

Burgerinitiatief: onderling leveren van goederen en diensten

1. Het fenomeen

In de economie ligt het zwaartepunt traditioneel bij de professionele aanbieder, de producent of dienstverlener. De burger is daar overwegend afnemer. De burgers verenigen zich echter ook al heel lang om zelf zaken te regelen, bijvoorbeeld bij de oprichting van scholen, maar dat is relatief marginaal en vooral in de not for profit sector.

Internet biedt nieuwe mogelijkheden voor burgerinitiatief. In eerste instantie kan worden gedacht aan een verschuiving van bestaande initiatieven naar internet, waar het bijvoorbeeld sneller, eenvoudiger en grootschaliger kan. Bijvoorbeeld zich online verenigen om druk uit te oefenen op aanbieders om kwaliteit te leveren en afspraken na te komen.

Er zijn echter nieuwe toepassingen die erop duiden dat dit burgerinitiatief wel eens meer dan marginaal zou kunnen worden en tot systeemwijziging zou kunnen leiden.

- Gebouwen. Via Airbnb (<https://www.airbnb.nl/>) kunnen burgers hun woning of kamers tijdelijk verhuren, bijvoorbeeld aan toeristen. Natuurlijk is dat verhuren op zich niet nieuw, maar het gaat om het gemak, de relatief lage kosten voor huurder en verhuurder en de omvang van het aantal reserveringen. Hotels spreken al van concurrentievervalsing en in verschillende steden worden al regels aangescherpt om dit verschijnsel in te kaderen. Het gaat immers niet alleen om concurrentie voor hotels, maar bijvoorbeeld ook om gederfde toeristenbelasting en brandveiligheid. Hetzelfde gebeurt overigens ook al met kantoorruimte voor bijvoorbeeld zzp-ers.

- Goederen. Goederen verhuren of delen. Een bekend voorbeeld is auto's van particulieren huren via SnappCar.nl (<http://www.snappcar.nl/>) of carpoolen via Togethr.com (<http://www.togethr.com>). Ook kunnen bijvoorbeeld gereedschappen worden geleend, bijvoorbeeld via Peerby.com (<https://peerby.com/>), dat dit tot op buurtniveau mogelijk maakt.

- Diensten. Via Thuisafgehaald.nl (<http://www.thuisafgehaald.nl/>) kan in de eigen omgeving een maaltijd worden besteld en gehaald.

- Geld. Geld lenen en uitlenen door particulieren is een trend. Bekend is het crowdfunding, waar vaak vele particulieren kleine bedragen aan een concreet project lenen. Bijvoorbeeld via Kickstarter.com (<http://www.kickstarter.com>). Minder bekend zijn "banken" waar burgers elkaar geld lenen: Zoppa.com (<http://www.zopa.com>) en Prosper.com (<http://www.prosper.com>).

- Verzekeren. Zelfstandigen kunnen zich via broodfonds.nl (<http://www.broodfonds.nl/>) verzekeren voor arbeidsongeschiktheid; zelfstandigen verzekeren elkaar daar letterlijk in kleine groepen.

Er zijn ook nog aanpalende initiatieven die de macht bij de burger leggen. Bijvoorbeeld veilingen (tickets...), ratings, reviews en vergelijkingssites.

Labels die men aantreft voor dit fenomeen zijn: burgerinitiatief, Do It Yourself (DIY), verenigingseconomie.

2. Elementen

De trend was eigendom. Mijn huis, mijn auto... Huren was voor heel specifieke zaken (bijv. een verhuisauto) en lenen iets voor onder familie, vrienden en kennissen.

Het beschreven fenomeen impliceert een aantal zaken.

- Minder eigendom en meer huren en lenen.
 - Meer verenigen van mensen die elkaar vaak niet kennen.
 - Meer activiteit via internet.
 - Beperken van monopolie en marktaandeel voor commerciële partijen.
 - Meer “persoonlijke” markten (mijn club) naast “onpersoonlijke” markten (supermarkt, webshop).
 - De burger wordt een speler in het productieproces.
 - Meer binding aan groepen en breder de samenleving: je wilt er lid van zijn, erbij horen.
- Zal dit leiden tot meer van onderop acties, bijvoorbeeld politiek? De beweging sluit aan bij het bekende polderen.
- Vraaguitval door minder kopen en huren bij commerciële partijen.
- Hoeveel privé auto's komen er bijvoorbeeld minder door een deelauto? Gaat dit het imago van de auto aantasten, vooral onder jongeren? Wordt het van statussymbool tot gewoon vervoermiddel?
- Hoe gaat het met de belastinginkomsten? BTW, toeristenbelasting...
 - Hoe gaat het met de aansprakelijkheid (bijv. auto verhuren) en dus ook verzekeraars?
 - Hoe gaat het met dealers en tussenpersonen?

3. De trend

In de kern gaat het om leveren van goederen en diensten van burgers aan burgers in de vorm van verkopen, verhuren of delen, al dan niet geholpen door (professionele) facilitators.

Internet maakt dat dit fenomeen grote proporties kan aannemen. Airbnb bijvoorbeeld kan bijna mondiaal opereren.

De onderliggende gedachte is duidelijk niet alleen geld verdienen of besparen, maar ook het besef dat goederen vaak lang ongebruikt blijven wat niet spoort met het streven bij veel mensen naar duurzaamheid. Elk huishouden zijn eigen grasmaaier of hogedrukspuit past daar gewoon niet bij. Het gaat nu al om veel initiatieven en gelet op de populariteit onder jongeren heeft dit extra groeipotentieel. De omvang en de grote diversiteit van aanbod en vraag maken het verdedigbaar om van een trend te spreken. Dat het vooral bij jongeren populair is maakt dat de trend lang kan aanhouden.

4. Effecten

- De burger ontdekt dat er meer mogelijkheden zijn voor zijn voorziening van goederen en diensten dan commerciële partijen nu aanbieden. Het kan soms goedkoper, sneller en beter door het zelf te doen. Zelf valt hier uiteen in twee groepen: de passieve afnemer of aanbieder en de actieve facilitator. De laatste kan dit om niet doen, maar ook commercieel.

Een interessant aspect is het verenigingsaspect. Burgers ontmoeten elkaar al dan niet fysiek en zij zullen zich realiseren dat dat ook vertaald kan worden in invloed (bijv. in belangengroepen) maar dat dat ook tot nieuwe sociale verbanden kan leiden (uitbreiding sociale relaties, samenwerking in de buurt enz.).

- Door de optimalisering van gebruik van goederen en diensten zal de behoefte per persoon daaraan afnemen (“de buurtgrasmaaier”). Het nadenken over het nut kan ook leiden tot de notie in bredere zin dat bepaalde goederen en diensten eigenlijk overbodig zijn en dat zo een zekere versoering, een beperking van het consumentisme/ materialisme optreedt. Het kan zo ook leiden tot een andere kijk op commerciële partijen, er zal meer worden nagedacht over de noodzaak van iets en op welke wijze

dat kan.

- De commerciële partijen zien verlies van omzet en marktaandeel. In eerste instantie zullen zij zich hier bijvoorbeeld juridisch tegen verzetten of obstructie plegen. Een aantal van hen zal zich echter aanpassen in de zin van minder of andere dingen gaan doen of zich juist aanpassen. Een concreet voorbeeld is natuurlijk de commerciële facilitator. Bij autoverhuur is al bekend dat verzekeraars dit privégebruik verzekeren via de facilitator. Het fenomeen kan dus niet alleen sanerend optreden (de burger kan het zelf beter of heeft iets niet eer nodig) maar ook vernieuwend.

- De overheid heeft verschillende invalshoeken.

Burgers en commerciële partijen gaan anders werken en daar ligt een taak om te stimuleren of juist te ontmoedigen en waar nodig te reguleren. Theoretisch uitgangspunt is dat de markt zijn werk moet doen. Daarbij kan worden meegewogen dat dit fenomeen een positief effect heeft op duurzaamheid en samenwerking in de samenleving. Een kernpunt voor de bemoeienis zal dan ook zijn concurrentievervalsing en kwaliteitsborging en dat zal in ieder geval zaken raken als veiligheid (bijv. brandveiligheid). Het meest aannemelijke is dat de overheid in eerste instantie twee lijnen zal kiezen. De kleine aanbieder en afnemer zal net als nu worden behandeld; het gaat niet om bedrijfsmatig handelen. De facilitators van grootschalige faciliteiten (“de websites”) zullen als bedrijf worden benaderd. Een belangrijk punt zal toch gaan worden dat de overheid inkomsten gaat missen (BTW, toeristenbelasting...).

6. Scenario's

Er is sprake van een trend, maar hoe zal die zich ontwikkelen? Cijfers schieten tekort en daarom kunnen scenario's helpen. De verschillende partijen kunnen daar vervolgens verschillend in gaan staan: bepaalde zaken stimuleren of ontmoedigen om op het voor hun gewenste plaatje uit te komen.

Drijvende krachten

- Streven naar duurzaamheid. Deze trend zal voorlopig aanhouden en zich verder ontwikkelen. Dit betekent een stevige basis voor dit fenomeen en een beperking van de consumptie economie.

- Recessie. De recessie heeft zeker geholpen bij de ontwikkeling maar het is aannemelijk dat bij economisch herstel niet alles wegvalt, ook omdat er andere motieven meespelen zoals het streven naar duurzaamheid.

- Behoeftes aan vrijheid bij de burger. Minder eigendom betekent meer keuzevrijheid voor de burger en minder zekerheid voor producenten en dienstverleners.

- Behoeftes aan invloed bij de burger. De burger wil meer invloed en kan dat hiermee realiseren.

- Behoeftes bij de burger aan uniek zijn en tegelijk erbij willen horen. De kans om zich te onderscheiden neemt toe omdat er buiten het standaardaanbod veel varianten beschikbaar komen (mijn adresje voor...). Wie dat wil kan ergens lid van worden, daarbinnen actief worden en zich zo profileren (ik ben lid van en we doen tegelijk aan goede doelen).

- Internet. Internet faciliteert.

- Ondernemers – burger of commercieel- die kansen zien.

Remmende krachten

- De staat die zijn inkomsten en invloed wil veiligstellen.

- De producenten en dienstverleners die marktaandeel verliezen.

Scenario 1 “Doorbraak”

De burgers regelen een substantieel deel van de voorziening van goederen en diensten onderling. Zij worden daarbij gesteund door deels zeer professionele commerciële facilitators.

Duurzaamheid wordt breed gedragen en nieuwe aanbiedingen worden kritisch bekeken: heb ik het wel nodig en zo ja, hoe kan ik dat dan het beste regelen? Aanbieders krijgen te maken met krachtige belangengroepen. De burger is ook op andere terreinen meer gaan samenwerken.

De bedrijven hebben de beweging geaccepteerd en een deel doet actief mee. Niet alleen als aanbieder van het bestaande, maar ook als aanbieder van nieuwe arrangementen. De doorsnee elektrische auto wordt bijvoorbeeld geleased aan gebruikersgroepen en langs die weg is ook de recycling geborgd. Software wordt alleen nog maar gehuurd op het moment dat men iets nodig heeft.

De overheid heeft zijn inkomsten veiliggesteld. De belangrijkste winst is echter dat de burger meer zelfredzaam is geworden en steeds meer onderling taken regelt die anders voor rekening van de overheid kwamen.

Scenario 2 “ Eilanden”

In enkele sectoren regelen groepen burgers een substantieel deel van de voorziening van goederen en diensten onderling. Zij worden daarbij gesteund door deels zeer professionele commerciële facilitators. De burgers doen selectief mee, daar waar voor hun de grootste winst ligt.

Duurzaamheid wordt breed gedragen en nieuwe aanbiedingen worden door velen kritisch bekeken: heb ik het wel nodig en zo ja, hoe kan ik dat dan het beste regelen? Aanbieders krijgen te maken met krachtige belangengroepen. De samenwerking tussen burgers is verder beperkt.

De bedrijven hebben de beweging geaccepteerd en een deel doet actief mee. Niet alleen als aanbieder van het bestaande, maar ook als aanbieder van nieuwe arrangementen. De doorsnee elektrische auto wordt bijvoorbeeld geleased aan gebruikersgroepen en langs die weg is ook de recycling geborgd. Software wordt alleen nog maar gehuurd op het moment dat men iets nodig heeft.

De overheid heeft zijn inkomsten veiliggesteld.

Scenario 3 “Marginalisering”

Voor een aantal producten en diensten regelen groepen burgers dat onderling. Zij worden daarbij gesteund door deels zeer professionele commerciële facilitators. De burgers doen selectief mee, daar waar voor hun de grootste winst ligt.

Door de teruggekeerde welvaart is de aantrekkingskracht voor velen verminderd. Het is een bewuste keuze van een kleine groep die hecht aan duurzaamheid.

De bedrijven hebben de beweging geaccepteerd en een deel doet actief mee. Niet alleen als aanbieder van het bestaande, maar ook als aanbieder van nieuwe arrangementen. De doorsnee elektrische auto wordt bijvoorbeeld geleased aan gebruikersgroepen en langs die weg is ook de recycling geborgd. Software wordt alleen nog maar gehuurd op het moment dat men iets nodig heeft.

De overheid heeft zijn inkomsten veiliggesteld.

© J. van Dooren 2013