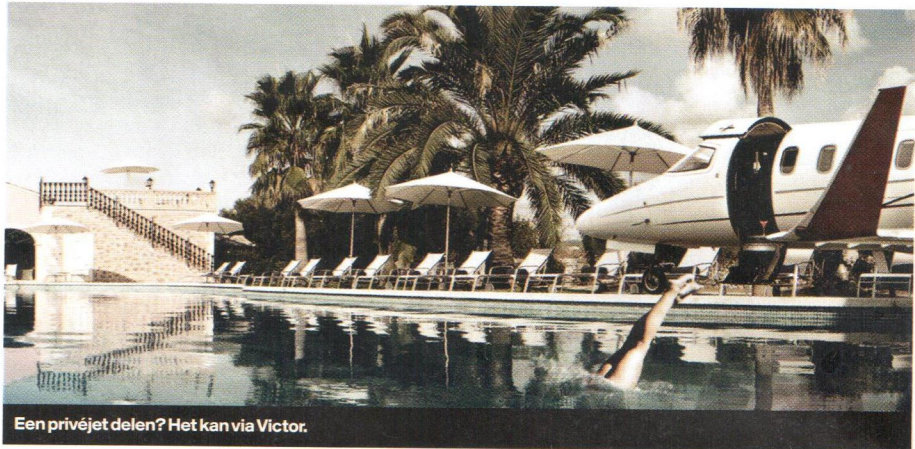


# COLLABORATIVE CONSUMPTION IN OPKOMST EERLIJK ZULLEN WE ALLES DELEN

HET NIEUWE CONSUMEREN DRAAIT OM DELEN, HUREN EN LENEN, OFWEL 'COLLABORATIVE CONSUMPTION'. DAT IS WEL EVEN WENNEN VOOR MARKETEERS.

tekst VALERIE BOERSMA



Een privéjet delen? Het kan via Victor.

**Je huis verhuren via AirBnB, een high-end tas lenen via Bag Borrow Steal. Collaborative consumption is in opkomst.**

Minder bezitten bespaart ruimte en is beter voor het milieu. Maar belangrijker is het sociale aspect: door te delen of uit te lenen, bouw je vertrouwen op in de community waar je deel van uitmaakt. Gps maakt het mogelijk snel te zien wie bij jou in de buurt wat beschikbaar heeft. Airbnb wordt vaak genoemd als hét voorbeeld van succesvolle collaborative consumption: een platform waar woon- en verblijfruimtes peer-to-peer kunnen worden verhuurd en dat inmiddels wordt gebruikt in 34.000 steden, in 192 landen. Ook onderzoeksbureau Motivaction signaleert de opkomst van collaborative consumption in zijn jaarlijkse Mentality-onderzoek. Motivaction- oprichter **Frits Spangenberg**: 'De behoefte om te delen in plaats van te kopen was er altijd al. Alleen gold dit eerst vooral voor een groep post-materialisten. Nu zie je dat sharing steeds meer mentaliteitsgroepen bereikt. Status bestaat voor deze groepen niet meer uit materiële bezittingen, maar wordt steeds meer gebaseerd op sociale status.'

Bij sharing gaat het zeker niet alleen om huis-tuin-en-keukenspullen: zo bestaat er een

platform, Victor genaamd, voor het delen van een privéjet en sinds kort ook een Lamborghini. Via Bag Borrow Steal kun je tassen lenen van luxemerken als Chanel en Hermès. En in Amsterdam is er de gedeelde privéchauffeur (Uber). Via de app die gekoppeld is aan je creditcard, kun je zelfs het type (luxe)auto kiezen en achteraf ook de chauffeur beoordelen. Dit helpt anderen weer, want online sharing is niet alleen op vertrouwen gebaseerd, maar ook op reviews van medegebruikers. Overigens, als je liever zelf rijdt, kun je via car2go elektrische auto's delen. Sharing kan ook gaan over kennis. Op Universe kun je kennis delen door het geven van rondleidingen, taal- of kooklessen. En diegenen die zelf producten willen maken, kunnen 3D-printers gebruiken via 3D-hubs.

Naast delen en zelf produceren, wil de consument ook meedenken over producten en diensten. Spangenberg: 'Veel marketeers zijn nog gericht op het verkopen van een product, terwijl de consument vaak niet meer op zoek is naar iets materieels, maar duurzaam waarde wil toevoegen aan zijn leven. Het succes van merken wordt vooral afhankelijk van hoe de consument ermee aan de slag gaat. Bedrijven moeten de wensen van klanten gaan faciliteren.'