



THEMA 02

# De deeleconomie is dood, lang leve de verhuureconomie

TECHNOLOGIE EN  
INNOVATIE

POLITIEK

ECONOMIE

Nadat we de afgelopen tien jaar veel hoorden over de zogenaamde deeleconomie lijkt de hype inmiddels wel voorbij. De samenleving kijkt kritischer naar het gebruik van de term en de daadwerkelijke toegevoegde waarde van de platformen die deze diensten aanbieden. Dit betekent echter niet dat het as-a-service-model ook aan populariteit heeft ingeboet. Sterker nog, de coronacrisis lijkt juist nog meer behoefte te creëren aan toegang tot goedkope goederen en diensten met minimale verplichtingen. Het verschil is echter dat dit nu gebeurt onder de, veel pragmatischere, noemer van de verhuureconomie.

## Onze observaties

- De term 'deeleconomie' werd het afgelopen decennium te pas en te onpas gebruikt door verschillende digitale platformen om zichzelf in een gunstig daglicht te stellen. Van de term gaat de suggestie uit dat de platformen en hun diensten een maatschappelijke bijdrage leveren. Dat wil zeggen dat ze mensen dichter tot elkaar brengen en de wereld bevrijden van een teveel aan spullen. Het misbruik van de term deeleconomie door bedrijven die er feitelijk geen deel van uit maakten, heeft ertoe geleid dat de hype rond de deeleconomie sterk is [afgezwakt](#).
- Daar waar de deeleconomie in beginsel draait om consumer-to-consumer-diensten, wordt er tegenwoordig (weer) veel gesproken over de [huureconomie](#), die eerder bestaat uit business-to-consumer-diensten. Het gebruik van deze term weerspiegelt een pragmatische wending, zowel in de retoriek als de betreffende diensten, ten opzichte van de meer idealistische deeleconomie. In de huureconomie draait het vooral om lagere kosten en het aangaan van zo min mogelijk verplichtingen.
- Een aantal van deze verhuurdiensten heeft aanvankelijk geleden onder de coronacrisis. Met name diensten die gericht zijn op reizen en mobiliteit zijn in eerste instantie hard geraakt; [Airbnb](#) en autoverhuurders bijvoorbeeld. Inmiddels hebben deze en andere verhuurbedrijven ook manieren gevonden om juist te [profiteren van de coronacrisis](#) (bijvoorbeeld door een alternatief voor het openbaar vervoer te bieden en tijdelijke werkruimtes beschikbaar te stellen). Businessmodellen gebaseerd op tijdelijk gebruik zijn al zo oud als de economie zelf. Vanaf het prille begin van de auto-industrie werden er al auto's verhuurd aan mensen die zich geen eigen auto konden veroorloven of maar sporadisch een auto nodig hadden. Telefoonmaatschappijen als AT&T verplichtten hun klanten zelfs om telefoontoestellen van het bedrijf te huren, naar verluidt om de kwaliteit van de telefoonverbinding te kunnen garanderen.
- Digitalisering maakt het mogelijk om veel meer zaken verhuurbaar te maken dan voorheen. Ten eerste komt dit doordat vraag en aanbod, van grote aantallen aanbieders, efficiënter aan elkaar gekoppeld kunnen worden, waarbij door digitale communicatiemiddelen ook veel latente vraag en aanbod zich kunnen manifesteren (mensen die bijvoorbeeld een auto voor de deur hebben staan en die op zich wel willen verhuren kunnen dat nu gemakkelijker doen via het aanmelden op een platform, terwijl mensen met een smartphone op zak snel op locatie een auto kunnen vinden in de buurt). Ten tweede nemen ook de administratiekosten drastisch af waardoor het ook rendabel wordt om kleinere transacties (goedkopere goederen en kortere termijn-huur) te verwerken.

## Analyse

Een van de grote beloftes van digitalisering is dat het allerlei transacties eenvoudiger en goedkoper kan laten verlopen. Dit is bij uitstek waar de verschillende verhuur-, leen- en deelpatformen goed in zijn; ze stellen ons in staat om eenvoudig en real-time inzicht te krijgen in de beschikbaarheid van allerlei goederen, deze te boeken en af te rekenen. Op deze manier krijgen we toegang tot het gebruik van verschillende producten (of diensten) zonder dat we zelf iets hoeven aan te schaffen of langlopende contracten aan hoeven te gaan. In het afgelopen decennium gebeurde er veel onder de noemer van de deeleconomie. In het ideaal van de deeleconomie zijn het consumenten die hun eigen middelen ter beschikking stellen aan anderen, op momenten dat ze deze zelf niet gebruiken. Op deze manier worden allerlei kapitaalgoederen efficiënter benut, wat leidt tot een vermindering van gebruik van natuurlijke hulpbronnen en vervuiling tijdens de productie van die goederen. Dit zou consumenten ook in staat stellen om (een deel van) hun investering terug te verdienen en daarmee hun welvaart te verhogen. Bovendien zou de deeleconomie bijdragen aan de sociale cohesie omdat het mensen weer met elkaar in contact zou brengen en oude praktijken van gedeeld eigenaarschap zou kunnen doen herleven.

Inmiddels heeft de term deeleconomie sterk aan waarde ingeboet en zien we zowel in de *framing* van deze markt als in de betreffende diensten een verschuiving naar een meer traditionele verhuureconomie. De *framing* van de deeleconomie heeft afgedaan doordat het ideaalbeeld niet door de praktijk werd geschaagd, omdat allerlei bedrijven zichzelf onder deze noemer schaarde zonder dat ze daadwerkelijk een bijdrage leverden aan deze idealen. Veel van deze bedrijven (zoals Uber) hoorden eigenlijk thuis onder noemer klusjeseconomie/*gig economy* of opereerden geheel of gedeeltelijk in een traditionele verhuurmarkt (zoals Airbnb). Als zodanig droegen ze helemaal niet bij aan het behalen van de maatschappelijke doelstellingen van de deeleconomie. Ten aanzien van de betreffende diensten kunnen we inmiddels ook wel voorzichtig concluderen dat het echte consumer-to-consumer-delen ook veel nadelen kent. Digitale platforms zijn weliswaar bij uitstek in staat om mensen en middelen aan elkaar te koppelen en financiële transacties mogelijk te maken, dat maakt nog niet dat de uiteindelijke transactie altijd goedkoop is of soepel en eerlijk verloopt. Het gebruik van een deelauto van een par-

ticulier is in de praktijk lastiger dan een auto huren bij een professionele verhuurder die 24-uurs-diensten kan aanbieden, denk bijvoorbeeld aan de sleuteloverdracht en eventuele schadeafhandeling. Ook aan de kant van de particuliere aanbieder bestaan nog steeds hoge kosten; een verhuurde woning bijvoorbeeld moet weer worden opgeruimd en het verkrijgen van goede ratings vergt ook de nodige tijd en aandacht. Met andere woorden: amateurisme remt de groei van de echte deeleconomie.

De vraag naar goedkope en tijdelijke diensten neemt desalniettemin toe en de (digitale) verhuureconomie speelt hier gretig op in. Voor de coronacrisis was het al duidelijk dat het *as-a-service*-model, bijvoorbeeld in *mobiliteit*, aansluit op de behoeften van nieuwe generaties. De crisis draagt hier verder aan bij. In eerste instantie doordat de crisis heeft geleid tot een vraag naar tijdelijke oplossingen voor bijvoorbeeld werkruimte en *kantoormeubilair* en persoonlijke mobiliteitsoplossingen. Op langere termijn zal de crisis ook economische en maatschappelijke trauma's achterlaten en de kans is groot dat velen van ons minder snel geneigd zullen zijn (financiële) verplichtingen aan te gaan voor de lange termijn, uit angst dat een volgende crisis, van welke aard dan ook, ons (weer) in problemen zal brengen. Zo'n *no-strings-attached*-mentaliteit werkt aanbieders van *as-a-service*-diensten in de hand. Ook met het oog op het langeretermijnsucces van dergelijke diensten is de retorische en feitelijke overgang van de deeleconomie naar de huureconomie interessant en relevant. We kunnen dit namelijk ook begrijpen als een ontmaskering van de zogenaamd sterk maatschappelijk geëngageerde millennial. De deeleconomie speelde nadrukkelijk in op dit beeld, met de genoemde idealen als sociale cohesie en duurzaamheid, maar nu lijkt het er toch op dat millennials uiteindelijk vooral behoefte hebben aan gebruiksvriendelijke diensten met lage kosten en minimale verplichtingen. Op de lange termijn biedt dit een beter (economisch) perspectief voor aanbieders van verhuurdiensten dan het 'jeugdige idealisme' waar de deeleconomie op mikte. Hetzelfde lijkt overigens ook te gelden voor *Gen Z* die, naar verluidt, een zeer beschermde opvoeding hebben genoten en daardoor een sterke behoefte hebben aan ontzorging. In dit verband spreekt het succes van *Swapfiets* ook boekdelen; *Gen Z*'ers kennen een grote bereidheid om te betalen voor diensten die hen verantwoordelijkheden uit handen nemen.

## Implicaties

- De pragmatische wending van de deeleconomie naar de huureconomie betekent dat de platformen die diensten van de laatstgenoemde soort aanbieden waarschijnlijk ook op langere termijn succesvol kunnen zijn, omdat ze minder afhankelijk zijn van trendgevoelige idealen. Desalniettemin kan de professionele verhuureconomie nog steeds bijdragen aan efficiënter gebruik van grondstoffen en goederen en zo ook (een deel van) de idealen van de deeleconomie dienen.
- Met het label van huureconomie komen deze partijen echter ook weer nadrukkelijk in de normale economie terecht en zullen ze ook strenger gereguleerd worden (zo worden Airbnb en haar verhuurders op veel plekken al veel meer als reguliere hotels behandeld).
- De vraag naar professionele verhuurdiensten, niet aangeboden door 'amateurs', zal een deel van de platforms ook noodzaken om weer meer *'asset-heavy'* te gaan opereren. Deze trend was ook al ingezet door een grotere behoefte onder platforms om meer controle te hebben over de gebruikerservaring en ook meer data te kunnen oogsten middels eigen hardware. Dit maakt echter wel dat, vanwege de investeringskosten, deze platforms minder schaalbaar zullen zijn en er minder sprake zal zijn van een winner-takes-all-dynamiek.