

Eindverslag onderzoek Groene Deeleconomie Blijdorp

Gemeente Rotterdam, Onderzoek en Business Intelligence (OBI), januari 2022
Auteur: Martijn Epskamp

1. Inleiding

In opdracht van het cluster Stadsbeheer van Gemeente Rotterdam heeft de afdeling Onderzoek en Business Intelligence (OBI) onderzoek gedaan naar de pilot Groene Deeleconomie Blijdorp. De pilot wordt beschreven in paragraaf 2 en het doel en de opzet van het onderzoek in paragraaf 3. De paragrafen 4, 5 en 6 bevatten de resultaten van de verschillende onderzoeksonderdelen. Paragraaf 7 bevat de conclusies van het onderzoek.

2. De pilot 'Groene Deeleconomie Blijdorp'

De gemeente Rotterdam werkt aan de transitie naar een circulaire economie. In de circulaire economie gebruiken we grondstoffen, materialen en producten telkens opnieuw. We hebben dan minder nodig om nieuwe producten te maken en produceren minder afval, wat beter is voor het milieu.

In een circulaire economie is het delen (lenen of huren) van spullen normaal. Als we spullen delen, hoeven er namelijk minder spullen gemaakt te worden en gooien we minder weg. De gemeente heeft daarom meegewerkt aan een pilot van Milieu Centraal, gericht op het stimuleren van het delen van spullen tussen bewoners van een wijk. Deze pilot, 'Groene Deeleconomie Blijdorp', is uitgevoerd in de Rotterdamse wijk Blijdorp en vond plaats van 30 augustus tot en met 18 november 2021.

De wijk Blijdorp is uitgekozen voor de pilot omdat er sprake is van een relatief hoge sociale cohesie en omdat de wijk relatief veel volwassen inwoners tot 40 jaar heeft met een hoger inkomen en opleidingsniveau. Uit consumentenonderzoek van Milieu Centraal blijkt dat die groep mensen het meeste open staat voor het delen van spullen. Voorafgaand

aan de pilot is er desondanks voor gekozen de doelgroep van de pilot te verbreden naar 18- tot en met 65-jarigen.

Voor de pilot is samengewerkt met Peerby, een Nederlands online deelplatform met leden wereldwijd. Op het platform kunnen deelnemers spullen aanbieden die zij willen uitlenen of verhuren en spullen zoeken die zij willen lenen of huren. Een account aanmaken voor het Peerby platform en spullen uitlenen kan gratis. Voor het lenen of huren van spullen via Peerby is een betaald lidmaatschap nodig. Een betaald lidmaatschap kan worden aangegaan voor een maand of een jaar. De lidmaatschapskosten per maand bedragen ongeveer € 3,--. Bij verhuur rekent Peerby een commissie van 15% aan de verhuurder. Met het geld uit lidmaatschappen en commissies bekostigt Peerby het platform en kan garantie worden geboden in geval van schade, verlies of diefstal van spullen.

Peerby richt zich specifiek op het delen van spullen tussen buurtgenoten, hoewel het mogelijk is spullen te delen met mensen die verder weg wonen. Bij de start van de pilot hadden ca. 500 bewoners van Blijdorp een Peerby account. In Rotterdam als geheel gold dat voor ca. 9.000 bewoners.

Ten behoeve van de pilot heeft Peerby het platform voor gebruikers uit Blijdorp omgedoopt tot 'Blijdorp deelt het'. (Oorspronkelijk was het plan de naam 'Buurtschuur' te gebruiken.) Met een gelijknamige communicatiecampagne zijn de bewoners van Blijdorp in de pilotperiode geïnformeerd over het deelplatform en de mogelijkheden en voordelen van het delen van spullen met buurtgenoten. In het kader van de campagne heeft Peerby een huis-aan-huis mailing uitgedaan in Blijdorp. Daarnaast hebben Milieu Centraal en de buurtapp Nextdoor zestien sociale mediaberichten verspreid onder de bewoners van Blijdorp, waaronder video's, beelden

(visuals) en ervaringsverhalen. Verder is aandacht geschonken aan het deelplatform in de wijkkrant en zijn op een aantal plekken in de wijk flyers uitgedeeld of neergelegd.

Milieu Centraal heeft op basis van de werkwijze in Blijdorp en de gebruikte communicatiemiddelen een ‘toolkit’ ontwikkeld voor gemeenten die, in samenwerking met Peerby, een soortgelijke pilot in een buurt of wijk willen uitvoeren om er de circulaire economie te stimuleren.

3. Doel en opzet van het onderzoek

Het doel van het onderzoek is tweeledig:

- Nagaan of door de instelling van de buurtschuur in Blijdorp en de campagne eromheen, bewoners van Blijdorp elkaar meer zijn gaan uitlenen (verandering in gedrag) en meer open staan voor het idee om elkaar spullen uit te lenen (verandering in houding).
- Inzichten verschaffen die kunnen worden gebruikt om de toolkit te verbeteren. Daarbij gaat het om vragen als: wat werkt/likt te werken, wat niet, waarom (niet) en hoe zou dit beter kunnen?

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van drie onderzoeksmethoden: analyses van gebruikersdata van Peerby, enquêtes onder bewoners van Blijdorp uit de doelgroep (18 tot en met 65 jaar) en enquêtes onder Peerby gebruikers in Blijdorp.

De data voor het onderzoek zijn verzameld op twee meetmomenten: vlak voor de start van de pilot in september 2021 (0-meting/voor) en aan het einde van de pilot, eind 2021 (1-meting/na). Met de 0-meting is de uitgangssituatie vastgesteld. Door de nameting met de voormeting te vergelijken kunnen eventuele veranderingen gemeten worden.

4. Peerby gebruikersdata

Peerby heeft voor het onderzoek cijfers verstrekt over het gebruik van het platform voor, tijdens en na de pilot, in Blijdorp en in twee controlewijken. Door de data van Blijdorp te vergelijken met die van de controlewijken, kunnen we nagaan of er gedurende de pilot in Blijdorp een andere ontwikkeling in het Peerby gebruik heeft plaatsgevonden dan in de controlewijken. Een sterk afwijkende ontwikkeling in Blijdorp kan redelijkerwijs aan de pilot worden toegeschreven, omdat in de controlewijken geen pilot heeft plaatsgevonden. De controlewijken zijn de Rotterdamse wijken Liskwartier en Middelland. Deze wijken zijn qua bevolkingssamenstelling

en qua uitgangssituatie in Peerby gebruik (gebruik in de periode vóór de pilot) redelijk vergelijkbaar met Blijdorp.

Accounts (users)

De term “user” duidt op een account op het Peerby platform. Het aanmaken van een account is gratis. Voor het onderzoek is alleen gekeken naar accounts die van Peerby berichten ontvangen (aantal “users notified”). Accounts die zijn afgemeld, of door het systeem op non-actief zijn gezet omdat ze langdurig niet zijn gebruikt, krijgen van Peerby geen berichten meer en zijn niet meegerekend in de cijfers.

In de pilotperiode is het aantal accounts in Blijdorp spectaculair gegroeid, van 231 (peildatum 31 augustus) tot 859 (peildatum 30 november). Dat is een groei van 272%. Ter vergelijking: in de controlewijken Liskwartier en Middelland nam het aantal accounts in dezelfde periode juist af met respectievelijk 9% en 3%. Het is daarom zeer aannemelijk dat de groei in Blijdorp te danken is aan de pilot.

In de maand september groeide het aantal accounts in Blijdorp verreweg het snelst. Dat was ook de maand met de meest intensieve campagne inzet: de periode waarin geïfilderd is, waarin de helft (acht) van de sociale mediaberichten is uitgedaan en waarin Peerby de huis-aan-huis mailing heeft uitgedaan. Waarschijnlijk heeft dat laatste in ieder geval substantieel bijgedragen aan de snelle groei van het aantal accounts, want Peerby heeft met eerdere huis-aan-huis mailings elders in Nederland ook veel groei geboekt.

Accountactiviteit (user activity)

Lang niet iedereen met een Peerby account bezoekt het platform regelmatig. In augustus, de maand vóór de pilot, zijn 35 accounts in Blijdorp op het platform geweest (aantal “monthly active users”). Gedurende de pilot, in september, oktober en november, ging het om respectievelijk 558, 472 en 271 bezoekers. In december, de maand na de pilot, waren er 226 bezoekers. Er heeft dus een enorme toename aan activiteit plaatsgevonden in de eerste maand van de pilot. In de maanden daarna nam de activiteit af. Na de pilot was er desondanks veel meer activiteit dan voor de pilot.

In de data van Peerby wordt onderscheid gemaakt tussen activiteit gerelateerd aan vraag naar spullen en activiteit gerelateerd aan aanbod. Het gaat daarbij om activiteit die potentieel bijdraagt aan het tot uitleen of verhuur komen, zoals (aan de vraagkant) het zoeken naar bepaalde spullen, of het plaatsen van een oproep om bepaalde spullen en (aan de

aanbodkant) het plaatsen van een advertentie met aanbod, of het reageren op een oproep.

Zowel vraag- als aanbodactiviteit nam gedurende de pilot sterk toe. Er was een grotere toename van aanbod- dan van vraagactiviteit. Het verschil tussen vraag- en aanbodactiviteit werd kleiner naarmate de pilot vorderde en de algehele activiteit daalde ten opzichte van de in de vorige alinea beschreven piek in september.

Van twee perioden – de maand juli 2021 en de periode van 18 december 2021 tot en met 16 januari 2022 – kunnen we nagaan hoeveel keer Blijdorpsse gebruikers een vraag om spullen op het platform hebben geplaatst. In de eerste periode (enige tijd voor de pilot) werd twaalf keer een vraag om spullen geplaatst. In de tweede periode (enige tijd na de pilot) gebeurde dit veertig keer. Ook hier is dus sprake van een aanzienlijke toename, in ieder geval in relatieve zin.

Gedurende de pilot is vanuit Blijdorpsse accounts meer dan 1.000 keer iets te huur of te leen aangeboden op het Peerby platform (aantal “listings”). Ter vergelijking, in de eerste helft van 2021 gebeurde dit 94 keer. De sterke toename in het aantal te leen of te huur aangeboden spullen is vooral toe te schrijven aan de eerste maand van de pilot. Gedurende de pilot zien we het aantal nieuwe aanbiedingen afnemen, tot een niveau na de pilot dat vergelijkbaar is met dat van vóór de pilot.

Veel spullen die via Peerby in Blijdorp worden gevraagd en aangeboden, zijn gereedschappen. Dat was vóór de pilot het geval en zien we ook na de pilot. Andere spullen die worden aangeboden zijn bijvoorbeeld vervoermiddelen (uitleenlopend van bakfietsen tot schaatsen), spullen voor een feest (statafels, partytenten) en elektrische apparatuur (printer, camera, geluidset).

Betaalde lidmaatschappen (subscriptions)

Gebruikers van Peerby die willen lenen of huren, hebben hiervoor een betaald lidmaatschap nodig, zoals beschreven in paragraaf 2. Een betaald lidmaatschap is niet nodig voor uitleen of verhuur, of om vraag en aanbod te bekijken. Het aantal betaalde lidmaatschappen in Blijdorp is in de pilotperiode bijna verdubbeld, van 22 tot 40 (peildatum 31 augustus en 30 november). In de maand erna zien we een verdere toename tot 47.

Vermoedelijk is tenminste een deel van de groei van het aantal betaalde lidmaatschappen in Blijdorp toe te schrijven aan de pilot. In de controlewijk Liskwartier was het aantal

betaalde lidmaatschappen vóór en na de pilot namelijk gelijk (15) en in de controlewijk Middelland was slechts sprake van een bescheiden groei (van 29 naar 35).

Transacties

Op basis van het bovenstaande schatten we dat het aantal transacties van spullen via Peerby in Blijdorp verdubbeld is in de pilotperiode. Men heeft immers een betaald lidmaatschap nodig om spullen te lenen of te huren en het ligt alleen voor de hand zo'n lidmaatschap te nemen ten behoeve van concrete transacties.

Van Peerby hebben we specifieke data over transacties in Blijdorp in een maand voor de pilot (juli 2021) en een maand na de pilot (18 december 2021 tot en met 16 januari 2022). Uit deze data blijkt dat in deze twee maanden sprake was van respectievelijk vijf en vijftien transacties (aantal “orders confirmed” plus aantal “transacted”). Dit impliceert een verdrievoudiging van het aantal transacties. Het is onduidelijk of de aanbieders van de uitgeleende of verhuurde spullen in Blijdorp wonen.

5. Bewonersenquête

Voor elk van de twee metingen (0- en 1-meting) is een online enquête uitgezet onder 2.000 bewoners van Blijdorp van 18 tot en met 65 jaar. Voor de 0-meting zijn andere bewoners uitgenodigd dan voor de 1-meting. De uitgenodigde bewoners zijn willekeurig geselecteerd (random steekproef), met dien verstande dat voor elke meting maximaal één bewoner per adres is geselecteerd en dat voor de 1-meting geen personen zijn geselecteerd die al voor 0-meting waren uitgenodigd.

De bewoners zijn per brief uitgenodigd om de enquête in te vullen. Na ongeveer twee weken is een herinnering gestuurd.

De respons op de enquête is laag: 313 (16%) respons op de 0-meting en 202 (10%) respons op de 1-meting. De respons is wat betreft man-vrouw verhouding redelijk representatief voor de bevolking van Blijdorp van 18 tot en met 65 jaar. Ongeveer de helft van de respondenten is ouder dan 40 jaar, van de bewoners van Blijdorp van 18 tot en met 65 jaar is een derde ouder dan 40.

De groep van 313 deelnemers aan de 0-meting is vergelijkbaar met de groep van 202 deelnemers aan de 1-meting voor wat betreft de achtergrondkenmerken geslacht, leeftijdscategorie, opleidingsniveau, huishoudensamenstelling

en woonduur op adres. Ook ten aanzien van een aantal stellingen over de sociale cohesie van Blijdorp verschillen de groepen nauwelijks (de meeste respondenten beoordelen de sociale cohesie als hoog). Daarom achten we het verantwoord de resultaten van de twee metingen onderling te vergelijken.

Leen- en uitleengedrag

De respondenten is gevraagd of ze weleens spullen uitlenen aan buurtgenoten en of ze weleens spullen van buurtgenoten lenen. Bij elke vraag konden de respondenten kiezen uit vijf antwoorden (zie tabel 1).

Uit de enquête blijkt dat een ruime meerderheid van de respondenten weleens spullen *leent* van buurtgenoten en dat eveneens een ruime meerderheid weleens spullen aan buurtgenoten *uitleent*. Het aandeel respondenten dat *frequent* iets leent of uitleent aan buurtgenoten is betrekkelijk klein. Uit nadere analyse blijkt dat de respondenten die

vaker dan zelden iets uitlenen, veelal personen zijn die ook vaker dan zelden iets lenen. En andersom: de respondenten die nooit iets uitlenen, lenen meestal ook nooit niets. Ongeveer drie op de tien respondenten leent niets en leent niets uit.

De onderzoeksresultaten geven *geen* aanleiding om te veronderstellen, dat bewoners van Blijdorp na afloop van de pilot meer *lenen* van buurtgenoten dan voorafgaand aan de pilot. Het aandeel bewoners dat weleens iets *uitleent* is bij de 1-meting hoger dan bij de 0-meting (+8 procentpunt), maar de groep frequente uitleners is bij de 1-meting kleiner (-7 procentpunt). Vooral de groep die zelden iets uitleent is sterk gegroeid (+17 procentpunt).

De spullen die respondenten aan of van buurtgenoten lenen, zijn op de eerste plaats gereedschap en op de tweede plaats huishoud- of keukenspullen, gevolgd door vervoermiddelen en feestspullen. We zien hier geen noemenswaardige verschillen tussen de twee metingen.

Tabel 1: Uitleengedrag ("Leent u weleens spullen uit aan buurtgenoten?") en leengedrag ("Leent u weleens spullen van buurtgenoten?")

	Uitlenen		Lenen	
	0-meting	1-meting	0-meting	1-meting
Ja, vaak (wekelijks)	2%	0%	1%	1%
Ja, regelmatig (maandelijks)	8%	3%	6%	3%
Ja, soms (eens in de paar maanden)	24%	23%	21%	19%
Zelden (minder dan eens per half jaar)	28%	45%	34%	44%
Nee, nooit	37%	29%	39%	36%
Totaal	100%	100%	100%	100%
N	310	202	311	200

Redenen om wel of geen spullen (uit) te lenen

De respondenten is gevraagd waarom zij wel of juist geen spullen van of aan buurtgenoten lenen. Hierbij konden ze kiezen uit een lijst met antwoorden of zelf een antwoord opschrijven. De resultaten zijn weergegeven in de figuren 1 tot en met 4. Uit de 1-meting komt grofweg hetzelfde beeld naar voren als uit de 0-meting.

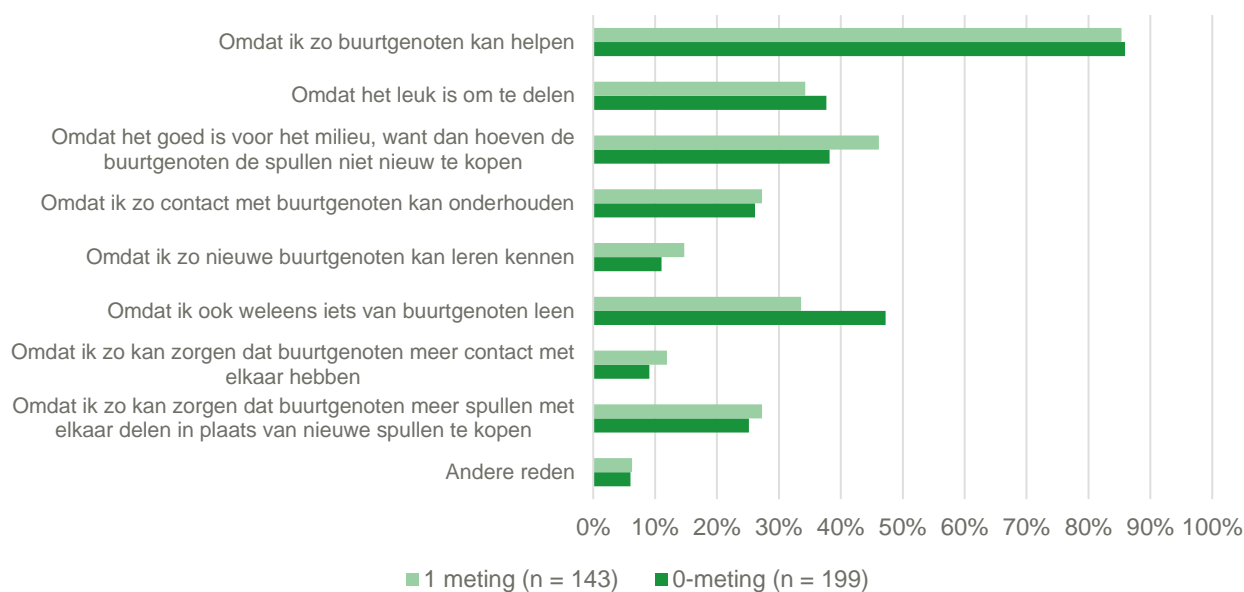
Respondenten die weleens spullen aan buurtgenoten *uitleenen*, doen dat vaak om te helpen (zie figuur 1). Ze lenen in mindere mate spullen uit omdat ze het leuk vinden te delen, vanuit milieuoverwegingen, of omdat ze zelf weleens van buurtgenoten lenen.

Respondenten die nooit spullen aan buurtgenoten *uitleenen*, geven hiervoor vaak als reden dat er niet om gevraagd wordt (zie figuur 2).

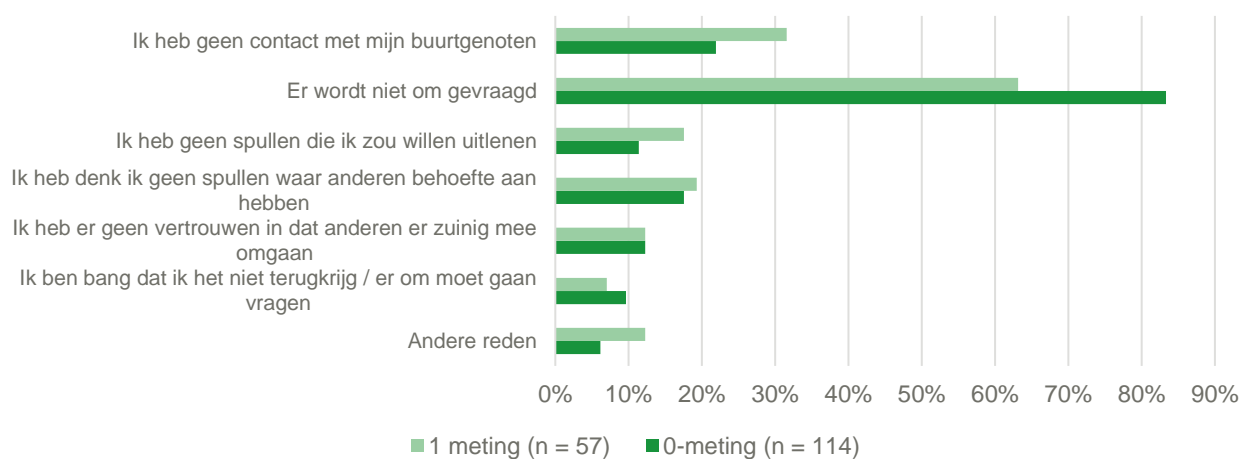
Respondenten die weleens spullen *van* buurtgenoten lenen, doen dat vaak omdat ze de spullen maar even nodig hebben en het daarom zonde vinden ze nieuw te kopen (zie figuur 3). Andere, minder genoemde redenen zijn onder andere 'omdat het gemakkelijk is' en 'omdat lenen beter is voor het milieu dan nieuwe spullen kopen'.

Respondenten die nooit spullen *van* buurtgenoten lenen, noemen hiervoor het vaakst als reden 'ik koop liever spullen die ik nodig heb', 'ik heb geen contact met mijn buurtgenoten', 'ik weet niet welke buurtgenoten spullen willen uitlenen' en 'ik weet niet welke spullen mijn buurtgenoten willen uitleenen' (zie figuur 4).

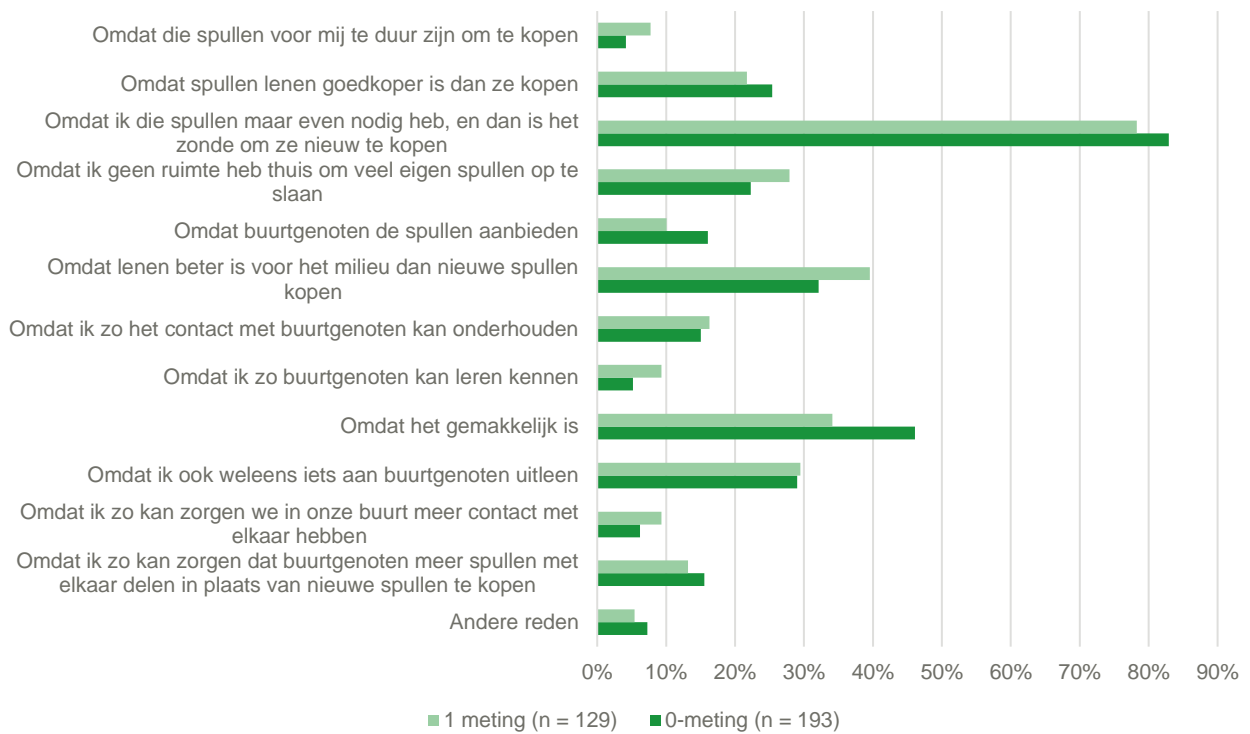
Figuur 1: Waarom leent u weleens spullen uit aan buurtgenoten? (Meer antwoorden mogelijk)



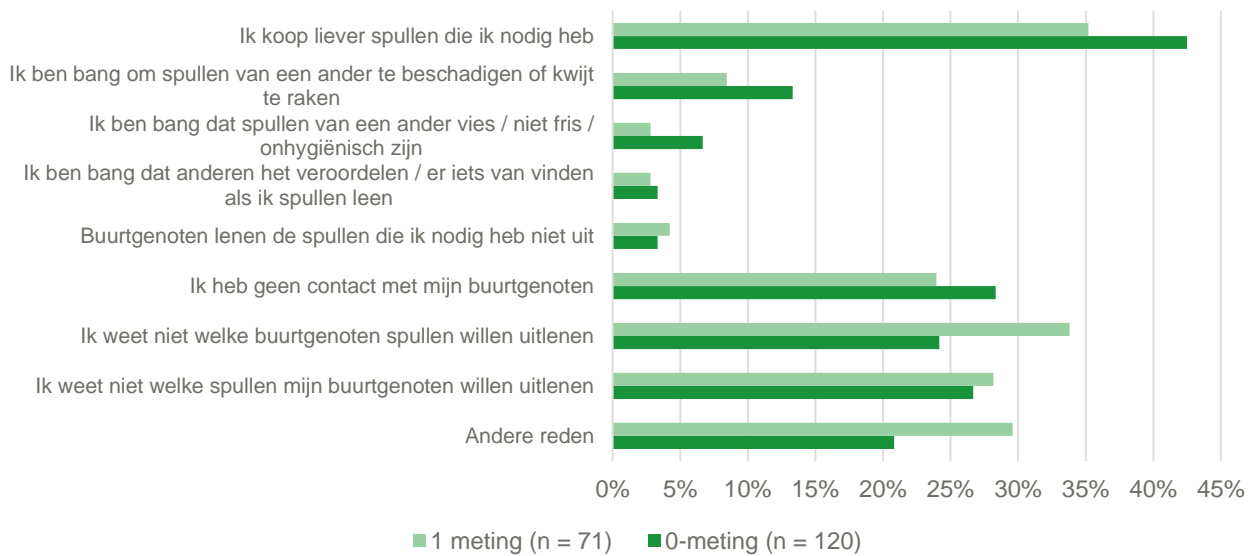
Figuur 2: Waarom leent u nooit spullen aan buurtgenoten uit? (Meer antwoorden mogelijk)



Figuur 3: Waarom leent u weleens spullen van buurtgenoten? (Meer antwoorden mogelijk)



Figuur 4: Waarom leent u nooit spullen van buurtgenoten? (Meer antwoorden mogelijk)



Zoekgedrag

Om inzicht te krijgen in hoe bewoners van Blijddorp op zoek gaan naar spullen om te lenen, als ze daar behoefte aan hebben, is de respondenten in de 1-meting een hypothetische casus voorgelegd: *Stelt u zich voor, dat u een duur stuk gereedschap nodig heeft. U heeft het gereedschap maar één keer nodig. Daarom vindt u het zonde om het nieuw te kopen. U zou het gereedschap wel van iemand willen lenen, maar u kent niemand die het heeft. Hoe zou u op zoek gaan naar iemand die het gereedschap aan u wil uitleenen?*

In de open antwoorden op deze vraag noemt 7% van de respondenten Peerby en 5% Nextdoor. Enkele respondenten noemen een niet nader gedefinieerd online deelplatform (wat Peerby zou kunnen zijn). 12% noemt een niet nader gedefinieerde buurt- of burenappp (waarschijnlijk WhatsApp, maar het zou om Nextdoor kunnen gaan).

Veel respondenten zouden voor het gezochte gereedschap navraag doen bij familie, vrienden of kennissen (18%), of bij andere bewoners van de straat of het appartementencomplex (18%). Samen met de hierboven genoemde 12% voor de buurtapps zoekt dus de helft van de respondenten het gereedschap in de directe sociale omgeving.

Andere respondenten zouden het gereedschap huren bij een winkel of bouwmarkt (11%) of op zoek gaan naar het gereedschap via Google, Marktplaats, of een andere website of app die niet specifiek voor de eigen buurt is (13%). Enkele respondenten noemen een prikbord in de wijk of supermarkt. Van de overige respondenten is niet duidelijk of en hoe ze naar het gereedschap zouden zoeken.

Deelname aan Peerby en andere deelinitiatieven

Aan de respondenten zijn zes (soorten) initiatieven voorgelegd die het delen van spullen organiseren of mogelijk maken: Buurtbieb, Kettingkledingruiltas, lokale app- en Facebookgroepen waarop mensen spullen delen, Nextdoor en Peerby.

De Buurtbieb en Nextdoor zijn betrekkelijk populair in Blijddorp. Aan de Buurtbieb neemt een derde van de respondenten deel, aan Nextdoor een kwart (wat dit betreft is er nauwelijks verschil tussen 0- en 1-meting). Het deelnamepercentage aan de Kettingkledingruiltas is 2%. Bij de lokale app- en Facebookgroepen liggen de deelnamepercentages respectievelijk rond 17% en 8% (het eerste percentage was in de 0-meting lager: 10%).

Uit de 1-meting volgt een grotere bekendheid van Peerby dan uit de 0-meting (zie tabel 2). Bij de 0-meting kende 75% van de respondenten Peerby niet, bij de 1-meting is dat 55%. Ook het aandeel respondenten dat Peerby beter kent dan “weleens van gehoord” is groter in de 1-meting. Het aandeel gebruikers van Peerby is volgens de 0-meting 4% en volgens de 1-meting 8%. De enquêteresultaten worden ondersteund door de cijfers van Peerby in paragraaf 4, waaruit blijkt dat het Peerby gebruik sterk is toegenomen. Let wel: ‘gebruik’ hoeft niet te betekenen dat men daadwerkelijk spullen deelt via Peerby! Uit paragraaf 4 blijkt immers dat het aantal transacties via Peerby een fractie is van het aantal gebruikers.

Tabel 2: Kennis en gebruik van Peerby (“Peerby is één van de grotere online deelplatforms van Nederland. Via Peerby kunt u eenvoudig spullen lenen en delen met uw buurtgenoten. Kent en gebruikt u dit platform?”)

	0-meting	1-meting
Ik ken het en gebruik het	4%	8%
Ik ken het maar gebruik het niet	12%	19%
Ik heb er weleens van gehoord, maar gebruik het niet	9%	18%
Ik ken het niet en gebruik het niet	75%	55%
Totaal	100%	100%
n	311	194

Redenen om (niet) aan Peerby deel te nemen

In de 0-meting is de respondenten verteld dat de gemeente Rotterdam met Peerby praat over het idee van een digitale buurtschuur voor Blijddorp: *“Dit idee houdt in, dat bewoners van Blijddorp die van of aan elkaar spullen willen lenen, via een online platform (“de Buurtschuur”) met elkaar in contact kunnen komen. En dat ze via dat platform kunnen nagaan wat andere buurtbewoners willen lenen of uitleenen.”* (‘Buurtschuur’ was de oorspronkelijk naam van de campagne voor de pilot).

De respondenten is vervolgens gevraagd of zij aan de digitale buurtschuur zouden willen deelnemen. 29% heeft hierop bevestigend geantwoord en 14% ontkennend. De rest heeft ‘misschien’ of ‘weet niet’ geantwoord. De antwoorden geven een indruk van de redenen van bewoners om wel of niet aan Peerby in Blijddorp deel te nemen:

- Degenen die wel zouden willen deelnemen, noemen vaak als reden dat de buurtschuur hen handig lijkt. Een andere, minder genoemde reden is dat het ten goede komt van het

contact met buren of van de sociale cohesie. En er zijn respondenten die aan een buurtschuur zouden willen meedoen vanwege milieuoverwegingen (duurzaamheid, enz.).

- De respondenten die niet aan de buurtschuur zouden willen deelnemen noemen vooral als redenen: geen behoefte/interesse, wil geen spullen delen (met onbekenden), te veel gedoe, wil niet delen via een digitaal platform (want: te grootschalig, onpersoonlijk, privacyrisico's, enz.).

Uit een vraag die alleen in de enquête voor de 1-meting is gesteld, blijkt dat ook kosten een barrière kunnen vormen voor deelname aan (een deelplatform als) Peerby. Dat komt overeen met de ervaringen van Peerby zelf: veel mensen zien ervan af iets te lenen via Peerby als ze ontdekken dat dit geld kost. Gevraagd of men bereid zou zijn € 3,- te betalen (de kosten van een maandabonnement bij Peerby) om een maand lang spullen te kunnen lenen die buurtgenoten willen uitlenen, zegt 30% van de respondenten "ja" en 42% "nee". De rest zegt het niet te weten.

6. Enquête Peerby gebruikers

Zowel vlak voor de pilot als tegen het einde van de pilot heeft Peerby per e-mail de gebruikers (accounts) in Blijddorp uitgenodigd een online enquête in te vullen. Deze enquête heeft een zeer lage respons opgeleverd van in totaal 22 ingevulde vragenlijsten. Vermoedelijk hebben weinig gebruikers de e-mail geopend, uit gebrek aan interesse, of omdat deze automatisch terecht komt bij 'ongewenste berichten'.

Uit de enquête blijkt dat de respondenten uiteenlopende achtergrondkenmerken hebben (man, vrouw, jong, oud, enz.), via uiteenlopende kanalen in aanraking komen met Peerby (wijkkrant, brief, sociale media, zoekmachine, enz.) en om uiteenlopende redenen lid worden (financiële motieven, sociale motieven, milieuoverwegingen).

Verder valt op dat de meeste respondenten (ook) spullen delen met buurtgenoten zonder daarvoor een online platform te gebruiken.

7. Conclusies

Invloed van de pilot op deelgedrag en -houding

De communicatiecampagne voor de pilot heeft de bekendheid van Peerby onder de bewoners van Blijddorp aanzienlijk vergroot. Uit de bewonersenquête volgt dat na afloop van de pilot anderhalf tot twee keer zoveel bewoners Peerby kennen als ervoor. De gebruikersdata van Peerby laten een

sterke stijging van het aantal leden in Blijddorp zien. Deze ontwikkelingen kunnen met voldoende zekerheid worden toegeschreven aan de communicatiecampagne, omdat in twee controlewijken zonder communicatiecampagne, geen toename van het aantal leden van Peerby te zien is.

Op basis van het onderzoek kunnen we niet concluderen, dat het delen van spullen tussen Blijddorpers uit de doelgroep (18 tot en met 65-jarigen) substantieel is toegenomen. We zien na de pilot wel een groter aantal betaalde lidmaatschappen en transacties via Peerby in Blijddorp dan voor de pilot – een toename die in ieder geval grotendeels aan de campagne lijkt te kunnen worden toegeschreven – maar ook na de pilot is het aantal transacties klein. De enquête onder bewoners van Blijddorp geeft geen aanleiding te veronderstellen, dat bewoners meer spullen van buurtgenoten zijn gaan lenen. De enquête duidt wel op een groei van het aantal bewoners dat weleens iets *uitleent* aan buurtgenoten, maar tegelijkertijd op een afname van het aantal frequente uitleners.

De redenen die bewoners van Blijddorp noemen om wel of geen spullen te delen met buurtgenoten zijn gedurende de pilot niet veranderd. De meeste bewoners die de enquêtes hebben ingevuld, hebben weleens spullen met buurtgenoten gedeeld. Van degenen die dat niet hebben gedaan, heeft een deel geen behoefte aan delen ('ik koop liever spullen die ik nodig heb'). De meesten hebben echter geen afwijzende houding tegenover delen. Dat zij niet meer spullen met elkaar delen, komt vooral doordat vraag en aanbod onvoldoende op elkaar aansluiten. (Bewoners krijgen geen vraag naar spullen, weten niet welke spullen buurtgenoten willen uitlenen, enz.)

Overwegingen voor de toolkit

Zoals eerder vermeld heeft Milieu Centraal een 'toolkit' ontwikkeld, op basis van de pilot in Blijddorp en de daarbij gebruikte communicatiemiddelen. De toolkit is bedoeld voor gemeenten die, in samenwerking met Peerby, een soortgelijke pilot in een buurt of wijk willen uitvoeren om de circulaire economie te stimuleren.

Op basis van de onderzoeksresultaten hebben we een aantal aanbevelingen en aandachtspunten voor toekomstig gebruik van de toolkit geformuleerd:

- Bedenk goed wat je met de toolkit in een wijk wilt bereiken en wees daarbij realistisch. De pilot in Blijddorp laat zien dat het mogelijk is met de toolkit een digitaal deelplatform in een wijk te promoten. Ook kunnen bewoners worden overgehaald om een account aan te maken

voor het deelplatform en daarop spullen aan te bieden. De vraag of dit een substantieel effect zal hebben op het delen van spullen door buurtgenoten, kan met dit onderzoek niet bevestigend worden beantwoord.

- Onderzoek wat voor de bewoners van de wijk waar de toolkit wordt ingezet, dominante motieven zijn om spullen met elkaar te delen. Speel daar met de campagne op in. Uit het onderzoek blijkt dat mensen uiteenlopende motieven kunnen hebben om wel of geen spullen met buurtgenoten te (willen) delen. Hetzelfde geldt voor motieven om wel of geen lid te worden van een digitaal deelplatform.
- Schenk in de campagne aandacht aan de specifieke meerwaarde voor bewoners van een digitaal deelplatform voor de wijk. Het onderzoek laat zien, dat een digitaal deelplatform voor veel mensen geen voor de hand liggende plek is om te zoeken naar spullen om te lenen. Men lijkt meer geneigd te zoeken in het eigen sociale netwerk of in de directe woonomgeving (straat, wooncomplex).
- Bij nieuwe inzet van de toolkit raden we aan, een langere en meer intensieve campagne te houden dan in Blijdorp. De campagne in Blijdorp duurde minder dan drie maanden. Na de eerste maand nam de campagne-inzet af. Het is aannemelijk dat een langere en meer

intensieve campagne meer effect sorteert. Overweeg de inzet van de toolkit te combineren met andere activiteiten om de deeleconomie in een wijk te stimuleren, bijvoorbeeld een festival rond het thema, of activiteiten in een buurthuis.

- Om het delen van spullen tussen buurtgenoten te stimuleren, is belangrijk dat mensen weten wat er gevraagd en aangeboden wordt en dat vraag en aanbod op elkaar aansluiten. In Blijdorp werden tijdens de pilot veel spullen via het digitale deelplatform aangeboden, maar het aantal transacties bleef klein. Voor het platform lijkt de grootste uitdaging dan ook niet het vinden van mensen die iets willen uitlenen, maar het vinden van een passend aanbod voor degenen die iets willen lenen.
- Lenen via het digitale deelplatform kost geld en dat schrikt veel potentiële leners af. Het lenen tijdelijk gratis maken, ten behoeve van een pilot, is geen duurzame oplossing. Niet direct duidelijk zijn over de kosten, zoals in de pilot, lijkt ook niet verstandig, omdat veel aanmelders dan bij nader inzien alsnog afhaken. Wellicht is het beter direct open te zijn over de kosten, maar daarbij de leenmogelijkheden te presenteren als aantrekkelijk, om financiële en maatschappelijke redenen (het is een “koopje”, je helpt je burens, het is beter voor het milieu, enz.).