vakantieverblijven op het punt stonden om die eerste plaats over te nemen. Die resultaten sluiten aan bij de vaststellingen die voortkomen uit onze online enquête. De auto staat op de derde plaats van meest gebruikte items in de deeleconomie. Woningen (of een deel ervan) en gereedschap gaan de auto ondertussen vooraf in populariteit.

*Figuur 22: Wat gebruikte u dan precies van iemand anders via een platform? (Meerdere antwoorden mogelijk) (N=112)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Het gebruiken van een (deel van een) woning is niet alleen de populairste transactie, maar ook die waar het vaakst een geldelijke vergoeding voor wordt betaald (ongeveer 80% van de gevallen). Hier zien we mogelijk het crowding out-effect dat eerder werd beschreven, waarbij betalende deelactiviteiten de plaats innemen van gratis initiatieven. De meer idealistische en amateuristische benadering wordt dus aangevuld en deels verdrongen door een professionalisering waarbij economische motieven aan belang winnen.

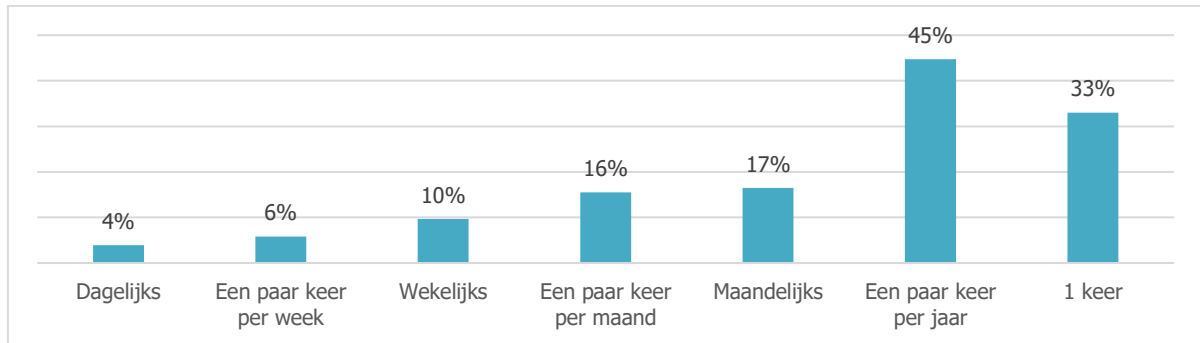
Voor auto's en voedsel wordt in ruwweg de helft van de transacties een geldelijke vergoeding betaald. In het geval van diensten wordt relatief vaak gebruik gemaakt van een niet-geldelijke vergoeding. Het delen van gereedschap en andere zaken gebeurt zelden tegen een vergoeding. We maken hier bewust gebruik van indicatieve beschrijvingen omdat het aantal respondenten per type van transactie voor de minder populaire zaken beperkt is. Concrete cijfers moeten dus voorzichtig geïnterpreteerd worden.



### 6.3 Type transactie bepalend voor de frequentie van gebruik

De gebruiksfrequentie van deelplatformen hangt sterk af van de aard van de transactie. Over alle transacties heen blijkt de frequentie eerder laag. De meeste zaken worden een paar keer per jaar of minder gebruikt, zoals onderstaande grafiek weergeeft.

*Figuur 23: Hoe vaak gebruikte u zaken van anderen in de laatste 12 maanden dat u actief was in de deeleconomie? (meerdere antwoorden mogelijk) (N=112)*



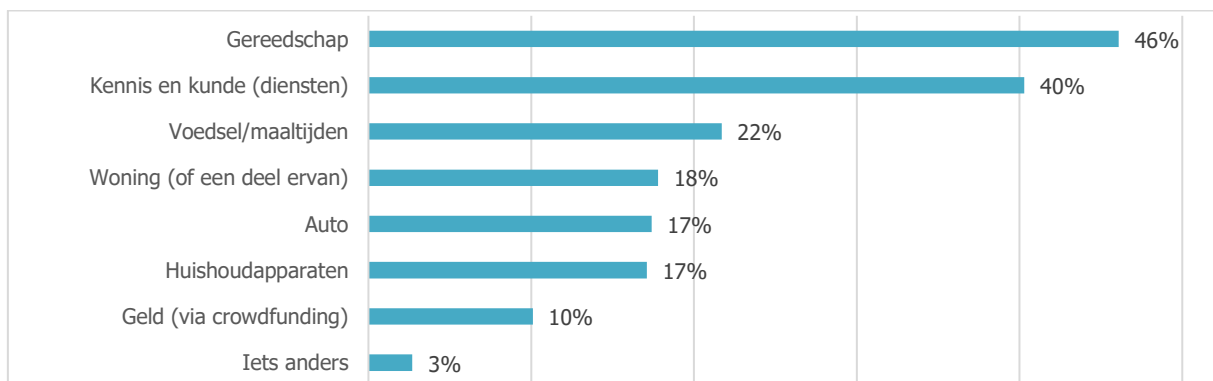
Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

De beperkte frequentie van transacties in de deeleconomie is deels te verklaren door de populariteit van (een deel van) woningen bij gebruikers. Bij woningdelen maakt 85% van de gebruikers hoogstens een paar keer per jaar gebruik van (deel van een) woning. De frequentie ligt veel hoger bij andere goederen en diensten. Zo wordt een auto in 57% van de gevallen minstens een paar keer maand gebruikt via een deelplatform. Diezelfde vaststelling geldt ook voor gereedschap, huishoudapparaten, maaltijden en diensten.

Hoewel het aantal gebruikers en de frequentie van transacties in de deeleconomie eerder beperkt zijn, geven gebruikers wel aan dat ze van plan zijn om het komende jaar evenveel (51%) of zelfs meer (33%) gebruik te maken van de deeleconomie. Slechts 4% van de gebruikers is van plan om minder actief te zijn.

Qua type transactie zit het meeste groeipotentieel in het gebruik van gereedschap en diensten. Het gebruiken van gereedschap is nu al de op één na meest voorkomende transactie. Als daar ook huishoudapparaten bij gerekend worden, is het zelfs de populairste transactie. Diensten staan momenteel op plaats vier. Op basis van de panelbevraging kunnen we verwachten dat beide zullen toenemen in populariteit. Gebruikers die al actief zijn in de deeleconomie geven het vaakst aan dat ze bereid zijn om ook gereedschap en diensten te gebruiken. Ook respondenten die van plan zijn iets te gebruiken in de deeleconomie verwijzen het meest naar diensten en gereedschap. Onderstaande grafiek geeft hun antwoorden weer.

*Figuur 24: Wat bent u dan precies van plan te gebruiken van iemand anders via een platform? (Meerdere antwoorden mogelijk) (N=258)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud



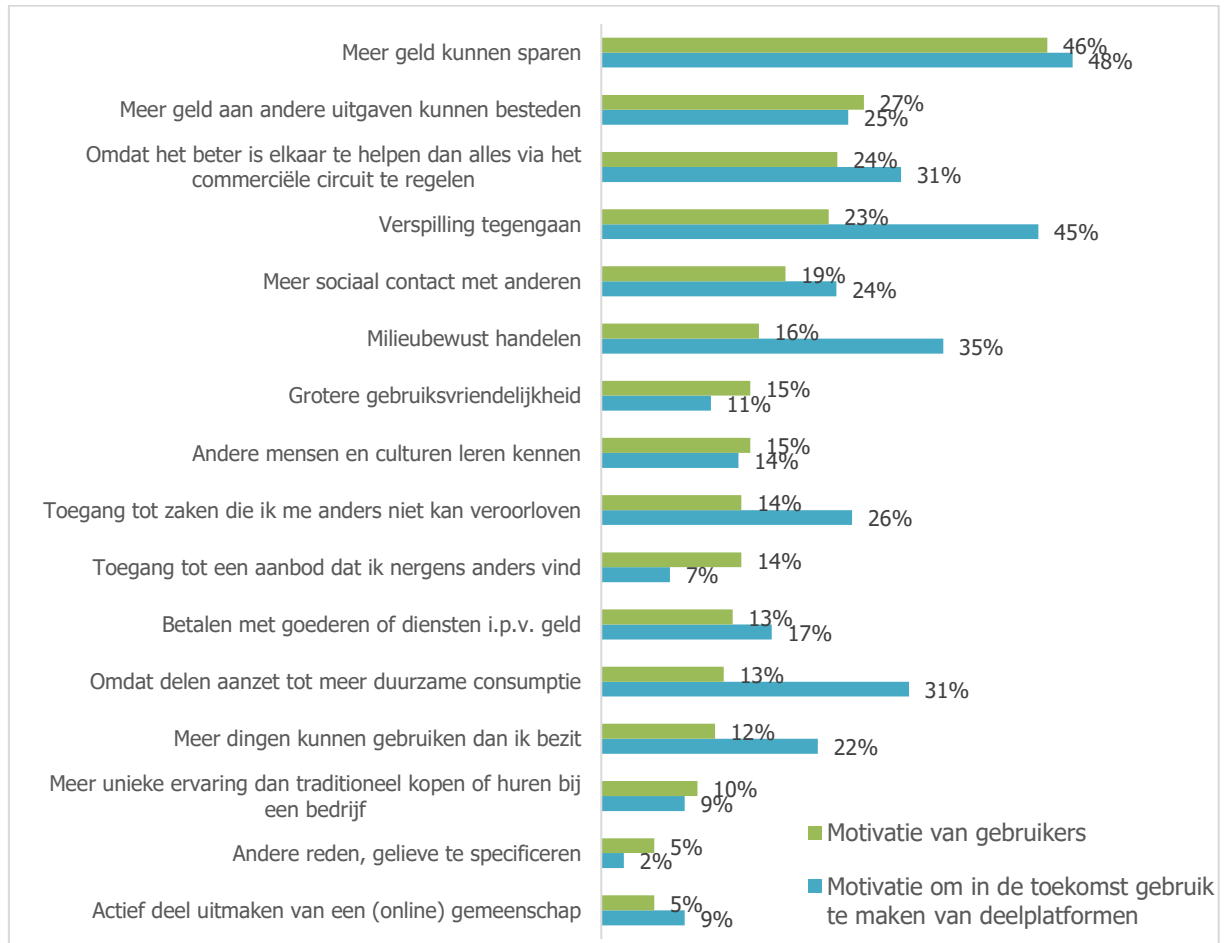
## 6.4 Overwegend economische motivatie

In hoofdstuk 4 werd al duidelijk dat een samenspel van ecologische, economische en sociale factoren personen ertoe aanzetten om actief te zijn in de deeleconomie. Via de bevraging werd bij Vlamingen die iets van anderen gebruiken, nagegaan welke beweegredenen hen hier precies toe aanzetten.

Bij gebruikers stellen we vast dat economische motieven het vaakst vernoemd worden. Gebruikers willen meer geld kunnen sparen (46% van de respondenten) of meer geld kunnen spenderen aan andere uitgaven (27%). Meer principiële redenen om te delen zoals 'het is beter elkaar te helpen dan alles via het commerciële circuit te doen' (24%) komen slechts in tweede instantie aan bod, net als ecologische redenen zoals 'verspilling tegengaan' (23,2%). Sociaal contact speelt maar in 18% van de gevallen mee als motivatie om te delen.

Opvallend is dat ecologische factoren zwaarder doorwegen bij respondenten die overwegen om gebruik te maken deelplatformen dan bij mensen die er al gebruik van maken. Ook bij deze potentiële gebruikers is de vaakst vermelde motivatie meer geld kunnen sparen (48,1%). Ecologische drijfveren worden echter vaker naar voor geschoven bij toekomstige gebruikers. 44,6% van hen zou iets delen om verspilling tegen te gaan, en nog eens 34,9% zou het doen om milieubewust te handelen.

Figuur 25: Motivatie van gebruikers (N=112) en potentiële gebruikers (N=258)



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Het is mogelijk dat de motivatie van gebruikers om te delen samenhangt met bepaalde profielkenmerken en de aard van de deelactiviteiten. Het aantal gebruikers is echter te beperkt om statistisch significante verbanden te kunnen detecteren in de gerealiseerde steekproef. Toekomstig onderzoek dat zich niet focust op het brede publiek, maar zich specifiek richt op gebruikers en aanbieders zou hier meer inzicht in kunnen verschaffen.



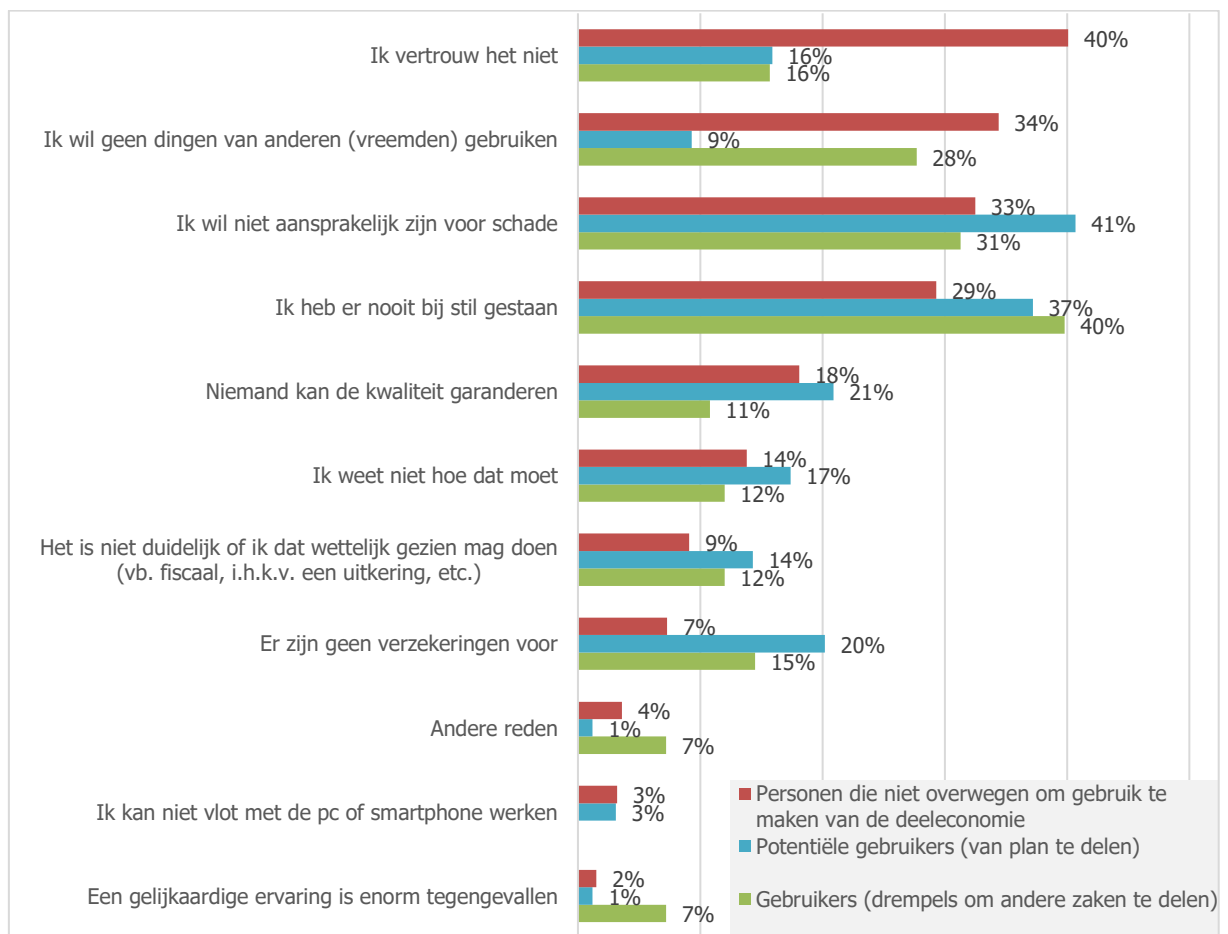


## 6.5 Drempels tonen onontgonnen potentieel aan gebruikers

De drempels die personen ervan weerhouden om iets te delen via platformen, zijn sterk afhankelijk van de mate waarin de respondenten al actief zijn in de deeleconomie als gebruiker.

- ▶ Personen die al iets van anderen gebruiken, geven in 40% van de gevallen aan dat ze nog niet hadden stilgestaan bij wat ze verder nog kunnen delen. Ook respondenten die van plan zijn om het komende jaar gebruik te maken van de deeleconomie, halen dit vaak aan (37%) als reden waarom ze bepaalde zaken nog niet van anderen gebruiken via deelplatformen. Analoog identificeerden drie op tien personen die niet van plan zijn om deelplatformen te gebruiken, dit als drempel. Dit wijst op een aanzienlijk onontgonnen potentieel bij een breed publiek.
- ▶ Gebruikers die wel drempels ervaren om andere zaken te delen, verwijzen vooral naar het risico om aansprakelijk te zijn voor schade (31%) of bepaalde zaken niet van andere willen gebruiken (28%).
- ▶ Potentiële gebruikers maken zich vooral zorgen over de praktische bezwaren om gebruik te maken van de deeleconomie. Zo weegt bij hen de angst voor aansprakelijkheid zwaarder door dan bij mensen die er al effectief gebruik van maken. Ze maken zich ook zorgen over de kwaliteit van producten en diensten en het eventueel gebrek aan verzekeringen.
- ▶ Dit staat in contrast met personen die niet overwegen om gebruik te maken van de deeleconomie. Hun bezwaren zijn veel meer van principiële aard. De vaakst aangehaalde reden is een gebrek aan vertrouwen (40%). Ze uiten ook principiële bezwaren om iets van anderen te gebruiken (34%). Ze delen wel de bezorgdheid van potentiële gebruikers over het aansprakelijk zijn voor schade (32,5%).

Figuur 26: Drempels voor gebruikers (N=112), potentiële gebruikers (N=258) en niet-gebruikers (N=630)



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

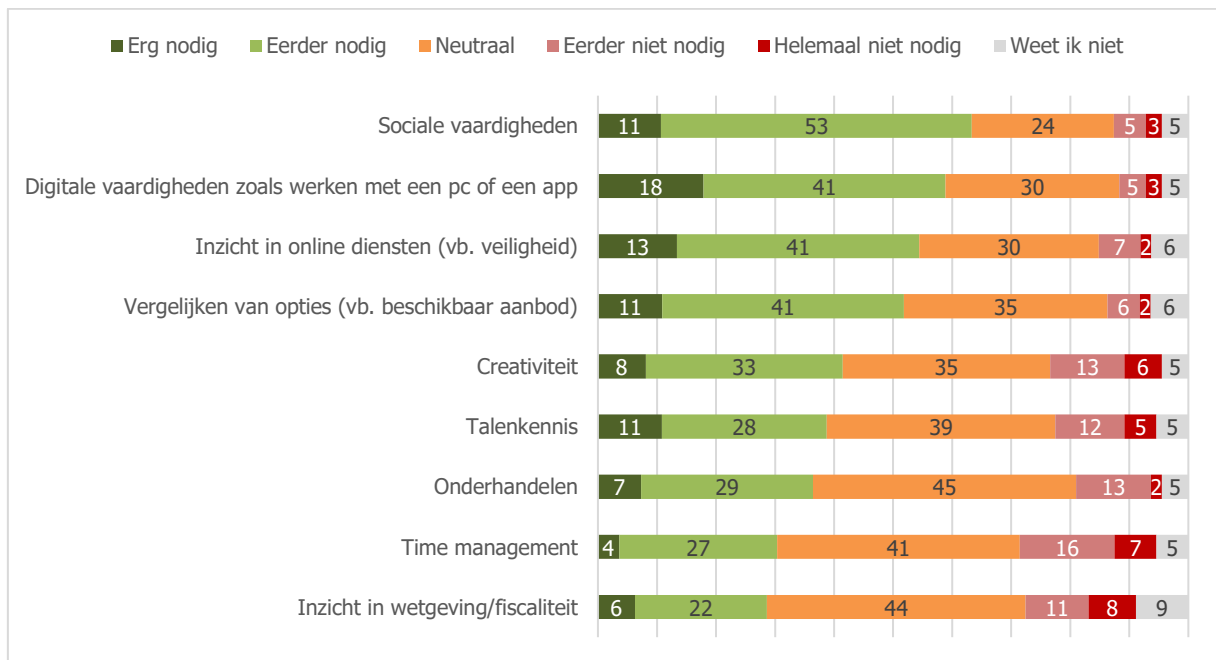


## 6.6 Digitale en sociale vaardigheden onontbeerlijk

Iets van anderen gebruiken via deelplatformen vraagt specifieke vaardigheden.

- ▶ Bijna twee op drie gebruikers schuift sociale vaardigheden naar voor als een essentiële vaardigheid.
- ▶ Digitale vaardigheden en inzicht in online diensten staan op de tweede plaats, maar worden vaker als 'erg nodig' beschouwd. Dit geeft aan dat een zekere digitale geletterdheid vereist is om als gebruiker actief te zijn in de deeleconomie.
- ▶ Ruim de helft van de respondenten vindt het ook belangrijk om verschillende opties te kunnen vergelijken.

*Figuur 27: In welke mate zijn de volgende specifieke kennis en vaardigheden volgens u nodig om gebruik te maken van het aanbod in de deeleconomie? (uitgedrukt in %; N=112)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud



## 7/ Aanbodzijde – Iets ter beschikking stellen in de deeleconomie

Dit hoofdstuk verschaft meer inzicht in de aanbodzijde van de deeleconomie, die bestaat uit personen die iets ter beschikking stellen van anderen. Zij beantwoorden m.a.w. via deelplatformen de oproepen van gebruikers. In hoofdstuk 3 werd al duidelijk dat 4% van de 1.000 Vlamingen uit het bevroegde panel in de afgelopen 12 maanden iets aanbod via de deeleconomie. Nog eens 2% deed dit meer dan een jaar geleden. Voor die groep worden achtereenvolgens de volgende aspecten besproken:

- ▶ **Wie** - Het profiel van de aanbieders;
- ▶ **Wat** - Het voorwerp van de transactie, i.e. wat ze anderen laten gebruiken;
- ▶ **Hoe vaak** - De frequentie waaraan ze iets ter beschikking stellen;
- ▶ **Waarom** - Hun motivatie om met anderen te delen;
- ▶ **Waarom niet** - Drempels om goederen of diensten aan anderen ter beschikking te stellen;
- ▶ **Welke competenties** - Vaardigheden die nodig zijn om goederen of diensten aan te bieden;
- ▶ **Welke inkomsten** – Type vergoeding voor aanbieders.

Omdat het aantal Vlamingen dat effectief iets aanbiedt in de deeleconomie relatief beperkt is, moeten de gerapporteerde cijfers voldoende voorzichtig bekeken worden. De enquêteresultaten worden waar mogelijk naast bevindingen uit de interviews en internationaal onderzoek geplaatst. Op die manier worden ze gevalideerd, maar ook verder aangevuld zodat het mogelijk is om inzicht te verwerven in wat er speelt aan aanbodzijde.

### 7.1 Jonge en hoogopgeleide aanbieders

Studies zijn het erover eens dat aanbieders in de deeleconomie doorgaans jong en hoger opgeleid zijn, en vooral delen in een stedelijke omgeving (Codagnone et al., 2016a; SWD(2016)184/F1). In termen van leeftijd, geslacht en statuut komen studies verder tot de volgende vaststellingen:

- ▶ **Leeftijd.** Hoewel aanbieders vooral uit de jongere leeftijdsgroepen komen, zou toch 6 à 12% 55 jaar of ouder zijn. Bovendien zouden slechts 10% van de aanbieders studenten zijn.
- ▶ **Geslacht.** Net als in de offline arbeidsmarkt blijkt de verdeling naar geslacht en afkomst sterk te verschillen naargelang de aard van de activiteiten (SWD(2016)184/F1). Er zijn bijvoorbeeld meer vrouwelijke aanbieders voor huishoudelijke activiteiten, terwijl er meer mannelijke chauffeurs zijn.
- ▶ **Statuut.** Er zijn relatief weinig werkzoekenden en inactieven onder de aanbieders (Codagnone et al., 2016a). In Vlaanderen kan dat verklaard worden door het risico om het recht op een werkloosheidsuitkering te verliezen (cf. infra).

Deze vaststellingen worden in grote lijnen door onze enquête bevestigd. Net zoals de gebruikers, zijn de aanbieders vaker hoogopgeleide jongvolwassenen. Vooral ouderen (86% van de 65-75 jarigen) en lager geschoolden (79%) overwegen niet om iets aan te bieden. Ook de situatie van de aanbieders op de arbeidsmarkt speelt een rol:

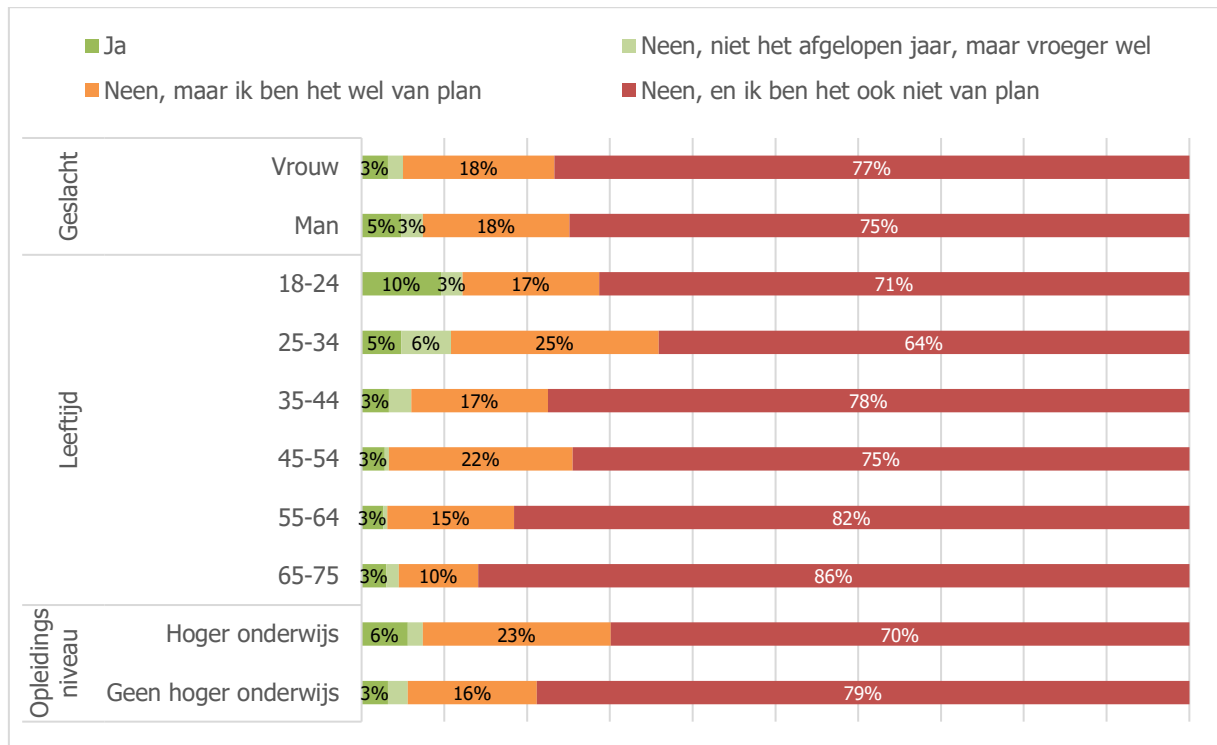
- ▶ Ruim 1 op 4 werkenden (27%) is van plan om iets aan te bieden. De drempel blijkt nog iets lager voor personen in opleiding en werkzoekenden, waarvan respectievelijk 33% en 34% overweegt om iets aan te bieden.
- ▶ Personen die niet actief zijn op de arbeidsmarkt of gepensioneerd overwegen minder om iets aan te bieden via de deeleconomie. Slechts 1 op 5 inactieven (20%) is van plan om iets aan te bieden; bij gepensioneerden is dat slechts 1 op 6 personen (16%).

Er werd geen statistisch significant effect gevonden naar geslacht en locatie (stedelijke omgeving versus plattelandsomgeving).

Figuur 28 geeft de globale resultaten weer volgens een aantal profielkenmerken.



Figuur 28: Profielkenmerken van aanbieders in de deeleconomie - Heeft u de afgelopen 12 maanden tijdelijk goederen of diensten aangeboden aan andere personen (met hen gedeeld) via een digitaal platform? (N=1.000)



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

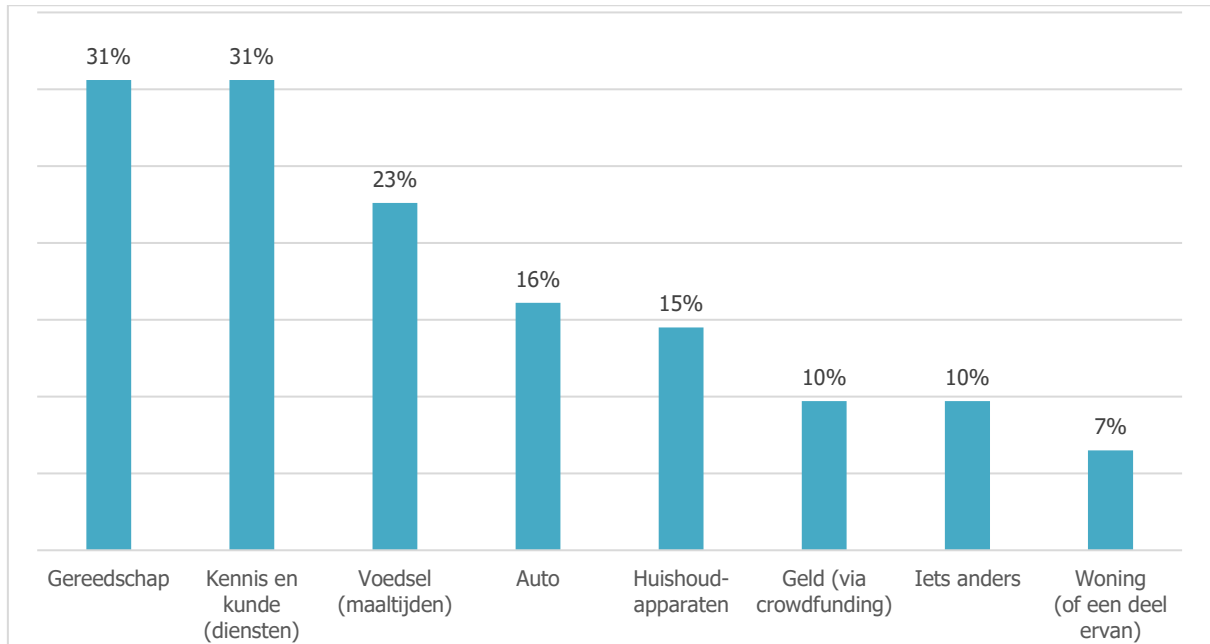
## 7.2 Gereedschap en diensten het meest aangeboden

De meest aangeboden items op deelplatformen zijn gereedschap en diensten. Bij gebruikers werd ook vaak gebruik gemaakt van gereedschap. Diensten werden momenteel nog minder gebruikt, maar potentiële gebruikers overwegen wel vaker om diensten te zoeken via een deelplatform.

Opvallend is dat woningen en auto's, de meest gebruikte items, niet zo vaak worden aangeboden. Voor woningen kan dit mogelijk verklaard worden door de aard van het 'product'. Gebruikers maken slechts een paar keer per jaar of minder gebruik van aangeboden woningen. Eén aanbieder kan dus verschillende gebruikers bedienen. Door de beperkte groep aanbieders bestaat echter ook het risico op een vertekend resultaat.



Figuur 29: Wat heeft u de laatste 12 maanden aan anderen aangeboden? (Meerdere antwoorden mogelijk) (N=62)



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Personen die van plan zijn om iets aan te bieden via de deeleconomie richten zich vooral op het delen van diensten (51%) en gereedschap (44%). Het valt dus te verwachten dat de twee meest populaire categorieën nog verder groeien. Dit is ook in lijn met de verwachte effecten aan de vraagzijde. Maaltijden (26%) worden in mindere mate genoemd. Het is ook opvallend dat potentiële aanbieders slechts in beperkte mate denken aan het delen van auto's (15%) en woningen (13%).

### 7.3 Aanbieders zijn vooral hobbyisten

Wanneer personen iets aanbieden, bevinden die deelactiviteiten zich voornamelijk in de hobbysfeer. Ze vragen relatief weinig tijd en de meeste aanbieders hebben niet de ambitie om dit professioneel te gaan doen.

#### Bepaalde tijdsbesteding

Normaal gezien is het de vraag naar goederen en diensten die bepaalt hoe vaak een aanbieder kan delen. Op dat vlak zijn er belangrijke verschillen tussen deelplatformen onderling: op platformen als Uber kunnen personen hun diensten aanbieden wanneer ze willen, terwijl personen op andere platformen afhankelijk zijn van de vraag van gebruikers (De Groen & Maselli, 2016). Voor die tweede groep lijken deelactiviteiten beperkt qua tijdsbesteding:

- ▶ **Gespenderde tijd:** Schattingen op basis van online gegevens leren dat ongeveer de helft van de ListMinut-dienstverleners (53%) tot vijf uur via het platform gewerkt hebben gedurende de twee jaar lange steekproefperiode. De anderen werkten tussen 6 en 450 uur op het platform, maar zelfs 450 uur zou niet volstaan voor een voltijdse job (De Groen & Maselli, 2016).
- ▶ **Frequentie:** In de VS (2015) bieden ongeveer 30% van de aanbieders (over platformen heen) hun diensten een paar keer per jaar aan, nog eens 30% bieden hun diensten maandelijks aan, en nog eens 30% wekelijks. Ongeveer 10% van de aanbieders biedt hun diensten dagelijks aan. In het Verenigd Koninkrijk lijken aanbieders gemiddeld minder actief te zijn in de deeleconomie. Bijna tweederde rapporteert hooguit twee keer per jaar online diensten aan te bieden via de deeleconomie. Ongeveer een tiende van de werknemers is maandelijks actief en de overige 25% bieden minstens een keer per week diensten aan (De Groen & Maselli, 2016).

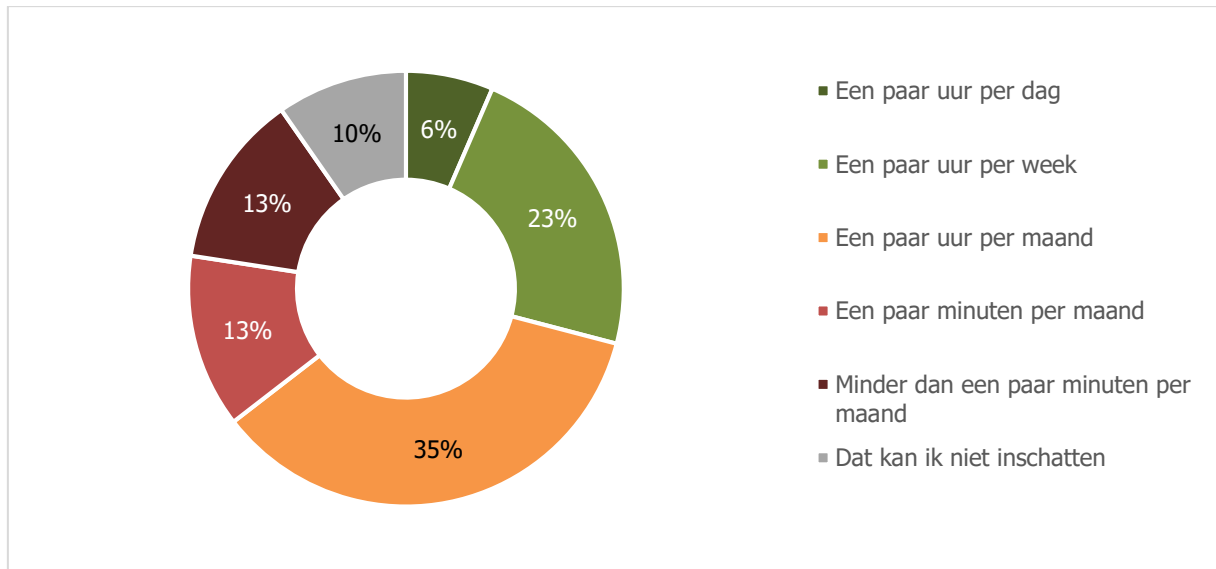
Onderzoekers zijn het erover eens dat taken op deelplatformen onvoldoende intensief zijn om jobopportunities te bieden. Personen die online diensten verlenen, rapporteren in verschillende studies dat er niet genoeg taken beschikbaar waren (Berg, 2016; Schmid-Drüner, 2016). Tijdens het interview met Uber werd bij deze vaststelling evenwel een kanttekening gemaakt. De chauffeurs die in Brussel actief zijn, zijn professionals die de licentie



behaalden, verzekeringen betalen, etc. Het zijn vaak chauffeurs in hoofdberoep, die meer uren presteren dan de niet-professionele chauffeurs die voorheen actief waren via UberPop (dat intussen verboden werd in België). Daar zag men vooral dat de chauffeurs een aantal uur per week presteerden in het weekend of 's avonds als bijverdienste.

De resultaten van de enquête tonen dat de bevroegde aanbieders effectief maar een beperkt aantal uren spenderen aan de deeleconomie. De grootste groep spendeert een paar uur per maand (35%) tot een paar uur per week (23%) aan het aanbieden van goederen of diensten.

*Figuur 30: Hoeveel tijd spendeert u gemiddeld aan activiteiten gerelateerd aan het aanbieden van uw goederen of diensten? (N=31)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

In 3 op 4 gevallen worden de aangeboden goederen of diensten ook effectief gedeeld met gebruikers. De mate waarin het aanbod wordt gekoppeld aan een concrete vraag, verschilt echter heel sterk volgens het type transactie. De groep aanbieders is echter te beperkt om hier concrete conclusies uit te trekken.

### **Beperkte professionalisering**

Hoewel het aanbieden van goederen of diensten zich in de hobbysfeer kan bevinden, kan het ook beschouwd worden als een professionele activiteit. Conservatieve schattingen wijzen uit dat 1 à 2% van de beroepsbevolking in landen als het Verenigd Koninkrijk en de VS op regelmatige basis (wekelijks) voor digitale arbeidsmarkten werkt. Dat aandeel ligt aanzienlijk lager in de EU. Op basis van schattingen wordt gesteld dat er in de EU zo'n 100.000 actieve arbeidskrachten op online deelplatformen zouden zijn, goed voor 0,05% van alle werkenden in de EU eind 2015 (De Groen & Maselli, 2016). Hoewel de schaal vooralsnog beperkte is, groeit die snel.

Bij onze panelbevraging blijft de deeleconomie voor het merendeel van de aanbieders een symbolisch extraatje en geen professionele activiteit. Slechts één van de bevroegde respondenten gaf aan dat de deeleconomie instaat voor een groot deel van zijn of haar inkomsten.

De impact op het reguliere werk van de aanbieders is ook eerder beperkt. Niemand van de respondenten ondervindt grote problemen om zijn of haar job te combineren met de activiteiten in de deeleconomie. Het blijft vooral een hobby. Slechts één respondent ging effectief minder werken om meer tijd te kunnen besteden aan de deeleconomie. Het aantal respondenten met de ambitie om zijn of haar activiteiten in de deeleconomie uit te bouwen als hoofdactiviteit is heel beperkt.



## 7.4 Overwegend principiële motivatie

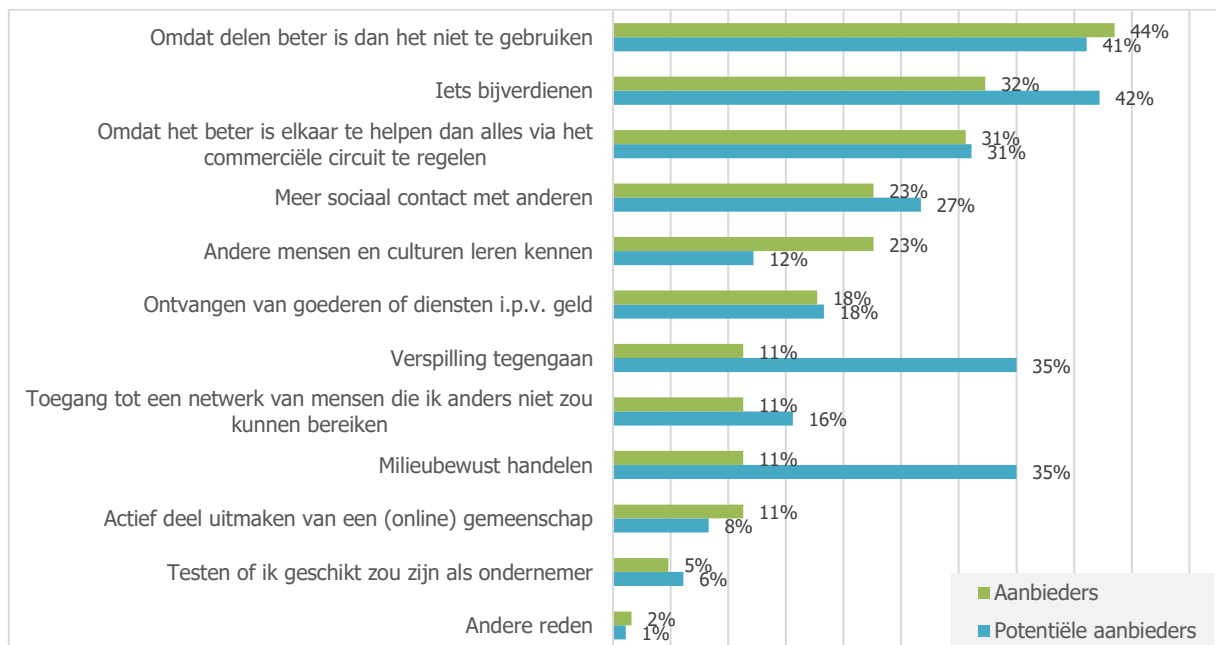
Onderzoek leert dat personen zowel proactieve als reactieve argumenten aanhalen om hun activiteit in de deeleconomie te verklaren. De focus ligt daarbij niet op de motivatie om te delen, maar wel op redenen die hen ertoe aanzetten om als zelfstandige actief zijn via deelplatformen.

- ▶ **Proactief.** De keuze om actief te zijn in de deeleconomie kan positief gemotiveerd worden vanuit kenmerkende troeven, zoals de mogelijkheden op het vlak van autonomie, flexibiliteit en thuiswerk (PWC, 2015; SWD(2016)184/F1). De uitvoering van taken via deelplatformen biedt ook een bijkomende bron van inkomsten (Burston-Marsteller, the Aspen Institute and TIME, 2015); Codagnone et al., 2016a; PWC, 2015).
- ▶ **Reactief.** De deeleconomie kan echter ook een toevlucht zijn voor personen die niet in staat zijn om 'gewoon' werk te vinden op de reguliere arbeidsmarkt (SWD(2016)184/F1). Mogelijk is er te weinig vraag naar hun profiel of hebben ze de deelplatformen nodig om eerst ervaring op te bouwen (Maselli et al., 2016). Het kan voor hen ook moeilijk zijn om 'gewoon' werk te vinden omdat ze alleen van thuis uit kunnen of willen werken (De Groen & Maselli, 2016).

In de panelbevraging vroegen we naar de bredere motivatie om iets aan te bieden (los van het professioneel karakter van de deelactiviteiten). Voor 44% van de aanbieders is 'omdat delen beter is dan niet te gebruiken' een reden om iets met anderen te delen. Bij aanbieders spelen principiële motivaties dus vaker mee dan bij gebruikers. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de aanbieders over het algemeen 'innovators' zijn, die momenteel nog binnen een bepaalde niche goederen of diensten aanbieden. De financiële reden 'iets bijverdienen' wordt in 32% van de gevallen als motivatie beschouwd. Het sociaal aspect speelt ook mee, maar in mindere mate.

Er zijn een aantal gelijkenissen tussen de motivatie van respondenten die overwegen om iets aan te bieden in de deeleconomie en actieve aanbieders. Ook bij potentiële aanbieders zijn de twee voornaamste motivaties 'omdat delen beter is dan het niet te gebruiken' en 'iets bijverdienen'. Potentiële aanbieders noemen echter veel vaker ecologische motieven zoals 'verspilling tegengaan' en 'milieubewust handelen'. Dit is vergelijkbaar met de situatie bij de gebruikers, waar potentiële gebruikers ook vaker verwezen naar ecologische motieven.

Figuur 31: Motivatie van aanbieders (N=62) en potentiële aanbieders (N=180)



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud



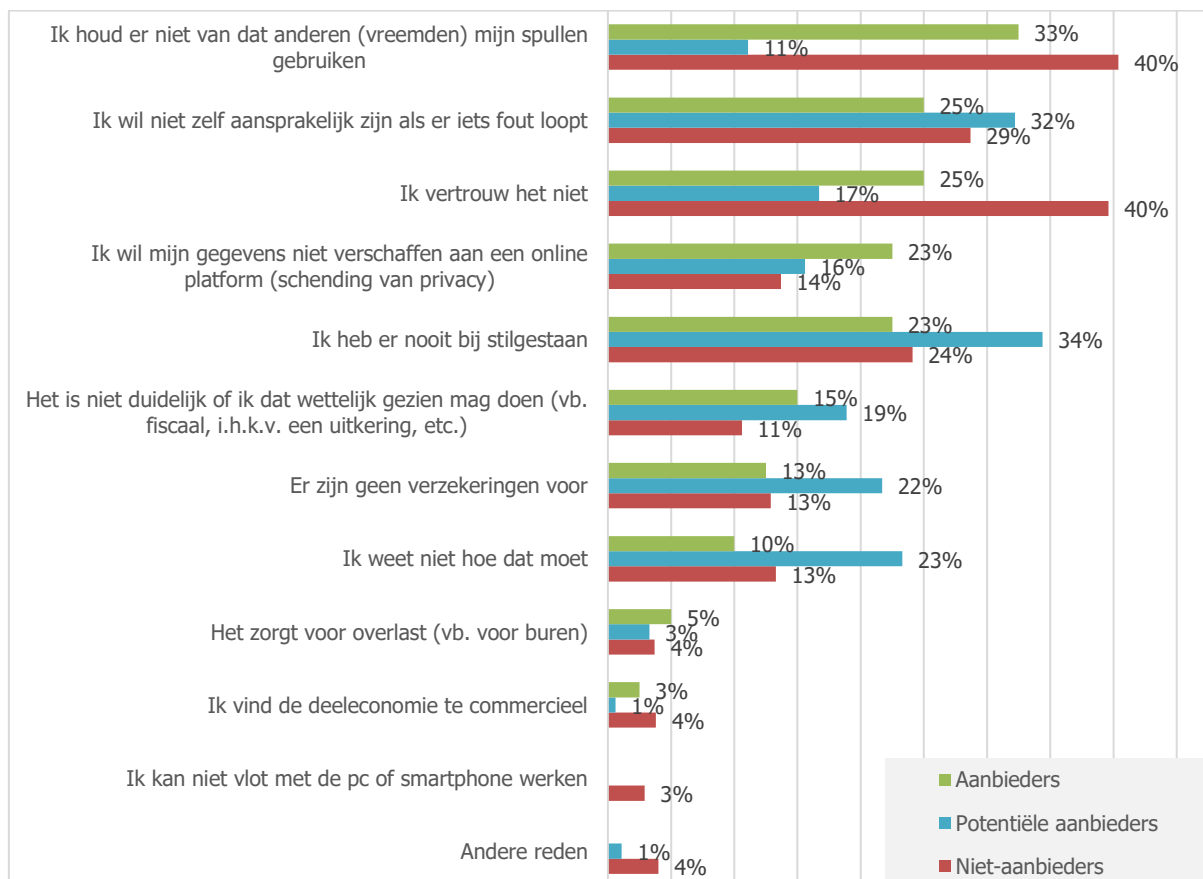
## 7.5 Ook overwegend principiële bezwaren om iets aan te bieden

De drempels om iets aan te bieden in de deeleconomie hangen af van de mate waarin de respondenten er reeds actief in zijn:

- ▶ Voor respondenten die al iets aanbieden, is de voornaamste drempel om andere zaken te delen dat ze er niet van houden dat vreemden hun spullen gebruiken. Dit slaat vooral op het delen van goederen, wat erop wijst dat de drempels sterk afhankelijk zijn van de aard van het aanbod. Mensen die bereid zijn deel te nemen aan de deeleconomie, doen dit niet noodzakelijk voor een breed scala aan producten en diensten. Aanbieders willen ook niet aansprakelijk zijn als er iets fout loopt. In 25% van de gevallen geven de aanbieders ook aan dat ze het aanbieden in de deeleconomie niet voor alle zaken vertrouwen.
- ▶ De drempels voor respondenten die van plan zijn om iets aan te bieden, geven vooral aan dat ze er nog niet hadden over gedacht om ook andere zaken te delen. Ze hebben veel minder problemen om bepaalde zaken met vreemden te delen. Potentiële aanbieders delen wel de bezorgdheid van aanbieders over aansprakelijkheid.
- ▶ Respondenten die niet van plan zijn om anderen iets aan te bieden in de deeleconomie koesteren een groot wantrouwen en houden er niet van dat anderen hun spullen gebruiken. Deze drempel was ook al sterk aanwezig bij personen die niet van plan waren om diensten en goederen via de deeleconomie te gebruiken.

Onderstaande grafiek geeft een overzicht van de verschillende drempels, zowel van aanbieders, potentiële aanbieders als personen die niet van plan zijn om iets aan te bieden via de deeleconomie.

*Figuur 32: Wat houdt u momenteel tegen om (andere) zaken te delen zodat andere personen ze tijdelijk kunnen gebruiken? (Meerdere antwoorden mogelijk) (Aanbieders (N=62), potentiële aanbieders (N=180) en niet-aanbieders (N=758))*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevestiging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud





## 7.6 Nood aan combinatie van competenties

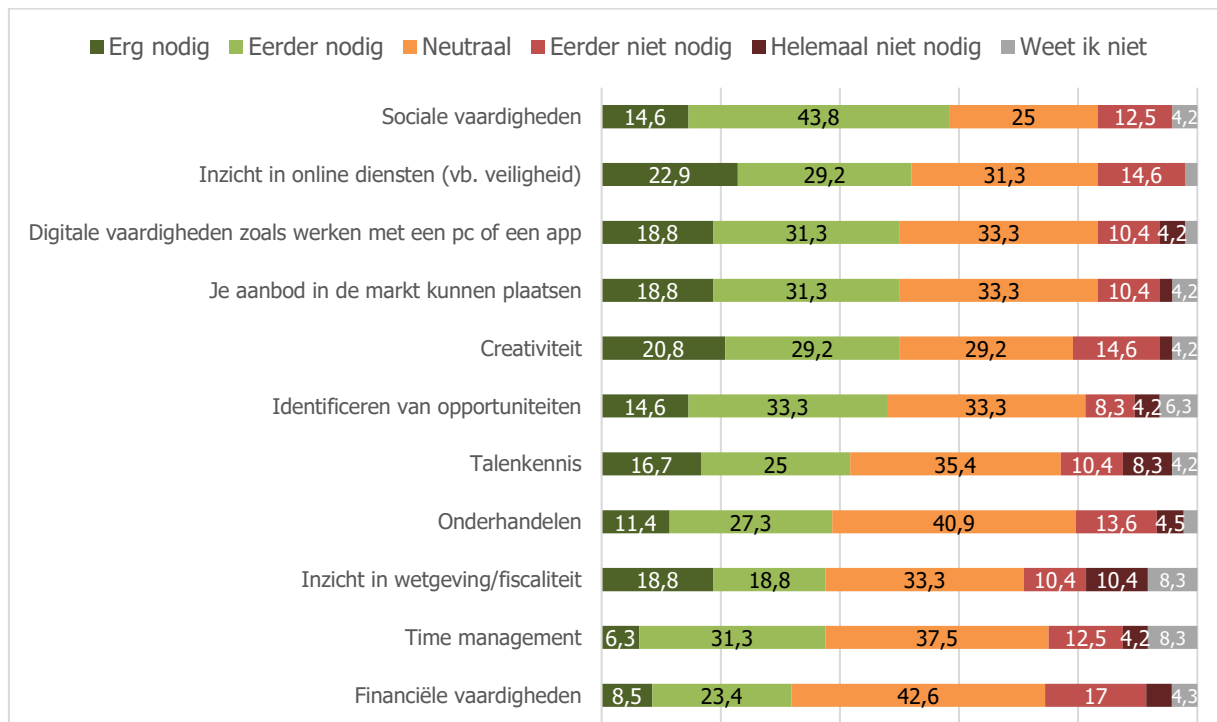
Bij de afbakening van het concept 'deeleconomie' (cf. paragraaf 2.2) werd al duidelijk dat er zowel hoog- als laaggekwalificeerde profielen in actief zijn (SWD(2016)184/F1). De veelheid aan subsectoren toont bovendien dat er verschillende expertisevelden in terug te vinden zijn.

Vanuit de literatuur wordt nauwelijks ingegaan op de vereiste competenties om actief te zijn in de deeleconomie. Er wordt wel benadrukt dat het belangrijk is om over de nodige ondernemerscompetenties te beschikken, zoals de capaciteit om een kleine onderneming te runnen, om projecten en relaties met klanten te managen, om prijzen te bepalen (Kane, 2016). Dit sluit aan bij de autonomie die activiteiten van aanbieders in de deeleconomie kenmerkt. Afgaand op die kenmerken, kan een minimum aan competenties verwacht worden op de volgende vlakken:

- ▶ Ondernemerschap (cf. supra);
- ▶ Digitale vaardigheden – alle transacties verlopen via digitale platformen, waardoor aanbieders in staat moeten zijn om hun weg te vinden naar die deelplatformen en er actief op moeten kunnen zijn.
- ▶ Sociale vaardigheden – verschillende personen appreciëren de sociale interactie die gepaard gaat met activiteiten in de deeleconomie. Om die opportuniteiten te kunnen benutten, is een minimum aan vaardigheden nodig.

De bevindingen uit de enquête bevestigen dat de Vlaamse aanbieders naar dezelfde vaardigheden verwijzen. Digitale vaardigheden en inzicht in online diensten worden door ongeveer de helft van de aanbieders als nodig beschouwd. Sociale vaardigheden worden echter nog vaker als essentiële vaardigheid vernoemd om iets te delen. Volgens aanbieders vereist de deeleconomie ook voldoende ondernemerschap. Ze verwijzen concreet naar het kunnen 'identificeren van opportuniteiten', 'je aanbod in de markt kunnen plaatsen' en creativiteit.

*Figuur 33: In welke mate zijn de volgende specifieke kennis en vaardigheden volgens u nodig om iets aan te bieden in de deeleconomie? (N=48, uitgedrukt in %)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud



## 7.7 Beperkte inkomsten uit deelactiviteiten

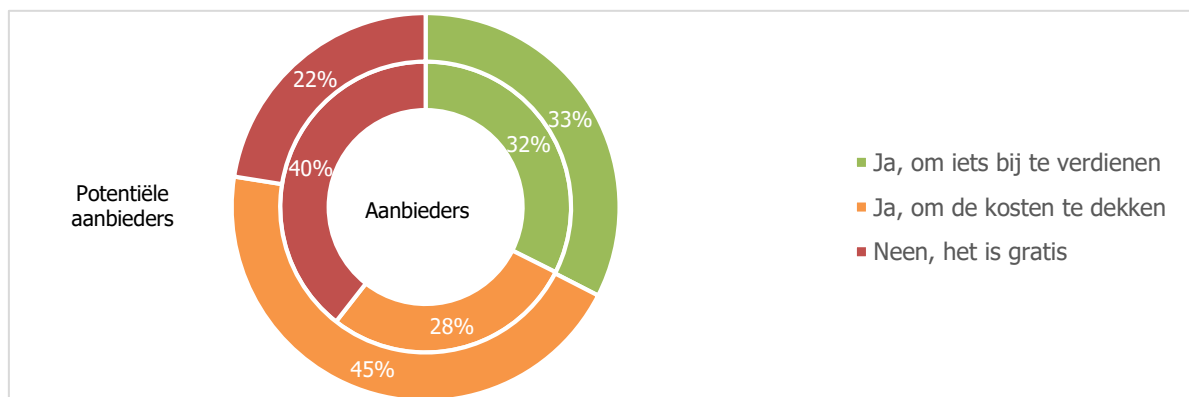
Het delen van goederen en diensten levert aanbieders over het algemeen eerder beperkte inkomsten op. Vergoedingen variëren doorgaans van zeer laag tot bescheiden (Codagnone et al., 2016a). Voor de meeste aanbieders volstaat het niet als primaire bron van inkomsten (ze zijn eerder occasioneel & supplementair) (Maselli et al., 2016; 2016b; SWD(2016)184/F1). Omdat inkomsten op transactiebasis verworven worden, bepaalt het niveau van de vergoeding samen met het aantal deelactiviteiten, de totale inkomsten. Wanneer de vraag het aanbod overstijgt, heeft dit geen effect op de tarieven, maar breidt het aanbod uit (zodat er meer aanbieders zijn of evenveel aanbieders die er wel meer tijd aan besteden) (Schmid-Drüner, 2016). Niet alle geregistreerde aanbieders worden echter gekoppeld aan een openstaande vraag, integendeel. Participatieniveaus zouden erg laag zijn. Slechts ongeveer 5% van de geregistreerde werknemers op het platform ListMinut zou een taak uitgevoerd hebben (CEPS 2016). Daarnaast berekenden onderzoekers dat ongeveer de helft van de ListMinut-medewerkers maximaal vijf uur hun diensten aanboden via het platform over een periode van twee jaar. Anderen deden dit 6 tot 450 uur, maar zelfs wanneer er 450 uur gepresteerd wordt, volstaat het werk op het platform niet om de inkomsten van een fulltime baan te evenaren (SWD(2016)184/F1). Daarbij mag echter niet uit het oog verloren worden dat personen hun diensten op meerdere platformen aanbieden, waardoor ze via verschillende kanalen inkomsten kunnen verwerven (De Groen & Maselli, 2016).

De meeste Europeanen die iets tegen een vergoeding delen, zouden op een jaar tijd (i.e. in 2014) €1.000 of minder verdienen (mediaan = €300) (ING, 2015). Daarbij mogen enkele zaken echter niet uit het oog verloren worden:

- ▶ Aanbieders zorgen zelf voor hun infrastructuur/uitrusting. Ze sluiten ook zelf verzekeringen af en genieten geen bescherming bij ziekte of een arbeidsongeval (Schmid-Drüner, 2016).
- ▶ Aanbieders worden niet betaald om een taak op het platform te vinden, terwijl ze er wel tijd in investeren. Berg (2016) heeft bijvoorbeeld vastgesteld dat ze gemiddeld 18 minuten onbetaald zoekwerk verrichten voor elk gewerkt uur waarvoor ze betaald worden.
- ▶ 'Superstereffecten' zorgen voor jobconcentratie en inkomensongelijkheid (Codagnone et al., 2016a). Onderzoekers schatten bijvoorbeeld dat de 6% hoogste ratings instaan voor een derde van de totale inkomsten die via Listminute gegeneerd worden (De Groen & Maselli, 2016). Analoog stelt de Europese Commissie dat 20% van de 'contractors' met uitstekende beoordelingen 80% van de jobs uitvoeren op digitale markten. Daarnaast stelt ze dat aanbieders 2 tot 3.000 euro zouden kunnen verdienen als ze bereid zouden zijn 12 tot 15 uur per dag voor een platform te werken (wat voor de meeste aanbieders echter niet haalbaar is door de aanwezigheid van superstereffecten).

Uit de panelbevraging blijkt dat huidige aanbieders voor 60% van de aangeboden transacties een vergoeding vragen. Bij ongeveer de helft van die transacties was de motivatie iets bijverdienen, bij de andere helft om de kosten te dekken. 40% van de transacties gebeurde dus gratis. Personen die overwegen om iets aan te bieden, zouden dit slechts voor 1 op 5 transacties (22%) gratis doen. Dit doet vermoeden dat het economisch aspect in de toekomst zwaarder zou doorwegen.

*Figuur 34: Vroeg u een vergoeding (aanbieders (N=62)) of zou u een vergoeding vragen (potentiële aanbieders (N=180))?*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud



## Loonverschillen tussen online en offline arbeidsmarkt

'Online' markten verschillen van 'offline' markten op een aantal manieren die voor loonverschillen zorgen (SWD(2016)184/F1):

1. Online arbeidsmarkten zijn veeleer gebaseerd op taken dan op gepresteerde tijd.
2. Online arbeidskrachten zijn meestal freelancers of zelfstandigen in plaats van werknemers.
3. In online arbeidsmarkten zijn vele taken 'virtueel', wat betekent dat ze met meer flexibiliteit kunnen worden uitgevoerd dan de meeste 'gewone' jobs.
4. Online arbeidsmarkten bieden veel 'exporteerbaar' werk aan, waardoor vraag en aanbod op internationaal niveau spelen.

Voor fysieke diensten kwamen onderzoekers op basis van webgegevens van Listminut en cijfers van de FOD Economie tot de conclusie dat er in België weinig loonverschillen zijn tussen de online en de offline arbeidsmarkt (De Groen & Maselli, 2016). Taken zoals klusjes en tuinieren vergen een verplaatsing en worden daarom meer gevraagd in stedelijke gebieden. Door de hogere bevolkingsdichtheid zijn de verplaatsingskosten er doorgaans lager.

Voor virtuele diensten zijn er wel verschillen tussen de online en offline markt. Virtuele diensten worden geleverd in een internationale markt, wat een groter aanbod inhoudt dat op zijn beurt de prijs drukt. Door de internationale werking situeert de evenwichtsprijs zich tussen de tarieven van de nationale arbeidsmarkten van de dienstverleners. Hierdoor zal het werk via de deelplatformen in sommige landen beter en in andere landen slechter betaald worden dan offline werk in de thuismarkt. Door de virtuele aard van het werk komen er ook geen transportkosten of reistijd bij kijken, wat ook kan verklaren waarom fysieke taken beter vergoed worden. Toch blijken contractanten uit het thuisland voor sommige taken de voorkeur te krijgen (soms zelfs ongeacht hun kwalificatieniveau). De neerwaartse druk van online arbeidsmarkten op lonen blijkt daardoor lager dan verwacht (ook De Groen & Maselli, 2016).

Algemeen worden fysieke/lokale taken beter vergoed dan virtuele diensten, maar de vergoeding is doorgaans lager dan de gemiddelde inkomsten van alle werkenden in België (De Groen & Maselli, 2016). Dat doet de vraag rijzen waarom personen er alsnog actief in zijn. Een mogelijke verklaring wordt aangereikt vanuit de leercurve die aanbieders doorlopen. Het vergt immers enige tijd om te achterhalen hoe het platform werkt en welke inkomsten eruit voortkomen (Maselli et al., 2016).

Naast de verschillen door de taakgerichte aard van het werk, het flexibele statuut, de virtuele aard van taken en de internationale concurrentie spelen ook de betalingsmodaliteiten van het specifieke platform een rol. Zo zijn aangerekende commissies niet altijd duidelijk voor aanbieders en worden niet alle werkzaamheden vergoed (De Groen & Maselli, 2016). Sommige platformen hebben bijvoorbeeld alternatieve beloningssystemen. CoContest organiseert bijvoorbeeld wedstrijden voor ontwerpers waaraan meestal tien ontwerpers deelnemen en alleen de drie die het beste door de klant worden beoordeeld, beloond worden. De winnaar van de wedstrijd ontvangt 70%, de opvolger 20% en de derde 10% van het bedrag betaald na aftrek van de commissie voor het platform. Deze regeling impliceert dat de deelnemende ontwerpers een grote risico lopen om helemaal niet betaald te worden voor hun werk. Algemeen bestaat ook het risico dat de vragende partij/opdrachtgever weigert te betalen zonder de beslissing te rechtvaardigen (Codagnone et al., 2016a) of zonder het geleverde werk terug te geven of te compenseren (Aloisi, 2016). Een survey toonde dat 94% van platformwerkers al te maken had met werk dat geweigerd werd of niet vergoed werd (Berg, 2016).

## Loonverschillen tussen hoog- en laaggekwalificeerde banen

In termen van kwalificatieniveau blijken hooggeschoolden via de deeleconomie meer te verdienen dan midden- of laaggeschoolden. Voor deze tweede groep blijkt de aard van de taak wel een belangrijke impact te hebben op de vergoeding (De Groen & Maselli, 2016):

- ▶ Voor fysieke diensten (met een lokale uitvoeringscomponent) ontvangen laag- tot middengeschoolde dienstverleners nagenoeg hetzelfde tarief als offline geboden wordt.
- ▶ Voor virtuele taken worden vooral laaggekwalificeerde taken, 'microtaken', zeer slecht betaald. Platformen zoals Crowdfunder betalen doorgaans minder dan € 5/u (De Groen & Maselli, 2016). Naast de internationale concurrentie kan een mogelijke verklaring gevonden worden in de zeer hoge flexibiliteit die werknemers ervaren om het werk uit te voeren. Zo beschikken ze bijvoorbeeld over de mogelijkheid om de taken uit te voeren in combinatie met een andere vorm van tewerkstelling.



## 8/ Verwachte effecten

De opkomst van de deeleconomie kan belangrijke gevolgen hebben voor personen en organisaties, maar ook voor de arbeidsmarkt en de bredere samenleving. Momenteel is echter nog niet duidelijk in welke richting de verwachte impact gaat. Studies identificeerden reeds mogelijke effecten die zich zouden kunnen manifesteren op basis van individuele cases of theoretische denkoefeningen. Empirisch onderbouwde impactstudies zijn (nog) niet beschikbaar (Frenken & Schor, 2017). Bovendien is er in het discours niet altijd consensus over de richting van de verwachte effecten (Codagnone et al., 2016b). Het vrij recente karakter van de deeleconomie en de continue, snelle groei verklaren waarom het volgens experts nog te vroeg is om de gevolgen te meten. Dat bleek ook uit de interviews.

In dit hoofdstuk zetten we de mogelijke effecten van de deeleconomie op een rij. Conclusies uit gepubliceerde studies werden daarvoor aangevuld met informatie uit de interviews en de workshop (cf. 1.4). Hierbij is het **belangrijk om weten dat niet elke transactie in de deeleconomie elk beschreven effect teweegbrengt**. Er zijn immers grote verschillen in de beweegredenen van aanbieders en gebruikers, de aard van transacties en de werking van deelplatformen. Het is de context waarin een transactie plaatsvindt en de schaal van de deelactiviteiten, die zal bepalen of – en in welke mate – de verschillende effecten zich zullen manifesteren.

Studies situeren de verwachte impact traditioneel op drie fronten: 'people, planet, profit'. Omdat de potentiële impact niet altijd in deze categorieën kan ondergebracht worden en zich ook op verschillende niveaus laat voelen, bespreken we de mogelijke effecten op vier niveaus, nl. dat van personen, organisaties, de arbeidsmarkt en de bredere samenleving. Tabel 7 geeft een overzicht van de effecten die in dit hoofdstuk aan bod komen.

Tabel 7: Overzicht van potentiële effecten die op verschillende vlakken aan de deeleconomie worden toegekend

|              | Voordelen  | Nadelen  |
|--------------|--|--|
| Personen     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruimer aanbod</li> <li>- Lagere prijs</li> <li>- Minder afhankelijk van traditionele organisaties</li> <li>- Nieuwe bron van inkomsten</li> <li>- Facilitator van duurzaam gedrag</li> <li>- Meer sociale interactie</li> <li>- Mensen ontmoeten die men anders nooit zou ontmoeten</li> <li>- Toegang tot authentieke ervaring</li> <li>- Snelle matching</li> <li>- Eenvoudige toegang tot goederen en diensten</li> <li>- Minder onzekerheid door ratingsystemen</li> <li>- Zelfontplooiing</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Onduidelijkheid over aansprakelijkheid</li> <li>- Onduidelijkheid over statuut, rechten en plichten</li> <li>- Onzekere kwaliteit</li> <li>- Schending van de privacy</li> <li>- Minder gratis delen</li> <li>- Kleinere huurmarkt</li> <li>- Hogere huurprijzen</li> </ul>   |
| Organisaties | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruimere markt via partnerschappen</li> <li>- Nieuwe diversificatiestrategie</li> <li>- Zet aan tot innovatie</li> <li>- Meer mensen met toegang tot hun producten</li> <li>- Zet aan tot efficiëntere werking</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Risico op oneerlijke concurrentie</li> <li>- Uitholling waarde vergunningen/licenties</li> <li>- Prijzen staan onder druk</li> <li>- Dalende omzet wegens meer alternatieven</li> <li>- Veranderend consumentengedrag</li> <li>- Intermediaire rol valt weg</li> </ul>  |
| Arbeidsmarkt | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Complementair aanbod van werk</li> <li>- Flexibeler werk</li> <li>- Meer autonomie</li> <li>- Stimuleren van ondernemerschap</li> <li>- Transacties uit grijze zone zichtbaar maken</li> <li>- Efficiëntere matching van vraag en aanbod</li> <li>- Arbeidspotentieel activeren</li> <li>- Lagere toegang tot arbeidsmarkt</li> <li>- Beschikbare competenties optimaal benutten</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gebrek aan werkzekerheid</li> <li>- Geen duidelijk statuut</li> <li>- Geen sociale bescherming</li> <li>- Uitbuiting van aanbieders</li> <li>- Sterke controle</li> <li>- Beslissende rol van ratingsystemen</li> <li>- Discriminatie</li> <li>- Gebrek aan opleiding</li> <li>- Werk-privé balans uit evenwicht</li> </ul> |
| Samenleving  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meer sociaal contact</li> <li>- Kans om culturen te leren kennen</li> <li>- Minder afval</li> <li>- Minder vervuiling</li> <li>- Optimaal gebruik van goederen</li> <li>- Complementair aanbod zonder overheidsinvestering</li> <li>- Democratisering van goederen en diensten</li> <li>- Instrument om kwetsbare groepen te bereiken</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wettelijk kader onder druk</li> <li>- Druk op belastinginkomsten en het sociale zekerheidssysteem</li> <li>- Overlast voor de buurt</li> <li>- Groeiende economische ongelijkheid</li> <li>- Risico op overconsumptie</li> </ul>  |

Bron: IDEA Consult op basis van desk research, interviews en workshop



## 8.1 Individueel niveau

Zowel aanbieders als gebruikers worden geconfronteerd met voor- en nadelen m.b.t. hun activiteiten in de deeleconomie. Qua aantal overtreffen de voordelen de nadelen in internationaal onderzoek. Personen zijn bovendien vrij om te beslissen om wel of niet te delen met anderen. De voordelen moeten voor hen daarom zwaarder doorwegen dan de nadelen vooraleer ze actief zullen delen via een platform. Voor particuliere personen lijkt de opkomst van de deeleconomie daarom voornamelijk van een positieve ontwikkeling te getuigen. Binnen elke subsector van de deeleconomie zal echter moeten blijken welke types deelactiviteiten het meest voordelig zijn voor aanbieders en gebruikers. Zoals we al benadrukten, zal niet elke transactie dezelfde voor- en nadelen met zich meebrengen.

### 8.1.1 Voordelen

#### ► Consumenten vinden een ruimer aanbod aan lagere tarieven

De deeleconomie zorgt niet alleen voor een breder aanbod van bestaande diensten, maar ook voor nieuwe alternatieven, zoals toegang tot huisbereide maaltijden van burens i.p.v. fast food of traditionele afhaalmaaltijden (SWD(2016)184/F1; VBO, 2016). Er zijn steeds meer variaties op hetzelfde product of dezelfde dienst te verkrijgen, wat mogelijkheden creëert voor meer gepersonaliseerde en gevarieerde ervaringen. Zo beantwoordt het aanbod aan uiteenlopende smaken, behoeften en budgetten (OECD, 2016). Dit impliceert dat het aanbod ook stijgt in gebieden die commercieel minder interessant zijn, vb. landelijke gebieden waar geen hotels zijn, maar wel accommodatie vergen tijdens conferenties, events of festivals (HOTREC, 2015; OECD, 2016).

Die ruimere keuze is bovendien beschikbaar tegen lagere prijzen (Codagnone et al., 2016b; OECD, 2016; PWC, 2015; SWD(2016)184/F1), waardoor meer consumenten er gebruik van kunnen maken (VBO, 2016). Dat geeft een aantal consumenten toegang tot zaken en ervaringen die ze zich anders niet kunnen veroorloven (Kane, 2016). Reizen wordt op die manier bijvoorbeeld gedemocratiseerd (Sigala, 2015). Dit werd ook tijdens de interviews geïllustreerd aan de hand van een voorbeeld van Couchsurfing. Gezinnen bij wie het huishoudbudget te laag is om hotel- en reiskosten te betalen, kunnen wel hun woning open stellen voor 'Surfers' en ook zelf kosteloos bij leden van de community verblijven. De uitgespaarde kosten kunnen ze dan ter plaatse besteden (wat anders niet mogelijk zou zijn). Bovendien kan contact met de aanbieder van een kamer of woning reizigers ook helpen om uitstappen te plannen, wat een goedkoper alternatief biedt voor traditionele touroperators (OECD, 2016).

#### ► Delen biedt aanbieders nieuwe bronnen van inkomsten

Sommige personen stellen gratis goederen en diensten ter beschikking van wie ze nodig heeft, terwijl anderen er een vergoeding voor vragen. Het kunnen vragen van een vergoeding voor zaken waarover men beschikt, maar niet continu gebruikt, biedt personen in elk geval een extra mogelijkheid om inkomsten te verwerven. De deeleconomie creëert voor aanbieders een flexibele vorm van dienstverlening en een bron van inkomsten uit onderbenutte huishoudelijke zaken, die al werden aangekocht (SWD(2016)184/F1). Zo zijn nieuwe, ondernemende en flexibele opportuniteiten ontstaan om extra inkomsten te verwerven (OECD, 2016).

#### ► Toegang tot goederen en diensten biedt ecologische en economische voordelen

Zaken delen faciliteert duurzaam consumentengedrag. Het laat personen toe om iets te gebruiken wanneer ze het nodig hebben, zonder het te moeten bezitten. De beschikbare capaciteit wordt op die manier beter benut, waardoor personen minder onnodige aankopen hoeven te doen. Dergelijk duurzaam gedrag brengt ook economische voordelen met zich mee. Personen kunnen bijvoorbeeld op een vrijblijvende manier producten testen (PWC, 2015). Bovendien kunnen ze kosten gerelateerd aan het bezitten van goederen vermijden (i.e. de 'the burden of ownership', Kathan et al., 2016; PWC, 2015). Denk bijvoorbeeld aan onderhoudskosten, verzekeringskosten, etc. die boven het aankoopbedrag komen.

#### ► Delen zorgt voor meer sociale interactie

Bij vele platformen impliceert de transactie een lokale uitvoering na matching (Frenken & Schor, 2017). Wanneer dit het geval is, bieden deelplatformen aanbieders en gebruikers de kans om contact te hebben met mensen uit de buurt, vb. via het afhalen van thuisbereide maaltijden, het uitvoeren van klusjes of het delen van spullen of kennis. Ze verlagen de drempel ook voor reizigers om de lokale bevolking en de lokale cultuur te leren kennen, bijvoorbeeld via contact met de aanbieder van een kamer of woning (OECD, 2016). Die personen hebben niet altijd dezelfde socio-demografische achtergrond, waardoor delen er ook voor kan zorgen dat aanbieders en gebruikers mensen tegenkomen die ze anders nooit zouden ontmoeten (Fitzmaurice et al., 2016; Frenken & Schor, 2017; Schor, 2015a). Uit de interviews bleek bovendien dat dergelijke contacten ook duurzaam kunnen zijn; mensen blijven elkaar bijvoorbeeld soms wekelijks ontmoeten.



De mate waarin sociaal contact tot stand komt, lijkt echter te evolueren doorheen de tijd. Uit meerdere interviews bleek dat vooral de eerste generatie gebruikers van deelplatformen open stond voor sociaal contact, terwijl delen steeds meer om economische redenen gebeurt. Als die trend aanhoudt, zal ook de sociale interactie verdwijnen (Frenken en Schor, 2017). Dat dreigt ook te gebeuren wanneer het een gangbare praktijk wordt om volledige woningen te verhuren en de sleutels niet persoonlijk te overhandigen.

#### ► Toegang tot authentieke ervaringen

De deeleconomie biedt consumenten de kans om unieke, authentieke ervaringen te beleven. Goederen en diensten worden door tal van aanbieders aangeboden, waardoor meer maatwerk mogelijk is en aandacht voor 'couleur locale' (PWC, 2015). Ook deelplatformen zetten dit in de verf. Zo biedt Airbnb verschillende ervaringen met locals aan. Ook maaltijden van thuishokks komen met een verhaal (bv. hoe het recept bij de chef terecht kwam, waar ze ingrediënten halen). Dat maakt de ervaring persoonlijker en authentieker dan een traditionele afhaalmaaltijd.

#### ► Efficiënte matching van vraag en aanbod

Vanuit consumentenperspectief wordt het ook als een voordeel ervaren dat de vraag op een snelle, efficiënte manier beantwoord wordt via het platform (De Groen & Maselli, 2016). De digitale technologie maakt real time matching mogelijk en het grote aantal aanbieders stelt gebruikers in zekere mate gerust dat iemand positief zal reageren op hun verzoek, zelfs als dat verzoek met een krappe deadline komt. Het deelplatform Listminut vond er zelfs inspiratie voor de naam van het platform: de geschikte persoon vinden in slechts één minuut. Dat is een belangrijke meerwaarde aangezien het in de traditionele markt niet altijd evident is om een professional te vinden die op korte termijn kan langskomen om kleine klusjes uit te voeren (beter betalende opdrachten krijgen doorgaans voorrang).

#### ► Eenvoudige toegang tot goederen/diensten

Het creëren van gebruiksvriendelijkheid staat centraal in de werking van deelplatformen (PWC, 2015). Er is vaak niet meer dan een druk op de knop nodig om een vraag te lanceren. Het vraagt m.a.w. weinig zoekwerk voor de consument om een geschikt aanbod te vinden. Dat laat zich onder meer voelen in sectoren met een sterk lokaal karakter, zoals de transportsector. Reizigers die vertrouwd zijn met deelplatformen moeten bijvoorbeeld niet uitzoeken hoe het lokaal openbaar vervoer werkt of waar er taxistandplaatsen zijn (OECD, 2016).

#### ► Minder onzekerheid door ratingsystemen

De ingezette technologie zorgt ervoor dat aanbieders en gebruikers over relatief veel achtergrondinformatie beschikken vooraleer ze besluiten om goederen of diensten te delen. Er is bijgevolg minder sprake van informatie-asymmetrie, wat de beslissing om wel of niet te delen vereenvoudigt (SWD(2016)184/F1). Naast het verstrekken van persoonlijke gegevens dragen ook rating- en reviewsystemen hiertoe bij (OECD, 2016).

#### ► Persoonlijke ontwikkeling van aanbieders

Deelactiviteiten bieden personen de mogelijkheid om op een flexibele manier tijd te besteden aan zaken die aansluiten bij hun interesses. Dit kan losstaan van hun activiteit op de arbeidsmarkt. Vrijtijdsactiviteiten dragen echter ook bij tot de persoonlijke ontwikkeling van de aanbieders. Deelnemers aan de workshop benadrukten dat participatie aan de deeleconomie op die manier kan bijdragen aan de zelfontplooiing van aanbieders. Het getuigt bovendien van een ondernemende attitude en creëert mogelijkheden om op een ondernemende manier actief te zijn, zonder effectief een eigen zaak op te richten.

### 8.1.2 Nadelen

Naast de potentiële voordelen worden er ook nadelen gekoppeld aan deelname van personen aan de deeleconomie. Die hebben voornamelijk betrekking op onzekerheid en een gebrek aan vertrouwen.

- **Onduidelijkheid over aansprakelijkheid bij problemen.** Gedeelde goederen blijken moeilijk verzekeraar. Nochtans kunnen kosten oplopen als er bijvoorbeeld schade is aan een wagen of een woning. Onduidelijkheid over het risico om alle kosten te moeten dragen, wordt als een belangrijk nadeel ervaren.
- **Onduidelijkheid over statuut.** Voor aanbieders is het bovendien onduidelijk tegen welke rechten en plichten zij aankijken en onder welk statuut zij vallen. Thuishokks bevinden zich bijvoorbeeld in een continuüm gaande van hobbykok tot professionele chef. Niet weten waar ze aan toe zijn, kan hen ervan weerhouden om iets aan te bieden via de deeleconomie (zie ook hoofdstuk 9/).



- ▶ **Onzekere kwaliteit.** Er is geen kwaliteitsgarantie, en dat laat zich op verschillende vlakken voelen. Zo is er onzekerheid over zaken als veiligheid of hygiëne in de horeca (PWC, 2015). Ook de staat van het gedeelde goed of de expertise van de dienstverlener kunnen sterk verschillen tussen aanbieders en bijgevolg moeilijk gegarandeerd worden door deelplatformen. Bovendien kunnen aanbieders en gebruikers die van een platform geweerd worden, verhuizen naar andere platformen (OECD, 2016). Tenzij ratings overgedragen worden van het ene platform naar het andere, verschaffen ze hier geen informatie over.
- ▶ **Schending van privacy.** Platformen verzamelen heel wat gegevens, maar particuliere aanbieders en gebruikers weten niet altijd welke gegevens verzameld worden (mogelijk ook gegevens die ze liever niet delen) en waarvoor de informatie wordt gebruikt (OECD, 2016). Ze hebben er weinig controle over.
- ▶ **Minder gratis delen.** De mogelijkheid om iets bij te verdienen, heeft als keerzijde het risico dat het moeilijk wordt om gratis dingen te gebruiken van vrienden en familie (Frenken & Schor, 2017). Dit effect wordt theoretisch verwacht, maar het is moeilijk in te schatten in welke mate het zich effectief zal voordoen. Daartegenover staat wel dat de deeleconomie net voor een toename van deelactiviteiten kan zorgen. Het 'schuldgevoel' dat personen ervaren wanneer ze iets van anderen gebruiken, kan bijvoorbeeld weggenomen worden door een (al dan niet symbolische) vergoeding te betalen (cf. paragraaf 5.1).
- ▶ **Kleinere huurmarkt en hogere huurprijzen.** Buurten die erg in trek zijn bij toeristen, zijn ook oververtegenwoordigd op deelplatformen waar personen kamers of woningen aanbieden. Dat heeft consequenties op maatschappelijk niveau, maar ook voor lokale huurders. Zij zien het beschikbaar aanbod immers afnemen en de huurprijzen stijgen (Frenken & Schor, 2017).

## 8.2 Bedrijfsniveau

De impact van de deeleconomie op 'traditionele' organisaties is van een heel andere aard dan de impact voor personen. De teneur is veeleer negatief – vooral vanuit regelgevend perspectief (zie ook hoofdstuk 9/). Toch zijn er ook opportuniteiten aanwezig die niet verloren mogen gaan in het debat, ook al vragen de grootste opportuniteiten de meeste inspanningen van organisaties.

### 8.2.1 Voordelen

#### ▶ Ruimere markt bereiken via partnerschappen met deelplatformen

Zowel internationale studies als deelplatformen die actief zijn in Vlaanderen reiken voorbeelden aan van partnerschappen tussen traditionele organisaties en deelplatformen:

- Via een partnerschap tussen Hilton en Uber, kunnen Uber-ritten vanuit de HHonors-app van Hilton geboekt worden. Bovendien maakt het gebruik van Ubergegevens het mogelijk om hotelgasten populaire plekken te tonen, wat de reiservaring verbetert (OECD, 2016).
- Een filiaal van General Motors stelde zijn Onstar-systeem ter beschikking van het platform RelayRides om wagens via de Onstar-app te kunnen ontgrendelen, opstarten en afsluiten zonder sleutels te gebruiken (Huefner, 2015).
- In Nederland werkt Peerby samen met Praxis dat klanten aanspoort om gereedschap bij de burens te lenen en bijvoorbeeld de vijzen bij hen te kopen. Daarnaast werkt Peerby Go (in Nederland) samen met bestaande verhuurbedrijven. Wanneer er na 24 uur geen match is voor een oproep, krijgt de gebruiker voor het gezochte item 10% korting bij Huurland en heeft Peerby ook 10% commissie.
- Konnektid bekijkt samen met onderwijsinstellingen hoe ze ervoor kunnen zorgen dat zij evolueren van gesloten instituten naar open instellingen zodat je geen student meer moet zijn om toegang te hebben tot het aanbod, maar ook modulair lessen kan volgen.

Naast deze concrete voorbeelden zijn er ook verschillende platformen waar niet alleen 'peers', maar ook professionals goederen of diensten kunnen aanbieden. Thuisafgehaald.be heeft bijvoorbeeld ook een betalend segment met ruimte voor professionele cateraars, die ze via het platform promoten. Dat resulteert in een win-win: deelplatformen laten bijvoorbeeld hotels en restaurants toe om klanten 'unieke' en 'authentieke' ervaringen te bieden, terwijl zij de deelplatformen terzelfdertijd de nodige credibiliteit geven (PWC, 2015).



### ► Diversificatiestrategie

Bedrijven kunnen ook zelf gebruik maken van deelplatformen om nieuwe of aanvullende goederen of diensten aan te bieden (VBO, 2016). Veel organisaties beschikken bijvoorbeeld over niet gebruikte voertuigen of parkeerplaatsen, of over tijdelijk stilstaand materiaal. Deze zaken kunnen ze – al dan niet tegen betaling – ter beschikking stellen van andere bedrijven, werknemers of particulieren. Zo kan het een alternatief verdienmodel zijn dat ook goodwill creëert bij verschillende stakeholders (PWC, 2015).

FLOOW2 biedt een concreet voorbeeld. Zij maken beschikbare capaciteit zichtbaar zodat die niet alleen tussen organisaties, maar ook tussen vestigingen gedeeld kan worden. Delen tussen organisaties of vestigingen laat hen toe om bedrijfsprocessen anders te organiseren, extra inkomsten te genereren en uitgaven te beperken door ook gebruik te maken van het aanbod van andere organisaties (en minder nieuw aan te kopen).

### ► Zet aan tot innovatie

De toenemende concurrentie en het veranderend consumentengedrag zetten het traditionele bedrijfsmodel onder druk (SWD(2016)184/F1; PWC, 2015). Consumenten verkiezen 'toegang' steeds meer boven 'bezit' en zoeken ook meer authenticiteit, wat moeilijker te bieden is vanuit gecentraliseerde ondernemingen dan via lokale particulieren. Bovendien moet alles snel gaan, eenvoudig zijn en van goede kwaliteit (OECD, 2016; VBO, 2016), precies waar de deelplatformen op inspelen. Dit zet traditionele bedrijven ertoe aan om meer te innoveren als ze willen blijven in de snel veranderende omgeving (VBO, 2016). Sommige sectoren zagen het als een signaal om zich heruit te vinden, terwijl andere sectoren pas de mogelijkheden beginnen te verkennen, wat uit de volgende voorbeelden blijkt:

- In de groot- en kleinhandel maakt 'delen' steeds meer deel uit van de 'multi-channel experience' (PWC, 2015). Door producten niet alleen te verkopen, maar ook te verhuren of uit te lenen, creëren organisaties meer mogelijkheden voor consumenten. Dit zou er ook voor zorgen dat de kwaliteit en de duurzaamheid van goederen belangrijker worden aangezien organisaties eigenaar blijven en ze de onderhouds- en vervangingskosten willen beperken.
- Meer en meer autobedrijven herpositioneren zich als mobiliteitsverstrekkers i.p.v. fabrikanten van voertuigen. Zo worden ze bijvoorbeeld een leverancier van mobiliteit in brede zin, die naast het verkopen van auto's ook het delen van ritten faciliteert, of zelfs samenwerkt met openbare vervoersmaatschappijen in steden waar die slecht werken of onderbenut zijn (PWC, 2015). Constructeurs als BMW en Daimler bieden zelf on-demand diensten aan, terwijl andere constructeurs aandelen kopen in groeiende deelplatformen (Kane, 2016).
- De interviews leren dat het niet evident is om een gedeeld risico te verzekeren, bijvoorbeeld voor een toevertrouwd goed. Dit verklaart waarom Peerby Go de gedeelde goederen zelf verzekert. Toch zou de deeleconomie opportuniteiten genereren voor de verzekeringssector (Huefner, 2015). Blablacar biedt bijvoorbeeld via AXA een verzekering<sup>17</sup> aan die ervoor zorgt dat de chauffeur en passagiers hun bestemming bereiken in geval van pech, dat eigenaars van de wagen het stuur mogen laten overnemen door medepassagiers (bv. tijdens lange ritten) en dat voorwerpen die in de auto werden vergeten, gratis verzonden worden naar de eigenaar.
- In Nederland kan personeel van onderwijsinstellingen ook actief zijn op Konnektid. Een instituut stimuleert bijvoorbeeld lesgevers die deeltijds werken om hun diensten via het platform aan te bieden en zo hun eigen kennis te vergroten en nieuwe lesmethoden uit te testen. Er zijn ook andere mogelijkheden. Zo kunnen docenten het platform bijvoorbeeld gebruiken om collega's met een andere expertise te vinden. Een leerkracht aardrijkskunde kan via het platform bijvoorbeeld een expert rond windenergie vinden i.h.k.v. een themalessen.

### ► Meer mensen hebben toegang tot goederen

De druk op de prijzen van goederen en diensten geeft meer consumenten toegang tot het gebruik ervan. Ze verliezen m.a.w. voor een deel hun exclusief karakter, maar zijn wel prominenter in de markt aanwezig (VBO, 2016). Enerzijds door de grotere gebruikersbasis. Anderzijds door een nieuw segment consumenten dat overgaat tot aankoop omdat de kosten deels terugverdiend kunnen worden via de deeleconomie. Potentiële klanten kunnen producten en diensten bovendien op een vrijblijvende manier testen en zo uit eerste hand leren kennen (PWC, 2015). Ook in de toeristische sector speelt dit mee. Als personen bijvoorbeeld naar een vrije vergaderruimte in een hotel gaan (die het hotel deelt), leren ze het hotel kennen, wat hen kan aansporen om er een kamer te boeken.

---

<sup>17</sup> Meer info: <https://www.nl.blablacar.be/verzekeringen-carpoolen>





### ► Efficiëntere werking

De toegenomen concurrentie en prijsdruk stimuleren organisaties ook om efficiënter te werken. De werking van deelplatformen kan hen inspireren om vraag en aanbod beter op elkaar af te stemmen, onder meer door verder in te zetten op digitalisering, voorraden te beperken en overproductie te vermijden. Ook cross-sectorale werking kan bijdragen tot efficiëntiewinsten (SWD(2016)184/F1; VBO, 2016)

### 8.2.2 Nadelen

In tegenstelling tot de besproken voordelen, die veeleer opportuniteiten zijn, worden organisaties wel rechtstreeks geconfronteerd met negatieve implicaties van de deeleconomie.

*New models disrupt, transform, or even replace, entire sectors of the industry  
- Forbes, 2015a) -*

### ► Risico op oneerlijke concurrentie

Het meest aangehaalde negatieve effect dat voortkomt uit de opkomst van de deeleconomie, is de oneerlijke concurrentie die eruit voort dreigt te komen. De werking van deelplatformen valt immers vaak buiten de huidige regelgeving. Er bestaat m.a.w. geen wetgeving of controlemechanisme voor. Dit zorgt ervoor dat aanbieders van goederen of diensten in de reguliere economie andere verplichtingen hebben dan personen die dezelfde zaken aanbieden via deelplatformen. Dat uit zich bijvoorbeeld op het vlak van veiligheid, licenties, belastingen en sociale bijdragen, consumentenbescherming, etc. (cf. hoofdstuk 9/).

### ► Uitholling van de waarde van vergunningen en licenties

Personen die goederen of diensten aanbieden via de deeleconomie, zijn weinig of niet gebonden aan vergunningen en licenties om iets te delen. Dat is een belangrijk verschil met organisaties die actief zijn in de traditionele economie. In navolging van cao's en andere regelgeving hebben zij attesten, certificaten, licenties etc. nodig om hun activiteiten te kunnen uitoefenen. Dat vergt een aanzienlijke investering, zowel van werkgevers als van werknemers, zeker wanneer de geldigheidsduur van de documenten beperkt is. Het kunnen aanbieden van dezelfde goederen en diensten zonder deze documenten, zorgt bijgevolg voor een uitholling van hun waarde (Codagnone et al., 2016b).

### ► Dalende omzet

Ook het risico op lagere omzet is reëel. Enerzijds omdat de prijzen onder druk staan door de grotere concurrentie (Codagnone et al., 2016b; OECD, 2016; SWD(2016)184/F1; VBO, 2016). Anderzijds omdat het verhandelde volume dreigt af te nemen naarmate de deeleconomie aan schaal wint. Consumenten hebben immers meer alternatieven ter beschikking, die vaak goedkoper zijn. Door te delen kunnen meerdere consumenten ook samen van eenzelfde aankoop genieten (Huefner, 2015). Hoewel elk nieuw platform initieel klein is, kunnen ze samen voor een belangrijke afname van de inkomsten zorgen.

Toch zijn er ook onderzoekers die verwachten dat de impact enigszins beperkt zal blijven omdat de markt meer gesegmenteerd wordt. In de hotelsector werden bijvoorbeeld vooral goedkopere hotels en hotels die zich niet op zakenlui richten getroffen door de activiteiten van Airbnb. Deelplatformen blijken in de hotelsector daarom een gedeeltelijk substituuat te zijn voor overnachtingen (Frenken en Schor, 2017), ondanks onderstaande quote van de CEO van de Hilton hotels. Terzelfdertijd tonen resultaten van een bevraging door Airbnb dat bezoekers gemiddeld minder per dag spenderen, maar langer ter plaatse blijven, wat dan weer suggereert dat het eerder om een complement dan een substituuat voor bestaande aanbieders gaat (OECD, 2016). Bovendien wordt ook benadrukt dat er ook consumenten zijn die zekerheid zoeken, die ze bij traditionele hotels kunnen vinden. Dat illustreert de ontstane marktsegmentatie.

*The Hilton CEO sees the sharing economy as additive to the business by making travel more accessible.  
In a simplistic way, it's making the pie bigger.*

*- PWC, 2015 -*



Uit de interviews bleek dat verschillende deelplatformen zich veeleer als complement dan concurrent van het traditionele aanbod zien:

- Thuis-koks bieden bijvoorbeeld zelf geen restaurant aan, waardoor ze wel in concurrentie zouden treden met leveranciers van afhaalmaaltijden, maar niet met restaurants. Restaurants bieden een sociale ervaring die buiten de dienstverlening van thuis-koks valt. Bovendien bieden ze met thuismaaltijden een alternatief dat er voorheen niet was, wat de taart volgens hen groter maakt.
- Een platform als Konnektid maakt zelf geen content. Alle lessen bestonden al, maar de toegang en modulariteit van het aanbod zijn nieuw. Zo ontstaat er een nieuw segment in de opleidingsmarkt.

► **Overname van rol in de markt**

Sommige organisaties kijken niet alleen aan tegen dalende omzet, maar zien ook hun rol in de markt verwateren. Deelplatformen zorgen er immers voor dat de transactieketen wordt ingekort door gebruikers en aanbieders rechtstreeks met elkaar in contact te brengen en door consumenten ook producenten te laten worden. Verschillende traditionele organisaties verliezen op die manier hun intermediaire rol in het proces (PWC, 2016). Door onderbenutte goederen uit te lenen of te verhuren, vormen particulieren bovendien rechtstreekse concurrentie met verhuurbedrijven (Frenken, 2015).

### 8.3 Niveau van de arbeidsmarkt

Ook voor de arbeidsmarkt heeft de groeiende deeleconomie positieve en negatieve implicaties. Het discours gaat zowel over de kwaliteit als de kwantiteit van dienstverlening in de deeleconomie. De grote verschillen tussen taken en platformen zorgen ervoor dat het geen eenduidig positief of negatief discours is. Toch zijn er een aantal factoren die herhaaldelijk terugkeren wanneer de potentiële impact voor de arbeidsmarkt besproken wordt, vooral in termen van de kwaliteit van jobs. De afweging van de positieve en negatieve aspecten kan helpen verklaren waarom personen wel of niet actief zijn via deelplatformen. In de praktijk mag echter niet uit het oog verloren worden dat niet alle personen er bewust voor kiezen om hun diensten aan te bieden op deelplatformen. Voor sommigen kan het een noodzaak zijn, bijvoorbeeld omdat ze het als enig valabel alternatief beschouwen wegens onvoldoende mogelijkheden in de reguliere arbeidsmarkt. Als het een bewuste keuze is, kan men ervan uitgaan dat de voordelen zwaarder doorwegen dan de nadelen, maar zelfs dan enkel indien de aanbieder vooraf voldoende geïnformeerd is.

Ook het netto-effect qua jobcreatie is vooralsnog onduidelijk:

- **Jobcreatie.** Deelplatformen bieden nieuwe opportuniteiten om diensten aan te bieden (SWD(2016)184/F1). Dit kan op twee manieren tot jobcreatie leiden:
  1. Rechtstreeks, door de toegang tot het uitvoeren van taken te verlagen en ze te laten uitvoeren door personen die anders niet zouden werken. Het kan ook ongekwalficeerde banen creëren, die eigen zijn aan de werking van deelplatformen. Denk bijvoorbeeld aan platformen gericht op het delen van accommodatie, waar steeds meer vraag is naar personen voor het afleveren van sleutels, het reinigen van lakens, etc. als de eigenaar hier niet wil voor instaan. Deelplatformen creëren ook opportuniteiten op het vlak van ondernemerschap, ook voor freelancers en werkenden (Codagnone et al., 2016b; OECD, 2016). Zij kunnen deelactiviteiten combineren met hun reguliere job, en zo hun arbeidsvolume verhogen.
  2. Onrechtstreeks, door andere organisaties aan te zetten tot innovatie, wat bijdraagt tot economische groei en de jobcreatie die daaruit voortkomt (OECD, 2016). Door gebruik te maken van de deeleconomie kunnen particulieren ook hun koopkracht zien toenemen, wat tot een grotere consumptie kan leiden en zo ook kan bijdragen tot economische groei.
- **Jobverlies.** Uit de vorige paragraaf bleek dat de opkomst van de deeleconomie traditionele ondernemingen confronteert met dalende prijzen en een dalende vraag naar hun producten. De dalende omzet die hiermee gepaard gaat, kan negatieve gevolgen hebben op het vlak van tewerkstelling (Codagnone et al., 2016b).
- **Transitie van jobs.** Het is ook mogelijk dat er een verschuiving van activiteiten plaatsvindt, bijvoorbeeld van een baan als werknemer in loondienst, naar activiteiten als freelancer op deelplatformen. In dat geval is er m.a.w. een andere invulling van de activiteiten. Sommige onderzoekers signaleren in dit opzicht een vagere grens tussen voltijdse tewerkstelling en toevallige arbeid (Kane, 2016). Wat vroeger een fulltime baan was, zou (gedeeltelijk) door contractwerk vervangen worden (OECD, 2016). Terzelfdertijd geven onderzoekers aan dat het moeilijk te voorspellen is in welke mate dit zou gebeuren en benadrukken ze dat ook de vaste job haar plaats zal behouden. Het vraagt immers steeds een investering om nieuwe medewerkers te vinden en in te werken.



### 8.3.1 Voordelen

#### ► Complementair aanbod van werk, gekenmerkt door meer flexibiliteit en autonomie

De dienstverlening die via de deeleconomie wordt geboden is atypisch in die zin dat ze taakgebonden is. Elke aanbieder kan per oproep beslissen om er wel of niet op in te gaan. Dat heeft als groot voordeel dat het werk gekenmerkt is door een zeer grote flexibiliteit (wat ook nadelen met zich meebrengt, cf. infra). Bovendien is de autonomie bijzonder groot (Berg, 2016; De Groen & Maselli, 2016; SWD(2016)184/F1). Aanbieders zijn in principe hun eigen baas en bepalen hun eigen werkschema, het tarief voor de dienstverlening, etc.

Tijdens de interviews werd geopperd dat taken in de deeleconomie kunnen fungeren als een soort labo-functie. De ingebouwde flexibiliteit laat mensen toe om uit te testen of ze meer of anders willen werken dan in hun vaste job, bijvoorbeeld omdat het loon te laag is of de jobinhoud niet aansluit bij hun persoonlijke interesses. Het laat personen met een grote afstand tot de arbeidsmarkt ook toe om na te gaan hoeveel uren ze bereid zijn te werken. Als het goed geregeld is, dan zou het er bijgevolg voor kunnen zorgen dat een aantal behoeften en noden beter op elkaar zijn afgestemd, bijvoorbeeld op het vlak van werkbaar werk.

De flexibiliteit en autonomie kunnen ook mogelijkheden creëren voor arbeidsongeschikten die graag actief zouden zijn, maar bijvoorbeeld niet kunnen voorspellen wanneer hun gezondheid dat toelaat. Via de deeleconomie zouden hun kennis en vaardigheden toch benut kunnen worden<sup>18</sup>.

#### ► Stimuleren van ondernemerschap

De opkomst van de deeleconomie zorgde ook in Vlaanderen voor de oprichting van nieuwe deelplatformen. Het concept van 'delen' creëert ruimte voor nieuwe bedrijfsmodellen en stimuleert in die zin ondernemerschap (VBO, 2016). Ze ontstaan vooral waar het aanbod of de kwaliteit van goederen of diensten onvoldoende is (OECD, 2016).

Daarnaast spelen ook de deelplatformen zelf een faciliterende rol op het vlak van ondernemerschap. Zij verlagen de drempel om goederen of diensten aan te bieden. Concreet maken deelplatformen het mogelijk om (deeltijds) ondernemer te zijn zonder de risico's te moeten nemen die inherent verbonden zijn aan het opstarten van een eigen zaak (Geron, 2013). Ook uit de interviews bleek dat die risico's een belangrijke drempel vormen om een zaak op te starten in Vlaanderen. Bovendien is er een aanzienlijke investering nodig vooraleer men buiten de deeleconomie actief kan zijn als starter. Denk bijvoorbeeld aan startkapitaal, financiële plannen, btw-administratie, etc. In dat opzicht kunnen platformen een belangrijke, drempelverlagende rol spelen. Platformen staan in voor sales en marketing, en stellen consumenten op die manier in staat om hun diensten op de markt te brengen. Ze reiken hen bovendien meteen een klantenbestand aan. Particulieren kunnen hun diensten via het platform promoten, zelf kiezen hoeveel tijd ze eraan spenderen en zo op een eenvoudige manier de eerste stappen richting ondernemerschap zetten (SWD(2016)184/F1).

De interviews leerden dat dat ook de ervaring is van de deelplatformen: ze laten personen toe om iets bij te verdienen en terzelfdertijd persoonlijk te ervaren wat het inhoudt om iets aan te bieden. Zo kunnen ze achterhalen of het effectief hun droom is om een eigen zaak te starten, maar ook of er bijvoorbeeld voldoende vraag is naar hun aanbod. Via die labo-functie kunnen deelplatformen een springplank vormen naar ondernemerschap. Concrete cijfers over het aandeel starters zijn vooralsnog niet beschikbaar, maar zowel FLAVR, Thuisafgehaald.be als Listminut stellen regelmatig vast dat aanbieders de stap zetten naar volledige activiteit als zelfstandige.

#### ► Transacties uit grijze zone zichtbaar maken

Vele diensten tussen particulieren, zoals klusjes, dreigen onder de radar te blijven (Maselli et al., 2016). De digitale platformen maken vraag en aanbod echter zichtbaar en traceerbaar, waardoor ze uit de grijze zone gehaald kunnen worden. Voor huishoud diensten gebeurde dit al in grote mate via het systeem van de dienstencheques. Aanvullend kunnen ook deelplatformen op dat vlak een rol opnemen, bijvoorbeeld via erkenning in het kader de nieuwe fiscale regeling rond de deeleconomie (cf. paragraaf 9.4). Het risico bestaat wel dat aanbieders een klantenbestand opbouwen zodat gebruikers hen op een dag rechtstreeks contacteren. Zo kan er een andere zwarte markt ontstaan.

---

<sup>18</sup> Dit is niet altijd mogelijk met behoud van uitkering, zoals in hoofdstuk 9 toegelicht wordt.



#### ► Efficiëntere matching van vraag en aanbod

Door de brede basis van aanbieders en de technologische aspecten van online deelplatformen, kunnen vraag en aanbod op een efficiënte manier aan elkaar gelinkt worden (SWD(2016)184/F1). Dat is niet alleen interessant voor particulieren die (nog) geen eigen klantenbestand opgebouwd hebben, maar ook voor professionals wiens capaciteit niet volledig benut wordt. Dat geldt bijvoorbeeld voor cateraars op Thuisafgehaald.be, maar ook voor chauffeurs met een eigen limobedrijf die in Brussel actief zijn via Uber. Wanneer zij binnen hun eigen zaak niet 100% volgeboekt zijn, kunnen ze tijdens dalmomenten iets bijverdienen via het platform. De technologie laat aanbieders toe om hun tijd en capaciteit optimaal te gebruiken.

Bovendien maken deelplatformen zichtbaar wat aanbieders willen en kunnen doen, ook als het om competenties gaat die niet gecertificeerd of formeel erkend zijn. Gebruikers zoeken in eerste instantie iemand die de gevraagde taak tot een goed einde kan brengen. De schoolloopbaan en werkervaring spelen in dat opzicht minder mee. Het wordt aan de gebruikers overgelaten om te beoordelen of de kwaliteit van hun werk volstaat. De beschikbare competenties worden op die manier optimaal benut.

#### ► Arbeidspotentieel activeren

Deelplatformen laten ook toe om personen met een zekere afstand tot de arbeidsmarkt toe te leiden naar werk. Tijdens de interviews werden hieromtrent enkele concrete voorbeelden aangehaald. Sinds 2014 is Thuisafgehaald bijvoorbeeld actief in een aantal gemeenten om personen met afstand tot arbeidsmarkt als thuishok op te leiden. Een ervaren thuishok neemt de rol van peter/meter op zich en begeleidt hen bij het uitbreiden van hun netwerk en het verwerven van vaardigheden als thuishok. Het lespakket voor de stapsgewijze begeleiding werd wel ontwikkeld door partnerorganisaties.

Vanuit Konnektid werd een ander voorbeeld aangereikt in het kader van hun rol als partner van het House of Skills in Amsterdam, een project dat onder meer werd opgericht om vraaggestuurde bij/omscholing te bieden aan werknemers die geconfronteerd worden met (dreigend) ontslag. Zij worden bereikt via het platform en via het project klaargestoomd voor de arbeidsmarkt voor de toekomst. Het potentieel van het platform wordt ook in een andere context geïllustreerd, nl. in het kader van de recente vluchtelingenstromen.

*"Toen de stroom vluchtelingen uit Syrië het grootste was, werden mensen uit Syrië uitgenodigd en geholpen om Nederlands te leren. Er is zelfs een Syrisch meisje dat na het leren van Nederlands nu ook Nederlandstalige muziek speelt, en nu medicijnen studeert in Amsterdam. Dat toont hoeveel er mogelijk is."*

- Quote uit de interviews -

Ook voor de interne werking van organisaties kunnen deelplatformen ingeschakeld worden om de beschikbare arbeidskrachten te benutten. Zo wordt FLOW2 bijvoorbeeld gebruikt voor 'asset sharing' tussen afdelingen van een ziekenhuis. Die ervaring leert dat vraag en aanbod op de interne arbeidsmarkt beter aan elkaar gekoppeld kunnen worden. Dit werd geïllustreerd aan de hand van het voorbeeld van een verpleegster die van de trap viel. Voor het gebruik van het platform was ze enkele weken arbeidsongeschikt. Nu werd via het platform echter duidelijk dat er op een andere afdeling vraag was naar iemand die kon bijspringen voor de administratie, waardoor ze toch aan het werk kon blijven. Die informatie was voorheen niet beschikbaar.

### 8.3.2 Nadelen

De voordelen die activiteiten in de deeleconomie met zich mee kunnen brengen, hebben vaak ook een keerzijde. Het is pas op het niveau van individuele situaties dat duidelijk zal worden of de gevolgen overwegend positief of negatief zijn. Onderstaande factoren mogen in elk geval niet uit het oog verloren worden.

#### ► Gebrek aan werkzekerheid.

Taken die op deelplatformen worden aangeboden, zijn taakgebaseerd, tijdelijk en enkel voor korte termijn (SWD(2016)184/F1). Aanbieders hebben m.a.w. geen garanties voor de hoeveelheid werk, de tijdstippen waarop ze werk hebben of vrij zijn, en het inkomen dat ze kunnen verdienen. Door die onzekerheid worden transacties in de deeleconomie soms vergeleken met een one-night-stand (Maselli et al., 2016). Aanbieders weten niet of er vraag gaat zijn naar wat zij aanbieden, wat er precies gevraagd wordt en welke vergoeding ertegenover staat (Schmid-Drüner, 2016). Hierdoor is er onzekerheid m.b.t. werk en inkomen (Codagnone et al., 2016a; Maselli, 2016). Het is de keerzijde van de grote flexibiliteit die werken via deelplatformen inhoudt.



#### ► Geen duidelijk statuut.

Er heerst veel onduidelijkheid over het statuut van personen die goederen of diensten delen via digitale platformen. Er is geen sprake van een dienstverband als werknemer wanneer deelplatformen enkel instaan voor de matching. De grote autonomie plaatst aanbieders veelal in de situatie van freelancers. Toch zijn niet alle aanbieders vrij om beslissingen te nemen over bijvoorbeeld het aangerekende tarief of de uitrusting waarvan ze gebruik maken. Dat zorgt ervoor dat verschillende aanbieders actief zijn in een grijze zone tussen het werknemers- en het zelfstandigenstatuut. Dat creëert veel onduidelijkheid over hun rechten en plichten (zie ook paragraaf 9.7).

#### ► Geen (sociale) bescherming

Een belangrijk gevolg van het onduidelijk statuut is dat verschillende aanbieders niet sociaal verzekerd zijn en daardoor zelf verantwoordelijk worden voor zaken als arbeidsongeschiktheid en hun pensioen. Bovendien vallen ze buiten het werkingsgebied van sectorale en interprofessionele cao's, waardoor de bescherming die in de regelgeving ingebouwd is (bijvoorbeeld m.b.t. minimumlonen en arbeidstijd), voor hen niet van toepassing is. Er is ook geen syndicale delegatie die hun belangen vertegenwoordigt (zie ook paragraaf 9.7), waardoor ze voornamelijk op zichzelf aangewezen zijn. Dat plaatst hen in een preciaire situatie, die heel wat druk met zich meebrengt, zoals ook blijkt uit paragraaf 0 bij de bespreking van de arbeidsomstandigheden.

#### ► Uitbuiting van aanbieders

Het gebrek aan werkzekerheid en (sociale) bescherming creëren een situatie waarin aanbieders werk aanvaarden dat ze anders mogelijk zouden afwijzen, bijvoorbeeld door de lage vergoeding of de korte deadline (Todolí-Signes, 2017). Ook het willen vermijden van slechte beoordelingen kan hier een rol in spelen. Naarmate de concurrentie tussen aanbieders stijgt, neemt bovendien het risico toe dat ze de gevraagde vergoeding verlagen om de taak te kunnen uitvoeren. Verder weten ze ook niet wanneer er veel of weinig oproepen komen, waardoor het risico op lange werkdagen reëel is, zeker voor virtueel werk dat doorgaans minder opbrengt (zie ook paragraaf 9.7).

#### ► Sterke controle

De digitale werking van de deelplatformen zorgt niet alleen voor een efficiënte matching, maar genereert ook heel wat gegevens over aanbieders en gebruikers. Dat maakt het mogelijk om hun activiteiten nauwkeurig te monitoren. Hoewel ze niet actief zijn als werknemer, biedt ook deze vorm van dienstverlening bijgevolg ruimte voor controle. Aanbieders zijn zich er echter niet altijd van bewust welke gegevens verzameld en gebruikt worden, waardoor ook hun privacy geschonden kan worden. Bovendien zorgen ratingsystemen ervoor dat er een permanent monitoringsysteem is (Aloisi, 2016) en een continue evaluatie van de prestaties (Degryse, 2016).

#### ► Beslissende rol van ratingsystemen

De behaalde score via ratingsystemen speelt een belangrijke rol in de matching van vraag en aanbod. Dat maakt het moeilijk voor nieuwkomers om toe te treden tot de markt; zij kunnen bijvoorbeeld moeilijk opboksen tegen aanbieders met honderden positieve beoordelingen. Bovendien weegt een negatieve beoordeling bij hen relatief zwaarder door. Een slechte beoordeling van aanbieders (vb. lager dan 4.7 op 5 sterren) leidt op veel platformen tot deactivering van iemands account en kan er ook voor zorgen dat aanbieders in de toekomst minder goed betalende jobs hebben (EP, 2016). Een extreem voorbeeld hiervan vinden we in het buitenland (De Groen & Maselli, 2016): TaskRabbit eist dat werknemers tenminste 75% van de aanbiedingen accepteren voor tijdstippen, locaties en het type banen waarvoor ze aangaven beschikbaar te zijn. Bovendien moeten aanbieders minstens 85% van de aanvaarde taken afwerken en moeten ze in minstens 85% van de gevallen binnen 30 minuten reageren wanneer ze een aanbod ontvangen. Schending van één van deze eisen volstaat om niet langer in de zoekresultaten weergegeven te zijn en dus niet in staat te zijn om aanbiedingen te krijgen.

Anderzijds geven ratingsystemen ook mee aanleiding tot het ontstaan van een 'superster'-effect, waarbij 20% van de aanbieders met uitstekende beoordelingen 80% van de jobs uitvoeren op digitale markten. Hoge ratings blijken dermate veel vertrouwen uit te stralen, dat een selecte groep van aanbieders herhaaldelijk oproepen van gebruikers toegewezen krijgt. Op die manier hebben hun hoge scores een zelfversterkend effect: door hun rating krijgen ze meer taken aangeboden, waardoor ze terzelfdertijd de kans krijgen om hun rating verder te versterken.

Het zijn ook de ratingsystemen die aangeven of een aanbieder goed werk leverde. Dit kan als neveneffect hebben dat sommige aanbieders meer inzetten op het behalen van een goede score, dan op competentieversterking. Om een oproep te kunnen beantwoorden, moeten aanbieders geen bewijs voorleggen van hun kwalificaties, gevolgde opleidingen of werkervaring. Het zijn de gebruikers die via hun beoordeling signaleren of ze bekwaam zijn (Degryse 2016).



#### ► Discriminatie

Bij de bespreking van mechanismen die deelplatformen inzetten om het vertrouwen in de community te waarborgen (paragraaf 5.4), werd duidelijk dat het verstrekken van profielgegevens een gangbare praktijk is. Het publiceren van deze gegevens kan echter ook discriminatie in de hand werken. Frenken en Schor (2017) verwijzen bijvoorbeeld naar verschillende studies – voornamelijk uit de VS – die op discriminerend gedrag tegenover Afro-Amerikanen wijzen. Zij zouden vaker afgewezen worden, een lagere vergoeding krijgen en slechter beoordeeld worden. Dit gaf aanleiding tot een tegenbeweging, die resulteerde in nieuwe, parallelle platformen zoals Noirbnb en Innclusive, die de diversiteit van aanbieders en gebruikers als troef uitspelen. Op die manier creëren zij een eigen markt, waardoor er verschillende parallelle arbeidsmarkten ontstaan. Nochtans menen experts dat deelplatformen algoritmen zouden moeten kunnen ontwikkelen om afwijkend, discriminerend gedrag op te sporen.

#### ► Gebrek aan opleiding

Deelplatformen voorzien weinig of geen opleidingsmogelijkheden (Malhotra & van Alstyne, 2014). Er zijn ook weinig incentives om dat wel te doen aangezien aanbieders meteen inzetbaar moeten zijn en dus over de nodige vaardigheden moeten beschikken als ze hun diensten willen aanbieden (Todolí-Signes, 2017). Als freelancers staan aanbieders zelf in voor zaken als opleiding, mentoring, coaching en andere HR-voordelen die werknemers wel krijgen (Eurofound, 2015).

#### ► Werk-privé balans

De grote flexibiliteit en autonomie dragen bij tot het verwateren van de grens tussen werk en privé (Eurofound, 2015). Activiteiten in de deeleconomie kunnen hierdoor zowel een positief als een negatief hebben op de werk-privé balans. Wanneer de flexibiliteit toelaat om van thuis uit te werken, kan de concentratie immers verstoord worden door bv. kinderen, terwijl het moeilijk is om van vrije tijd te genieten door continu standby te staan om mogelijke nieuwe jobs te accepteren (Huws, 2016).

## 8.4 Maatschappelijk niveau

De potentiële impact voor personen, organisaties en de arbeidsmarkt laat zich ook voelen op macroniveau, waar alles samenkomt. Op dit niveau focust de berichtgeving naar het brede publiek vooral op negatieve effecten van de deeleconomie. Toch kunnen activiteiten via deelplatformen ook verschillende positieve implicaties met zich meebrengen op ecologisch, economisch en sociaal vlak.

### 8.4.1 Voordelen

#### ► Sociaal effect

Verschillende deelplatformen bieden personen een opportuniteit tot interactie met anderen, wat het sociaal weefsel op meerdere manieren kan versterken (PWC, 2016; SWD(2016)184/F1; VBO, 2016). Het kan bijvoorbeeld mensen uit eenzelfde buurt met elkaar in contact brengen, voornamelijk wanneer het gaat om platformen die oproepen toewijzen aan aanbieders die in een bepaalde straal wonen. Die personen hebben niet altijd dezelfde socio-demografische achtergrond, waardoor delen er ook interactie tussen verschillende sociale lagen kan teweegbrengen (Fitzmaurice et al., 2016; Frenken & Schor, 2017; Schor, 2015a). Deelplatformen vormen zo een instrument om bevolkingsgroepen samen te brengen. Dat blijkt ook op lokaal niveau bijzonder relevant. LETS-groepen merken bijvoorbeeld dat verschillende steden en gemeenten op zoek zijn naar initiatieven om inclusie te verbeteren.

Verschillende deelplatformen nemen bovendien de 'Erasmusgedachte' ter harte, in die zin dat ze kansen bieden om andere culturen te leren kennen. Dat geldt zeker voor initiatieven als Couchsurfing, waar er steeds sociaal contact is tussen aanbieders en gebruikers. Ook maaltijden bereid door thuishokks van verschillende origine en ervaringen met locals die bijvoorbeeld Airbnb aanbiedt, dragen bij tot een open attitude voor andere culturen bij de gebruikers. Ook dat heeft een maatschappelijke meerwaarde.



### ► Ecologisch effect

Studies wijzen ook herhaaldelijk op positieve milieu-effecten. Door goederen te delen, worden ze bijvoorbeeld optimaal gebruikt (SWD(2016)184/F1). Het gezamenlijk gebruik van goederen zorgt ervoor dat minder personen ze moeten aankopen, wat de productie ervan terugdringt (Codagnone et al., 2016b). Wanneer infrastructuur gedeeld wordt, moet er bovendien minder gebouwd worden, waardoor ook ruimte optimaal benut kan worden (Frenken & Schor, 2017). Op die manier kunnen deelplatformen een deel van de oplossing bieden voor grondstofschaarste (Schor & Wengronowitz, 2017; Voka, 2015).

Dit sluit aan bij de ervaring van consumenten: 78% van de consumenten die PWC via een survey bevroeg, gingen akkoord met de stelling dat de deeleconomie bijdraagt tot minder afval en verspilling (PWC, 2015). Bovendien werd tijdens de interviews geopperd dat personen die een goed ter beschikking willen stellen van meerdere gebruikers, zullen investeren in producten van een hogere kwaliteit. Dat maakt ze niet alleen aantrekkelijk zijn voor gebruikers, maar zorgt er ook voor dat ze voldoende lang meegaan en hersteld kunnen worden. Ook dat zou de productie van goederen, en bijgevolg het grondstoffengebruik, doen terugdringen. Anderzijds consumeert de digitale infrastructuur elektriciteit, zeldzame mineralen en creëert ze elektronisch afval (ETUI, 2016). Terzelfdertijd mag ook niet uit het oog verloren worden dat ecologische winst enkel mogelijk is als er geen 'rebound effect' is. Het uitgespaarde geld mag m.a.w. niet besteed worden aan zaken die vanuit ecologisch standpunt schadelijk zijn (VBO, 2016). Dit wordt vaak geïllustreerd aan de hand van autodelen.

Het delen van ritten zorgt ervoor dat er minder wagens op de baan zijn, die weliswaar intensiever gebruikt worden. Op die manier kan autodelen bijdragen tot het verlagen van de CO<sup>2</sup>-uitstoot (Chen and Kockelman, 2015; Frenken, 2015; Frenken en Schor, 2017). De website van Blablacar heeft het bijvoorbeeld over een geschatte 1.000.000 ton minder CO<sup>2</sup>-uitstoot. Dat effect wordt echter teniet gedaan, wanneer het geld dat men bespaart door een wagen of ritten te delen, besteed wordt aan langeafstandsvluchten. Bovendien leidt ook het intensiever gebruik tot een hogere CO<sup>2</sup>-uitstoot en zullen er ook mensen zijn die net een auto aanschaffen omdat ze een deel van de kosten kunnen recupereren via deelplatformen (Frenken, 2015). Die combinatie van factoren maakt het moeilijk om het netto-effect in te schatten.

### ► Economisch effect

Op economisch vlak worden twee positieve effecten naar voor geschoven. Enerzijds is er de democratisering van goederen en diensten (OECD, 2016). Gratis delen en het gebruik van goederen en diensten tegen een lagere vergoeding geven een aantal gebruikers toegang tot zaken die ze zich anders niet kunnen veroorloven. Dit kan hun koopkracht en welzijn verhogen. Een mogelijke keerzijde is wel dat overheidsinkomsten dalen naarmate er minder in de reguliere economie en meer in de deeleconomie geconsumeerd wordt.

Een tweede aspect betreft het bijkomende, complementair aanbod dat ontstaat, ook waar dat vanuit commercieel oogpunt niet interessant is. Zo kan er zonder publieke investering complementair transport en accommodatie aangeboden worden. Dit creëert een vergroting van de markt door genegeerde marktsegmenten te bedienen (OECD, 2016). Ook het aanbieden van nieuwe diensten en het aanboren van nieuwe markten dragen bij tot een uitbreiding van de economie (Frenken & Schor, 2017; PWC, 2016).

### ► Potentieel als complementair overheidsinstrument

Verskillende voorbeelden uit de interviews illustreren ook het potentieel van burgerinitiatieven om marktfaling op te vangen. Het Nederlandse Thuisafgehaald wijst op een groeiende groep mensen die thuis moet blijven (zoals ouderen, mensen met een chronische ziekte of een beperking). Het platform vormt een instrument voor de overheid om informele steun te organiseren vanuit de gemeenschap. Concreet houdt dit in dat het platform wordt ingezet om zorgbehoevenden te koppelen aan thuishoks. Ze gebruiken wel hetzelfde platform en betalen evenveel als andere gebruikers.

Lokale initiatieven illustreren bovendien dat burgers zich kunnen organiseren om zelf voor kinderopvang te zorgen wanneer het aanwezige aanbod niet volstaat. Analoog zouden burgerinitiatieven ook een uitbreiding op het aanwezige openbaar vervoersnet kunnen vormen. Niet alle plaatsen zijn immers even vlot bereikbaar zonder wagen, terwijl er wel nog vrije plaatsen zijn in auto's. Daarom zou er bijvoorbeeld een netwerkmodel kunnen geënt worden op het mobiliteitsnet om zo de minder gebruikte, duurere lijnen te laten bedienen door het lokale verkeer. Via dergelijke 'publiek-commons samenwerking' kunnen mensen ook 'de laatste kilometer' afleggen zonder wagen.



## 8.4.2 Nadelen

De meest aangehaalde negatieve implicaties van de deeleconomie situeren zich op het vlak van regelgeving, waar in het volgend hoofdstuk dieper op ingegaan wordt.

### ▶ Wettelijk kader onder druk

Bedrijfsmodellen van deelplatformen passen niet in de bestaande nationale, lokale en sectorale regelgeving, die voor traditionele ondernemingen ontworpen werd. Ook systemen voor belasting en sociale zekerheid zijn er niet op voorzien (SWD(2016)184/F1). Dat zorgt ervoor dat verschillende deelplatformen in een juridisch vacuüm actief zijn, waardoor er veel onduidelijk is over de rechten en plichten van deelplatformen, aanbieders en gebruikers. Dat laat zich bijvoorbeeld voelen in de concurrentie met traditionele organisaties (die wel onder de regelgeving vallen), de bescherming van consumenten en dienstverleners, maar ook op fiscaal vlak (cf. hoofdstuk 0).

### ▶ Druk op het sociale zekerheidssysteem

De bijdragen voor het huidige sociale zekerheidssysteem komen voornamelijk voort uit loonarbeid. Indien steeds meer loontrekkenden de overstap maken naar contractwerk, ontstaat er bijgevolg een structureel probleem om het systeem betaalbaar te houden. Bovendien komt niet iedereen in een zelfstandigenstatuut terecht, waardoor niet alle aanbieders in de deeleconomie sociaal verzekerd zijn. Dit kan op termijn problematisch worden.

### ▶ Overlast voor populaire buurten

Verschillende studies benadrukken dat het delen van accommodatie negatieve neveneffecten met zich mee brengt in populaire buurten. Concrete voorbeelden zijn geluidsoverlast voor burens, toegenomen verkeersdruk en onveiligheid. Er kunnen ook gevolgen zijn voor de betaalbaarheid van woningen, vooral in duurder steden, en de beschikbaarheid van huurwoningen (Frenken & Schor, 2017; HOTREC, 2016; OECD, 2016). In toeristische steden als Amsterdam, Barcelona, Berlijn, New York en Parijs verstremde het stadsbestuur de regulering voor deelplatformen (Woolf, 2016).

### ▶ Groeiende economische ongelijkheid

Er wordt vaak geopperd dat de deeleconomie de kloof tussen rijk en arm zou vergroten omdat je iets moet hebben vooraleer je het kan delen. Bovendien zijn het relatief welgestelde personen die de goederen bezitten die het meeste kunnen opbrengen, nl. woningen en auto's. Deelname aan de deeleconomie vereist ook toegang tot internet via pc of smartphone. Bovendien kunnen jobs voor laaggeschoolden via deelplatformen bij hoger opgeleiden terecht komen (Frenken & Schor, 2017). Dergelijke zaken kunnen de economische ongelijkheid doen groeien.

### ▶ Risico op overconsumptie

Tot slot merken we op dat ook het risico op overconsumptie bestaat (VBO, 2016). De lagere kost om goederen en diensten te gebruiken, kan personen ertoe aanzetten om meer te consumeren. Bovendien kan het vooruitzicht op het terugverdienen van (een deel van) de aankoopkost personen overtuigen om een product aan te kopen dat ze zich anders niet zouden aanschaffen.



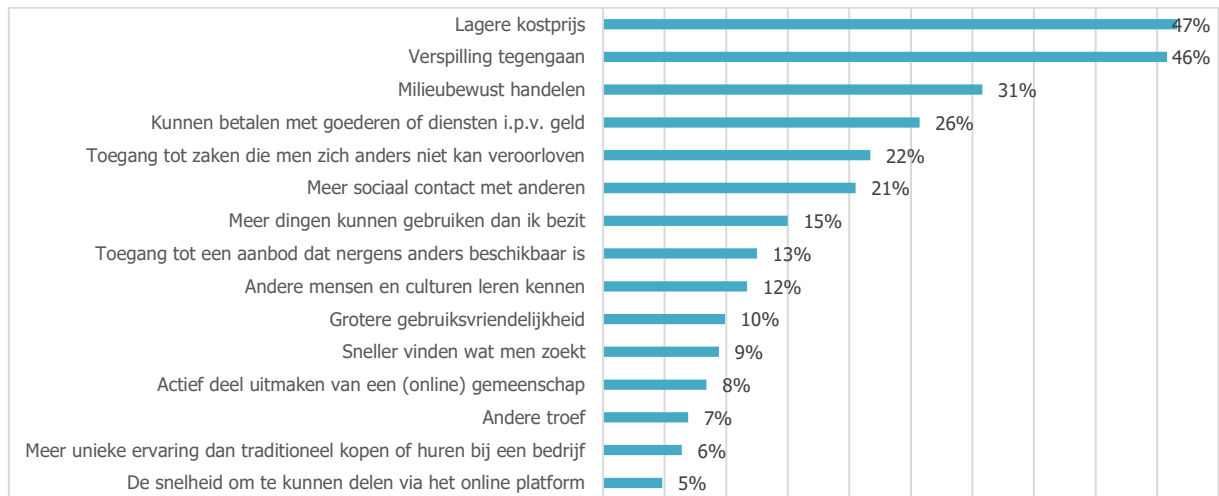


## 8.5 Standpunt van Vlamingen t.a.v. de potentiële impact

Via de panelbevraging konden Vlamingen hun mening geven over het potentiële effect van de deeleconomie. De focus ging vooral uit naar effecten op individueel en maatschappelijk niveau, en naar gevolgen voor de arbeidsmarkt. De impact voor organisaties kwam slechts beperkt aan bod.

Op individueel vlak beschouwen Vlamingen vooral de lagere kostprijs (47% van de respondenten) als troef van de deeleconomie. Zaken zoals 'kunnen betalen met goederen of diensten in plaats van geld' (26%) en 'een ruimer aanbod' worden in tweede instantie als troef geïdentificeerd (22%). 21% van de Vlamingen beschouwt ook het sociaal contact als troef. Qua pijnpunten maken Vlamingen zich vooral zorgen over de aansprakelijkheid bij schade (51%) en de veiligheid van de deeleconomie (48%). 34% beschouwt ook het gebrek aan kwaliteitsgarantie als pijnpunt.

*Figuur 35: Wat zijn volgens u de grootste troeven van de deeleconomie? (Meerdere antwoorden mogelijk) (N=1.000)*



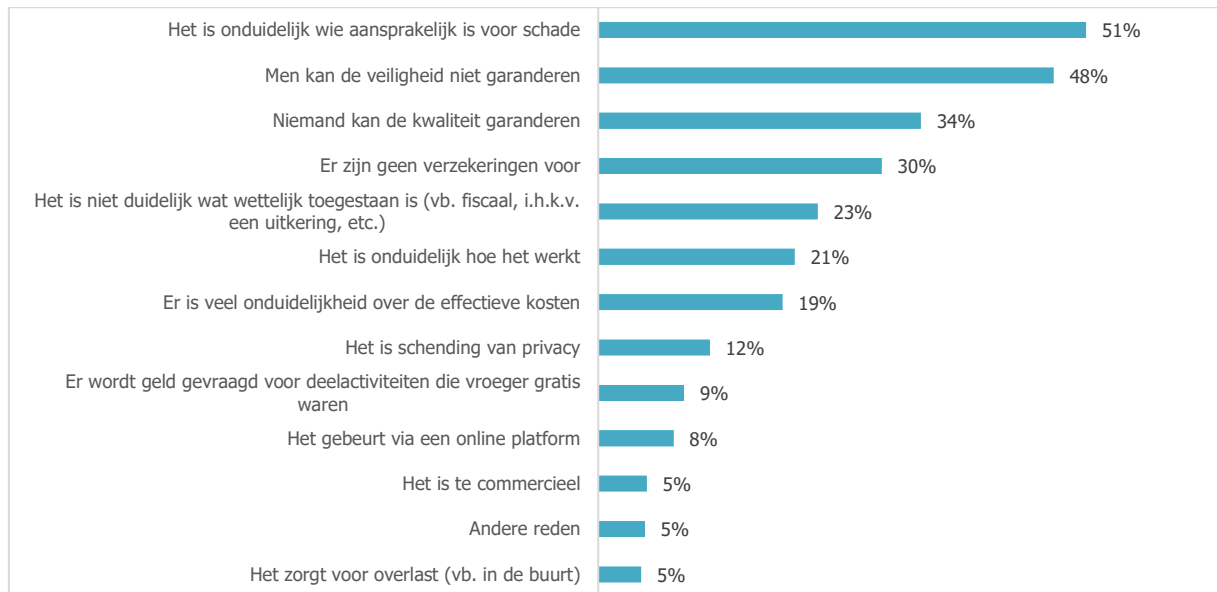
Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Op maatschappelijk vlak komt het ecologische aspect sterk naar voor als een troef voor de deeleconomie. De respondenten verwijzen vooral naar 'verspilling tegengaan' (46%) en 'milieubewust handelen' (31%). Eén op vijf respondenten apprecieert ook de democratisering van het aanbod en de bevordering van sociaal contact met anderen.

De pijnpunten op maatschappelijk vlak liggen in het verlengde van de individuele bezorgdheden over de deeleconomie. De onduidelijkheid over wat wettelijk is toegestaan, wordt door 23% van de respondenten vermeld als pijnpunt. Hieruit vloeien ook voor een stuk de bezorgdheden voort over zaken als aansprakelijkheid (51%) en veiligheid (48%). Eén op drie respondenten struikelt ook over het gebrek aan een kwaliteitsgarantie.



*Figuur 36: Wat zijn volgens u de grootste pijnpunten van de deeleconomie? (Meerdere antwoorden mogelijk) (N=1.000)*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Voor de arbeidsmarkt worden doorheen de enquête een aantal opportuniteiten benoemd:

- ▶ Iets meer dan de helft van de respondenten<sup>19</sup> vindt dat de deeleconomie de drempel verlaagt om een eigen zaak op te starten.
- ▶ 44% van de respondenten meent dat de deeleconomie mensen toegang geeft tot andere bronnen van inkomsten (46% heeft hier geen mening over).
- ▶ 33% ziet in de deeleconomie mogelijkheden om zelf te beslissen hoe je je loopbaan invult (56% heeft hier geen mening over).
- ▶ 26% vindt dat de deeleconomie het mogelijk maakt om je eigen werkgever te zijn (57% heeft hier geen mening over).

Deze cijfers tonen aan dat mensen heel wat opportuniteiten op de arbeidsmarkt dankzij de deeleconomie. Het groot aantal personen dat geen mening uitte, toont echter dat er ook nog veel onzekerheid heerst over het effect.

<sup>19</sup> Enkel de respondenten die dit konden inschatten werden weerhouden. 44% gaf aan dit niet te kunnen inschatten.



## 9/ Op zoek naar een evenwicht op het vlak van regelgeving

De afgelopen jaren is de discussie rond de deeleconomie opgelaaid. Samen met de groei werden ook een aantal pijnpunten zichtbaar. Het debat wordt vooral gevoed door de fenomenale groei van enkele grote commerciële deelplatformen, het toenemend aantal betrokken sectoren en de tegenstrijdige belangen van betrokken partijen (Codagnone et al., 2016b). Concreet stelt zich de vraag in welke mate de groeiende deeleconomie gereguleerd moet worden. Zoals eerder werd aangegeven (in paragraaf 2.3), zijn het vooral peer-to-peer activiteiten die uitdagingen creëren op wettelijk vlak; transacties uitgaand van ondernemingen zijn immers reeds gereguleerd (Codagnone et al., 2016b). Toch moeten ook die transacties mee in rekening genomen worden wanneer het bijvoorbeeld gaat over tewerkstelling en sociale bescherming omdat ook bedrijven gebruik kunnen maken van deelplatformen, bijvoorbeeld in de online arbeidsmarkt.

De meningen zijn verdeeld over het al dan niet reguleren van de deeleconomie:

- ▶ Voorstanders van regulering wijzen op de oneerlijke concurrentie die ontstaat door het reguleren van bedrijven, terwijl deelplatformen er niet aan onderworpen worden. Ze wijzen ook op de kost voor de sociale zekerheid en de nood aan een duurzame groei van de deeleconomie (en de behartiging van het algemeen belang).
- ▶ Tegenstanders willen deelinitiatieven de ruimte geven om zich te ontwikkelen zodat opportuniteiten op sociaal en economisch vlak benut kunnen worden (vb. als opstap naar ondernemerschap, of om personen met afstand tot de arbeidsmarkt te activeren (De Groen & Maselli, 2016)). Ze willen vermijden dat ondernemerschap en innovatie worden afgeremd door het opleggen van beperkende regels, onder meer omdat verschillende initiatieven beantwoorden aan behoeften van consumenten waar de klassieke markt geen antwoord op heeft.

In dit hoofdstuk schetsen we de stand van zaken met oog voor beide standpunten. We gaan achtereenvolgens in op de volgende onderwerpen:

1. Mogelijke interventiedomeinen;
2. Vooralsnog afwachtende houding ondanks verouderd wettelijk kader;
3. Motivatie voor overheidstussenkomst;
4. Vier manieren waarop de overheid een rol kan spelen;
5. Regulering blijft niet zonder gevolgen;
6. Regulering als blijvend aandachtspunt;
7. Aandachtspunten m.b.t. het statuut en de sociale bescherming van aanbieders.

### 9.1 Mogelijke interventiedomeinen

Zowel internationale studies als de door ons uitgevoerde interviews reiken verschillende domeinen aan waar overheidstussenkomst mogelijk of volgens sommigen zelfs wenselijk is. Het gaat om vier interventiedomeinen:

**Wettelijke verplichtingen.** Het betreft hoofdzakelijk verplichtingen waaraan personen moeten voldoen als ze buiten de deeleconomie bepaalde diensten willen verlenen. Concreet gaat het dan om zaken als licenties (vb. in de taxisector), vergunningen en certificaten (vb. op het vlak van veiligheid en hygiëne). Momenteel kunnen particulieren gelijkaardige diensten aanbieden via de deeleconomie zonder te moeten voldoen aan dergelijke verplichtingen (die wel opgelegd worden aan professionele dienstverleners).

**Belasting/fiscaliteit.** Als intermediair zijn platformen geen werkgever en moeten ze de bijhorende belasting of sociale bijdragen niet betalen. Terzelfdertijd is er ook geen garantie dat dienstverleners hun inkomsten op een correcte manier aangeven en de nodige verplichtingen naleven (De Groen & Maselli, 2016). Nochtans zijn transacties traceerbaar dankzij de digitale matching en elektronische betaling via het platform (OECD, 2016). Regulering kan helpen om een aantal activiteiten uit de grijze zone halen (cf. Hoofdstuk 9).

**Bescherming van consumenten.** Als intermediair hebben platformen ook geen verantwoordelijkheden ten aanzien van de gebruikers; het zijn particuliere personen die instaan voor zaken als veiligheid, aansprakelijkheid, hygiëne, geluidsoverlast, etc. Zij zijn zich echter niet altijd bewust van de regels waaraan ze zich moeten houden. Bovendien kunnen ze zich niet altijd verzekeren, wat tot discussies rond aansprakelijkheid kan leiden (OECD, 2016). Daarnaast hebben consumenten geen controle over de informatie die het platform verzamelt en het gebruik van de verzamelde gegevens, wat tot problemen op het vlak van privacy kan leiden (OECD, 2016).

**Bescherming van werknemers.** Aangezien de platformen geen werkgever zijn van de aanbieders, is er geen duidelijkheid over het statuut van de dienstverleners. Er zijn ook geen regels vastgelegd over hun loon, arbeidsvoorwaarden, etc., wat tot misbruik kan leiden.



## Box 2: Federale regeling voor de deeleconomie

### Doel

Als minister van Digitale Agenda introduceerde Alexander De Croo een regeling om de groeiende dienstverlening in de deeleconomie uit de grijze zone te halen en op die manier fraude tegen te gaan. Deze regeling trad op 1 maart 2017 in werking. Een duidelijk onderscheid tussen peers en professionals moet oneerlijke concurrentie met zelfstandigen voorkomen.

### Scope

De nieuwe regeling betreft diensten (en dus niet goederen) die particulieren buiten hun beroepswerkzaamheid delen met andere particulieren via een elektronisch platform dat door de overheid is erkend of georganiseerd<sup>20</sup>. Inkomsten die uit deze diensten voortkomen mogen oplopen tot € 5.100 vooraleer de aanbieder het zelfstandigenstatuut moet aannemen (bedrag voor het kalenderjaar 2017, inclusief sommen die zijn ingehouden door het platform). Het gaat om het totaalbedrag aan inkomsten over erkende platformen heen. Onder de grens van € 5.100 worden dienstverleners m.a.w. als 'peer' beschouwd. Wie hogere inkomsten heeft of de deelactiviteiten professioneel wil uitoefenen, moet overstappen naar het statuut van zelfstandige in hoofd- of bijberoep.

Merk op dat het niet altijd eenduidig is welke activiteiten als diensten beschouwd worden. Het koken van een maaltijd wordt bijvoorbeeld als een dienst beschouwd, terwijl inkomsten van kamerverhuur onder drie inkomenscategorieën vallen (onroerende, roerende en diverse inkomsten). Enkel de diverse inkomsten vallen onder de regeling voor de deeleconomie. Zij worden beschouwd als 20% van de totale verhuurprijs, behalve indien hier contractueel van wordt afgeweken. Op de overige 80% gelden de bestaande fiscale regeling voor roerende en onroerende inkomsten.

### Voordelen

**Fiscaal.** De € 5.100 worden rechtstreeks belast als diverse inkomsten tegen een belastingtarief van 10%<sup>21</sup>. Indien deze grens wordt overschreden, dan worden de volledige inkomsten, behoudens tegenbewijs, beschouwd als gewone beroepsinkomsten tegen het gebruikelijke tarief van 33%.

**Vrijstelling van bijdragen.** Zolang de omzet lager is dan 5.100 euro, zijn er geen sociale bijdragen verschuldigd.

**Administratief.** Zolang de omzet lager is dan 5.100 euro, is er geen inschrijvingsverplichting bij de KBO en het verplicht btw-nummer. Bovendien zijn het de platformen zelf die de bronheffing van 10% moeten innen en vervolgens doorstorten aan de fiscus. De inkomsten worden ook automatisch opgenomen in de belastingaangifte.

Bron: <https://financien.belgium.be/nl/ondernemingen/deeleconomie/aanvraag-tot-erkenning-van-een-elektronisch-platform>

<http://www.decroo.belgium.be/nl/kamer-keurt-nieuwe-regeling-deeleconomie-goed>

## 9.2 Vooralsnog afwachtende houding ondanks verouderd wettelijk kader

In lijn met verschillende internationale studies hanteren de meeste beleidsmakers in eerste instantie een afwachtende houding (OECD, 2006). Dit laat hen toe om de marktdynamiek te observeren en na enige tijd te bekijken of (en zo ja, welke) regels steek houden. Dergelijk gedoogbeleid waarin men de markt laat spelen, schenkt nieuwe activiteiten de ruimte om zich te ontwikkelen (Frenken et al., 2015). De meeste deelplatformen zijn immers klein en jong. Bovendien laat het platformen, beleidsmakers en onderzoekers toe om te begrijpen hoe vraag en aanbod in de deeleconomie evolueren en welke effecten de deelactiviteiten teweegbrengen (Maselli et al., 2016). De meeste effecten worden immers pas na enige tijd zichtbaar. Vanuit die optiek wordt een 'wait and see'-beleid aangeraden (Maselli et al., 2016).

Als men de markt initieel laat spelen, kan men ook nagaan in welke mate platformen er via zelfregulering in slagen om de goede werking te garanderen. Zij staan dicht bij de praktijk dan beleidsactoren en hebben er vanuit hun werking belang bij om zorg te dragen voor het uitgebouwde netwerk van aanbieders en gebruikers, i.e. de 'community' (Malhotra & van Alstyne, 2014). Dit verklaart waarom Blablacar geen 'business drivers' aanvaardt (die

<sup>20</sup> Volgens het Koninklijk besluit van 12 januari 2017. Een overzicht van de erkende platformen is opgenomen in Bijlage 2.

<sup>21</sup> Meer specifiek gaat het om een taxatietarief van 20% op de omzet met een forfaitaire kostenaf trek van 50% (het bewijzen van werkelijke kosten is niet mogelijk).



het sociale aspect bv. zouden verwaarlozen of te gehaast zijn). Zij worden actief opgespoord via alarmsystemen die geactiveerd worden bij bepaalde frequente gedragingen in online profielen. Daarnaast werd ook een maximumbedrag ingesteld, zowel voor de rit als voor het aantal personen dat men kan vervoeren. Sommige platformen gaan hier nog verder in, zoals de OECD (2016) illustreert aan de hand van een voorbeeld uit Groot-Brittannië. Eén van de medeoprichters van EatWith, Guy Michlin, claimt nl. slechts 4% van alle potentiële aanbieders te aanvaarden door strenge zelfregulering. Kandidaten moeten foto's van hun gerechten doorsturen, van hun keuken en leefruimte, samen met een video waarin ze motiveren waarom ze een thuiskok willen zijn. In de tweede ronde is er een Skype-interview en een testdiner met een vertegenwoordiger van het platform.

Dat neemt echter niet weg dat het huidige beleidskader verouderd is. Die veroudering uit zich op verschillende vlakken:

- ▶ Het is moeilijk om bestaande regelingen rond consumentenbescherming, veiligheid en kwaliteitsgarantie te vertalen naar de deeleconomie door het decentrale karakter van de markt en de vaak informele aard van de transacties (OECD, 2016).
- ▶ De deeleconomie kent nieuwe uitdagingen, waarop de wetgeving niet voorzien is. Denk bijvoorbeeld aan de bescherming van de e-reputatie van personen en bedrijven, aan het gebruik van ratings en aan verzekeringen/aansprakelijkheid bij transacties tussen particulieren die via een intermediair platform gebeuren.
- ▶ Deelplatformen als Uber maken gebruik van de verouderde wetgeving. Nadat een Brusselse rechtbank UberPop veroordeelde omdat bestuurders zonder taxilicentie taxidiensten aanboden, is Uber Black actief in Brussel met chauffeurs die over een limolicentie (Verhuur van Voertuig met Bestuurder – VVB) beschikken. Dat maakt een groot verschil met taxilicenties omdat de VVB-licentie eenvoudiger te verkrijgen is. Er moet wel vooraf gereserveerd worden vooraleer chauffeurs een passagier mogen oppikken, maar dat gebeurt heel eenvoudig via de digitale technologie. Wettelijk gezien zijn dit geen taxidiensten, maar door de gebruikers worden ze wel als zodanig beschouwd.

Deze voorbeelden illustreren de tekortkomingen van het huidige wettelijk kader. Terzelfdertijd tonen ze het potentieel om de regelgeving te herbekijken en de huidige periode waarin dat kader onder druk staat te beschouwen als een momentum voor hervorming. De uitdagingen waar we momenteel tegenaan kijken, tonen de nood aan een vereenvoudiging en modernisering van de wetgeving, onder andere op fiscaal, juridisch en sociaal vlak (SWD(2016)184/F1).

### 9.3 Motivatie voor overheidstussenkomst

**Onzekerheid reduceren.** Europese lidstaten halen verschillende argumenten aan om deelactiviteiten te reguleren (SWD(2016)184/F1). Een belangrijk argument betreft de huidige onzekerheid over de rechten en plichten van de verschillende partijen (SWD(2016)184/F1). Overheidstussenkomst kan meer duidelijkheid scheppen over aspecten als consumentenbescherming, aansprakelijkheid en verzekeringen, het statuut van aanbieders, etc. (cf. mogelijke interventiedomeinen uit paragraaf 9.1). Het VBO (2015) benadrukt dat hier een grondige analyse aan vooraf moet gaan, o.a. om te onderzoeken in welke mate de huidige regels voldoen en nieuwe regelgeving nodig is.

**Gelijk speelveld creëren.** Daarnaast wordt overheidstussenkomst vooral gemotiveerd vanuit de nood aan een gelijk speelveld (Frenken & Schor, 2017). Overheidsinterventie kan m.a.w. helpen om marktfalen te corrigeren dat niet opgelost kan worden door private partijen (Codagnone et al., 2016b). Beleidsactoren kunnen oneerlijke concurrentie helpen wegwerken door in te grijpen op het vlak van belastingen en sociale bijdragen, vergunningen, certificaten etc. Zo kunnen ook overheidsinkomsten gegarandeerd worden (HOTREC, 2015). Traditionele ondernemingen kunnen daarvoor druk uitoefenen op beleidsactoren. Zij moeten het onderscheid kunnen maken tussen een vraag naar 'fair play' en uitgeoefende druk om toegang tot de markt moeilijker te maken voor nieuwe toetreders (OECD, 2016).

**Negatieve gevolgen reduceren.** Verder kan overheidsinterventie ook helpen om negatieve gevolgen van deelactiviteiten te verhelpen. In de woningmarkt is het bijvoorbeeld belangrijk om erover te waken dat huurwoningen voldoende beschikbaar en betaalbaar blijven op plaatsen waar de vraag naar logies groter is dan het aanbod. Ook misbruiken, zoals het onderverhuren van sociale woningen, moeten worden voorkomen (Codagnone et al., 2016b).

Deze beweegredenen werden ook tijdens de interviews aangehaald. De huidige situatie wordt beschouwd als momentum om de relevantie van de regelgeving te checken. Het schrappen van overbodige regels zou een eerste stap naar een gelijk speelveld kunnen zijn. Het zou het er ook voor zorgen dat traditionele organisaties binnen een



lichtere structuur kunnen werken. Daarnaast kan de regelgeving waar nodig ook aangevuld worden om opnieuw aansluiting te vinden bij de economische realiteit.

Naast de vraag naar een gelijk speelveld, werd tijdens de interviews de expliciete vraag geuit naar een portaal, dat alle relevante informatie samenvat voor ondernemers die een platform willen starten, maar ook voor gebruikers van de platformen zelf. Door de onduidelijke regelgeving hebben zij veel vragen, waar ze geen eenduidig antwoord op vinden. Verschillende overheidsinstellingen houden er vaak ook verschillende standpunten op na. Een centraal overkoepelend platform zou mogelijke verwarring uit de wereld kunnen helpen. Het zou de transparantie rond de regelgeving aanzienlijk kunnen verbeteren. Een kanttekening die daarbij werd gemaakt, is dat het niet altijd evident is voor beleidsactoren om voeling te hebben met hoe het eraan toe gaat op deelplatformen. Overleg tussen stakeholders zou daarom cruciaal zijn voor de invulling van het portaal.

## 9.4 Vier manieren waarop de overheid een rol kan spelen

*“Het is geen kwestie van toelaten of verbieden. Met slimme regels is de overheid juist medevormgever van de toekomstige duurzame businessmodellen”*

*– Frenken et al. (2015) –*

Op institutioneel vlak zijn innovatieve pistes nodig om de opportuniteiten van de deeleconomie te kunnen benutten zonder het maatschappelijk belang te verwaarlozen (Codagnone et al., 2016a). Men is het er meestal over eens dat bepaalde regelgeving nodig is, maar platformen vragen doorgaans andere regelgeving dan organisaties uit de traditionele economie. Ook beleidsactoren hanteren uiteenlopende visies ten aanzien van het reguleren van (aspecten van) de deeleconomie. Sommigen opteren voor een proactieve aanpak, terwijl anderen een reactieve benadering verkiezen (OECD, 2016). We bespreken vier pistes die op Europees niveau aangereikt worden en kaarten kort de rol aan die platformen kunnen opnemen.

### **Spectrum van passieve tot actieve beleidsopties**

De volgende vier pistes worden aangereikt om als beleidsinstantie om te gaan met de werking van deelplatformen (Codagnone et al., 2016b):

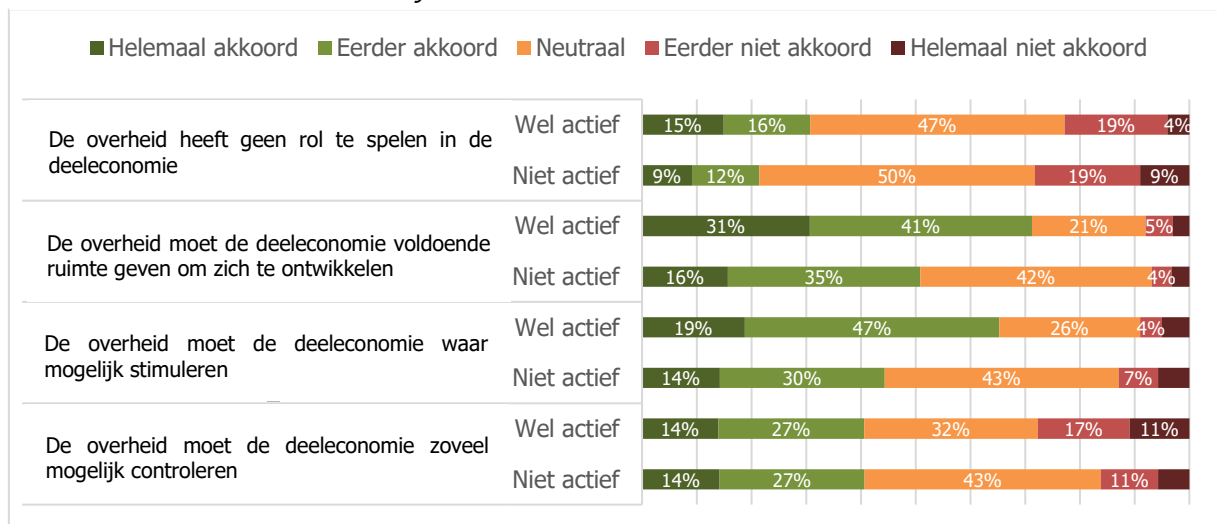
1. **Geen interventie** - Deze piste wordt door experts afgeraden op basis van cases die van marktfaling getuigen (zoals incidenten, sociale onrust, etc.). Ook het algemeen pleidooi voor de creatie van een gelijk speelveld voor platformen en gevestigde ondernemingen pleit voor overheidstussenkomst om de regulering beter af te stemmen op de realiteit.
2. **Veralgemening van de regelgeving naar de deeleconomie** - Het wordt ook afgeraden om bestaande regelgeving zonder aanpassing toe te passen op de deeleconomie omdat ze doorgaans verouderd is, omslachtig, en ondoeltreffend, ook voor gevestigde ondernemingen (cf. 0). Toch pleiten sommigen (e.g. Valenduc, 2016) ervoor om uit te zoeken hoe nationale wetgeving en Europese richtlijnen kunnen toegepast worden op activiteiten uit de deeleconomie. Analoog vraagt de Europese horecafederatie, HOTREC, om dezelfde regels inzake consumentenbescherming, veiligheid en gezondheid toe te passen (HOTREC, 2015).
3. **Regulering en liberalisering** - De derde piste werkt toe naar een compromis om zo een gelijk speelveld te creëren. Deze benadering impliceert het opleggen van lichte regelgeving aan platformen en terzelfdertijd het liberaliseren van bestaande sectoren.
4. **Hybride aanpak met ad hoc regimes** - De vierde piste sluit aan bij de conceptuele en empirische analyses die besluiten dat er geen universele regelgeving mogelijk is door het hybride karakter van de deeleconomie (er is geen 'one size fits all'). Vanuit dit perspectief wordt het belangrijk geacht om een aangepast, flexibel kader te bieden (o.a. VBO, 2016). Overheden kunnen 'ad hoc' tussenkomen via tijdelijke vrijstellingen of uitzonderingen op de regelgeving (OECD, 2016). Onderzoekers concluderen dat overheden momenteel case per case reageren, weliswaar zonder onderliggende visie (KBS, 2016).



De respondenten van de survey houden er uiteenlopende meningen op na wanneer het gaat over de rol die de overheid moet of kan spelen in de deeleconomie (zie Figuur 37):

- ▶ Eén op twee respondenten (47%) gaf een neutraal antwoord op de stellingen over de rol van de overheid. Dit doet vermoeden dat heel wat mensen hier slechts in beperkte mate bijilstaan. Vooral personen die al actief waren in de deeleconomie, hebben vaker een mening over de rol van de overheid. Toch ligt het aandeel neutrale antwoorden ook bij hen hoog. Deze neutrale antwoorden kunnen ook deels verklaard worden door de complexiteit van het omgaan met de deeleconomie, waar een "one size fits all"- benadering snel op haar grenzen stuit. Mogelijk vindt men overheidstussenkomst aangewezen bij bepaalde transacties, terwijl men het wil vermijden voor andere deelactiviteiten. Ook zo kunnen respondenten tot een neutraal antwoord komen.
- ▶ Bij personen die actief zijn in de deeleconomie, is er een groter aandeel voorstander van een rol voor de overheid dan bij personen die nog niet deelden via digitale platformen. Het verschil is echter beperkt (31% versus 21%).
- ▶ Actieve gebruikers en aanbieders pleiten vaker voor het geven van voldoende ruimte (72%) en ondersteuning (65%) aan de deeleconomie. Personen die niet actief zijn in de deeleconomie gaan ook het vaakst akkoord met deze stellingen, maar in minder uitgesproken mate: 51% is er voorstander van om voldoende ruimte te geven en 44% pleit voor stimulerende maatregelen.
- ▶ Beide groepen zijn in dezelfde mate voorstander (41%) van zoveel mogelijk controle van de deeleconomie. Onder de actieve gebruikers en aanbieders zijn er wel meer tegenstanders dan onder de personen die nog niet actief waren op deelplatformen (28% t.o.v. 16%).

*Figuur 37: Rol van de overheid in de deeleconomie volgens enerzijds actieve gebruikers/aanbieders en anderzijds mensen die niet actief zijn in de deeleconomie*



Bron: IDEA Consult op basis van een online bevraging bij een representatief panel van 1.000 Vlamingen van 18 tot 75 jaar oud

Tal van voorbeelden illustreren de verschillende benaderingen die overheden hanteren. We lichten er enkele uit:

- ▶ **Thuis-koks.** Er heerst veel onduidelijkheid over de aangewezen aanpak ten aanzien van particulieren die thuisbereide maaltijden aanbieden via deelplatformen. Zij bevinden zich als het ware in een grijze zone aangezien ook vrienden en familie bij mensen thuis komen eten zonder dat de kok een restauranthouder is. Er zijn echter wel regels rond hygiëne en voedselveiligheid die zij in acht moeten nemen om de kwaliteit van de maaltijden te garanderen. Met deze situatie wordt op verschillende manieren omgegaan. De Israëliëse overheid neemt bijvoorbeeld een coachende rol op door thuis-koks op te leiden en hun website te promoten die de nodige informatie bevat (OECD, 2016). Tegenover deze proactieve aanpak staat de reactieve aanpak van de Spaanse en Belgische overheid die thuis-koks aan een inspectie onderwerpen<sup>22</sup>.

<sup>22</sup> Zie bv. <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/binnenland/1.2530362>



- ▶ **Logies.** Sommige overheden voeren veranderingen door als antwoord op nieuwe trends m.b.t. logies, terwijl overheden in andere landen geen verschil zien met bestaande diensten. Ierland heeft bijvoorbeeld een lange traditie van het aanbieden van logies bij mensen thuis, die zeer vergelijkbaar is met activiteiten in de deeleconomie via platformen zoals Airbnb. De bestaande wetgeving op het gebied van toerisme voorziet reeds verplichtingen voor beschermde instellingen (zoals hotels) en een vrijwillig systeem voor andere vormen van accommodaties (OECD, 2016). Tegenover deze aanpak staat het nieuwe Logiesdecreet dat in Vlaanderen in voege is sinds april 2017. Dat decreet stelt dat particulieren de aangeboden logies dienen te registreren en de bijhorende vereisten moeten garanderen, nl. brandveiligheid, een verzekering burgerlijke aansprakelijkheid en een bewijs van goed zedelijk gedrag.

Via de gevraagde registratie kan de overheid het naleven van deze vereisten controleren en uitbaters die zich weigeren te registreren beboeten tot 25.000 euro. Begin augustus 2017 was slechts 15 procent van de 6.000 Vlaamse Airbnb-adressen reeds in orde met de registratieverplichting, hoewel registratie sinds 1 april 2017 vereist was. In Portugal helpt een sanctionerende aanpak om de nodige data te verzamelen met het oog op toezicht en het innen van belastingen (OECD, 2016). Sinds 2014 moeten verhuurders hun gemeente op de hoogte brengen van hun activiteiten. Wanneer ze dit niet doen, riskeren ze een boete tot 35.000 euro en een verbod van 2 jaar om hun accommodatie te delen. Na invoering van deze procedure, vertienvoudigde het aantal registraties in de officiële databanken. In Vlaanderen worden overtreders echter eerst op de hoogte gebracht van de wetgeving, waardoor de overheid in eerste instantie een coachende rol opneemt (De Redactie, 4 augustus 2017).

Deze voorbeelden illustreren het verschil in context waarmee actoren uit de deeleconomie te maken hebben in Vlaanderen. Momenteel lijken regelgevende initiatieven vooral op het niveau van de subsector te gebeuren (in dit geval thuishokken en logies). Op federaal niveau betreft de nieuwe regelgeving enkel diensten tussen particulieren (cf. Box 2). Het gaat bijgevolg om ad hoc initiatieven, wat in lijn is met de vierde piste die hierboven beschreven werd. Nochtans zijn er binnen sectoren grote verschillen tussen transacties, zoals reeds duidelijk werd bij de theoretische afbakening van het concept deeleconomie in hoofdstuk 2/. Sommige transacties gebeuren occasioneel en zijn niet of nauwelijks winstgevend, terwijl andere frequent gebeuren en vergelijkbaar zijn met professionele activiteiten die buiten de platformen gebeuren. Als het uitgangspunt is dat vergelijkbare activiteiten op eenzelfde manier belast en gestimuleerd moeten worden, is het de aard van de deelactiviteiten (eerder dan de subsector) die zal aangeven welke benadering het meest aangewezen is.

Een voorbeeld van een proactieve aanpak die vertrekt vanuit een duidelijke visie, vinden we bij de stad Amsterdam, die op 2 februari 2015 werd uitgeroepen als eerste Sharing City van Europa<sup>23</sup>. Sindsdien wordt Amsterdam wereldwijd als voorbeeld beschouwd voor het omgaan met de ontwikkelende deeleconomie. Het stadsbestuur stimuleert activiteiten die de stad en de inwoners ten goede komen, maar grijpt ook in wanneer er zich onwenselijke situaties voordoen die een negatieve impact hebben op de stad. Het citaat in Box 3 illustreert de keuze van het stadsbestuur voor een open en proactieve houding ten aanzien van de deeleconomie.

### *Box 3: Visie van het stadsbestuur van Amsterdam ten aanzien van de deeleconomie*

---

“Het college van burgemeester en wethouders (B&W) wil zich inzetten om de potentie van de deeleconomie ten volle te benutten. Dit betekent het stimuleren van activiteiten binnen de deeleconomie die innovatie, sociale inclusiviteit, ondernemerschap en duurzaamheid ten goede komen. Het college juicht het disruptieve karakter van de deeleconomie toe daar waar het de stad versterkt en de Amsterdammer ten goede kan komen. Tegelijkertijd heeft het college oog voor uitwassen die een negatieve impact kunnen hebben op de stad, zoals een ongelijk speelveld of gebrek aan sociale zekerheid. Het college grijpt in als initiatieven leiden tot onwenselijke situaties. De deeleconomie is daarmee geen kwestie van verbieden of toelaten, maar actief meebewegen, intensief monitoren en kansen grijpen waar mogelijk.”

---

Bron: Actieplan deeleconomie – Amsterdam Sharing City, 8 maart 2016

---

<sup>23</sup> Op wereldschaal ging enkel Seoul Amsterdam vooraf.





Deze visie van de deeleconomie werd vertaald naar een "Actieplan deeleconomie", dat in maart 2016 werd gepubliceerd. Daarin wordt de open, proactieve aanpak geconcretiseerd aan de hand van 5 acties:

1. **Het stimuleren van de deeleconomie.** De deeleconomie als instrument gebruiken om stedelijke uitdagingen samen met de inwoners aan te gaan (o.a. rond logistiek en mobiliteit).
2. **Fungeren als voorbeeld functie.** Vanuit de stad ook zelf zaken delen (zonder kosten), zoals het autopark, kantoorruimte en materiaal dat beschikbaar is op stadswerven. Dit gebeurde via een eigen pilootproject.
3. **Een deeleconomie voor alle Amsterdammers.** Steunen van initiatieven die het bereik van de deeleconomie kunnen vergroten, bv. door deelplatformen te koppelen aan de Stadspas.
4. **Wet- en regelgeving.** Bij gebrek aan een beslissingsmodel dat aangeeft hoe een overheid moet handelen wanneer een deelplatform wordt opgericht of groeit, werd een toolkit ontwikkeld. Een proceswiel en checklist maken het mogelijk om deelplatformen op te volgen en de impact op de stad in te schatten. Zo beschikt het bestuur over de nodige informatie om in te schatten of het nodig is om in te grijpen, en zo ja, op welke manier. Deze toolkit is ter info opgenomen in Bijlage 6/. Wanneer de stad niet de bevoegdheid heeft om zelf in te grijpen, signaleert ze de nodige informatie aan de nationale overheid en de Europese commissie.
5. **Amsterdam op de kaart (zetten) als Amsterdam Sharing City.** De stad gaat actief in op de internationale belangstelling voor haar houding ten aanzien van de deeleconomie en de opgezette samenwerkingsverbanden met deelplatformen. Ze treedt actief in dialoog met andere proactieve Sharing Cities, zoals New York, San Francisco, Seoul, Barcelona, Parijs en Londen.

### Actieve rol voor platformen

Platformen kunnen een ondersteunende rol spelen bij de implementatie van het beleid. Een belangrijke bijdrage ligt bijvoorbeeld in de overdracht van informatie. Dit kan op verschillende manieren gebeuren (De Groen & Maselli, 2016; OECD, 2016):

- ▶ Door aanbieders jaarlijks een inkomensstaat bezorgen die ze kunnen gebruiken voor hun belastingaangifte;
- ▶ Door overheidsinstanties automatisch informatie te verschaffen over de inkomsten van de aanbieders;
- ▶ Door als platform zelf in te staan voor administratie, belastingen en sociale bijdragen (zoals Airbnb bv doet in sommige steden voor de toeristentaks – Amsterdam, Parijs).

Deze werkwijzen zijn evenwel afhankelijk van de bereidheid van de deelplatformen om een actieve rol op te nemen. Bovendien bestaat ook het risico dat aanbieders en gebruikers buiten het platform om tewerk zullen gaan als deelplatformen informatie bezorgen aan overheidsinstanties. Anderzijds zouden ook betalingen die via Belgische banken of betalingssystemen gebeuren, getraceerd kunnen worden om zo de inkomsten uit de deeleconomie te kunnen bepalen (De Groen & Maselli, 2016).

Tot slot suggereren Cannon en Summers (2014) dat deelplatformen niet alleen door het delen van informatie proactief kunnen handelen. Ze kunnen ook reageren op de bezorgdheden van regelgevende instanties en een goed gestoffeerde case maken vanuit een sectorbreed perspectief (in plaats van een enge focus op de eigen organisatie).

Verschillende geïnterviewde personen appreciëren de transparantie die de federale regelgeving creëert m.b.t. de grens tussen 'peers' en 'professionals'. Ook de voorafgaande consultatie van de deelplatformen werd als positief ervaren, al werd daarbij wel de kanttekening gemaakt dat dit veel tijd en energie vraagt van de startups, die de meeste deelplatformen zijn. Daarnaast werden ook herhaaldelijk onderstaande bezorgdheden geuit:

- ▶ Het lage aantal deelplatformen dat zich registreerde (cf. Bijlage 5/). De grootste en meest gecontesteerde platformen, Uber en Airbnb, worden bijvoorbeeld niet bereikt. Voor Airbnb wordt dit verklaard door de specifieke focus van de regelgeving op diensten.
- ▶ Het gaat enkel om een fiscale regeling.
- ▶ Starters die niet via een app of digitaal platform werken, hebben geen gelijkaardige gunstmaatregel. De vraag werd gesteld of het fiscaal gunstregime niet voor iedereen zou moeten worden geïnstalleerd die wil ondernemen.
- ▶ In deze context werd ook opgemerkt dat je niet voor elk initiatief nieuwe regels kan maken. Er is nood aan een overkoepelend kader voor alle peer-to-peer activiteiten.



## 9.5 Regulering blijft niet zonder gevolgen

Elke overheidstussenkomst beïnvloedt de ontwikkeling van de deeleconomie en kan zowel positieve als negatieve implicaties hebben. Het belangrijkste positieve effect dat eruit kan voortkomen is het wegwerken van de heersende onzekerheid over de rechten en plichten van aanbieders, gebruikers en deelplatformen, o.a. op het vlak van belastingen.

### **'Grijze zones' zijn een rem voor verdere groei**

Zoals eerder vermeld, zijn veel personen die actief zijn in de deeleconomie zich niet bewust van de wetgeving die op hen van toepassing is. Dergelijke onzekerheid kan niet alleen de groei van de deeleconomie in de weg staan, maar kan ook mogelijke partners en investeerders afschrikken (SWD(2016)184/F1).

Uit de interviews bleek (net als uit de enquête) dat onduidelijkheid mensen afschrikt.

- ▶ Er is onder meer vraag naar duidelijke informatie over de fiscale implicaties van deelactiviteiten, de impact op uitkeringen of het vrijwilligersstatuut omdat bevoegde instanties er tegengestelde signalen over geven.
- ▶ De resultaten van de controles bij thuishokks werden nooit gepubliceerd. Dat creëert onzekerheid en twijfel bij thuishokks om zich te engageren.
- ▶ Veel personen verlenen slechts een of twee keer een dienst uit angst voor schijnzelfstandigheid. Op dat vlak helpt de nieuwe wetgeving deelplatformen om vertrouwen op te bouwen tussen gebruikers en dienstverleners.

### **Ook het creëren van een juridisch kluwen kan de ontwikkeling van de deeleconomie belemmeren**

De markt wordt gefragmenteerd wanneer de regelgeving verspreid is over gemeenten, regio's en landsgrenzen heen (SWD(2016)184/F1). Dit verhindert platformen om eenzelfde bedrijfsmodel op verschillende locaties te gebruiken en heeft ook implicaties voor autobestuurders, reizigers, etc. Europese overheden hebben dan ook zeker een rol te spelen om dit negatieve effect te beperken en toe te werken naar een Europese eenheidsmarkt (Maselli et al., 2016; Codagnone et al., 2016a).

Gefragmenteerde regelgeving zet de ontwikkeling van deelplatformen onder druk. Dit wordt bijvoorbeeld geïllustreerd door het lage aantal deelplatformen dat grensoverschrijdend werkt en diensten offline en lokaal aanbiedt (SWD(2016)184/F1). Ook in Vlaanderen kan sprake zijn van gefragmenteerde regelgeving aangezien lokale besturen initiatieven zouden moeten kunnen nemen om tegemoet te komen aan de behoeften van de lokale gemeenschap, zoals duurzame mobiliteit en toerisme, gezondheid en sociaal beleid (Maselli et al., 2016).

### **Disproportioneel zware regelgeving schrikt mensen af om te delen via digitale platformen**

Tot slot zal ook de proportionaliteit van de regelgeving een invloed uitoefenen op de verdere ontwikkeling van de deeleconomie. Sommige aanbieders zijn immers actief als 'peers', terwijl anderen als professionals beschouwd worden. Wanneer de opgelegde rechten en plichten proportioneel zijn tot de aard en de schaal van de activiteiten, wordt elke aanbieder op de gepaste wijze behandeld. Dat is cruciaal opdat deelplatformen voldoende aanbieders kunnen aantrekken in de tweezijdige markt. Wanneer particulieren iets aanbieden op occasionele basis, zijn zij mogelijk niet in staat om de kosten te dragen die gepaard gaan met de naleving van de regels die aan professionals opgelegd worden (SWD(2016)184/F1). Veel thuishokks kunnen bijvoorbeeld niet voldoen aan de gestelde standaarden voor restauranthouders zonder aanzienlijke kosten te maken.

De vraag naar proportionele regelgeving kwam ook tijdens de interviews aan bod, vooral vanuit de controle bij thuishokks. Wetgevende autoriteiten maken vaak een onderscheid tussen 'deeleconomie' en 'reguliere economie' (m.a.w. tussen occasionele en professionele aanbieders) door de omvang van de deelactiviteiten te begrenzen aan de hand van 'caps'. Zo wordt gewaakt over het principe dat delen gaat om het tijdelijk toegang geven tot onderbenutte goederen (Frenken & Schor, 2017). Verschillende steden, zoals Amsterdam, bepalen bijvoorbeeld het aantal dagen waarop een woning (of een deel ervan) gedeeld kan worden. Als de activiteiten voldoende kleinschalig blijven, gaat het immers om een bijverdienste die onder de radar kan blijven (Maselli et al., 2016). Naast de deelfrequentie kunnen ook de inkomsten die aanbieders verdienen via de deeleconomie begrensd worden. Zonder data van de platformen is het echter niet mogelijk om te controleren of aanbieders zich houden aan de beperking.



## 9.6 Regulering als blijvend aandachtspunt

*"Het is geen kwestie van toelaten of verbieden, maar van nieuwe regels bedenken en telkens evalueren. Dat wordt onvermijdelijk een zoekproces."*

*– Frenken tijdens een interview voor dewereldmorgen.be (2016) –*

Bovenstaande paragrafen maken duidelijk dat de deeleconomie zich in de marge van de regelgeving ontwikkeld heeft (Aloisi, 2016); de activiteiten passen niet in de bestaande regelgeving en brengen nieuwe uitdagingen met zich mee. De snelheid waarmee de technologie en de deeleconomie zich ontwikkelen, zorgen ervoor dat regulering een blijvend aandachtspunt blijft. Technologie ontwikkelt zich immers sneller dan de regelgeving (Maselli et al., 2016; Kathan et al., 2016). Hierdoor kan de regelgeving het tempo van de technologische ontwikkelingen niet volgen (Maselli, 2016). Dat zet de relevantie en doeltreffendheid van het wettelijk kader onder druk, met alle bijhorende problemen.

Koen Frenken licht toe hoe dit een omgekeerd proces tot stand brengt:

*"Traditioneel wordt een innovatie eerst wetenschappelijk onderzocht, dan vindt een normatieve publieke discussie plaats over de wenselijkheid ervan, vervolgens komt de politiek met regulering en uiteindelijk komt de innovatie op de markt. Bij deeleconomie is dit proces feitelijk omgedraaid. Bedrijven lanceren eerst een nieuw platform. Eens het platform functioneert volgt de normatieve discussie, het wetenschappelijk onderzoek en daarna pas de politiek."*

*– Frenken tijdens een interview voor dewereldmorgen.be (2016) –*

Deze specifieke situatie verklaart waarom er op Europees niveau vraag is naar ingebouwde flexibiliteit in de regelgeving, en out-of-the-box denken op wetgevend vlak (SWD(2016)184/F1). Ook het cross-sectoraal karakter van deelactiviteiten stuurt hierop aan.

## 9.7 Aandachtspunten m.b.t. het statuut en de sociale bescherming van aanbieders

*"Employment law is facing its greatest challenge, as it has to deal with a very different reality to the one existing when it was created"*

*– Todolí-Signes, 2017 –*

### **Werknemer versus zelfstandige**

Een belangrijk discussiepunt betreft het statuut van aanbieders in de deeleconomie. Deelplatformen stellen dat zij geen werkgever zijn van de aanbieders, die op zelfstandige basis hun diensten aanbieden. Dit impliceert dat er geen relatie van ondergeschiktheid bestaat (VBO, 2016): elke zelfstandige is zijn of haar eigen baas. Aanbieders kiezen m.a.w. zelf op welke vragen ze ingaan en tegen welke voorwaarden een deeltransactie gebeurt (plaats, tijdstip, vergoeding, etc.) (EP, 2016). Deze grote vrijheid van handelen heeft als keerzijde dat zelfstandigen ook alle risico's dragen. Dit in tegenstelling tot werknemers, die handelen in het kader van een arbeidsovereenkomst, waarbij de werkgever de finale beslissingsbevoegdheid heeft, maar ook alle risico's draagt (Todolí-Signes, 2017). Bovendien hebben werknemers onder meer recht op loon, betaalde vakantie en een gewaarborgd inkomen sinds de eerste dag arbeidsongeschiktheid. Dit zijn slechts enkele voorbeelden van de verantwoordelijkheden die een werkgever draagt in een werknemer-werkgever relatie. Om dergelijke verantwoordelijkheden te vermijden, willen platformen in geen geval de indruk wekken dat ze controle uitoefenen over de dienstverleners (De Groen & Maselli, 2016).

Daarnaast wordt beargumenteerd dat het beschouwen van platformwerkers als zelfstandigen (of freelancers) niet aansluit bij het oorspronkelijke idee achter het zelfstandigenstatuut (Aloisi, 2016). Zelfstandigen worden normaal gezien ingeschakeld voor taken die bijzondere vaardigheden vragen waarover het personeel van de organisatie niet beschikt. Die taken maken geen deel uit van de dagelijkse werking, maar sluiten er wel bij aan. Het gaat m.a.w. verder dan het louter verstrekken van arbeid (Todolí-Signes, 2017). Dit stemt niet overeen met het werk van bijvoorbeeld on-demand chauffeurs, wiens diensten centraal staan in de werking van platformen (EP, 2016).



Bovendien zijn het de algemene voorwaarden van deelplatform die de details van transacties en de autonomie van aanbieders bepalen. Denk bijvoorbeeld aan bepalingen van de vergoeding, werkomstandigheden, intellectueel eigendom, etc. (EP, 2016). Deelplatformen verwachten vaak een bepaald gedrag van aanbieders om de kwaliteit van de deelactiviteit te kunnen garanderen (Todolí-Signes, 2017). Wanneer die bepalingen weinig of geen bewegingsruimte laten voor de aanbieders, komen zij terecht in een relatie van ondergeschiktheid, die niet aansluit voor het zelfstandigenstatuut, maar kenmerkend is voor het werknemersstatuut.

Tussen platformen zijn er grote verschillen qua beslissingsbevoegdheid voor de aanbieder. Dat verklaart waarom aanbieders in de deeleconomie vaak niet eenduidig als 'zelfstandige' of 'werknemer' beschouwd kunnen worden. Het meest gecontesteerde platform is Uber, dat geconfronteerd werd met rechtszaken om het statuut van de aanbieders scherp te stellen. Het platform bepaalt de prijs van de rit en is vaak de enige 'klant' van de chauffeurs (VBO, 2016). Dat neemt echter niet weg dat Uber in beroep gaat tegen rechtspraak uit de UK die stelt dat de chauffeurs werknemers zijn en als dusdanig recht hebben op minimumloon en betaald ziekteverlof<sup>24</sup>. Onderzoek toont echter twee problemen voor het opleggen van het werknemersstatuut (Todolí-Signes, 2017):

1. Het zou impliceren dat alle regels van het arbeidsrecht op hen van toepassing zijn, terwijl verschillende regels niet passen bij het bedrijfsmodel van deelplatformen. Rechtbanken zouden moeten beslissen welke regels opgelegd worden en welke nieuwe oplossingen zouden verkozen worden boven de huidige regelgeving.
2. Deelplatformen zouden juridisch gesanctioneerd worden voor het onterecht behandelen van werknemers als zelfstandigen.

Algemeen heeft het juridisch verschil tussen werknemers en zelfstandigen wel het onbedoelde neveneffect dat platformen minder steun verlenen aan dienstverleners in de vorm van opleiding of aanvullende verzekeringen (EP, 2016). Die steun kan er immers voor zorgen dat de relatie tussen de aanbieder en het deelplatform wordt omgezet naar een werkgever-werknemersrelatie, waardoor platformen als werkgever zouden moeten voldoen aan de nodige wettelijke voorschriften (Kennedy, 2016).

### **Wat met werkzoekenden en vrijwilligers?**

De interviews met deelplatformen leren dat er grote onduidelijkheid bestaat over het statuut van werkzoekenden en hun recht op een uitkering wanneer ze actief zijn in de deeleconomie. De Rijksdienst voor Arbeidsvoorziening (RVA) stelt dat werkzoekenden hun recht op een werkloosheidsuitkering verliezen wanneer ze "voor eigen rekening een activiteit verrichten die kan worden ingeschakeld in het economisch ruilverkeer van goederen en diensten, d.w.z. die normaal wordt uitgevoerd tegen bezoldiging en die niet is beperkt tot het gewone beheer van het eigen bezit"<sup>25</sup>. Voor het uitoefenen van een bijberoep of niet vergoede activiteiten zijn bijzondere regels van toepassing. Ook in die situaties bestaat m.a.w. het risico om de uitkering te verliezen. Dit hypothekeert de deelname van werkzoekenden aan de deeleconomie. Nochtans zou het hen kunnen helpen om na te gaan of hun professionele toekomst in de richting van de deelactiviteiten ligt. In tegenstelling tot werkenden, kunnen zij bijvoorbeeld niet nagaan of het een optie zou zijn om een eigen zaak op te starten door op kleine schaal actief te zijn op deelplatformen.

De interviews leerden dat deelplatformen regelmatig vragen krijgen van potentiële aanbieders die werkzoekend zijn, een vrijwilligersstatuut hebben of een uitkering ontvangen (vb. als arbeidsongeschikte). Naast de deelplatformen zien ook experts potentieel in het activeren van personen met een zekere afstand tot de arbeidsmarkt, via de deeleconomie. Wakend over de risico's die ermee gepaard gaan, verlaagt de hoge flexibiliteit de drempel om (op beperkte basis) actief te zijn. Ook voor LETS-groepen bleken gelijkaardige problemen te spelen, terwijl ruilactiviteiten in de buurt net kunnen bijdragen tot sociale inclusie. Op lokaal niveau hebben zij afspraken kunnen maken met RVA zodat werklozen die actief zijn in het systeem niet gesanctioneerd worden. Hoewel er een zekere parallel is, mag echter niet uit het oog verloren worden dat LETS-groepen geen economische activiteiten verrichten, wat voor uitkeringsgerechtigden een belangrijk verschil vormt. Dat neemt echter niet weg dat verschillende geïnterviewde personen het als een gemis ervaren dat de huidige wetgeving werkzoekenden niet toelaat om via de deeleconomie op een laagdrempelige manier te experimenteren met ondernemerschap. Bovendien werd vanuit verschillende hoeken benadrukt dat werken met vrijwilligers nodig is omdat deelinitiatieven niet vanaf de eerste dag te financieren zijn.

---

<sup>24</sup> Bron: <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/19/uber-appeal-uk-employment-ruling-drivers-working-rights>

<sup>25</sup> Meer informatie is beschikbaar op de website van de RVA: <http://www.rva.be/nl/documentatie/infoblad/t41>



## Nood aan een tussenstatuut?

*"In a matter of legal policy, there should be an open debate over which kind of protection such workers should enjoy"*

- (Todolí-Signes, 2017) -

De grijze zone tussen het zelfstandigenstatuut en het werknemersstatuut waarin veel aanbieders uit de deeleconomie zich bevinden, doet de vraag rijzen of er nood is aan een tussenstatuut, zoals bijvoorbeeld 'afhankelijke zelfstandigen' (dependent self-employed) (Todolí Signes, 2015). Voor aanbieders met dergelijk statuut zouden deelplatformen minstens een deel van de traditionele sociale zekerheidsbijdragen moeten betalen. Critici brengen hier echter tegenin dat de creatie van een nieuw statuut het probleem alleen maar zou verschuiven. Momenteel is nl. onduidelijk wanneer iemand zich tussen het statuut van werknemer en zelfstandige bevindt (Codagnone et al., 2016a). Er is m.a.w. één grijze zone. Het inroepen van een nieuw statuut zou dit probleem verdubbelen omdat er dan twee grijze zones zouden ontstaan, nl. tussen het statuut van zelfstandige en het tussenstatuut, en tussen het statuut van werknemer en het tussenstatuut.

Een andere piste die op Europees niveau circuleert, betreft het loskoppelen van voordelen en rechten van tewerkstelling bij een werkgever (Dagnino, 2015). Via rugzakdenken zouden opgebouwde rechten (vb. voor ziekteverzekering) worden losgekoppeld van werkgevers en meegenomen kunnen worden 'van gig naar gig' (Codagnone et al., 2016a). De finale werkgever zou kunnen instaan voor de bijdragen (cf. reguliere tewerkstelling), maar zou ze ook kunnen delen met het deelplatform. Deze redenering wordt echter niet geconcretiseerd; onderzoekers beperken zich tot het aanreiken van de piste.

In deze discussie wijst het VBO (2016) op de situatie van uitzendkrachten als de meest gelijkaardige uit het verleden, zoals onderstaand citaat illustreert:

*"De vergelijking met de uitzendsector aan het begin van de jaren zeventig ligt voor de hand: daartegen kwam ook van alle kanten protest (uit politieke hoek, van de bedrijven, de vakbonden enz.) want er ontstond een driehoeksmodel dat 'niet klassiek', en bijgevolg disruptief was. Het heeft ongeveer tien jaar geduurd voor er een specifiek wettelijk kader kwam, dat niettemin paste binnen het Belgische systeem van sociale bescherming (werknemersstatuut, principe van de 'user pays', vakbondsafgevaardigden enz.)."*

- VBO (2016) -

## Gebrek aan sociale bescherming

*As the CEO of CrowdFlower, a crowdworking platform aptly puts it (De Stefano 2016, 4): "Before the Internet, it would be really difficult to find someone, sit them down for ten minutes and get them to work for you, and then fire them after those ten minutes. But with technology, you can actually find them, pay them the tiny amount of money, and then get rid of them when you don't need them anymore."*

Activiteiten in de deeleconomie zijn vaak tijdelijk, voor korte termijn en taakgebaseerd. Die specifieke aard van het werk plaatst aanbieders van deelactiviteiten in een precaire situatie, die onder meer gekenmerkt wordt door een hoge mate van onzekerheid. Deze atypische vorm van werk stelt ook uitdagingen op het vlak van (para)fiscaliteit; door de grijze zone waarin veel aanbieders zich bevinden qua statuut, is bijvoorbeeld niet duidelijk wie moet instaan voor hun sociale bescherming. Er zijn ook veel vragen rond het maximaal aantal werkuren, de toegelaten controle, verzekeringen, aansprakelijkheid en discriminatie. Onderzoekers pleiten bovendien voor het verbieden van exclusiviteitsclausules die aanbieders ervan weerhouden om dezelfde diensten tegelijkertijd op meerdere platformen aan te bieden. De concurrentie die zo ontstaat tussen platformen, kan voordelig zijn voor de aanbieders (Maselli et al., 2016a). Anderzijds zou een minimumloon moeilijk gegarandeerd kunnen worden omdat aanbieders als zelfstandigen/freelancers hun eigen tarief kunnen bepalen (De Groen & Maselli, 2016).



In tegenstelling tot andere arbeidskrachten hebben zij bovendien geen vertegenwoordigers die hun belangen behartigen. De verklaring hiervoor is te vinden in hun specifieke situatie (Beyer, 2014; De Stefano, 2016; Salehi et al., 2015; SWD(2016)\_184/F1):

- ▶ Ze zijn over sectoren heen actief in een horizontale arbeidsmarkt.
- ▶ Aanbieders op eenzelfde platform zijn geografisch verspreid over de hele wereld.
- ▶ Eerder dan collega's, zijn aanbieders concurrenten van elkaar, wat de bereidheid om samen te werken beperkt.
- ▶ Het is niet evident om een vertegenwoordiger te verkiezen in een 'sector' waar 'collega's' elkaar nauwelijks kennen.
- ▶ Het uitoefenen van collectieve rechten kan een negatieve impact hebben op hun reputatie, of zou kunnen leiden tot hun uitsluiting van het platform (angst voor vergelding).

Bij gebrek aan collectieve vertegenwoordiging, organiseren platformwerkers zich onder meer via websites en online fora waar ze ervaringen uitwisselen en zwarte lijsten opstellen (Aloisi, 2016).

Ook in Vlaanderen is het onduidelijk wie de bescherming van freelancers op zich neemt: een werkgeversorganisatie als Unizo of een klassieke vakbond. Deze onduidelijkheid heeft mee bijgedragen tot de groei van Smart, een coöperatieve die de belangen van freelancers behartigt en bijvoorbeeld vanuit haar garantiefonds de achterstallige lonen van fietskoeriers uitbetaalde na het faillissement van Take Eat Easy (cf. Box 4).

#### *Box 4: Smart neemt rol op voor bescherming van freelancers*

SMart is een coöperatieve structuur voor projectbegeleiding en -beheer, opgericht in 1998 met als doel om freelancers te ondersteunen bij het administratieve beheer van hun professionele activiteiten. De dienstverlening wordt gebruikt door 75.000 leden, zowel in België als in 8 andere Europese landen. Concreet bieden ze advies, ondersteuning, opleidingen, crowdfunding, administratieve, juridische en financiële tools, enz.

Als coöperatieve structuur binnen de sociale economie streeft de organisatie ernaar om de socio-economische ontwikkeling van freelancers en hun actie- en arbeidsmogelijkheden binnen de samenleving te versterken. SMart wil inzetten op autonoom volwaardig werk en een alternatief bieden voor het individuele ondernemerschap. Daarbij willen ze de sociale, economische, fiscale en juridische bescherming van freelancers en de erkenning van hun sociaal en economisch nut bevorderen, zowel op Belgische als Europees niveau. In 2011 werd SMart erkend als Sociaal Bureau voor Kunstenaars.

In september 2016 haalde SMart de pers in het kader van de gerechtelijke herstructurering van 'Take Eat Easy'. SMart betaalde toen 340.000 euro aan de fietskoeriers van Take Eat Easy die bij hen aangesloten waren, zodat ze binnen de normale termijn uitbetaald werden. In mei 2016 ondertekende SMart bovendien een protocolakkoord met Take Eat Easy en Deliveroo om de loonschalen en sociale bescherming van fietskoeriers te garanderen. Zo werd bijvoorbeeld onderhandeld dat fietskoeriers verzekerd zijn en recht hebben op een onkostenvergoeding. Er werd ook een minimale werktijd van 3 uur onderhandeld, zodat koeriers bijvoorbeeld niet voor één korte rit opgeroepen worden.

SMart wordt echter kritisch benaderd door traditionele werkgevers- en werknemersvertegenwoordigers. Aangehaalde kritieken zijn bijvoorbeeld dat ze terzelfdertijd optreden als werkgever en vakbond, en dat hun activiteiten wijzen op een rol als uitzendkantoor.

Bron: <http://smartbe.be/> & Persbericht: 'Smart betaalt 340.000€ aan de fietskoeriers van Take Eat Easy'



## 10/ Conclusies en aanbevelingen

Op enkele jaren tijd is de deeleconomie wereldwijd sterk gegroeid, waardoor het fenomeen steeds meer aandacht krijgt in de media, academisch onderzoek en beleidsagenda's op verschillende niveaus. Ook in Vlaanderen hebben steeds meer initiatieven uit de deeleconomie voet aan grond gekregen, en dit rond verschillende activiteiten. Denk bijvoorbeeld aan Peerby voor het delen van spullen tussen burens, Blablacar voor het delen van wagens, Couchsurfing om een slaapplek te delen, Listminut voor het delen van expertise, FLAVR voor het delen van maaltijden, Floop2 om bedrijfsmaterieel en diensten te delen, Launchdesk voor het delen van kantoorruimte, etc.

Met die sterke groei gaan echter heel wat vragen en bezorgdheden gepaard. Hoewel al deze initiatieven onder de noemer 'deeleconomie' ondergebracht worden, zijn er grote onderlinge verschillen. Sommige initiatieven zijn betalend, andere niet. Sommige deelplatformen bieden zelf goederen of diensten aan, terwijl andere louter als tussenschakel tussen vraag en aanbod fungeren. Sommige transacties zijn commercieel, terwijl andere een sociale doelstelling nastreven. Deze verschillen zorgen ervoor dat het concept 'deeleconomie' momenteel een containerbegrip is, waarvan de inhoudelijke invulling aanscherping vereist.

In deze studie bakenen we de deeleconomie af 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 volgende verwante activiteiten worden in dit onderzoek bijgevolg niet als deeleconomie beschouwd:

- ▶ Professionele verhuurdiensten, waarbij het geen persoon, maar een centraal platform is dat iets aanbiedt (type Cambio, Villo);
- ▶ Ruil, tweedehandsmarkt, giften, waarbij er overdracht van eigendomsrechten is;
- ▶ Co-housing of groepsaankopen, waarbij sprake is van permanent gebruik.

De omvang en het bereik van de deeleconomie evolueren zo snel dat gehanteerde termen en definities op korte termijn verouderd raken. We beschouwen deze overkoepelende definitie daarom in eerste instantie als een werkdefinitie, die op het niveau van transacties bepaalt wanneer het gaat om deeleconomie. Op platformen als Airbnb worden immers door particulieren kamers verhuurd die tijdelijk leeg staan (deeleconomie), maar ook appartementen en hotelkamers die permanent verhuurd worden (geen deeleconomie). Dit illustreert dat de deeleconomie geen zwart/wit verhaal is, maar een fenomeen dat vele schakeringen kent.

Ondanks de 'big data' die inherent verbonden zijn aan digitale platformen, zijn er momenteel weinig cijfers beschikbaar over de omvang van de deeleconomie en het profiel van gebruikers en aanbieders. Voor deze verkennende studie werden daarom bijkomende data verzameld om vraag- en aanbodzijde zichtbaar te maken. Een combinatie van verschillende onderzoeksmethoden werd ingezet om de diversiteit aan deelactiviteiten zo goed mogelijk te vatten. Naast desk research werden ook interviews uitgevoerd met verschillende stakeholders en vertegenwoordigers van de deelplatformen. Bovendien werd via een panelbevraging bij 1.000 Vlamingen tussen 18 en 75 jaar oud nagegaan in hoeverre zij vertrouwd zijn met de deeleconomie en er actief aan deelnemen. Op die manier maakt deze verkennende studie voor het eerst een foto van de deeleconomie in Vlaanderen. Dat leidt tot de volgende vaststellingen:

- ▶ De deeleconomie bereikt in Vlaanderen een selecte groep die vooral jong en hoogopgeleid is.
- ▶ Principiële bezwaren weerhouden Vlamingen ervan te delen.
- ▶ Altruïstische motivatie bij aanbieders contrasteert met economische motieven van gebruikers.
- ▶ Gebruikers delen vooral woningen, gereedschap en auto's, maar niet altijd tegen een vergoeding.
- ▶ Aanbieders delen vooral gereedschap en diensten, maar niet als primaire bron van inkomsten.
- ▶ De deeleconomie biedt personen, organisaties en de samenleving opportuniteiten...
- ▶ ... maar heeft ook een keerzijde.
- ▶ Deelplatformen werken binnen een atypisch financieel model.
- ▶ Deelplatformen bouwen succes op 'vertrouwen' en 'reputatie'.
- ▶ Consensus over continuerende groei.



## 10.1 Voornaamste vaststellingen

### ► De deeleconomie bereikt in Vlaanderen een selecte groep die vooral jong en hoogopgeleid is

De enquêteresultaten tonen dat de meerderheid van de Vlamingen (55%) nog nooit van de term 'deeleconomie' gehoord had. Slechts 17% gaf aan te weten wat eronder wordt verstaan. De term is vooral weinig bekend bij kwetsbare groepen zoals kortgeschoolden en personen uit lagere inkomensgroepen. Wanneer het gaat over effectieve deelname, stellen we vast dat één op tien Vlamingen de afgelopen 12 maanden actief was in de deeleconomie als aanbieder, gebruiker of beide. Meer specifiek was 8% het afgelopen jaar actief als gebruiker, terwijl 4% iets aanbood. Eén op vier gebruikers (26,5%) bood ook iets aan, terwijl één op twee aanbieders (55%) ook iets van anderen gebruikte. Zowel de aanbieders als de gebruikers situeren zich voornamelijk in de jongere leeftijdsgroepen en bij hoogopgeleiden. Deze cijfers liggen qua grootteorde in dezelfde lijn als de cijfers voor België die uit voorgaand onderzoek op Europees niveau naar voren kwamen. Daaruit bleek bovendien dat België zich in de staart van het peloton bevindt als het gaat om de mate waarin de bevolking actief is op deelplatformen.

### ► Principiële bezwaren weerhouden Vlamingen ervan te delen

Uit de panelbevraging bleek dat de meeste Vlamingen het afgelopen jaar niets deelden als aanbieder (76%) of gebruiker (63%) en dat ook niet van plan zijn. Ze hebben principiële problemen om iets met anderen te delen. De grootste drempel om iets van anderen te gebruiken via deelplatformen, blijkt een gebrek aan vertrouwen. Daarnaast willen ze geen dingen van vreemden gebruiken en willen ze niet aansprakelijk zijn voor schade. Analoog is een gebrek aan vertrouwen ook de grootste drempel om zelf iets ter beschikking te stellen van anderen, samen met er niet van houden om anderen (vreemden) hun spullen te laten gebruiken.

Opvallend is wel dat een vierde van de personen die niets delen, nooit stilstond bij de mogelijkheid om dat wel te doen. Dat onontgonnen potentieel is nog groter bij gebruikers. Zij geven in 40% van de gevallen aan dat ze nog nooit hadden stilgestaan bij wat ze verder nog konden delen. Als ze wel drempels ervaren, verwijzen ze vooral naar het risico om aansprakelijk te zijn voor schade (31%) of bepaalde zaken niet van anderen willen gebruiken (28%).

### ► Altruïstische motivatie bij aanbieders contrasteert met economische motieven van gebruikers

De motivatie voor deelname aan de deeleconomie wordt traditioneel benaderd vanuit de driehoek 'people-planet-profit'. Onderzoekers menen dat participatie aan de deeleconomie initieel vooral voortkwam uit een streven naar duurzaam gedrag en sociaal contact, wat aansluit bij de filosofie van deelplatformen als Couchsurfing en Blablacar, respectievelijk opgericht in 2006 en 2004. Later kwam extrinsieke motivatie, zoals het streven naar winst, steeds meer op de voorgrond met de opkomst van commerciële platformen (Airbnb en Uber werden opgericht in 2008 en 2009). Onderzoekers besluiten daarom dat ideologische, altruïstische motivatie dreigt verdrongen te worden door economische factoren.

► De panelbevraging toont in Vlaanderen een sterk verschillend beeld voor de motivatie van aanbieders en gebruikers. Bij gebruikers blijkt vooral het economische aspect hen ertoe aan te zetten om te delen. Eén op twee gebruikers gebruikt iets van anderen om meer geld te kunnen sparen. In tweede instantie (bij 1 op 4 gebruikers) wil men meer geld kunnen besteden aan andere uitgaven, maar ook elkaar helpen en milieubewust handelen. Bij personen die van plan zijn om in de toekomst iets van anderen te gebruiken, weegt het duurzaamheidsaspect zelfs even zwaar door als het economisch aspect.

► Personen die iets aanbieden doen dat vooral omdat het volgens hen beter is om iets te delen dan het niet te gebruiken. Samen met de mogelijkheid om iets bij te verdienen, staat het sociaal aspect op de tweede plaats. Aanbieders stellen hun goederen of diensten ter beschikking van anderen omdat ze liever elkaar helpen dan via het commerciële circuit tewerk te gaan en omdat ze meer contact met anderen zoeken. Net als bij potentiële gebruikers, speelt het duurzaamheidsaspect vooral bij potentiële aanbieders: zij zien delen als een manier om verspilling tegen te gaan en milieubewust te handelen.

### ► Gebruikers delen vooral woningen, gereedschap en auto's, maar niet altijd tegen een vergoeding

In lijn met internationaal onderzoek zijn het ook in Vlaanderen vooral jongere en hoogopgeleide personen die iets van anderen gebruiken. Voor het gezinsinkomen, de gezinssamenstelling en de arbeidssituatie waren geen verschillen waarneembaar. De vergoeding en frequentie van het gebruik variëren sterk tussen deelactiviteiten.

► Het gebruiken van een (deel van een) woning is niet alleen de populairste transactie, maar ook die waar het vaakst een geldelijke vergoeding voor wordt betaald (ongeveer 80% van de gevallen). De intensiteit van het gebruik is eerder laag: 5 op 6 gebruikers delen hoogstens een paar keer per jaar een woning (of een deel ervan).





- ▷ Zaken als auto's, gereedschap, huishoudapparaten, maaltijden en diensten worden meestal minstens een paar keer maand gebruikt. Voor auto's en maaltijden wordt in ruwweg de helft van de transacties een geldelijke vergoeding betaald. Voor diensten wordt relatief vaak gebruik gemaakt van een niet-geldelijke vergoeding. Het delen van gereedschap en andere zaken gebeurt zelden tegen een vergoeding.

#### ▶ **Aanbieders delen vooral gereedschap en diensten, maar niet als primaire bron van inkomsten**

Vlamingen boden het afgelopen jaar vooral gereedschap en diensten aan op deelplatformen en dat zijn ook de zaken die potentiële aanbieders willen delen. Woningen en auto's, de meest gebruikte items, worden opvallend weinig ter beschikking gesteld van anderen. In lijn met de motivatie om iets aan te bieden, vraagt 'slechts' één op drie personen een vergoeding om iets bij te verdienen, terwijl 28% een vergoeding vraagt om de kosten te dekken. Twee op vijf transacties gebeurden dus gratis. Bij personen die overwegen om iets aan te bieden, zou slechts één op vijf transacties gratis zijn.

Hoewel het aantal aanbieders in het bevraagde panel relatief beperkt is, stellen we in lijn met internationaal onderzoek vast dat de aangeboden activiteiten in de deeleconomie voor de meeste aanbieders niet volstaan als primaire bron van inkomsten (eerder occasioneel & supplementair). De enquêteresultaten suggereren bovendien dat de meeste aanbieders, voornamelijk jongeren en hooggeschoolden, er hun beroep niet van willen maken. In termen van competenties die nodig zijn om iets aan te bieden op deelplatformen, benadrukken ze naast digitale vaardigheden, ook de nood aan sociale vaardigheden en ondernemersvaardigheden. Om iets te kunnen aanbieden, moeten personen volgens hen in staat zijn om een aanbod in de markt te kunnen plaatsen, opportuniteiten te identificeren en creatief te zijn.

#### ▶ **De deeleconomie biedt personen, organisaties en de samenleving opportuniteiten...**

Hoewel er (nog) geen impactstudies beschikbaar zijn, tonen individuele cases en theoretische denkoefeningen het potentieel voor personen en organisaties, maar ook voor de arbeidsmarkt en de bredere samenleving. Personen hebben via de deeleconomie bijvoorbeeld toegang tot een ruimer aanbod tegen een lagere prijs. Deze lagere prijs wordt door Vlamingen ook het vaakst genoemd als troef van de deeleconomie. Het biedt hen ook de mogelijkheid om buiten hun vertrouwd netwerk sociale contacten uit te bouwen. Organisaties hebben via de deeleconomie de mogelijkheid om zelf te delen of partnerschappen aan te gaan met deelplatformen. Bovendien kunnen de nieuwe ondernemingsvormen hen inspireren om innovatiever en efficiënter te werken.

In termen van werkgelegenheid reikt de deeleconomie personen een complementair aanbod van werk aan, dat gekenmerkt wordt door een hogere flexibiliteit en grotere autonomie. Op deze manier kan het aanwezige arbeidspotentieel optimaal benut worden door de drempel naar de arbeidsmarkt te verlagen. Op maatschappelijk vlak worden vooral ecologische en sociale voordelen benadrukt. Verspilling tegengaan is voor Vlamingen een belangrijke maatschappelijke troef van de deeleconomie. Daarnaast wordt ook gewezen op het potentieel van de deeleconomie om marktfaalingen op te vangen door burgers de mogelijkheid te geven om zich onderling te organiseren.

#### ▶ **... maar heeft ook een keerzijde**

Momenteel is echter nog niet duidelijk of de impact finaal positief of negatief zal zijn, aangezien de deeleconomie ook nadelige effecten met zich meebrengt. Voor personen is er bijvoorbeeld veel onzekerheid op het vlak van aansprakelijkheid, het sociaal statuut van aanbieders en de bijhorende rechten en plichten. Organisaties worden vooral geconfronteerd met vormen van oneerlijke concurrentie, waardoor er een algemeen pleidooi is om een gelijk speelveld te creëren.

Op het niveau van de arbeidsmarkt hebben aanbieders geen garanties m.b.t. de hoeveelheid werk, de tijdstippen waarop ze werk hebben of vrij zijn, en het inkomen dat ze kunnen verdienen. Ze zijn vaak actief in een grijze zone tussen het werknemers- en het zelfstandigenstatuut, zonder sociaal beschermd te zijn. De meest aangekaarte problemen op macroniveau situeren zich op het vlak van regelgeving. Verschillende deelplatformen zijn immers in een juridisch vacuüm actief, wat veel onduidelijkheid met zich meebrengt en het huidige wettelijk kader onder druk zet. Sommige onderzoekers waarschuwen ook voor een groeiende economische ongelijkheid onder de bevolking, maar het is momenteel moeilijk in te schatten in welke mate dit zich zal doorzetten.



### ► Deelplatformen werking binnen een atypisch financieel model

In tegenstelling tot wat velen verwachten, maakt de overgrote meerderheid van de deelplatformen systematisch verlies, ook diegene met een duidelijke winstgedreven insteek. Dat kadert binnen de monopoliestrategie die kenmerkend is voor de deeleconomie. Deelplatformen zetten in op expansie en zoeken kapitaal om een monopolie uit te bouwen. Hoe groter de community die op het platform actief is, hoe interessanter het wordt om via het platform te delen. Een hoger aantal aanbieders en gebruikers zorgt er immers voor dat de matching vlotter kan gebeuren. Op die manier bindt het hen ook aan het platform en maakt het deelplatform zich onmisbaar. Deze werkwijze geeft aan waarom marketing en communicatie een belangrijke uitgavepost zijn, naast de uitbouw en het onderhoud van de digitale infrastructuur. De bronnen van inkomsten zijn erg divers en omvatten onder meer durfkapitaal, commissie die wordt ingehouden op de transactiewaarde (gemiddeld 15%), advertenties en partnerschappen.

De tijd zal moeten uitwijzen welke bedrijfsmodellen in de deeleconomie voldoende levensvatbaarheid hebben op financieel vlak. Sociaal georiënteerde deelplatformen ervaren bijvoorbeeld dat ze veel maatschappelijke, maar beperkte economische waarde genereren, wat het moeilijk maakt om financieel rond te komen. Veel platformen doorlopen een leerproces en ervaren gaandeweg welk verdienmodel hun werking kan financieren. Ze experimenteerden met verschillende formules omdat ze als pioniers niet kunnen terugvallen op de ervaring van anderen die hen vooraf gingen.

### ► Deelplatformen bouwen succes op 'vertrouwen' en 'reputatie'

In Vlaanderen blijkt een gebrek aan vertrouwen één van de belangrijkste drempels die personen ervan weerhouden om actief te zijn in de deeleconomie. Dat vertrouwen is nodig om via digitale platformen met vreemden te delen. Voor de opkomst van de deelplatformen werd immers vooral gedeeld binnen het eigen netwerk van familie, burens, vrienden, collega's, etc., waarbinnen een zekere mate van sociaal vertrouwen heerst. Het waarborgen van vertrouwen tussen aanbieders en gebruikers is dan ook één van de kerntaken van digitale deelplatformen. Hiervoor zetten ze in op verschillende mechanismen, zoals ratings en reviewsystemen, het vermelden van persoonlijke gegevens, het hanteren van een intern berichtensysteem, etc. Via deze mechanismen kunnen personen een online reputatie opbouwen. De keerzijde is wel dat de rigiditeit van dergelijke beoordelingssystemen aanbieders en gebruikers aan deelplatformen bindt, wat de positie van deelplatformen in de markt versterkt. Het zijn immers de platformen die de beoordelingen beheren, waardoor de opgebouwde reputatie enkel op het platform geldt. Dat beperkt de bewegingsvrijheid van personen aangezien het voor hen veel tijd en inspanning vraagt om op een ander deelplatform opnieuw een reputatie op te bouwen. Het opbouwen van een online reputatie verhoogt bijgevolg het vertrouwen binnen de community, wat mensen naar het platform brengt, maar hen er ook aan bindt (locking in).

### ► Consensus over continuerende groei

Doorheen het onderzoek werd de algemene verwachting bevestigd dat de deeleconomie de komende jaren verder zal groeien, ook in Vlaanderen. 5 op 6 personen die momenteel actief zijn als aanbieder en/of gebruiker zouden anderen aanbevelen om ook iets met anderen te delen. Bovendien verwachten 1 op 3 gebruikers het komende jaar meer te delen; bij aanbieders gaat het om 1 op 4 personen. Parallel aan de verwachte groei vanuit de huidige community, is er ook een substantiële groep binnen het panel van 1.000 Vlamingen die nog niet actief is in de deeleconomie, maar wel van plan is om via een digitaal platform te delen als gebruiker (26%) en/of aanbieder (18%). Als zij dat ook effectief doen, zou dat een exponentiële groei impliceren. Op basis van de enquêteresultaten kan die groei vooral verwacht worden bij het delen van gereedschap en diensten. Het delen van (een deel van) de woning en auto's lijkt al meer ingeburgerd.

Uit de interviews bleek dat overheden en bedrijven ook steeds meer interesse tonen voor het delen van goederen, infrastructuur en diensten. Hun actieradius kan de schaal van de deeleconomie (en bijgevolg ook de potentiële impact) aanzienlijk vergroten. De grootste impact wordt – weliswaar op langere termijn – verwacht van blockchaintechnologie. Door het potentieel om transacties te laten plaatsvinden zonder 'neutrale derde', zoals een bank, notaris of in dit geval deelplatform, zou het de mogelijkheden voor aanbieders en gebruikers fundamenteel veranderen. Experts verwachten daarom op dit vlak het grootste disruptieve effect.



## 10.2 Beleidsaanbevelingen

De schaal die de deeleconomie intussen bereikt heeft, geeft aan dat de deelplatformen na een felle groeispurt niet langer in de kinderschoenen staan, maar veeleer de puberteit bereikt hebben, met alle voor- en nadelen die daarmee gepaard gaan. Als overheid is het niet evident om daarmee omgaan. In deze paragraaf reiken we daarom zes richtlijnen aan die hen daarbij kunnen ondersteunen:

- ▶ Nieuwe initiatieven met open blik benaderen.
- ▶ Informeren en sensibiliseren als prioriteit.
- ▶ Kansen bieden door te investeren in digitale vaardigheden van de bevolking.
- ▶ Nood aan monitoring om overheidsrol scherp te kunnen stellen.
- ▶ Ruimte geven voor verdere ontwikkeling...
- ▶ ... maar waar nodig ook duidelijke grenzen stellen.
- ▶ ... en ervoor zorgen dat die grenzen proportioneel zijn met de aard van de deelactiviteiten.

De centrale gedachte van deze richtlijnen is om de deeleconomie te laten evolueren op een verantwoordelijke, duurzame manier door het juiste kader te scheppen om opportuniteiten te benutten en risico's in te perken.

### ▶ **Nieuwe initiatieven met open blik benaderen**

Het bekritisieren van de 'jeugd van tegenwoordig' is van alle tijden en keert elke generatie terug. De berichtgeving over de deeleconomie naar het brede publiek focust vooral op de negatieve effecten. Toch kunnen activiteiten via deelplatformen ook verschillende positieve implicaties met zich meebrengen op ecologisch, economisch en sociaal vlak. Hoewel er wel degelijk groeipijnen zijn, tonen cases ook een glimp van het aanwezige potentieel. Bovendien zijn de deelplatformen 'bottom up' ontstaan vanuit bepaalde behoeften. De relevantie van het fenomeen blijkt uit de sterke groei. De frisse blik van de puber die de deeleconomie intussen geworden is, mag daarom niet zomaar van tafel geveegd worden, ook al breekt ze met de traditionele manier van werken. Bovendien mag men geen onrealistische verwachtingen koesteren, zoals het bereiken van alle lagen van de bevolking in deze fase van het groeiproces.

### ▶ **Informeren en sensibilisering als prioriteit**

Niet alleen de deelplatformen, maar ook (potentiële) aanbieders en gebruikers vragen naar duidelijkheid over hun situatie. Veel personen weten bijvoorbeeld niet aan welke regels ze zich moeten houden. Dergelijke informatie is nochtans cruciaal om op een doordachte manier te kunnen beslissen om wel of niet actief te zijn op deelplatformen. Doorheen het onderzoek werd expliciet de vraag gesteld naar een toegankelijk portaal met daarop alle relevante informatie voor ondernemers die een deelplatform willen starten, maar ook personen die op de platformen actief zijn. Zij hebben bijvoorbeeld vaak vragen over fiscaliteit of de impact van activiteiten op hun uitkering of vrijwilligersstatuut, waar ze momenteel geen helder antwoord op krijgen. Door het juridisch vacuüm waarin deelplatformen actief zijn, geven bevoegde instanties vaak tegengestelde signalen. De verwarring die daardoor ontstaat, kan de verdere ontwikkeling van de deeleconomie hypothekeren.

### ▶ **Kansen bieden door te investeren in digitale vaardigheden, sociale vaardigheden en creativiteit**

De digitale aard van de deelplatformen brengt een aantal voordelen met zich mee voor aanbieders en gebruikers, zoals het brede bereik via de online community, de gebruiksvriendelijkheid, de real time matching, etc. Terzelfdertijd creëert de digitale werking ook drempels, die bepaalde groepen van de bevolking kan uitsluiten van deelname. Er is bijvoorbeeld een computer of smartphone nodig om toegang te krijgen tot deelplatformen. Daarnaast is er ook een minimum aan digitale vaardigheden nodig om wegwijs te raken op het platform en een profiel aan te maken, een oproep te kunnen lanceren of erop te reageren. Dat is echter nog maar het begin: personen die actief zijn op deelplatformen wijzen ook op het belang van sociale vaardigheden en ondernemersvaardigheden zoals creativiteit en het zien van opportuniteiten. Het is de combinatie van competenties die personen 'inzetbaar' maakt in de deeleconomie.

Hoewel digitale vaardigheden noodzakelijk zijn om toe te treden tot de deeleconomie en daarin succesvol te zijn, bleek uit de enquêteresultaten dat 1 op 6 Vlamingen niet weet hoe ze iets met anderen kunnen delen via deelplatformen. Het promoten van de digitale geletterdheid zou bijgevolg voor een aanzienlijk deel van de bevolking nieuwe mogelijkheden creëren door hen de keuze te laten om zich al dan niet te registreren op deelplatformen.



### ► **Nood aan monitoring om overheidsrol scherp te kunnen stellen**

Net als pubers staan deelplatformen op hun privacy. Onderzoekers en beleidsactoren stellen herhaaldelijk een gebrek aan data vast. Dat maakt het moeilijk om te begrijpen hoe de deeleconomie evolueert, wie erin actief is als aanbieder of gebruiker en in welke mate. Door de grote diversiteit aan deelactiviteiten, is vooral op transactieniveau informatie nodig om te kunnen inschatten wat er gebeurt. Samenwerking met deelplatformen is daarom cruciaal; zij registreren alle transacties en beschikken over de nodige informatie. Ze zouden een actieve rol kunnen opnemen en bepaalde informatie overdragen, maar kunnen ook een proactieve, beleidsondersteunende rol spelen. Ze zouden bijvoorbeeld kunnen reageren op de bezorgdheden van regelgevende instanties en een goed gestoffeerde case maken. Bovendien evolueren deelplatformen sneller dan de regelgeving, waardoor de rol van de overheid regelmatig aan herziening toe is.

Daarnaast is het aangewezen om de evolutie van de deeleconomie in Vlaanderen verder op te volgen na deze verkennende studie, die als nulmeting beschouwd kan worden. Zo kan worden nagegaan aan welk tempo de bekendheid en het gebruik van de deeleconomie groeien, bij welke bevolkingsgroepen het ingang vindt en op termijn ook welke effecten zich manifesteren. Door de vinger aan de pols te houden, zal duidelijk worden in welke mate de opportuniteiten benut worden en de risico's realiteit worden, ook op het niveau van de arbeidsmarkt.

Doorheen het onderzoek was het algemene discours dat de meeste dienstverleners onvoldoende taken uitvoeren om die activiteiten als job te beschouwen. Het grootste deel van de taken zou door een beperkte groep aanbieders met hoge ratings uitgevoerd worden. Toch zijn er indicaties dat het aanbieden van activiteiten in de deeleconomie voor verschillende aanbieders een opstap is naar een zelfstandigenstatuut. Anderzijds blijkt ook dat niet alle aanbieders een loopbaan ambiëren in de richting van de uitgevoerde taken. Bovendien is er mogelijk ook een groep aanbieders die de deeleconomie als toevlucht ziet wegens een gebrek aan kansen in de reguliere arbeidsmarkt. De verkennende aard van deze studie op het niveau van de Vlaamse bevolking, laat niet toe dit dieper uit te spitten op het niveau van aanbieders die in Vlaanderen actief zijn via deelplatformen. Deze specifieke subgroep bleek qua aantal te klein om op basis van de panelbevraging betrouwbare uitspraken te kunnen doen. Samenwerking met deelplatformen zou het mogelijk maken de aanbieders te identificeren en dieper door te vragen naar hun activiteiten in de deeleconomie, wat in deze studie slechts één luik van de bevraging was.

### ► **Ruimte geven voor verdere ontwikkeling...**

De opkomst van de deeleconomie is een vrij recent fenomeen: de meeste deelplatformen werden in de loop van de afgelopen 5 jaar opgericht. Platformen ouder dan 10 jaar zijn zeldzaam. Hoewel er intussen een paar 'multinationals' zijn, zijn de deelplatformen vaak kmo's in de start- of groeifase van hun onderneming. Dat vraagt veel energie, maar ook ruimte om hun mogelijkheden te verkennen. Bovendien opent er een nieuw speelveld omdat er veel producten zijn waar het model van de deelplatformen nog niet op toegepast werd. Vooral jongeren zien veel opportuniteiten waardoor er een nieuwe dynamiek rond starters ontstaat.

Het zou zonde zijn om het aanwezige potentieel af te remmen door het opleggen van beperkende regels, onder meer omdat verschillende initiatieven beantwoorden aan behoeften van consumenten waar de klassieke markt geen antwoord op heeft. Bovendien zijn onderzoekers het erover eens dat het nog te vroeg is om effecten te meten, waardoor het ook nog niet duidelijk is of het de goede of slechte richting uitgaat. Hoe dan ook tonen de cijfers dat de deeleconomie een beperkt, maar snel groeiend deel van de bevolking bereikt en dat het niet zomaar zal verdwijnen. Integendeel, er wordt algemeen uitgegaan van verdere groei.

Als men de markt initieel laat spelen, kan men ook nagaan in welke mate platformen er via zelfregulering in slagen om de goede werking te garanderen. Zij staan dicht bij de praktijk dan beleidsactoren en hebben er vanuit hun werking belang bij om zorg te dragen voor het uitgebouwde netwerk van aanbieders en gebruikers. Het geven van ruimte hoeft echter niet te impliceren dat beleidsactoren een afwachtende houding moeten aannemen. Naast informeren, sensibiliseren en competentieversterking, kunnen bijvoorbeeld ook experimenten of proefprojecten opgezet worden om het potentieel en de risico's op beperkte schaal te verkennen. Vooral deelplatformen met een uitgesproken sociale insteek zouden publieke instellingen kunnen bijstaan om dienstverlening ook vanuit de gemeenschap te organiseren.

### ► **... maar waar nodig ook duidelijke grenzen stellen**

Pubers hebben niet alleen ruimte nodig om zich te ontwikkelen, maar ook duidelijke regels en structuur. Als overheid is het belangrijk om vast te houden aan de normen en waarden die men vanuit het beleid belangrijk vindt. Pas als die in het gedrang komen, is overheidstussenkomst gerechtvaardigd. In de woningmarkt is het bijvoorbeeld belangrijk om erover te waken dat huurwoningen voldoende beschikbaar en betaalbaar blijven op plaatsen waar de vraag naar logies groter is dan het aanbod. Ook misbruiken, zoals het onderverhuren van sociale woningen, moeten worden bestreden. Op het vlak van arbeidsmarktbeleid is het creëren van duidelijkheid over het statuut



van de aanbieders een belangrijk actieterrein. Er zijn ook geen regels vastgelegd rond hun loon, arbeidsvoorwaarden, etc., wat tot misbruik kan leiden. Het algemeen pleidooi voor de creatie van een gelijk speelveld voor platformen en gevestigde ondernemingen wijst op de nood aan overheidstussenkomst om de regulering beter af te stemmen op de realiteit.

Daarbij is het belangrijk om vanuit een duidelijke visie actie te ondernemen zodat verschillende overheden niet tegen elkaar uitgespeeld kunnen worden (wat pubers wel eens durven te doen). Een andere behandeling van deelplatformen die in verschillende subsectoren actief zijn, dient daarom te worden vermeden. Thuisdoks die inspectiediensten over de vloer kregen, zullen zich onheus behandeld voelen wanneer ze merken dat personen die logies verhuren in eerste instantie gecocht i.p.v. beboet worden. De ervaring leert dat het moeilijk is om bestaande regelingen rond consumentenbescherming, veiligheid en kwaliteitsgarantie te vertalen naar de deeleconomie door het decentrale karakter van de markt en de vaak informele aard van de transacties. Dat zorgt ervoor dat deelplatformen als Uber de grenzen opzoeken en gebruik maken van de verouderde wetgeving om hun activiteiten uit te rollen. Bovendien kent de deeleconomie nieuwe uitdagingen, waarop de wetgeving niet voorzien is, zoals bescherming van de e-reputatie van personen en bedrijven, het gebruik van ratings en aansprakelijkheid bij problemen. Deze uitdagingen creëren een momentum om de regelgeving te herzien en na te gaan aan welke regelgeving relevant is. Ook deelplatformen zijn vragende partij voor een duidelijk wettelijk kader.

► **... en ervoor zorgen dat die grenzen proportioneel zijn met de aard van de deelactiviteiten**

Uit deze studie blijkt echter duidelijk dat de ene transactie de andere niet is. Wanneer besloten wordt van overheidswege tussen te komen, moet de regelgeving proportioneel zijn met de aard van de activiteiten. Hier ligt de grote uitdaging. Op fiscaal vlak maakt de nieuwe regeling voor de deeleconomie een duidelijk onderscheid tussen 'peers' en 'professionals' voor dienstverlening via een erkend deelplatform tussen particulieren. Niet alle deelplatformen situeren zich echter in de dienstensector, waardoor heel wat activiteiten onder de radar blijven. Bovendien roept dit de vraag op waarom de grens op 5.100 euro gelegd werd en waarom andere starters, die niet via een app of website werken, geen gunsttarief krijgen onder die grens.

Het is belangrijk om in het achterhoofd te houden dat er grote verschillen zijn in de beweegredenen van aanbieders en gebruikers, de aard van transacties en de werking van deelplatformen. De context waarin een transactie plaatsvindt en de schaal van de transacties zal bepalen of – en in welke mate – het aangewezen is om tussen te komen. Het is immers niet de bedoeling om met een kanon op een mug schieten. Tegelijk dienen professionele activiteiten wel systematisch op dezelfde manier behandeld te worden, of ze nu plaatsvinden via een deelplatform of niet. De aandacht van beleidsactoren moet vooral gaan naar transacties die frequent plaatsvinden vanuit een commercieel motief, waardoor ze in het vaarwater komen van professionele aanbieders, die wel aan de huidige regels moeten voldoen.

Het afbakenen van de criteria om te bepalen wanneer activiteiten 'frequent' uitgevoerd worden of 'winstgedreven' zijn, dient te gebeuren in overleg met de betrokken stakeholders, inclusief de deelplatformen. Naast de aanbieders zijn zij immers de enige die zicht hebben op de frequentie waaraan aanbieders actief zijn in de deeleconomie en op de vergoeding die ze daarvoor krijgen.

Bovendien mag niet uit het oog verloren worden dat personen hun diensten op meerdere platformen kunnen aanbieden, wat de monitoring er niet eenvoudiger op maakt. Het biedt alleszins een bijkomend argument om erover te waken dat het contact met de groeiende puber, die de deeleconomie intussen is, niet te verliezen zodat het verdere groeiproces op een duurzame manier kan gebeuren. Zo kan de deeleconomie uitgroeien tot een volwassen speler in de Vlaamse markt, die een waardevolle bijdrage levert voor de maatschappij.



## 10.3 Samengevat – What's next?

Deze studie toont dat de deeleconomie een beperkt, maar snel groeiend deel van de bevolking bereikt en dat het fenomeen niet zomaar zal verdwijnen. Integendeel, er wordt algemeen uitgegaan van verdere groei. Om ervoor te zorgen dat die ontwikkeling op een duurzame manier gebeurt, zien we in deze fase van het groeiproces drie prioritaire acties voor beleidsactoren, die ertoe zouden bijdragen dat Vlamingen willen en kunnen deelnemen aan de deeleconomie: het creëren van duidelijkheid, investeren in flankerend beleid en het actief opvolgen van de ontwikkeling van deelplatformen.

### **Drie prioritaire pistes voor beleidsactoren om de ontwikkeling van de deeleconomie te ondersteunen.**

#### 1. Voldoende transparantie creëren voor deelplatformen en voor (potentiële) aanbieders en gebruikers.

De onduidelijkheid die momenteel bestaat rond aansprakelijkheid bij schade en andere verantwoordelijkheden van aanbieders, gebruikers en deelplatformen, schrikt vele Vlamingen af om te delen via digitale platformen. De heersende onzekerheid kan ook investeerders afschrikken om te investeren in deelplatformen. Dit verklaart de waargenomen nood aan transparante informatie. Om hieraan tegemoet te komen, dienen beleidsactoren klaarheid te scheppen en de beschikbare informatie te bundelen, bijvoorbeeld via een digitaal portaal. Ook het creëren van een gelijk speelveld voor gelijkaardige professionele activiteiten, zou de transparantie ten goede komen. Een grondige doorlichting van de huidige regelgeving is daarvoor een aangewezen stap om te komen tot een kader dat de economische realiteit weerspiegelt. Zo kunnen de heersende verwarring en discussie gereduceerd worden, niet alleen bij personen die al actief zijn in de deeleconomie, maar ook bij de brede bevolking. Zij zijn zich er vaak niet van bewust dat het een optie is om iets te delen via digitale platformen.

De resultaten van de panelbevraging toonden dat een aanzienlijke groep Vlamingen afgeschrikt wordt om te delen omdat ze het niet vertrouwen of schrik hebben om aansprakelijk gesteld te worden. Wanneer zij weten waar ze aan toe zijn, kan deze drempel voor een aantal personen weggenomen worden. Anderzijds kunnen werkzoekenden minder actief worden wanneer ze de impact op hun uitkering kunnen inschatten. Duidelijkheid over deelactiviteiten kan er ook toe bijdragen dat Vlamingen zich bewust worden van de mogelijkheid om iets met anderen te delen via digitale platformen. Dit biedt extra zuurstof voor de vraag- en aanbodzijde van deelplatformen, wat hun slaagkansen verhoogt in de tweezijdige markt.

#### 2. Oog hebben voor flankerend beleid

Het creëren van voldoende duidelijkheid zal niet volstaan om Vlamingen massaal toe te leiden naar deelplatformen, ook al tonen Europese cijfers dat er in België nog meer potentieel is voor verdere groei dan in andere Europese landen. Twee belangrijke aspecten in dit opzicht zijn het beleid rond ondernemerschap en digitale geletterdheid.

- ▶ Verschillende personen appreciëren deelplatformen omdat ze hen toelaten om goederen of diensten aan te bieden zonder het statuut van zelfstandige in hoofd- of bijberoep te moeten aannemen. De drempel naar zelfstandig ondernemerschap is nog aanzienlijk hoog, bijvoorbeeld in termen van administratie en investeringskapitaal. Het verlagen van die drempels kan personen ertoe aanzetten om meer actief te zijn in de deeleconomie. Ook uitbreiding van het fiscaal gunsttarief naar andere deelactiviteiten kan een stimulans zijn.
- ▶ Eén op zes Vlamingen weet niet hoe hij of zij iets kan delen via digitale platformen. Ruim het dubbel is zich er niet van bewust dat ze onderbenutte goederen of diensten met anderen kunnen delen. Er is m.a.w. nog veel ruimte om de digitale geletterdheid van Vlamingen verder te ontwikkelen zodat ze zelfredzaam worden in de maatschappij, die steeds meer onderhevig is aan digitalisering. Ook op de traditionele arbeidsmarkt moeten arbeidskrachten inzetbaar zijn in een digitale omgeving. Hier ligt bijgevolg een belangrijk aandachtspunt.

#### 3. Ontwikkeling van de deeleconomie proactief opvolgen

Verdere monitoring is nodig om na te gaan hoe de deeleconomie zich verder ontwikkelt in Vlaanderen. Zo kunnen beleidsactoren op een geïnformeerde manier beslissen of het nodig is om van overheidswege tussen te komen, en zo ja, hoe dat best gebeurt. Hierbij verwijzen we naar de proactieve aanpak die het stadsbestuur van Amsterdam hanteert. Zij treden actief in dialoog met deelplatformen en zetten pilootprojecten op om de mogelijkheden te verkennen en tijdig te kunnen ingrijpen bij onwenselijke situaties. Ook voor het Vlaamse arbeidsmarktbeleid is dergelijke opvolging cruciaal, gekoppeld aan verdere monitoring.

Samenwerking met deelplatformen zou het mogelijk maken om aanbieders te identificeren en dieper door te vragen naar hun activiteiten in de deeleconomie, wat in deze studie slechts één luik van de bevraging was. Doorheen het onderzoek was het algemene discours dat de meeste dienstverleners momenteel nog onvoldoende taken uitvoeren om de aangeboden activiteiten als job te beschouwen. Het blijft vaak bij occasionele taken die zich in de hobbysfeer bevinden. Weinig aanbieders ambiëren bovendien een loopbaan in de richting van hun deelactiviteiten. Toch zijn



er enkele indicaties dat het aanbieden van activiteiten in de deeleconomie voor verschillende personen een opstap is naar een zelfstandigenstatuut. Mogelijk is er ook een groep aanbieders die de deeleconomie als toevlucht ziet wegens een gebrek aan kansen in de reguliere arbeidsmarkt. Deze groep kan nog groeien wanneer Vlamingen zich meer bewust worden van het bestaan en de werking van de deeleconomie. Door klaarheid te scheppen over de situatie van aanbieders en drempels naar ondernemerschap te verlagen, kunnen beleidsactoren ertoe bijdragen dat steeds meer personen diensten aanbieden via de deeleconomie.

### **Nog niet meteen het einde van de arbeidsmarkt zoals we ze kennen**

Toch lijkt de kans klein dat elke Vlaamse arbeidskracht freelancer of zelfstandige wordt. Enerzijds door de verantwoordelijkheid die met het statuut gepaard gaat. Verschillende Vlamingen kiezen bewust voor een job in loondienst, en dat zal de deeleconomie niet veranderen. Anderzijds is een grote groep Vlamingen niet bereid om zaken te delen met vreemden en vertrouwen ze het niet om iets via online platformen te delen. Dergelijke principiële bezwaren zijn zeer moeilijk we te werken. Bovendien bieden deelactiviteiten geen werkzekerheid, waardoor de aanbieders ook niet kunnen inschatten welke inkomsten eruit voort zullen komen, terwijl ze maandelijks wel vaste uitgaven hebben. Dat zal er wellicht voor zorgen dat de activiteiten vaak gecombineerd worden met een job in loondienst om inkomenszekerheid te hebben. De aantrekkelijkheid van het statuut van zelfstandige in bijberoep zal mee bepalen in welke mate Vlaamse werknemers op deze kar springen.

Dit alles doet ons besluiten dat de deeleconomie nog veel onbenut potentieel bevat in Vlaanderen, maar in de nabije toekomst eerder een complementair aanbod van werk zal voorzien dan voltijdse banen als freelancer.



BIJLAGEN





## 1/ Bijlage 1: Geconsulteerde bronnen

- Aloisi, Commoditized workers: Case study research on labour law issues arising from a set of "on-demand/gig economy" platforms, *Comparative Labor Law&Policy Journal*, Vol. 37, No. 3
- Albinson PA, Perera BY. 2012. Alternative marketplaces in the 21st century: building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour* 11(4): 303–315.
- Bardhi F, & Eckhardt GM. 2012. Access-based consumption: the case of car sharing. *Journal of Consumer Research* 39: 881–898.
- Belk R. 2014. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research* 67(8), 1595–1600.
- Belk, R., 2007. Why not share rather than own? *Ann. Am. Acad. Pol. Soc. Sci.* 611, 126–140.
- Benkler, Y., 2004. Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale Law J.* 114, 273–358.
- Berg (2016), *Income security in the on-demand economy: Findings and policy lessons from a survey of crowdworkers*, ILO, Geneva 2016.
- Beyer JL (2014) *Expect Us: online Communities and Political Mobilization*. Oxford: Oxford University Press.
- Bond Beter Leefmilieu, Netwerk Bewust Verbruiken, Taxistop, Autopia, Samenhuizen, Velt en Voedselteams. *Deel de toekomst. 65 maatregelen voor de deel-economie in een veerkrachtig Vlaanderen.*
- Botsman, R. (2013). *The sharing economy lacks a clear definition.* (<http://rachelbotsman.com/work/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition-fastco-exist/>)
- Botsman, R. & Rogers, R., 2010. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business, New York.
- Burston-Marsteller, Aspen Institute and TIME (2015), "The Collaborative Economy Survey" ([www.burston-marsteller.com/ondemand-survey/](http://www.burston-marsteller.com/ondemand-survey/)).
- Chen, T.D., Kockelman, K.M., 2015. Carsharing's life-cycle impacts on energy use and greenhouse gas emissions. In: Paper Presented at the 94th Annual Meeting of the Transportation Research Board, January.
- Cheng, M. (2016) *Sharing economy: A review and agenda for future research.* *International Journal of Hospitality Management*, 57: 60-70.
- Codagnone, C., Abadie, F., & Biagi, F. (2016a) *The Future of Work in the 'Sharing Economy'. Market Efficiency and Equitable Opportunities or Unfair Precarisation?* Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report EUR 27913 EN.
- Codagnone, C., Biagi, F. & Abadie, F. (2016b) *The Passions and the Interests: Unpacking the 'Sharing Economy'.* Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report EUR 27914 EN.
- Codagnone, C., Martens, B., 2016. *Scoping the Sharing Economy: Origins.* In: *Definitions, Impact and Regulatory Issues.* Institute for Prospective Technological Studies, Sevilla.
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization and Environment*, 27(3), 279–296.
- COM(2016)356/final (2016). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - A European agenda for the collaborative economy*
- Dagnino, E. (2015), "A (New) Labour Law for the On-Demand Economy? Five Ws and One (Huge) H", presentation given at the CEPS Winter School "From Uber to Amazon Mechanical Turk: Non-traditional labour markets driven by technological and organisational change", INGRID FP7, CEPS, Brussels, 23-25 November ([www.ceps.eu/content/2015-winter-school](http://www.ceps.eu/content/2015-winter-school)).
- De Groen, W. & Maselli I. (2016). *The Impact of the Collaborative Economy on the Labour Market.* CEPS Special Report N°138.
- De Groen, W.P., I. Maselli and B. Fabo (2016), "The Digital Market for Local Services: A onenight stand for workers?", CEPS Special Report No. 133, CEPS, Brussels, April.
- De Stefano, *The rise of the "just-in-time workforce": On-demand work, crowdwork and labour protection in the "gig-economy"*, ILO, Geneva 2016
- De Young, R. (1988). Exploring the difference between recyclers and nonrecyclers: The role of information. *Journal of Environmental Systems*, 18(4), 341–351.
- Deenihan, G. & Caulfield, B., 2015. Do tourists value different levels of cycling infrastructure? *Tour. Manage.* 46, 92–101.
- Degryse (2016), *Digitalisation of the economy and its impact on labour markets*, ETUI Working Paper 2016.02



- Drahokoupil, F. (2016), The platform economy and the disruption of the employment relationship, ETUI Policy Brief No 5/2016
- ETUI (2016). The platform economy and the disruption of the employment relationship. ETUI Policy Brief.
- Eurofound, New forms of employment, Luxembourg
- Europese Commissie (2016). Flash Eurobarometer 438.
- Finley, Kate, 2013, Trust in the Sharing Economy: An Exploratory Study, Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick, Warwick ([https://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/theatre\\_s/cp/research/publications/madiss/ccps\\_a4\\_ma\\_qmc\\_kf\\_3.pdf](https://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/research/publications/madiss/ccps_a4_ma_qmc_kf_3.pdf))
- Fitzmaurice, C., Ladegaard, I., Attwood-Charles, W., Carfagna, L., Cansoy, M., Schor, J., Wengronowitz, R., 2016. Domesticating the market: Moral exchange and the sharing economy, unpublished paper Boston College, <http://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cassites/sociology/pdf/MoralMarkets.pdf>,
- Forbes (10 February 2015), "The future of the sharing economy depends on trust", Forbes, [www.forbes.com/sites/theyec/2015/02/10/the-future-of-the-sharing-economy-depends-on-trust/](http://www.forbes.com/sites/theyec/2015/02/10/the-future-of-the-sharing-economy-depends-on-trust/).
- Frenken, K., 2012, "Autodelen verspreidt zich over heel Nederland", Me Judice, 21 september. Link: <http://www.mejudice.nl/artikelen/detail/autodelen-verspreidt-zich-over-heel-nederland>
- Frenken, K. (2015). Reflecties op de deeleconomie. RWS ONGECLASSIFICEERD, Essaybundel RWS Imagine!, 13 juli 2015, p. 87-104.
- Frenken, K., Meelen, T., Arets, M., & van de Glind, P. (2015). "Wat is nu eigenlijk deeleconomie?", Me Judice (<http://www.mejudice.nl/>), 27 maart 2015
- Frenken, K. & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. Environmental Innovation and Societal Transitions.
- Geron, T. (2013). Airbnb and the unstoppable rise of the share economy. Forbes. <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/#41fb57ab6790>
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016) The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. Journal of the Association for Information Science and Technology, 67(9):2047–2059.
- Hars, A., & Ou, S. (2001). Working for Free?—Motivations of Participating in Open Source Projects. In Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Hennig-Thurau, T., Henning, V., & Sattler, H. (2007). Consumer file sharing of motion pictures. Journal of Marketing, 71(4), 1–18.
- HOTREC (2015). Levelling the playing field, Policy paper on the "sharing" economy. Hospitality Europe (HOTREC): Brussels.
- Horton, J. and Golden, J. (2015). Reputation inflation: Evidence from an online labor market. Working paper, New York University
- Huefner, R.J. (2015) The sharing economy: Implications for revenue management. Journal of Revenue and Pricing Management, 14, 296–298.
- Huws, Platform labour: Sharing Economy or Virtual Wild West?, Journal for a Progressive Economy, January 2016, p.24-27
- ING (2015) What's mine is yours - for a price. Rapid growth tipped for the sharing economy. ING International Survey.
- Kane, G. C. (2016). Crowd-Based Capitalism? Empowering Entrepreneurs in the Sharing Economy, MIT SLOAN MANAGEMENT REVIEW, Reprint #57327.
- Kathan, W., Matzler, K., & Veider, V. (2016) The sharing economy: Your business models' friend or foe? Business Horizons, in press.
- Katz, L. F., & Krueger, A. B. (2016). The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States, 1995-2015. NBER Working Paper No. 22667
- Kennedy, Three Paths to Update Labor Law for the Gig Economy, ITIF April 2016
- Koning Boudewijnstichting (KBS) (2016). De deeleconomie, een opportuniteit voor de allerarmsten? Een verkennende studie
- Luchs, M.G., Naylor, R.W., Rose, R.L., Catlin, J.R., Gau, R., & Kapitan, S. (2011). Toward a sustainable marketplace: Expanding options and benefits for consumers. Journal of Research for Consumers, 19(1), 1–12.
- Malhotra, A., & van Alstyne, M. (2014). The dark side of the sharing economy... and how to lighten it. Communications of the ACM, 57(11), 24–27.
- Maselli, F. 2015. Digital workers by design? An example from the on-demand economy, CEPS Special Report No 414/October
- Maselli, I., Lenaerts, K. and Beblavý, M. (2016). Five things we need to know about the on-demand economy. CEPS Essay No. 21 / 8 January 2016.



- Meelen, T., Frenken, K., 2014. "UberPop is geen voorbeeld van deeleconomie." Het Parool, 10 oktober, Link: <http://www.parool.nl/parool/nl/30700/OPINIE/article/detail/3765959/2014/10/10/UberPop-is-geen-voorbeeld-van-deeleconomie.dhtml>
- Möhlmann, M. (2015) Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14: 193–207.
- Nov, O. (2007). What motivates Wikipedians? *Communications of the ACM*, 50(11), 60–64.
- OECD (2016), *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, OECD Publishing, Paris.
- Owyang J, Samuel A, Grenville A. 2014. Sharing is the new buying. Available online: [www.web-strategist.com](http://www.web-strategist.com).
- Parameswaran, M., & Whinston, A.B. (2007). Social computing: An overview. *Communications of the Association for Information Systems*, 19(1), p. 37.
- Plan C (2015). Product <-> Dienst. Nieuwe businessmodellen in de circulaire economie.
- PWC (2015) *The sharing economy*. Consumer Intelligence Series.
- PWC (2016). *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. Study prepared for the European Commission (DG Grow)
- Richardson, L., 2015. Performing the sharing economy. *Geoforum* 67, 121–129, <http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.004>.
- Rifkin, J. (2014). *The zero marginal cost society: The internet of things, the collaborative commons and the eclipse of capitalism*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: Free Press.
- Salehi N, . (2015) We Are Dynamo: Overcoming Stalling and Friction in Collective Action for Crowd Workers. CHI'15. Available at: <http://hci.stanford.edu/publications/2015/dynamo/DynamoCHI2015.pdf>
- Schmid-Drüner, M. (2016). The situation of workers in the collaborative economy. In-depth analysis of the European Parliament, PE 587.316
- Schor, J., 2014. Debating the Sharing Economy (October, <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>).
- Schor, J. B., & Fitzmaurice, C. J. (2015). Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy. In L. A. Reisch & J. Thøgersen (Eds.), *Handbook of research on sustainable consumption* (pp. 410–425). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Schor, J., Wengronowitz, R., 2017. The new sharing economy: enacting the eco-habitus. In: Brown, H., Cohen, M., Vergragt, P. (Eds.), *SustainableConsumption and Social Change*. Routledge, London (forthcoming).
- Sigala, M. (2015), "Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry", *Current Issues in Tourism*, [www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13683500.2014.982522#.VYREtEYsC8i](http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13683500.2014.982522#.VYREtEYsC8i).
- SWD(2016)184/F1 (2016) - supporting analysis. Commission staff working document accompanying the document 'Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - A European agenda for the collaborative economy'.
- Titmuss, R. (1970). *The gift relationship: From human blood to socialpolicy*. New York: Pantheon Books.
- Todoli-Signes, A. (2017). The 'gig economy': employee, self-employed or the need for a special employment regulation? *Transfer: European Review of Labour and Research*, Vol 23, Issue 2, pp. 193 – 205.
- VBO (2015) *De toegevoegde waarde van ruileconomie*.
- Voka (2015) *Deeleconomie: is er een economische omwenteling aan de gang? Ondernemers* (12)
- Wasko, M.M., & Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS Quarterly*, 29(1), 35–57.
- Woolf, N., 2016. Airbnb Regulation Deal with London and Amsterdam Marks Dramatic Policy Shift. *The Guardian* (3 December <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/03/airbnb-regulation-london-amsterdam-housing>,
- Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J., 2015. A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay Is Above Average ([http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2554500](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2554500))



## 2/ Bijlage 2: Achtergrond van geïnterviewde deelplatformen

|                |      |   |
|----------------|------|---|
| Airbnb         | 2008 | Opricht in augustus 2008 en gevestigd in San Francisco, Californië is Airbnb is een community-marktplaats waar mensen over de hele wereld unieke accommodaties kunnen adverteren, ontdekken en boeken - online of vanaf een mobiele telefoon of tablet. Airbnb brengt mensen met elkaar in contact voor een unieke reiservaring.  |
| Floow2         | 2012 | FLOOW2 is een 'one-stopshop' deelplatform waarop alle bedrijven, organisaties en instellingen wereldwijd uit iedere sector materieel, diensten en medewerkers tijdelijk kunnen verhuren of detacheren aan collega-bedrijven, al dan niet binnen een vertrouwde community van bedrijven via een besloten deelplatform (FLOOW2 Community).  |
| Peerby         | 2014 | Peerby biedt mensen de mogelijkheid om gratis spullen kunnen te lenen van leden uit hun buurt (in een straal van 7,5 kilometer).  |
| Couchsurfing   | 2004 | Met Couchsurfing kan je wereldwijd bij de lokale bevolking thuis verblijven en ook mensen bij jou thuis ontvangen.  |
| Blablacar      | 2006 | Als carpoolplatform brengt BlaBlaCar bestuurders en passagiers met dezelfde bestemming samen  |
| FLAVR          | 2016 | Eén van de oprichters werkte als management consultant in Brussel, en had 's avonds wanneer hij thuiskwam geen zin om te koken. Toen begon het gebrek aan keuze voor een goeie maaltijd op te vallen: het was altijd of iets laten leveren, of een snackbar om de hoek. De andere keuze was meteen premium food als sushi. En dat terwijl er zoveel hobbykoks zijn die graag hun kunnen delen, of beginnende traiteurs die te kleinschalig werken om een eigen webshop te openen. |
| Konnektid      | 2014 | Een online platform dat je buurt omvormt tot een universiteit. Het principe is dat je alle kennis en vaardigheden waarnaar je op zoek bent, kan vinden in je eigen buurt. Het platform brengt je in contact met lokale experts en professionele opleiders bij jou in de buurt zodat je kan je leren wat je wil, wanneer je wil. Het enige dat in ruil gevraagd wordt is om ook jouw kennis en vaardigheden te delen met de buurt zodat mensen ook van jou kunnen leren.           |
| ListMinut      | 2013 | Platform waarop iedereen de geschikte persoon kan vinden om dagelijkse klussen uit te voeren. Via enkele klikken vindt men hulp in de buurt.  |
| Thuisafgehaald | 2012 | Eten verbindt, dat is het idee achter Thuisafgehaald. Thuisafgehaald hoopt buurtgenoten met elkaar in contact te brengen, voedselverspilling tegen te gaan en gezond eten te stimuleren. Thuisafgehaald biedt een gezond, lekker en verbindend alternatief voor het avondeten dat bij de burens kan worden afgehaald.   |
| Uber           | 2009 | De eenvoudigste manier om ergens te komen: Met één tik komt er direct een auto naar je toe. Stap in: je chauffeur weet precies waar je naartoe moet. En wanneer je er bent, kun je gewoon uitstappen. De betaling gaat volledig automatisch.<br>Uber X: Privéritten voor maximaal vier personen<br>Uber Black: Luxeritten met professionele chauffeurs  |



### 3/ Bijlage 3: Inventarisatie van deeleconomie in Vlaanderen

| Mobiliteit          | Toerisme                | Goederen               | Kennen en kunnen                |
|---------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------------|
| AdelE               | 9flats                  | Again Again            | 99designs                       |
| Autodelen.net       | Airbnb                  | Agoko / Secopyn        | Ambelle                         |
| Avira               | BedyCasa                | AJP Games              | Bsit                            |
| Bakfietsdelen Rabot | Bewelcome               | Bag Borrow or Steal    | Care                            |
| Blablacar           | Campinginmygarden       | Binders                | Clickworker                     |
| Blue-bike           | Campr                   | Boekenruilkast         | CoContest                       |
| Bolides             | couchsurfing            | Boekenruilmarkt        | Coderdojo                       |
| Bringr              | Flipkey                 | BookCrossing           | Conversation starter            |
| Buurtfietskar       | Global Greeters Network | Books in Belgium       | Croqqr                          |
| Cambio              | Guesttoguest            | Books in Boxes         | Crowdsource                     |
| Car2Go              | Helpx                   | Buurtijd               | Dadelen                         |
| Carambla            | Home for exchange       | Deurne Deelt           | Freelancer.com                  |
| Caramigo            | HomeAway                | Etsy                   | Hoplr                           |
| Carpool.be          | Homelink                | FLOW2                  | HourlyNerd                      |
| Cozycar             | huizenruil              | Freecycle              | Hubculture                      |
| Dégage              | Intervac                | Gedeeld Gebruiken      | Jobado                          |
| Djengo              | Live my food            | Gewoon Gratis          | Klaar is Kees                   |
| Drivy               | Misterb&b               | Hilti fleet management | Konnektid                       |
| Karzoo              | Rentcircles             | Iedereen Ruilt Mee     | Listminut                       |
| Parkle              | Roomorama               | Instrumententheek      | Mturk                           |
| Partago             | Spottedbylocals         | Les Rebelles D'Anvers  | Noteble                         |
| PickMeUp            | Stay 4 free             | LETS                   | RERS                            |
| Rentmybike          | The Hospitality Club    | Little free library    | Sharetribe                      |
| Scooty              | Tripping                | Mudjeans               | Solidare-it                     |
| Spinlister          | TrustedHousesitters     | Oleaz                  | Takelessons                     |
| Stapp.in            | Use-it                  | Online-Weggeefwinkel   | Taskrabbid                      |
| Tapazzz             | Vegvisits               | Peerby                 | Tinza                           |
| Taxistop            | vrbo                    | Puur plezier           | Upwork                          |
| Testbak             | WayToStay               | Re-book it             | <b>Maaltijden</b>               |
| Uber                | Wimdu                   | Sailsquare             | Community Supported Agriculture |
| VAP                 | Workaway                | Spare Space            | Deliveroo                       |
| Velo                | Wwoofing                | Spullendelen.nl        | eFarmz                          |
| Villo               | Yonco                   | Streetbank             | fermweb                         |
| Zen car             | <b>Financiering</b>     | SurrounThings          | FLAVR                           |
| Zip car             | Crofun                  | Swapping               | Groenteabonnement               |
|                     | Indiegogo               | Swishing               | Menu next door                  |
|                     | Kickstarter             | Tournevie              | Thuisafgehaald.be               |
|                     | Look&Fin                | Usitoo                 | Voedselteams                    |
| <b>Werken</b>       | MyMicroInvest           | Weggeefwinkel          | <b>Wonen</b>                    |
| Coworking           | Schenkingsbeurs.be      | wisselboek             | Cohousingprojects.be            |
| Fablabs             | Socrowd                 | WOWOWOrent             | Community land trust            |
| Hackerspace         | World of crowdfunding   | Zilok                  | Samenhuizen.be                  |
|                     |                         |                        | Samentuinen.org                 |



## 4/ Bijlage 4: Extra tabellen en figuren

Tabel 8: Voordelen van deelplatformen voor gebruikers t.o.v. traditionele handel van goederen en diensten, naar socio-demografische kenmerken (uitgedrukt in %)

| Q3 Compared to the traditional commerce of goods and services, what do you think are the main benefits of this type of platform for its users? (MAXIMUM TWO ANSWERS)<br>(% - EU) |  |  |                       |   |                                     |
|--|--|--|-----------------------|---|-------------------------------------|
|  |  | The access to services is organized in a more convenient way | It is cheaper or free | The ability to exchange products or services instead of paying with money | It offers new or different services |
| EU28   |  | 41   | 33                    | 25  | 24                                  |
| <b>Age</b>   |  |  |                       |   |                                     |
| 15-24  |  | 53   | 32                    | 32  | 27                                  |
| 25-39  |  | 44   | 38                    | 28  | 26                                  |
| 40-54  |  | 42   | 35                    | 25  | 24                                  |
| 55+  |  | 33   | 27                    | 19  | 20                                  |
| <b>Education (End of)</b>  |  |  |                       |   |                                     |
| 15-  |  | 24   | 31                    | 20  | 16                                  |
| 16-19  |  | 37   | 31                    | 25  | 22                                  |
| 20+  |  | 44   | 35                    | 24  | 24                                  |
| Still studying   |  | 52   | 34                    | 35  | 31                                  |
| <b>Respondent occupation scale</b>   |  |  |                       |   |                                     |
| Self-employed  |  | 41   | 36                    | 24  | 28                                  |
| Employee   |  | 46   | 34                    | 26  | 24                                  |
| Manual workers   |  | 43   | 35                    | 18  | 27                                  |
| Not working  |  | 36   | 31                    | 25  | 21                                  |
| <b>Used the services of collaborative platforms</b>  |  |  |                       |   |                                     |
| At least once  |  | 53   | 41                    | 22  | 25                                  |
| Never  |  | 35   | 29                    | 27  | 23                                  |
| <b>Offered services on a collaborative platform</b>  |  |  |                       |   |                                     |
| At least once  |  | 50   | 44                    | 25  | 27                                  |
| Never  |  | 54   | 40                    | 20  | 25                                  |

Base: respondents who have heard of or have visited collaborative platforms (N=7,409)

Opmerking: In elke lidstaat mochten de 500 respondenten maximaal 2 antwoordopties aanduiden.

Bron: Flash Eurobarometer 438 (Europese Commissie, 2016)



Tabel 9: Problemen voor gebruikers van dienstverlening via deelplatformen i.p.v. traditionele handel van goederen en diensten, naar socio-demografische kenmerken (uitgedrukt in %)

**Q4** Compared to the traditional commerce of goods and services, what do you think are the main problems for the people using the services offered on these platforms?  
(MAXIMUM TWO ANSWERS)  
(% - EU)

|   | Not knowing who is responsible in case a problem arises | Not trusting the internet transactions in general | Not trusting the provider or seller | Being disappointed because the services and goods do not meet expectations | Not having enough information on the service provided |
|---|---|---|-------------------------------------|--|---|
| UE28  | 41  | 28  | 27                                  | 27   | 17  |
| Sex   |   |   |                                     |  |   |
| Male  | 42  | 26  | 30                                  | 24   | 17  |
| Female  | 41  | 31  | 24                                  | 29   | 18  |
| Age   |   |   |                                     |  |   |
| 15-24   | 37  | 33  | 35                                  | 37   | 18  |
| 25-39   | 47  | 27  | 29                                  | 30   | 17  |
| 40-54   | 42  | 25  | 27                                  | 27   | 19  |
| 55 +  | 37  | 30  | 22                                  | 19   | 15  |
| Education (End of)                                  |   |   |                                     |  |   |
| 15-   | 33  | 35  | 26                                  | 21   | 10  |
| 16-19   | 40  | 31  | 25                                  | 25   | 18  |
| 20+   | 44  | 25  | 28                                  | 27   | 17  |
| Still studying                                      | 37  | 36  | 35                                  | 38   | 19  |
| Respondent occupation scale                         |   |   |                                     |  |   |
| Self-employed                                       | 45  | 26  | 33                                  | 22   | 18  |
| Employee  | 44  | 26  | 29                                  | 32   | 16  |
| Manual workers                                      | 44  | 18  | 33                                  | 27   | 18  |
| Not working   | 37  | 33  | 23                                  | 22   | 17  |
| <b>Used the services of collaborative platforms</b> |   |   |                                     |  |   |
| At least once                                       | 42  | 26  | 31                                  | 30   | 19  |
| Never   | 41  | 30  | 25                                  | 25   | 16  |
| <b>Offered services on a collaborative platform</b> |   |   |                                     |  |   |
| At least once                                       | 41  | 26  | 36                                  | 27   | 14  |
| Never   | 43  | 26  | 29                                  | 31   | 21  |

Base: respondents who have heard of or have visited collaborative platforms (N=7,409)

Opmerking: In elke lidstaat mochten de 500 respondenten maximaal 2 antwoordopties aanduiden.

Bron: Flash Eurobarometer 438 (Europese Commissie, 2016)



## 5/ Bijlage 5: Erkende platformen in de deeleconomie

| KBO-nr.                 | Naam                   | Website  | Datum van inwerkingtreding van de erkenning |
|-------------------------|------------------------|--|---|
| 0503.832.450            | ListMinut              | <a href="http://www.listminut.be">www.listminut.be</a>                   | 01.03.2017                                  |
| 0645.596.990            | FLAVR                  | <a href="http://www.flavr.be">www.flavr.be</a>                           | 01.03.2017                                  |
| 0663.983.212            | Conceptz               | <a href="http://www.klaariskees.be">www.klaariskees.be</a>               | 10.03.2017                                  |
| 0214.596.464            | bpost                  | <a href="http://www.bringr.be">www.bringr.be</a>                         | 01.03.2017                                  |
| 0662.444.078            | Heetch Belgium         | <a href="http://www.heetch.com/be">www.heetch.com/be</a>                 | 01.04.2017                                  |
| 0665.814.730            | Pwiic                  | <a href="http://www.pwiic.com">www.pwiic.com</a>                         | 15.03.2017                                  |
| 0645.829.364            | Menu Next Door Limited | <a href="http://www.menunextdoor.be">www.menunextdoor.be</a>             | 01.04.2017                                  |
| 0668.638.519            | BRANPONT               | <a href="http://www.bijlesherent.be">www.bijlesherent.be</a>             | 15.03.2017                                  |
| 0400.523.292            | Daoust                 | <a href="http://www.dajobs.be">www.dajobs.be</a>                         | 01.04.2017                                  |
| 0666.835.111            | Your private butler    | <a href="http://www.yourprivatebutler.com">www.yourprivatebutler.com</a> | 03.04.2017                                  |
| NL856287386B01 (N° TVA) | Uber Portier BV        | <a href="http://www.ubereats.com">www.ubereats.com</a>                   | 01.03.2017                                  |
| 0882.782.152            | MY SHERPA              | <a href="http://www.mysherpa.be">www.mysherpa.be</a>                     | 01.05.2017                                  |
| 0673.789.021            | HOMEYZ                 | <a href="http://www.homeyz.be">www.homeyz.be</a>                         | 01.05.2017                                  |

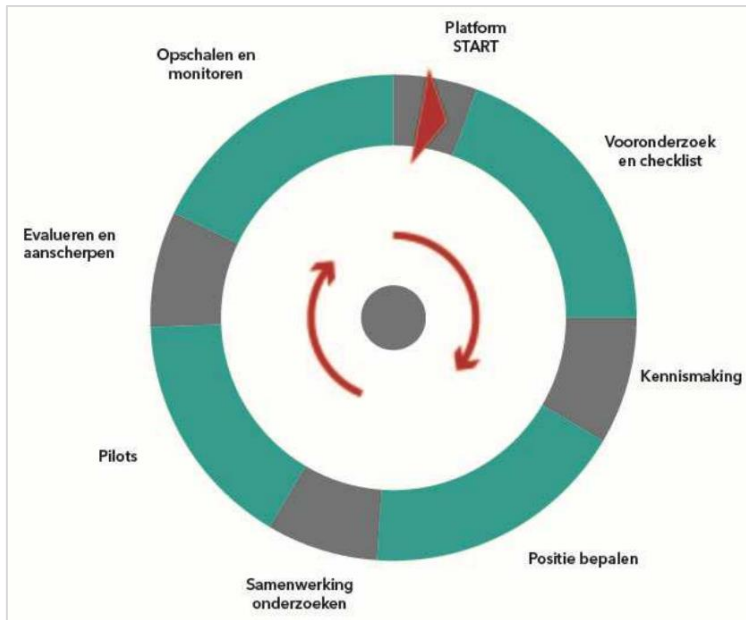
Bron: Federale overheidsdienst Financiën





## 6/ Bijlage 6: Toolbox Actieplan deeleconomie Amsterdam

*Figuur 38: Proceswiel onderzoeken platform deeleconomie*



Bron: Actieplan deeleconomie – Amsterdam Sharing City, 8 maart 2016



| Vraag   | Toelichting en motivering vraag  |
|---|--|
| 1 <b>Valt het initiatief onder de deeleconomie?</b>   | Kenmerken deeleconomie:<br>- (efficiënter) inzetten van (onbenutte) capaciteit<br>- online (platform) /offline component<br>- beoordelingen aanwezig   |
| 2 <b>Past het initiatief binnen de visie van de gemeente op de deeleconomie?</b>  | Visie (in het kort): Initiatieven binnen deeleconomie omarmen, waar het kansen biedt voor de stad.   |
| 3 <b>Sluit het initiatief aan binnen doelstellingen gemeente?</b>   | Denk aan duurzaamheidsdoelstellingen, doelstellingen op gebied van innovatie, ondernemerschap, sociale binding, zorg, etc.   |
| 4 <b>Wat levert het initiatief op?</b>  | Wat kan het initiatief betekenen voor de stad en haar bewoners, bezoekers en/of bedrijven?<br>- vanuit consumentenperspectief<br>- vanuit bedrijfsperspectief<br>- vanuit werkgelegenheidsperspectief<br>- qua duurzaamheid, sociale cohesie etc.  |
| 5 <b>Omvang van het initiatief</b>  | - Hoeveel wordt er aangeboden?<br>- Hoeveel wordt er afgenomen?<br>- Hoeveel transacties vinden er plaats?<br>- Is er inzicht in hoe het initiatief zich zal gaan ontwikkelen?<br>De omvang van het initiatief kan bepalend zijn voor de rolkeuze van de gemeente. Wel moet dit in combinatie worden gezien met de negatieve dan wel positieve gevolgen die het initiatief kan hebben. |
| 6 <b>Raakt het initiatief de bestaande markt?</b>   | - Zijn er vergelijkbare diensten die al worden aangeboden?<br>- Zou dit initiatief een concurrent kunnen zijn van de bestaande diensten?<br>- Mate van disruptie   |
| 7 <b>Is er regelgeving van toepassing en zo ja welke?</b>   | Een initiatief kan dusdanig nieuwe kenmerken hebben dat deze niet worden omschreven in de bestaande regelgeving. Denk hierbij dan aan regelgeving die van toepassing is voor de bestaande (vergelijkbare) markt/diensten. Kijk naar zowel Europese, landelijke als lokale regelgeving.   |
| 8 <b>Wat is de kern van de toepassing zijnde de regelgeving?*</b><br>* of regelgeving die voor bestaande/vergelijkbare markt geldt, zie motivering bij vraag 7. | Met welk doel is de regelgeving opgezet? Bijv. bescherming kwaliteit, veiligheid, bescherming consument?   |
| 9 <b>Op welke manier past het initiatief niet/onvoldoende binnen de bestaande regelgeving?</b>  | - Welk gedeelte van de regelgeving is/likt niet van toepassing?<br>- Welk beoogd doel (vanuit regelgeving) wordt daardoor niet bereikt?<br>- Op welk vlak worden er andere eisen gesteld aan de bestaande/vergelijkbare markt en de nieuwe markt?  |
| 10 <b>Zorgt het initiatief voor gevaar, oneerlijkheid, onrust, overlast?</b>  | - Zijn bepaalde kwaliteits- of veiligheidschecks niet aanwezig, waardoor schade kan ontstaan?<br>- Is dit meetbaar te maken?   |

Bron: Actieplan deeleconomie – Amsterdam Sharing City, 8 maart 2016