

Universiteit Antwerpen
Faculteit Sociale Wetenschappen
Master Sociologie
Academiejaar 2020 - 2021

ONBEKEND MAAKT ONBEMIND? DE SOCIALE PRAKTIJK VAN PARTICULIER AUTODELEN

**EEN MIXED-METHODS ONDERZOEK OMTRENT DE VERHOUDING TUSSEN INFORMEEL EN FORMEEL
AUTODELEN BIJ VLAMINGEN MET EEN MIGRATIEACHTERGROND.**

Lore Majeau

Master in de Sociologie

Promotor: Prof. Dr. F. Vandermoere

Medebeoordelaar: Prof. Dr. A. Bergmans



Scriptie voorgelegd met het oog op het behalen van de graad van
Master in de Sociologie.

Abstract

Previous research has aimed to understand the underrepresentation of ethnic minority groups on P2P carsharing platforms through an attitude behavioral perspective. Instead, this research provides an alternative by starting from a social practice approach focusing on both informal and formal types of carsharing.

We did this using a mixed-method research design that combined logistic regression with 11 qualitative in-depth interviews with Flemish inhabitants of different ethnic origins.

The most surprising results applied to a found field of tension between informally providing your car to friends and family and becoming a provider on a P2P carsharing platform.

Contradicting to what earlier research suggests, we have not found statistical proof that women's higher ecological awareness might result in higher intentions to participate on carsharing platforms. What we did confirm was that the intentions to participate as providers declined for older age groups. Our results also suggest that this could be explained by a lower acknowledgment of this mobility style's ecological and financial benefits.

We conclude that future specific actions of Autodelen.net (an organization that serves the interests of car sharers) can relate to youngsters with a migrant background aspiring to obtain their driving license, since we found out that they often have to rely on informal sharing to practice their driving skills.

Keywords: P2P carsharing, informal carsharing, environmental sociology, ethnic diversity, Social Practice Approach, Mixed-Methods

Voorwoord

“For the things we have to learn before we can do them, we learn by doing them.” ~ Aristotle

Ik stuitte op dit citaat van Aristoteles quasi gelijktijdig met het verkrijgen van mijn eerste kwantitatieve resultaten, eind mei 2021. Op een of andere manier hielp het me om de gevoelens van dankbaarheid die ik op dat moment voelde onder woorden te brengen. Dankbaar voor de vele kennis die ik de afgelopen jaren mocht opdoen, alsook voor de kans om die verkregen inzichten nu in iets tastbaars om te zetten. Ik kan mijn studie Sociologie afsluiten met een bijdrage aan de literatuur over autodelen; een praktijk waarin ik geloof en die me in de toekomst zal blijven boeien.

In dit voorwoord wil ik graag van de gelegenheid gebruik maken om een aantal mensen te bedanken zonder wie ik dit eindwerk niet had kunnen schrijven. Allereerst dankjewel aan Merel Vansevenant van Autodelen.net om me wegwijs te maken in de wereld van het autodelen en met haar waardevolle feedback mee richting te geven aan dit onderzoek. Ook bedank ik daarnaast graag de organisatie zelf om me te vertrouwen met de data van hun ‘mobiliteit in uw buurt’ onderzoek. Dit gaf me de kans om een *mixed-methods* onderzoek uit te voeren en zo ook mijn ‘statistische skills’ bij te schaven.

Vervolgens wil ik graag Frédéric Vandermoere bedanken voor de intensieve begeleiding als promotor. Zijn waardevolle tips brachten me steeds weer op het juiste spoor wanneer ik het gevoel had vast te zitten of met twijfels zat. Bedankt ook voor uw geduld en betrokkenheid. Ook een welgemeende dankjewel aan medebeoordelaar Anne Bergmans om zich te engageren voor het nalezen van deze masterscriptie. Ik kijk uit naar uw feedback.

Bijzondere dank ook naar alle respondenten die de moeite hebben genomen om voor de zoveelste keer dit jaar achter hun computer plaats te nemen, ditmaal voor een online interview. Bedankt om mijn blik te verruimen met jullie boeiende inzichten. Ook bedank ik Kelly van Refu Interim en Jill om mijn zoektocht naar respondenten een boost te geven.

Tenslotte nog een welgemeend woord van dank voor de mensen zonder wie ik hier vandaag niet had gestaan. Allereerst voor de mensen die mijn jaren op de universiteitsbanken naast leerrijk ook vooral heel plezierig hebben gemaakt (Elke, Leen, Heleen, Katrien en Stef). Merci ook aan mijn goede vriend Andreas voor de vele productieve uren die we samen mochten doorbrengen in de bibliotheek dit jaar. Tenslotte uit ik mijn dankbaarheid naar de mensen het dichtst rondom mij, zonder wiens praktische en emotionele steun ik dit niet had kunnen bereiken (mijn ouders, Lise, Kibe en Mohammad).

Inhoudstafel

Abstract	2
Voorwoord	3
Lijst van figuren, tabellen en vergelijkingen.....	6
Lijst met gehanteerde afkortingen.....	7
1. Probleemstelling.....	8
2. Literatuurstudie.....	12
2.1. Wat is autodelen?	12
2.2. Waarom de sociale praktijkenbenadering?	14
2.3. Wat houdt de SPB in?.....	16
2.3.1. Verschillende visies op SPB	16
2.3.2. Individuen als dragers van sociale praktijken.....	17
2.4. Particulier autodelen als sociale praktijk.....	18
2.4.1. De competenties van particulier autodelen.....	19
2.4.1.1. Distributed Trust als competentie van particulier autodelen	19
2.4.1.2. Plannen van verplaatsingen als competentie van particulier autodelen	21
2.4.2. De betekenissen van particulier autodelen.....	22
2.4.2.1. Sociale betekenissen van particulier autodelen.....	22
2.4.2.2. Ecologische betekenissen van particulier autodelen	22
2.4.2.3. Economische betekenissen van particulier autodelen.....	23
2.4.3. De materiële elementen van particulier autodelen	25
2.4.3.1. Digitalisering binnen particulier autodelen.....	25
2.4.3.2. De autosleutel als materieel element van particulier autodelen.....	25
3. Methode.....	27
3.1. Mixed-Method onderzoeksdesign	27
3.2. Kwantitatief luik	28
3.2.1. Data	29
3.2.2. Afhankelijke variabelen	29
3.2.3. Onafhankelijke variabelen.....	30
3.2.4. Statistische methode.....	33
3.3. Kwalitatief luik.....	36
3.3.1. Respondenten	36
3.3.2. Wat werd bevraagd?	38
3.3.3. Kwalitatieve methode	38
4. Resultaten.....	42

4.1.	Kwantitatieve resultaten	42
4.1.1.	Het verband tussen informeel en formeel autodelen.....	43
4.1.2.	Ecologische, sociale & economische betekenissen	43
4.1.3.	Competenties: Plannen van verplaatsingen en vertrouwen van andere gebruikers....	44
4.1.4.	Materieel element: Autosleutel	44
4.1.5.	Demografische kenmerken: geslacht en leeftijd.....	45
4.2.	Kwalitatieve resultaten	47
4.2.1.	De (on)bekendheid van de transactiepartner	47
4.2.2.	Een typologie van de informele autodeler	48
4.2.2.1.	B2C autodeler om financiële en ecologische redenen	48
4.2.2.2.	Informele user	49
4.2.2.3.	Samen een auto kopen om financiële, praktische en ecologische redenen	51
4.2.2.4.	Informele provider met financiële en sociale motivatie	52
4.2.2.5.	Informele provider met sociale motivatie.....	53
4.2.2.6.	Geen ervaring met informeel autodelen.....	55
5.	Discussie	56
5.1.	De betekenissen van particulier autodelen.....	56
5.1.1.	De economische betekenissen van autodelen.....	56
5.1.2.	De sociale betekenissen van autodelen	57
5.1.3.	De ecologische betekenissen van autodelen	58
5.2.	De competenties van particulier autodelen.....	60
5.2.1.	Het plannen van verplaatsingen.....	60
5.2.2.	Het vertrouwen van andere participanten.....	61
5.3.	De materiële elementen van particulier autodelen.....	63
5.3.1.	Autosleutel	63
5.3.2.	Stranger sharing	63
5.3.3.	Oefenen voor je rijbewijs	65
5.4.	Limieten van het onderzoek.....	66
5.5.	Suggesties voor autodelen.net.....	67
6.	Conclusie	68
7.	Bibliografie.....	71
8.	Bijlage	76
8.1.	Topiclijst	76
8.2.	Codeboom	80

Lijst van figuren, tabellen en vergelijkingen

FIGUUR A: DE DYNAMISCHE ELEMENTEN VAN EEN SOCIALE PRAKTIJK (OVERGENOMEN UIT GREENE & RAU, 2018).....	18
FIGUUR B: "THE TRUST LEAP" VOLGENS RACHEL BOTSMAN (OVERGENOMEN UIT TED, 2016).....	19
FIGUUR C: "THE TRUST STACK" VOLGENS RACHEL BOTSMAN (OVERGENOMEN UIT TED, 2016).....	20
TABEL 1: ONAFHANKELIJKE DUMMY VARIABELEN.....	31
FIGUUR D:CORRELATIE ECOLOGISCHE BETEKENISSEN.....	32
FIGUUR E: STAPSGEWIJZE TOEVOEGING ONAFHANKELIJKE VARIABELEN (PROVIDERS).....	34
FIGUUR F: STAPSGEWIJZE TOEVOEGING ONAFHANKELIJKE VARIABELEN (USERS).....	35
TABEL 2: KENMERKEN RESPONDENTEN: PSEUDONIEM, LEEFTIJD, GESLACHT, ORIGINE EN WOONPLAATS.....	38
VERGELIJKING 2: OPTIMALE MODEL PROVIDERS	42
VERGELIJKING 1: OPTIMALE MODEL USERS.....	42
FIGUUR G: KRUISTABEL ABSOLUTE FREQUENTIES PROVIDERS	43
FIGUUR H: KRUISTABEL ABSOLUTE FREQUENTIES USERS	43
TABEL 3: MEDIATOREFFECTEN PROVIDERS.....	46
TABEL 4: MEDIATOREFFECTEN USERS	46
FIGUUR I: DE KRINGLOOP VAN ATTITUDES EN GEDRAG (OVERGENOMEN UIT: LEENAERT, 2017).....	60
TABEL 5: SCHEMATISCHE SAMENVATTING KWALITATIEVE RESULTATEN	64

Lijst met gehanteerde afkortingen

P2P: peer to peer

B2C: business to consumer

SPB: sociale praktijken benadering

VVSG: vereniging van Vlaamse steden en gemeenten

LEZ: lage-emissiezone

1. Probleemstelling

Autodelen vormt als gestaag groeiend fenomeen binnen de deeleconomie, een potentieel hulpmiddel bij de noodzakelijke **dematerialisatie** van ons economisch systeem. (Pouri & Hilty, 2018; Universiteit van Turijn et al., 2020a) Afhankelijk van stad tot stad kan 1 deelauto vervanging bieden aan 9 tot 13 private auto's. (E. Martin, Shaheen, & Lidicker, 2010) Een substantiële reductie aan benodigde grondstoffen en energie wordt zo bereikt. (Pouri & Hilty, 2018) Tegelijkertijd kan autodelen ook onderdeel zijn van een slimmer mobiliteitssysteem, waarbij stedelijke problemen zoals luchtvervuiling, files en parkeerplaatstekorten gelijktijdig worden aangepakt. (Derikx & Lierop, 2021; Prieto, Baltas, & Stan, 2017)

Ook andere aspecten van de deeleconomie worden steeds meer beschouwd als een vorm van **duurzame consumptie** omdat efficiënter, gedeeld gebruik zo het individuele bezit vervangt. (Botsman & Rogers, 2010; Shaheen, Martin, & Bansal, 2018; Vaskelainen & Münzel, 2018). In het geval van autodelen blijkt ook dat consumenten hun individuele broeikasuitstoot daalt eens ze hiermee beginnen, omdat ze bewuster en meer minimalistisch de wagen gaan gebruiken. (Chen & Kockelman, 2016; Frenken & Schor, 2017; Machado, de Salles Hue, Berssaneti, & Quintanilha, 2018; E. W. Martin, Shaheen, & Lidicker, 2011; Nijland & van Meerkerk, 2017) Bovendien zorgt de optie van autodelen ervoor dat mensen minder snel overgaan tot de aankoop van een nieuw voertuig. (Münzel, Piscicelli, Boon, & Frenken, 2019)

Autodelen zit in Vlaanderen vooral in de lift in grootsteden zoals Gent en Antwerpen, waar sociaaleconomische en etnisch-culturele diversiteit kenmerkend is. (Elmahdi, 2020; Nehrke et al., 2018) Desondanks blijft het een 'elitair' nichefenomeen, hoofdzakelijk gebruikt door jonge, hoogopgeleide en autochtone burgers. (Münzel et al., 2019; Ramos et al., 2019) Ook binnen de algemene deeleconomie blijven Etnisch-Culturele minderheden onder de radar. (Acquier, Daudigeos, & Pinkse, 2017; Böcker & Meelen, 2017; Stokes, Clarence, Anderson, & Rinne, 2014) Autodelen vormt hierop geen uitzondering en we zien dan ook het gebrek aan diversiteit onder de gebruikers worden weerspiegeld in onderzoek uit Canada, de VS, Nederland, Griekenland, het Verenigd Koninkrijk, Spanje, Japan en Frankrijk. (Becker, Ciari, & Axhausen, 2017; Böcker & Meelen, 2017; Burkhardt & Millard-Ball, 2006; Durand, Harms, Hoogendoorn-Lanser, & Zijlstra, 2018; Efthymiou, Antoniou, & Waddell, 2013; Prieto et al., 2017; Schor, 2016; Shaheen et al., 2018) Autodelen.net, partnerorganisatie van dit onderzoek, ziet dit gegeven ook in Vlaanderen terugkomen. Als vertegenwoordiger en verbindend netwerk van gedeelde mobiliteit in Vlaanderen hopen zij zo veel mogelijk consumenten te overtuigen tot autodelen. De **homogeniteit van autodelers** contrasteert met de door hen gewenste

mainstreaming van deze mobiliteitsoptie. (Münzel et al., 2019; Spindeldreher, Ak, Fröhlich, & Schlagwein, 2019) Een uitdaging waarin dit thesisonderzoek hen hoopt te ondersteunen.

Er bestaat reeds veel onderzoek naar individuele motivaties om te autodelen. (Belk, 2014; Bellotti et al., 2015; Benoit, Baker, Bolton, Gruber, & Kandampully, 2017; Böcker & Meelen, 2017; Hamari, Sjöklint, & Ukkonen, 2016; Hellwig, Morhart, Girardin, & Hauser, 2015; Wilhelms, Henkel, & Falk, 2017) Deze motieven kunnen we grofweg categoriseren in de sociale, ecologische en economische voordelen die voortkomen uit autodelen. (Böcker & Meelen, 2017) We weten ook dat deze drijfveren sterk verschillen per socio-economische groep. (Böcker & Meelen, 2017) Of eerder de praktische voordelen en kostenbesparingen dan wel de altruïstische en ecologische motivaties worden benadrukt, lijkt deels afhankelijk van leeftijd, opleidingsniveau en geslacht. (Böcker & Meelen, 2017; Münzel et al., 2019) Dit vertelt ons echter weinig over mogelijke **motivaties** van ‘nieuwe doelgroepen’ of verklaringen voor hun huidige ondervertegenwoordiging, als onderzoek zich blijft beperken tot dezelfde karakteristieke respondenten die het systeem reeds gebruiken. (Benoit et al., 2017; Böcker & Meelen, 2017; Hellwig et al., 2015)

In het onderzoek naar mobiliteitspraktijken overschaduwde het dominante sociaalpsychologische paradigma vaak het meer sociologisch perspectief. (Greene & Rau, 2018) Hiervoor willen we in deze masterscriptie een alternatief bieden door te vertrekken vanuit de **sociale praktijken benadering**, vaak afgekort als SPB. Deze methode beschouwt burgers-consumenten als belangrijke ‘*change-agents*’ in de transitie naar een duurzamere samenleving. Tegelijkertijd leggen ze ook verantwoordelijkheid bij de sociale en technologische structuur die individuen de gelegenheid moet geven hun gedrag aan te passen. (Nettleton & Green, 2014; Shove & Walker, 2010; Spaargaren, 2011) De analyse-eenheid is dus het milieuvriendelijke gebruik zelf, samen met de elementen die deze praktijk opbouwen. (Axsen & Kurani, 2012; Greene & Rau, 2018; Shove, 2014; Shove, Pantzar, & Watson, 2012; Shove & Walker, 2010).

De deeleconomie in haar huidige hippe gedaante doet ons bijna vergeten dat delen vanouds vervat zit in onze menselijke natuur en cultuur. (Grassmuck, 2012) Vanuit een langetermijnperspectief is het concept, waarbij we andermans spullen gebruiken in plaats van deze zelf aan te kopen, helemaal niet zo revolutionair. (Schor, 2016) Sociale praktijken leggen een **traject** af, gekenmerkt door sociale verandering. (Fraanje & Spaargaren, 2019) Systemen van autodelen via digitale platformen onderscheiden zich daarom ondertussen van meer informele vormen waarbij kennissen, vrienden en familie onderling hun auto uitlenen. Literatuur lijkt bovendien te suggereren dat dit soort informele deelpraktijken meer algemeen voorkomen bij mensen met een migratieachtergrond. (De Vrij, 2019; Elmahdi, 2020; Frenken & Schor, 2017; Lovejoy & Handy, 2011; Schor, 2016)

De bewering van Fraanje en Spaargaren, dat we door het traject van een sociale praktijk te veranderen deze aantrekkelijker kunnen maken voor nieuwe participanten, maakt de tendens van **formalisering** binnen autodelen nog interessanter. (2019) Door ons onderzoek te situeren binnen de SPB hopen we daarom mee inzicht te bieden omtrent de vraag hoe het herconfigureren van de elementen van een sociale praktijk kan helpen bij het verduurzamen van dagelijkse routines. (Nettleton & Green, 2014; Shove, 2014) Betreffende de verhouding tussen informele en meer georganiseerde vormen van autodelen komt er in recent Nederlands onderzoek nog een boeiende conclusie naar boven. (Münzel et al., 2019). Veel eigenaars die interesse tonen om hun auto aan te bieden via een erkend deelplatform, leenden deze voorheen reeds regelmatig uit aan vrienden en familie. Het zogenoemde 'peer to peer' autodelen lijkt op basis van dit onderzoek dus een logische voortzetting van informeel autodelen, eerder dan concurrentie. (Münzel et al., 2019) Meer onderzoek omtrent hoe deze twee verschijningsvormen elkaar versterken dan wel tegenwerken lijkt hoe dan ook nuttig.

Academisch onderzoek heeft de groeiende populariteit van P2P (*peer to peer*) autodelen tot nu toe grotendeels genegeerd ten voordele van het traditionele B2C (*business to consumer*) autodelen, waarbij een bedrijf een eigen vloot deelauto's ter beschikking stelt. (Münzel et al., 2019) In Vlaanderen denken we hierbij bv. aan Partago, Poppy, GreenMobility en Cambio. (Autodelen.net, 2021) Deze onderscheiden zich van P2P autodelen waarbij de autodeelplatformen uitsluitend coördineren maar geen eigen auto's aanbieden. Via deze platformen zijn gewone burgers in staat hun eigen voertuigen te delen met anderen. (Wilhelms et al., 2017) We zullen dit systeem daarom ook wel benoemen als **particulier autodelen** omdat zowel de eigenaar van de wagen (vaak benoemd als *provider*) en de gebruiker (*user*), particulier zijn. Voorbeelden van dit soort P2P platformen die in Vlaanderen *users en providers* van deelauto's tracht te matchen zijn: Cozywheels, Dégage & Getaround. (Autodelen.net, 2021)

Meer academische interesse in P2P deelsystemen (o.a. vanuit de sociologie) valt ook te verantwoorden vanuit de zogenaamde **sociale mix hypothese**. Zeker bij duurdere goederen, zoals auto's, lijkt het aannemelijk dat *providers* en *users* verschillen in sociaal-demografisch profiel. (Frenken & Schor, 2017; Wilhelms et al., 2017) Naast het construeren van betekenisvolle connecties en een '*sense of community*' in grootstedelijke context, kan deze praktijk dus mogelijks ook helpen bij de creatie van minder gesegregeerde sociale netwerken. (Agyeman & McLaren, 2017; Bellotti et al., 2015; Dowling, Maalsen, & Kent, 2018; Svangren, Brereton, Skov, & Kjeldskov, 2019; Van de Glind & Van Sprang, 2016b) Een voorwaarde hiervoor is natuurlijk wel dat de deeltransacties gebeuren buiten de eigen vertrouwde sociale kring, wat geformaliseerde vormen van particulier autodelen een streepje voor geeft in het bekomen van dit maatschappelijk voordeel.

Op basis van eerdere literatuur over autodelen en deeleconomie identificeren we dus vier belangrijke gaps, waarop we met dit onderzoek willen inspelen. Ten eerste willen we verklaren waarom bepaalde sociale groepen de weg naar bestaande autodeelplatformen niet lijken te vinden. Hier dringt zich omwille van haalbaarheidsredenen een afbakening op waardoor we ons beperken tot respondenten met een migratieachtergrond. Ten tweede willen we graag non-users bevragen, met het oog op het opschalen van autodelen in Vlaanderen en het verbreden van het publiek. Ten derde wensen we autodelen expliciet te beschouwen als een sociale praktijk, ter compensatie van het actor-gecentreerde perspectief in eerder onderzoek. (Heisserer & Rau, 2017) Ten vierde willen we een alternatief bieden voor de dominante focus op B2C autodelen door te focussen op particulier autodelen, zowel in haar georganiseerde als informele gedaante. We geloven dat er mogelijk is een interessante dynamiek bestaat tussen deze twee verschijningsvormen. De centrale onderzoeksvragen die dit onderzoek mee vorm geven zijn daarom: **Hoe verhouden informeel- en particulier autodelen via erkende deelplatformen zich tot elkaar bij non-users met een migratieachtergrond? Welke mogelijkheden biedt de tendens tot formalisering binnen deze sociale praktijk betreffende het diversifiëren van de P2P autodeelplatformen?**

We zullen deze onderzoeksvragen beantwoorden door middel van een **mixed-methods onderzoeksdesign**. (Mortelmans, 2013c; Small, 2011) Kwantitatieve analyses op data verzameld door autodelen.net dienen uit te wijzen hoe formele en informele vormen van particulier autodelen zich bij de globale bevolking verhouden tot elkaar. Kwalitatieve diepte-interviews met mensen met een migratieachtergrond zullen helpen om de conclusies uit het kwantitatieve luik te bekijken vanuit hun specifieke context. We hopen hier vervolgens ook mogelijkheden betreffende het toeleiden van nieuwe doelgroepen aan te kunnen verbinden.

Vooraleer deze mixed-method methodologie meer in detail kan worden besproken krijgt u als lezer een overzicht van de belangrijkste literatuur over het onderwerp en het gehanteerde theoretisch kader. Hierna volgt een bespreking van zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve onderzoeksmethode, alsook een verduidelijking hoe deze twee luiken werden geïntegreerd. De vergaarde inzichten uit de statistische analyses en de codering van de interviews zullen vervolgens apart aan bod komen in de resultatensectie. In de discussiesectie worden deze twee luiken dan geïntegreerd tot één geheel en zal er tevens ruimte zijn om de resultaten te situeren binnen de relevante sociologische literatuur. Tenslotte worden de belangrijkste bevindingen samengevat in een conclusie en reflecteren we over de beperkingen van dit onderzoek. Hierbij worden ook aanbevelingen meegegeven voor toekomstig onderzoek en de partnerorganisatie.

2. Literatuurstudie

In dit literatuuroverzicht wensen we de lezer te laten kennismaken met het concept autodelen alvorens duidelijkheid te scheppen omtrent het theoretisch kader van dit onderzoek nl. de sociale praktijkenbenadering. Tot dit paradigma behoort ook het drie-elementenmodel van Shove dat we zullen gebruiken om uit te leggen hoe particulier autodelen zich manifesteert in Vlaanderen en wat de meest relevante verschillen tussen informeel en formeel autodelen inhouden.

2.1. Wat is autodelen?

Does sharing always mean caring? (Ranchordás, 2015) In onze hedendaagse realiteit lijkt het in elk geval geen eenduidig concept en dat is het misschien wel nooit geweest. (Schor, 2016) We merken dat de deeleconomie steeds meer fungeert als een **parapluterm** voor verschillende soorten initiatieven, waarbij platformen oneindig veel doelen kunnen nastreven, van zuiver idealistisch tot puur economisch en alles daartussenin. (Bardhi & Eckhardt, 2012; Botsman & Rogers, 2010; Salvia & Morello, 2020; Spindeldreher et al., 2019; Van de Glind & Van Sprang, 2016a; Vaskelainen & Münzel, 2018) De sector wordt dan ook gekenmerkt door een variëteit aan businessmodellen (Vaskelainen & Münzel, 2018)

We hebben onze interesse voor particulier autodelen reeds toegelicht in de probleemstelling. Deze afbakening heeft het bijkomstig voordeel dat we autodelen kunnen plaatsen binnen de bredere literatuur van de **deeleconomie**, aangezien er hier meer consensus heerst over het incorporeren van P2P vormen. (Elmahdi, 2020; Frenken & Schor, 2017; Van de Glind & Van Sprang, 2016a) Veel academici beschouwen het als een meer authentiek facet van de deeleconomie omdat het bestaande goederen efficiënter wil benutten. (Shaheen et al., 2018; Van de Glind & Van Sprang, 2016a)

Een tweede conceptueel discussiepunt heeft betrekking op het al dan niet incorporeren van meer informele vormen van delen. Wij zijn van mening dat, door het hanteren van een langetermijnperspectief, het niet echt legitiem is om te spreken van een **sharing turn** of kantelpunt in onze geschiedenis. (Grassmuck, 2012; Schor, 2016) Mensen zijn immers altijd blijven delen om sociale relaties en culturele praktijken te verstevigen. (Belk, 2010; Frenken & Schor, 2017; Van de Glind & Van Sprang, 2016a) Tegenwoordig hebben we echter de technologische middelen om op ongeziene schaal informatie te delen met zowel bekenden als onbekenden, wat een *spillover* heeft teweeggebracht in het delen van materiële goederen zoals auto's. (Grassmuck, 2012) Mocht er dus toch sprake zijn van een omwenteling, dan is deze hoofdzakelijk technologisch. (Hamari et al., 2016; Pouri & Hilty, 2018) Dit onderzoek heeft als doel te begrijpen waarom deze geformaliseerde 'hippe' vormen van autodelen

zo selectief aanslaan en vraagt zich af of een deel van het antwoord op deze vraag schuilt in de meer traditionele vormen van gedeeld autogebruik. Daarom trachten we beide vormen op een evenwaardige manier te integreren in dit onderzoek.

Wat deze twee vormen van autodelen van elkaar onderscheidt is de rol die informatietechnologie speelt in het faciliteren van de transacties. In het geformaliseerde facet van autodelen is er hierdoor een driehoeksverhouding tussen **providers, platform en users**,¹ ontstaan. (Benoit et al., 2017; Lang et al., 2020; Pouri & Hilty, 2018; Scaraboto, 2015; Spindeldreher et al., 2019) We zullen de eigenaars, die hun eigen privévoertuig ter beschikking stellen via een deelplatform, voortaan benoemen als *providers*. *Users* zijn dan degenen die gebruik maken van deze aangeboden auto's. Wanneer we in het algemeen spreken over burgers die aan autodelen doen, zonder dat de opdeling in deze twee rollen relevant is, zullen we de term deelnemers of participanten hanteren. (Schor, 2016) Daarnaast is ook de autodeelorganisatie of het platform relevant. Voorbeelden van dit soort platformen die actief zijn in Vlaanderen zijn Cozywheels, Dégage & Getaround. (Autodelen.net, 2021)

Dit autodelen waarbij particuliere eigenaars hun private wagens delen met andere burgers kunnen we in Vlaanderen opdelen in twee vormen. (Autodelen.net, 2021) Enerzijds heb je het **kostendelend autodelen**, dat gebeurt in een kleinschalig zelfstandig systeem bv. onder burens. Kostendelend impliceert dat de eigenaar van de wagen (*provider*) geen winst maakt maar enkel wordt vergoed voor de reële kostprijs van de wagen. (Autodelen.net, 2021) Dit aspect onderscheidt deze vorm van het **autodelen aan de marktprijs**. (Vaskelainen & Münzel, 2018) In Vlaanderen is er echter nog maar één platform dat dit systeem aanbiedt nl. Getaround. (Autodelen.net, 2021) Gebruikers hiervan kunnen eender welke wagen op het platform lenen tegen een door de eigenaar bepaalde vergoeding (kilometerprijs en/of uurprijs). Per transactie gaat er een commissie naar Getaround voor het faciliteren van het online platform, verzekering en het uitvoeren van de noodzakelijke controles. (Autodelen.net, 2021; Shaheen et al., 2018) Wat overblijft mag de *provider* houden, al gaat dit bij het gangbare gebruik meestal maar over een klein financieel extraatje.

¹ Deze drie actoren vervangen het traditionele dyadische onderscheid tussen producenten en consumenten zoals we dat kennen sinds de industriële revolutie. Ook bepaalde commerciële vormen van B2C autodelen (die zoals eerder aangehaald geen onderdeel uitmaken van dit onderzoek) opereren nog volgens deze dyadische logica. De beschreven transitie gaat dus gepaard met het ontstaan van nieuwe sociale rollen zoals: user, platform en provider wat ook vanuit sociologisch opzicht bijzonder interessant is. (Lang et al., 2020; Pouri & Hilty, 2018; Scaraboto, 2015)

2.2. Waarom de sociale praktijkenbenadering?

Een eerste voordeel van de sociale praktijkenbenadering schuilt in het feit dat ze komaf maakt met de onrealistische veronderstelling dat enkel individuele keuzes aan de basis liggen van sociaal gedrag. Veel wetenschappers die afstappen van het mensbeeld van de **homo economicus** reduceren individuen dan weer te veel tot een **homo sociologicus**, een actor die uitsluitend wordt beperkt door het sociaal systeem waarin hij leeft. (Heisserer & Rau, 2017; Warde, 2005) SPB daarentegen beschouwt actoren als dragers van een sociale praktijk, wat betekent dat ze niet volledig autonoom handelen, maar ook geen simpele *sub-cultural dopes* zijn die louter conformeren aan normen. (Spaargaren, 2011; Warde, 2005) Het onderzoeken van autodelen als een sociale praktijk voorkomt dus zowel het vervallen in te structuralistische top-down verklaringen alsook een onrealistisch geloof in individuele *agency*. (Greene & Rau, 2018; Heisserer & Rau, 2017; Nettleton & Green, 2014; Spaargaren, 2011)

Wetenschappers die zich onderdompelen in de literatuur over deeleconomie zullen voornamelijk stuiten op onderzoek dat vertrekt vanuit het **attitude-gedragsmodel**. (Zie bv.:Belk, 2014; Bellotti et al., 2015; Benoit et al., 2017; Böcker & Meelen, 2017; Hamari et al., 2016; Hellwig et al., 2015; Wilhelms et al., 2017) Echter, door zo eenzijdig te focussen op de motivaties van participanten, kennen we hun individuele affectie t.o.v. een bepaald vervoersmiddel een enorm gewicht toe, terwijl we de sociale en culturele betekenissen hiervan negeren. (Heisserer & Rau, 2017) Bovendien verliezen we zo ook uit het oog dat elk individu omringd wordt door een sociaal netwerk met bepaalde noden, verwachtingen en meningen. (Gram-Hanssen, 2010; Heisserer & Rau, 2017) Ten slotte is er in het attitude-gedragsmodel geen plaats voor structurele verklaringsgronden die extern zijn aan het individu, denk maar aan beleid, wetgeving, infrastructuur en sociaaleconomische context. (Gram-Hanssen, 2010; Heisserer & Rau, 2017)

Bij een verdere verkenning van de literatuur over autodelen en deeleconomie stuiten we ook op bevindingen die de ontoereikendheid van dit paradigma erkennen. Zo zijn er indicaties voor een *attitudebehaviour gap* in de deeleconomie, waaruit blijkt dat positieve percepties van het systeem zich niet automatisch vertalen in gebruik. (Hamari et al., 2016) Bovendien is het goed mogelijk dat de lineaire relatie tussen attitudes en gebruik ook voorkomt in de andere richting. (Collins, 2004) We weten namelijk vanuit onderzoek dat een verhoogd ecologisch bewustzijn een belangrijk bijproduct is van autodelen, zowel onder *users* (Zie: Lane, 2005) als bij *providers*. (Wilhelms et al., 2017) Een motivatie om duurzaam te consumeren kan dus niet enkel de aanleiding zijn tot, maar ook het gevolg van autodelen.

Het foutieve vertrek vanuit de individuele consument in wetenschappelijk onderzoek slijpelt ook door naar het beleidsdebat omtrent duurzaamheidstransities. (Heisserer & Rau, 2017; Spaargaren, 2011) **Beleidsmakers** vernauwen op die manier hun taak tot het overtuigen van individuen, een aanpak die ontoereikend is in het voorzien van de noodzakelijke doorbraak naar een duurzaam consumptiemodel. (Shove, 2014; Spaargaren, 2011) Bovendien komt het veranderen van individuele gewoontes, attitudes of motivaties over als een titanenwerk zonder concreet beginpunt. Daarentegen gaat consumptiegeoriënteerd beleid gebaseerd op de gedragspraktijkenbenadering, rechtstreeks ingrijpen bij de elementen waaruit (on)duurzame praktijken bestaan. (Axsen & Kurani, 2012) Hierdoor ontstaan er mogelijkheden inzake het bewerkstelligen van duurzaamheidstransities in verschillende domeinen tegelijkertijd. Al wat dit vraagt is een verschuiving van het interesseveld naar de dynamiek van een sociale praktijk *as such*, om zo coalities te bouwen die voorzien in de voorwaarden van duurzame gewoontes. (Shove, 2014)

Een vorig thesisonderzoek in samenwerking met autodelen.net onderzocht of de lagere participatiegraad door mensen met een migratieachtergrond kon worden verklaard vanuit hun attitudes. Dit werd inderdaad bevestigd voor Belgen van Marokkaanse en Turkse afkomst, die blijkbaar minder positief staan ten opzichte van autodelen dan Belgen zonder migratieachtergrond. (Elmahdi, 2020) Het attitude-gedragsperspectief vormt daarom zeker een meerwaarde voor het afbakenen van onze probleemstelling. Wij verkiezen echter in deze thesis te vertrekken vanuit de SPB, aangezien dit perspectief (om bovengenoemde redenen) ons dankbaarder lijkt in het voorzien van concrete aanbevelingen voor het creëren van een inclusievere deeleconomie. (Fraanje & Spaargaren, 2019; Shove, 2014)

2.3. Wat houdt de SPB in?

We weten reeds dat de sociale praktijkenbenadering niet de individuele actor of de sociale structuur neemt als grondslag voor milieutransities, maar vertrekt vanuit de praktijk zelf. (Axsen & Kurani, 2012; Greene & Rau, 2018; Spaargaren, 2011; Warde, 2005) Onder een sociale praktijk verstaan we dan elke concrete routinematige vorm van gedrag, bestaande uit verschillende samenhangende elementen. (Reckwitz, 2002; Salvia & Morello, 2020; Shove et al., 2012; Warde, 2005)

De essentie van SPB draait rond de vraag hoe specifieke consumptiepraktijken vervat raken in onze samenleving en hoe hun evolutie daarbij kansen kan creëren voor verandering. (Gram-Hanssen, 2010; Shove, 2014; Warde, 2005) De concepten die daarbij worden benadrukt verschillen echter van auteur tot auteur waardoor het moeilijk wordt om te spreken van dé sociale praktijkenbenadering. (Greene & Rau, 2018) Auteurs als Gert Spaargaren, Elisabeth Shove, Theodore Schatzki en Andreas Reckwitz leggen ieders specifieke accenten, waarvan we hieronder een kort overzicht meegeven. We willen echter benadrukken dat we deze verschillende perspectieven bij voorkeur als complementair interpreteren.

2.3.1. Verschillende visies op SPB

Spaargaren bestudeert praktijken als kruispunten tussen de groene vraag en het bestaande groene aanbod. Deze confrontaties gebeuren meestal op locaties waar men kan consumeren, zoals supermarkten, reisbureaus en restaurants. (Paredis, 2009; Spaargaren, 2003; Spaargaren & Van Vliet, 2000) In deze visie is consumptie dus geen praktijk op zich maar eerder een moment dat in quasi elke praktijk voorkomt. (Warde, 2005) Op deze kruispunten van consumptie spelen de zogenaamde **milieuheuristieken** een rol in het verankeren van duurzamere routines. (Abts, 2015; Spaargaren, 2003) Burgers passen deze toe zodat ze niet continu dienen te reflecteren over hun (on)duurzaam gedrag. (Beckers, Spaargaren, & Bargeman, 2000) Voorbeelden van zulke mentale *'shortcuts'* binnen het thema van dit onderzoek zijn: 'voor afstanden onder de 10 km laat je de wagen staan' of 'zolang ik minder dan 2 keer per week een auto nodig heb, vind ik het niet nodig er één aan te kopen'.

Shove verschilt in haar opvatting van Spaargaren doordat ze in de eerste plaats focust op de gangbare, als normaal beschouwde consumptiepraktijken. (Abts, 2015) In haar drie-elementenmodel legt Shove de nadruk op de afzonderlijke elementen die individuen gaan vervlechten op een historisch specifieke manier, door de uitvoering van een bepaalde praktijk. (Fraanje & Spaargaren, 2019; Salvia & Morello, 2020; Shove, 2012; Shove et al., 2012) Deze veranderlijke elementen categoriseert ze in **materiële infrastructuren, competenties en betekenissen**. (Greene & Rau, 2018; Shove, 2012; Shove et al., 2012) Door de elementen waaruit duurzame praktijken bestaan op een toegankelijke manier te laten

circuleren bv. door middel van beleidsinterventies, zijn we volgens Shove in staat duurzamere gewoontes te creëren onder burgers-consumenten. (Shove, 2012)

Ook Reckwitz benadrukt in zijn werk de interconnectie van elementen die noodzakelijk is voor het voortbestaan van sociale praktijken. (Shove et al., 2012) Praktijken zijn altijd sociaal omdat ze de individuele uitvoerders, die deze gelijktijdig maar onafhankelijk van elkaar realiseren, overstijgen. (Greene & Rau, 2018) Tegelijkertijd benadrukt hij de actieve rol van beoefenaars, aangezien zij bewust bepaalde praktijken willen reproduceren en daarvoor hun middelen aanwenden. (Reckwitz, 2002)

Uit Schatzki's werk is vooral het onderscheid tussen '*practice as entity*' en '*practice as performance*' nuttig. We zien deze opdeling ook terugkomen in zijn definiëring van een sociale praktijk nl.: "als een georganiseerd knooppunt tussen specifieke handelingen en daaraan gerelateerde uitspraken". (Fraanje & Spaargaren, 2019; Warde, 2005) Toegepast op bv. autodelen betekent dit dat we enerzijds moeten begrijpen hoe deze praktijk wordt vertoond en waarom deze acties aantrekkelijk zijn voor participanten (= *practice as performance*). (Salvia & Morello, 2020) Anderzijds is er ook nood aan begrip over, hoe aan autodelen gerelateerde praktijken, ingrijpen op de manier waarop en door wie er zal worden geparticipeerd (= *practice as entities*). (Fraanje & Spaargaren, 2019) Zowel het geheel (*entity*) als de uitvoering (*performance*) van autodelen zijn onderhevig aan veranderingen die we het traject noemen. (Fraanje & Spaargaren, 2019) Voor ons onderzoek is dit traject relevant omdat we zo de dynamiek van formalisering binnen autodelen kunnen kaderen.

2.3.2. Individuen als dragers van sociale praktijken

Schatzki's dualiteit leert ons tevens iets over de onderlinge afhankelijkheid tussen de '*practice as entity*' en zijn *performers*, binnen SPB ook wel **dragere** genoemd. (Greene & Rau, 2018; Shove, 2014) Deze term wil beklemtonen dat de elementen die ze in dit proces gebruiken niet beschouwd worden als hun individueel eigendom maar blijven toekomen aan de sociale praktijk. (Reckwitz, 2002; Shove, 2014) Dit brengt ons bij de cruciale vraag hoe sociale praktijken deze dragere rekruteren om zo hun eigen reproductie te verzekeren? (Greene & Rau, 2018; Shove, 2012)

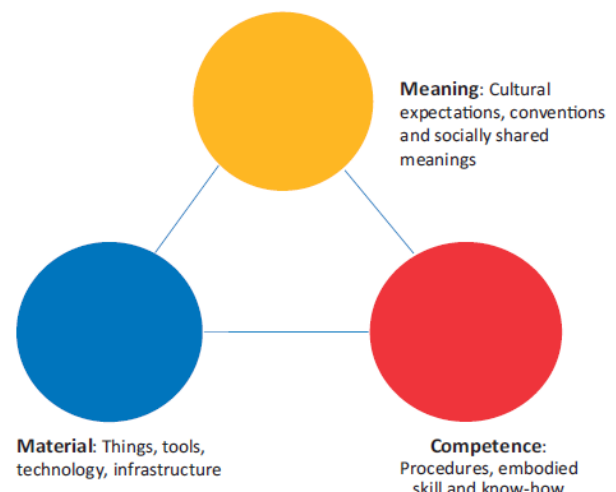
Aanhangers van de SPB verklaren dat actoren praktijken helpen reproduceren, om uitdrukking te geven aan hun identiteit. (Schatzki, 1996; Warde, 2005) Volgens Giddens doen individuen dit om, bij gebrek aan traditie, toch een min of meer coherente **levensstijl** te creëren voor zichzelf. (Abts, 2015; Axsen & Kurani, 2012; Spaargaren & Van Vliet, 2000) Praktijken geven zo materiële vorm aan een noodzakelijk narratief over de eigen identiteit. (Giddens, 1991) Spaargaren zet Giddens concept van levensstijl tegenover het begrip '*modes of provision*' om te benadrukken dat er soms een mismatch optreedt tussen de wil van de consument en de aangeboden mogelijkheden. (Fraanje & Spaargaren, 2019; Spaargaren, 2003)

Kan dit symbolische aspect verklaren waarom er steeds bepaalde patronen weerkeren in de manier waarop sociale groepen anders gebruik maken van een bepaald voorwerp? We weten bv. dat bepaalde bevolkingscategorieën steevast meer participeren in bepaalde vormen van gedeeld autogebruik. Ook de verscheidene rollen worden naar alle waarschijnlijkheid opgenomen door verschillende profielen. (Böcker & Meelen, 2017; Frenken & Schor, 2017; Münzel et al., 2019) Zo blijkt dat, in andere landen, *providers* vaker hoogopgeleide vrouwen zijn die delen vanuit een sterke intrinsieke motivatie. Zij vormen de zogenaamde *'sharing idealists'*. (Albinsson & Yasanthi Perera, 2012; Ozanne & Ballantine, 2010; Universiteit van Turijn et al., 2020a; Warde, 2005) *Users* kunnen we hier dan eerder typeren als *'sharing pragmatists'* aangezien zij meer economische en praktische invullingen geven aan het concept van P2P autodelen. (Böcker & Meelen, 2017; Lamberton & Rose, 2012; Shaheen et al., 2018)

De SPB biedt een verfrissende manier om **sociale differentiatie** te bekijken omdat ze de verklaring gaat zoeken in de organisatiewijze van de praktijk zelf. (Warde, 2005) Shove stelt daarom dat, bij te promoten duurzame gewoontes, individuen vlot toegang moeten hebben tot de vereiste betekenissen, competenties en voorwerpen. (Shove, 2012, 2014; Warde, 2005)

2.4. Particulier autodelen als sociale praktijk

Hoe verhoudt deze brok theorie zich nu tot onze onderzoeksvragen? Wel, dit onderzoek wil in de eerste plaats bijleren over de verhouding tussen informele en formele vormen van particulier autodelen. Inzicht in het traject van formalisering dat particulier autodelen heeft afgelegd, voornamelijk door zijn recente inbedding in de technologisch gemedieerde deeleconomie, is hierbij onmisbaar. Omwille van de toegankelijkheid van dit conceptueel kader, zullen we ons hiervoor baseren op het **drie-elementenmodel van Shove**. Zo hopen we de belangrijkste breuklijnen tussen formeel en informeel autodelen mee te geven, vertrekkend vanuit de relevante competenties, betekenissen & materiële elementen van P2P autodelen. Belangrijk hierbij is dat deze drie categorieën niet los van elkaar staan (Figuur a). Juist deze unieke vervlechting is wat een sociale praktijk tot stand brengt. (Heisserer & Rau, 2017)



Figuur a: de dynamische elementen van een sociale praktijk (overgenomen uit Greene & Rau, 2018).

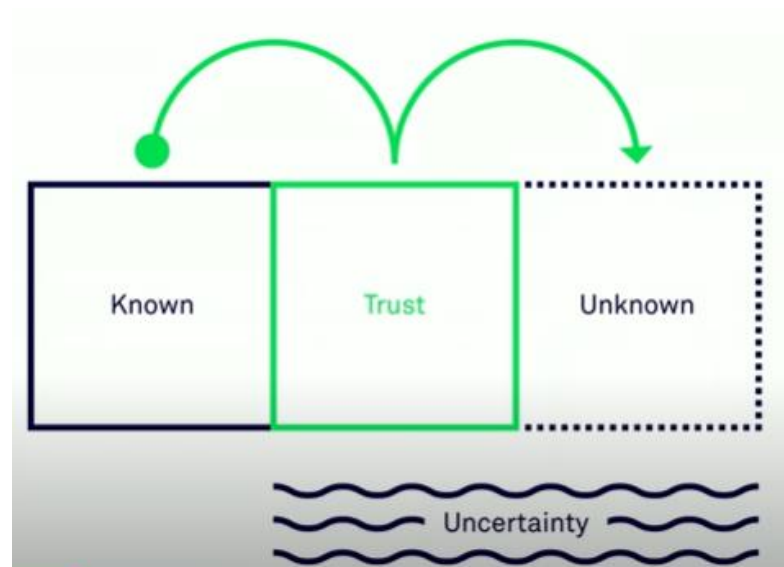
2.4.1. De competenties van particulier autodelen

De sociale praktijkenbenadering van Shove en collega's ziet competenties, in lijn met Bourdieu, als iets wat samenhangt met een zekere cultureel en sociaal bepaalde vlotheid. (Shove et al., 2012) Daarom dat we in dit onderzoek weinig aandacht hebben voor vrij evidente vaardigheden die we toepassen bij autodelen maar eerder focussen op subtiele vormen van *know-how*. Twee competenties van particulier autodelen die ons hierbij relevant lijken zijn het vertrouwen van andere gebruikers en het kunnen plannen van toekomstige verplaatsingen.

Het beschouwen van vertrouwen als een competentie komt op het eerste zicht misschien merkwaardig over, vandaar de komende toelichting. Ten eerste beklemtoont de SPB vooral het belang van geïnternaliseerde competenties. (Shove et al., 2012) Aangezien vertrouwen is geworteld in tal van eerdere ervaringen, lijkt dit hierop ook van toepassing. Ten tweede beschouwen we vertrouwen vanuit het relationeel perspectief van Granovetter, waarin hij stelt dat het onlogisch is om het los te koppelen van iemands sociaal netwerk. (1985) Bijgevolg is de aanwezigheid van vertrouwen dus afhankelijk van de band met de transactiepartner. Het is dus in zekere zin een competentie, die een actor al dan niet bezit binnen een specifieke relatie.

2.4.1.1. *Distributed Trust als competentie van particulier autodelen*

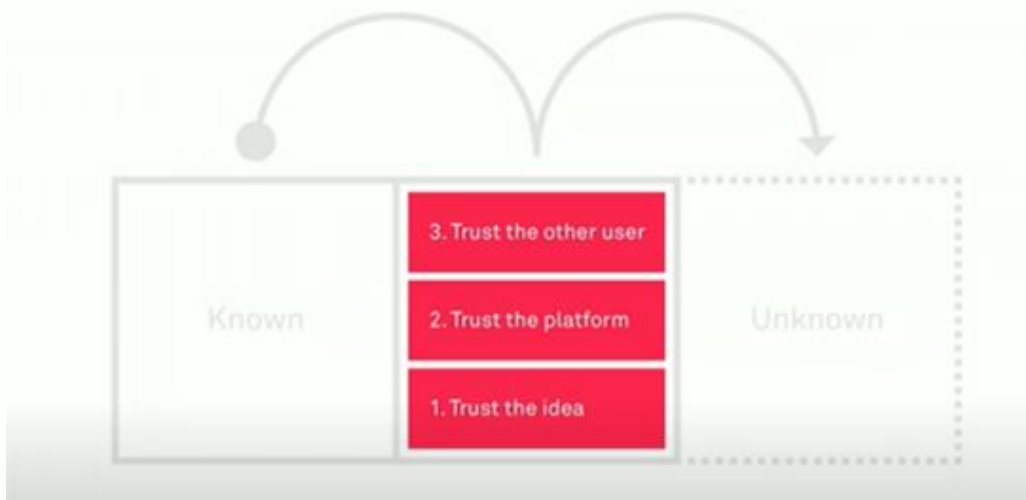
Vertrouwen wordt pas relevant als je met een bepaalde onzekerheid zit over de reactie van je interactiepartner, wanneer je m.a.w. genooddaakt bent een sprong te wagen in het onbekende. (Ferrari, 2016; Gambetta, 1988; TED, 2016, 7 November) Bij een innovatief concept zoals autodelen, waar er vaak nog veel onduidelijkheid heerst over de inbegrepen risico's, speelt vertrouwen



daarom een grote rol. (Ferrari, 2016; Goudin, 2016) Binnen de formele platformen zoals Dégage, Cozywheels en Getaround spelen de transacties zich bovendien vaak af tussen vreemden, waardoor we onze inschatting niet kunnen baseren op eerdere ervaringen. (Pettit, 2004; Schor, 2016; Van de Glind & Van Sprang, 2016a) Hier kunnen we bij informele uitwisselingen dan weer wel gebruik van maken.

Figuur b: "The trust leap" volgens Rachel Botsman (overgenomen uit TED, 2016).

Rachel Botsman spreekt daarom in de context van de platformeconomie over de 'stapel van vertrouwen', waarbij vertrouwen in drie verschillende aspecten cruciaal is: vertrouwen in het idee, vertrouwen in het platform en vertrouwen in de andere gebruiker(s). (TED, 2016, 7 November)



Figuur c: "The trust stack" volgens Rachel Botsman (overgenomen uit TED, 2016).

Voorname­lijk die laatste twee elementen zien we terugkomen in onderzoek naar participatiedrempels binnen de deeleconomie. (Lang et al., 2020) Enerzijds heerst er onder non-users vaak wantrouwen naar de betrokken platformen toe inzake het bieden van voldoende juridische bescherming (bv. bij schade) en privacy. (Goudin, 2016; Münzel et al., 2019; Spindeldreher et al., 2019) Anderzijds wordt de hypothese dat non-users vaak moeilijkheden hebben met het vertrouwen van andere gebruikers bevestigd. (Goudin, 2016; Hawlitschek, Teubner, & Weinhardt, 2016; Spindeldreher et al., 2019)

Botsman lanceert daarnaast het concept van *distributed trust* om aan te geven dat digitale technologie heeft geleid tot een nieuw soort vertrouwen tussen onbekenden. Volgens haar een noodzakelijke evolutie omdat zowel lokale, kleinschalige netwerken als instituties er steeds minder in slagen om vertrouwen te creëren tussen burgers. (TED, 2016, 7 November; Van de Glind & Van Sprang, 2016b). *Distributed trust* opereert daarom door middel van **screenings, reviewsystemen, traceermogelijkheden en koppelingen aan sociale mediaprofielen**. (Ferrari, 2016; Goudin, 2016; Lang et al., 2020; Salvia & Morello, 2020; TED, 2012, 24 September; Van de Glind & Van Sprang, 2016a). Doordat deze hulpmiddelen de informatie­kloof tussen gebruikers deels dichten, wordt het makkelijker elkaar te vertrouwen. (Pettit, 2004; Salvia & Morello, 2020; Spindeldreher et al., 2019)

Ook bij particulier autodelen kan deze tactiek in sommige gevallen het vertrouwen onder deelnemers faciliteren. Zo leert een case studie naar autodeelorganisatie myWheels ons dat gebruikers zich veiliger voelden door de controles, verzekeringen en online traceermogelijkheden die het platform aanbood. Zij stonden om diezelfde redenen ook eerder sceptisch t.o.v. informeel autodelen. (Fraanje & Spaargaren, 2019) Bij andere platformen is het echter goed mogelijk dat een alternatieve methode voor de creatie van vertrouwen meer succes heeft. (Fraanje & Spaargaren, 2019; Spindeldreher et al.,

2019) Zo lijken lokale deelsystemen waarbij deelnemers in dezelfde buurt wonen minder afhankelijk van technologisch gemedieerd vertrouwen. (Fraanje & Spaargaren, 2019; Pettit, 2004; Van de Glind & Van Sprang, 2016a)

We mogen tenslotte niet blind zijn voor de potentiële gevaren van dit soort *distributed trust*. Sommige onderzoekers stellen zich immers de vraag of deze omslag vertrouwen niet louter overbodig maakt. (Ferrari, 2016) Ons baserend op andermans online reputatie zullen we immers steeds rationeler bepalen met wie we delen. (TED, 2016, 7 November; Van de Glind & Van Sprang, 2016a) Dit ligt in lijn met de bevinding dat deze systemen afbreuk doen aan het sociale karakter van autodelen. Zo blijkt paradoxaal genoeg dat, hoe meer informatie *user* en *provider* op voorhand over elkaar meekrijgen, hoe minder ze een band zullen opbouwen. (Schor, 2016)

2.4.1.2. *Plannen van verplaatsingen als competentie van particulier autodelen*

Een andere relevante competentie, waar weliswaar iets minder literatuur over beschikbaar is, ligt vevat in het feit dat spullen delen via een platform op voorhand enige planning en coördinatie vraagt. (Elmahdi, 2020; Machado et al., 2018) Dit is een discontinuïteit tussen autodelen en individueel wagenbezit, omdat deze laatste optie vaak wordt geassocieerd met vrijheid en flexibiliteit. (Dowling et al., 2018) Dit planmatig aspect van autodelen wordt negatief gepercipieerd door mensen met een migratieachtergrond. (Tiqah research, 2019) Hierdoor zou de optie van autodelen minder compatibel zijn met hun levensstijl, die ze als spontaan en 'last-minute' omschrijven. (Tiqah research, 2019) De vrees dat een deelauto niet beschikbaar is op het moment dat je hem nodig hebt wordt ook verwoord in een Duits onderzoek naar participatiedrempels in de deeleconomie. (Spindeldreher et al., 2019) Ook aan de zijde van de potentiële *providers* blijkt het idee te bestaan dat je auto aanbieden op een deelplatform een inbreuk is op je autonomie. (Spindeldreher et al., 2019)

2.4.2. De betekenissen van particulier autodelen

Elk transportmiddel draagt verschillende sociale en culturele betekenissen die de emotionele band tussen het individu en zijn voertuig overstijgen. Naast deze symboliek kunnen ook idealen en aspiraties onderdeel uitmaken van het netwerk dat een praktijk samenstelt (Shove et al., 2012) Wij opteren er voor om de verschillende opvattingen van autodelen te classificeren aan de hand van het *triple p* principe (*people, planet & profit*). (Böcker & Meelen, 2017) We bouwen dit literatuuroverzicht dus op aan de hand van sociale, ecologische en economische betekenissen van autodelen.

2.4.2.1. Sociale betekenissen van particulier autodelen

Autodelen wordt, net als de deeleconomie in het algemeen, geroemd om zijn sociale karakter. (Van de Glind & Van Sprang, 2016a) Zelfs bij systemen waarbij ook een financiële transactie plaatsvindt blijft deze connotatie overeind. Het idee leeft dat deelplatformen een geschikte manier bieden om buurtgenoten te leren kennen, hen te helpen en zo bij te dragen aan de sociale cohesie. (Agyeman & McLaren, 2017; Svangren et al., 2019; TED, 2012, 24 September ; Van de Glind & Van Sprang, 2016b) Zowel *users* als *providers* lijken dit te beamen. (Bellotti et al., 2015; Svangren et al., 2019)

Terwijl individueel wagenbezit connotaties oproept van privacy, stedelijke anonimiteit en individualisme, blijkt autodelen dus geassocieerd te worden met een gemeenschapsgevoel. (Dowling et al., 2018) De online en offline netwerken die worden opgebouwd tussen voormalige onbekenden kunnen we bijgevolg karakteriseren als een revolutionaire vorm van **sociaal kapitaal**. (Ferrari, 2016) Het digitale karakter van formeel autodelen kan zo zorgen voor een waardevolle toepassing van de *'the strength of weak ties'* logica. (Ferrari, 2016)

De veelgeroemde sociale betekenis van autodelen kan mensen echter ook tegenhouden in hun participatie. Zo kan ongewenst sociaal contact een drempel zijn, blijkt uit het onderzoek van Spindeldreher et al. (2019) Het verplicht moeten interageren met onbekenden schrikt sommigen af. Daarnaast kan de connotatie dat je door je auto aan te bieden via een deelplatform anderen helpt, soms ook confronterend zijn voor *users*. Zij kunnen zich hierdoor minderwaardig voelen t.o.v. hun transactiepartner. Deze beide keerzijdes zorgen ervoor dat sommigen informele of kleinschaligere vormen van autodelen gaan verkiezen (bv. op wijkniveau). Enerzijds omdat dit meer mogelijkheden biedt tot reciprociteit en anderzijds omdat dit de sociale interactie vergemakkelijkt. (Salvia & Morello, 2020)

2.4.2.2. Ecologische betekenissen van particulier autodelen

Voor veel leden van erkende autodeelplatformen is bijdragen aan een duurzamer economisch systeem een belangrijke motivatie. (Van de Glind & Van Sprang, 2016a) Zeker in Vlaanderen zien veel autodelers dit gebruik als een uiting van hun duurzame levensstijl waar ze trots op zijn. (Universiteit van Turijn et al., 2020a) Vooral voor vrouwen en hoogopgeleiden lijkt de invulling van autodelen als

een duurzaam transportmiddel belangrijk (Böcker & Meelen, 2017; Universiteit van Turijn et al., 2020a) Ook zien we dat dit ecologische aspect nog net iets meer wordt benadrukt door *providers* dan door *users*. (Böcker & Meelen, 2017; Münzel et al., 2019; Svangren et al., 2019) In het weinige onderzoek naar informeel autodelen komen de ecologische voordelen van deze praktijk eigenlijk niet ter sprake. (Lovejoy & Handy, 2011)

Het is zeker mogelijk dat de ecologische associatie van autodelen minder aanslaat bij bepaalde bevolkingsgroepen. De verdeling van het **ecologisch bewustzijn** in onze samenleving wordt gekenmerkt door elitarisme, vaak verklaart vanuit de behoeftehiërarchie van Maslow. (Bellotti et al., 2015; Böcker & Meelen, 2017) Mensen met een lagere SES en een migratieachtergrond zouden vanuit die logica vaak “belangrijkere” dingen aan hun hoofd hebben dan bezig te zijn met duurzaamheid. (Anim, 2020) Dit komt tevens terug in het onderzoek van Tiqah naar Gentenaars met een migratieachtergrond, waarin de respondenten aangeven dat zij zich later dan gemiddeld vragen zijn beginnen stellen omtrent klimaat, milieu en duurzame consumptie. Ook zij verklaren dit vanuit het idee dat er in de ‘overlevingsmodus’ van hun ouders geen ruimte was om bij dit soort zaken stil te staan. (Tiqah research, 2019)

2.4.2.3. *Economische betekenissen van particulier autodelen*

In tegenstelling tot bij de ecologische betekenissen lijkt het erop dat zowel informele als formele vormen van particulier autodelen economische connotaties kennen, al verschillen deze wel. De economische betekenis van informeel autodelen die naar boven komt in literatuur is vooral één van economische **deprivatie**. Een eigen wagen hebben fungeert immers nog steeds als een bepaald statussymbool. (Hellwig et al., 2015; Tiqah research, 2019). Wanneer mensen een beroep doen op hun sociaal netwerk om ergens te geraken, is dit vaak omdat ze zichzelf geen auto kunnen veroorloven, waardoor dit ook vaak gepaard gaat met schuldgevoelens en een zekere schaamte. (De Vrij, 2019; Lovejoy & Handy, 2011) Eigenaars die hun wagen op informele wijze uitlenen bleken hiervoor soms ook een vergoeding te accepteren van vrienden en familie (zowel in de vorm van geld, benzine of andere gunsten). (Lovejoy & Handy, 2011) Onder vrouwen, goede vrienden en dichte familieleden lijkt informeel autodelen tegen een vergoeding wel minder waarschijnlijk. (Lovejoy & Handy, 2011)

Ook aan autodelen via een platform of organisatie zijn economische voordelen verbonden. Als *provider* krijg je een vergoeding, waardoor je bijvoorbeeld een deel van de aankoopkosten van je wagen kan terug verdienen. (Böcker & Meelen, 2017) Dit is in Vlaanderen wel vooral het geval bij een platform als Getaround. (Autodelen.net, 2021) Organisaties zoals Cozywheels en Dégage opereren volgens het systeem van kostendelend autodelen waardoor je als eigenaar dus geen winst maakt. Als *user* schuilt het economische voordeel in het feit dat je geld kan besparen omdat je geen eigen wagen hoeft aan te kopen. (Van de Glind & Van Sprang, 2016b) Mogelijks kan zo worden verklaard waarom bij hen, de

opvatting van autodelen als **een economisch voordelige optie** meer domineert. (Bardhi & Eckhardt, 2012; Belk, 2014; Bellotti et al., 2015; Böcker & Meelen, 2017; Hamari et al., 2016) Ook zien we dat mannelijke gebruikers vaker dit aspect van autodelen benadrukken. (Universiteit van Turijn et al., 2020a)

Uit Nederlands onderzoek blijkt er een negatief verband te bestaan tussen inkomen en de mate van interesse om toe te treden tot een particulier autodeelplatform als *user*. (Münzel et al., 2019) Dit versterkt het idee dat autodelen een '*lifestyle facilitator*' kan zijn, een middel voor bepaalde bevolkingsgroepen met minder financiële draagkracht om toegang te krijgen tot de auto als vervoersmiddel. (Münzel et al., 2019; Salvia & Morello, 2020)

2.4.3. De materiële elementen van particulier autodelen

Alle fysieke, tastbare zaken die mee de sociale praktijk van particulier autodelen construeren, beschouwen we hier onder de materiële dimensie. (Shove et al., 2012) Het is vooral frappant dat het belang van moderne informatie- en communicatietechnologie niet meer valt weg te denken uit de organisatie van formele deelplatformen. (Dowling et al., 2018; Elmahdi, 2020; Frenken & Schor, 2017; Pouri & Hilty, 2018) Daarom zullen we ons enerzijds toeleggen op het bespreken van de belangrijkste consequentie van deze tendens van digitalisering nl. het ontstaan van '*stranger sharing*'. Anderzijds schenken we aandacht aan een artefact dat tot nu toe weerstand heeft weten te bieden aan deze technologische tendens nl. de autosleutel. (Van de Glind & Van Sprang, 2016a)

2.4.3.1. Digitalisering binnen particulier autodelen

We bespreken reeds in onze probleemstelling waarom de framing van de deeleconomie als een modern fenomeen getuigt van weinig historische kennis. (Frenken & Schor, 2017) Wel ongezien is de observatie die Juliet Schor benoemt als ***stranger sharing***. (2016) Historisch gezien was delen iets dat gebeurde tussen burens, vrienden en familie die we quasi automatisch konden vertrouwen. (Frenken & Schor, 2017; Salvia & Morello, 2020) De infrastructuur van het internet stelt ons tegenwoordig echter in staat om vraag en aanbod te matchen tegen ongezien lage transactiekosten. (Münzel et al., 2019; Shaheen et al., 2018; Van de Glind & Van Sprang, 2016a) Hierdoor zijn we ook steeds meer beginnen delen met mensen die geen deel uitmaken van ons bestaand sociaal netwerk. (Ferrari, 2016; Frenken & Schor, 2017; Pouri & Hilty, 2018) Deze *stranger shift* is een belangrijke illustratie van het feit dat digitale technologie, een sociale praktijk zoals autodelen, fundamenteel kan transformeren. (Fraanje & Spaargaren, 2019)

Deze professionalisering van autodelen is echter niet zonder **risico's**. De ongerustheid leeft dat platformen gaan interveniëren in bestaande relaties en zo traditionele perspectieven op delen dreigen uit te hollen. (Frenken & Schor, 2017; Pouri & Hilty, 2018; Spindeldreher et al., 2019) We betrekken economische, schaalbare redeneringen liever niet te veel in onze band met dichte vrienden en familie. Dit verklaart ook waarom sommige mensen zich comfortabeler voelen bij formele vormen van *stranger sharing* of informeel autodelen tussen de zogenaamde '*weak ties*' wanneer er een vergoeding tegenover staat. (Lovejoy & Handy, 2011) Anderen vinden dan weer het gratis uitlenen van de eigen wagen belangrijker dan diens beschikbaarheid op een platform, omdat zij zich in de eerste plaats solidair willen tonen t.a.v. de eigen sociale cirkel. (Elmahdi, 2020; Frenken & Schor, 2017; Spindeldreher et al., 2019)

2.4.3.2. De autosleutel als materieel element van particulier autodelen

Commerciële B2C autodeelbedrijven hanteren vaak technologische sleutelsystemen om toegang te verlenen tot voertuigen. Bij auto's van particulieren ligt dit moeilijker, waardoor er meestal een

fysieke ontmoeting nodig is tussen *user* en *provider* om de sleutel uit te wisselen. (Shaheen et al., 2018) Vooral *users* beschouwen dit als een lastig moment en zien wel voordeel in meer geautomatiseerde systemen. (Shaheen et al., 2018) Zij beperken de communicatie met de eigenaar liefst tot een minimum, vaak om de eerder aangehaalde gevoelens van schaamte, schuldgevoel en ongemakkelijkheid te vermijden. (Svangren et al., 2019)

Veel *providers* vinden de organisatie en coördinatie van de sleuteloverdracht tevens moeilijk. Desondanks lijkt het erop dat zij dit contactmoment, toch meer weten te waarderen dan de *users*. (Shaheen et al., 2018) Dat lijkt ons te tonen dat een fysieke ontmoeting toch wel belangrijk is in het opbouwen van een **vertrouwensband**, vooral dan ter geruststelling van de eigenaar. (Svangren et al., 2019) We kunnen ons daarom ook kritisch uitlaten over autodeelsystemen die het probleem van de informatiekloof tussen gebruikers volledig online proberen op te lossen. Een hybride mix van communicatiekanalen waarbij online interacties (bv. via een autodeelplatform) offline ontmoetingen faciliteren, blijft belangrijk. (Salvia & Morello, 2020)

Het blijft dus toch een moeilijke zaak om ons vertrouwen louter te laten rusten op andermans oordeel en het beeld dat participanten van zichzelf meegeven op hun profiel. (Spindeldreher et al., 2019) Een interessante case hieromtrent is een Australisch onderzoek naar een autodeelplatform waar het uitwisselen van de sleutel niet *face to face* gebeurde, maar door middel van een locker met pincode. (Svangren et al., 2019) Zowel *providers* als *users* ervoeren gevoelens van vervreemding en ontwikkelden verschillende coping strategieën om hiermee om te gaan. Zo begonnen ze handgeschreven briefjes en persoonlijke voorwerpen in de auto's achter te laten. *Providers* deden dit vooral in de hoop dat de gebruikers voorzichtiger met hun auto zouden omgaan. *Users* misten het sociaal contact vooral in het uiten van hun dankbaarheid en vonden het belangrijk dat ze een gezicht konden kleven op de eigenaar die hen had geholpen.

3. Methode

In dit hoofdstuk wordt de algemene opzet van onze onderzoeksmethoden besproken. Zoals eerder vermeld gaat het hier om een mixed-methods onderzoek; wat inhoudt dat we een analyse op zowel kwantitatieve als kwalitatieve data zullen uitvoeren. Allereerst verduidelijken we hoe we deze twee luiken zullen samenvoegen tot één onderzoeksdesign. Daarna bespreken we meer gedetailleerd de kwantitatieve en kwalitatieve methodologie in een aparte paragraaf.

3.1. Mixed-Method onderzoeksdesign

Een mixed-method opzet heeft als voordeel dat de analyses zowel in de diepte als in de breedte een meerwaarde bieden, waardoor de relevantie van het onderzoek toeneemt. (Johnson, Onwuegbuzie, & Turner, 2007; Small, 2011) In dit onderzoek maakten we gebruik van een **sequentieel onderzoeksdesign** waarbij statistische regressieanalyses de verzameling van de kwalitatieve data voorafging. (Small, 2011)

Het doel was om meer inzicht te verkrijgen in de verhouding tussen informele en formele verschijningsvormen van autodelen. Er werd vertrokken vanuit een mixed-method onderzoeksdesign omdat het belangrijk was om ook concrete aanbevelingen te kunnen doen aan autodelen.net. Door ook interviews af te nemen werden de resultaten uit het kwantitatieve deel **gecontextualiseerd** naar een doelgroep die autodelen.net meer wenst te bereiken nl. Vlamingen met een migratieachtergrond. (Brannen, 2005) De aanvulling van de data met de diepte-interviews zorgde bovendien voor een diepgaander en juister begrip van de eerder ontdekte kwantitatieve mechanismen. (Erzberger & Kelle, 2003; Smith, 2008)

Het kwalitatieve luik werd dus niet gebruikt om de bekomen kwantitatieve resultaten deductief na te gaan. De analyse van de interviews had eerder tot doel om **theorie te construeren** omtrent formalisering en socio-culturele diversiteit binnen autodelen. Daarom vertrok de kwalitatieve analyse vanuit de *grounded theory* benadering aangezien er hierbij echt wordt vertrokken vanuit de data; in dit geval de uitspraken van de respondenten. (Glaser & Strauss, 1967) Verder hielpen de kwantitatieve resultaten, samen met de literatuurstudie, ook bij het bepalen van de benodigde *sensitizing concepts* en het opstellen van onze topiclijst. Tijdens de coderingen hebben we echter geprobeerd om deze voorkennis zoveel mogelijk los te laten en de codes echt te laten ontstaan uit de data. (Glaser & Strauss, 1967)

In dit hoofdstuk komt de methodologie van het kwantitatieve en het kwalitatieve luik apart aan bod. Ook in de resultatensectie wordt deze opdeling behouden. Daarom nu alvast een woordje uitleg over

hoe deze verschillende inzichten werden geïntegreerd tot één geheel, dat later besproken zal worden in de discussie. Het gemeenschappelijke theoretische kader vormde hierin een hulpmiddel. Door autodelen zowel in de kwantitatieve als de kwalitatieve fase te beschouwen als een sociale praktijk bestaande uit typische competenties, betekenissen en materiële elementen, verliep de integratie van de resultaten makkelijker. Daarnaast werd hiervoor ook de elaboratielogica toegepast waardoor de kwalitatieve analyse de kwantitatieve bevindingen mee hielp verklaren. (Erzberger & Kelle, 2003) Dit stelde ons in staat om uitspraken te doen over de contextuele condities; waarin we de teruggevonden statistische verbanden konden toepassen op Vlamingen met een migratieachtergrond. (Brannen, 2005)

Door de mogelijkheid van elaboratie was een mixed-methods design een meerwaarde bij het beantwoorden van onze twee onderzoeksvragen: **Hoe verhouden informeel- en particulier autodelen via erkende deelplatformen zich tot elkaar bij non-users met een migratieachtergrond? Welke mogelijkheden biedt de tendens tot formalisering binnen deze sociale praktijk betreffende het diversifiëren van de P2P autodeelplatformen?** Het onderzoeksdesign was waarschijnlijk nog sterker geweest als we door middel van de statistische analyses uitspraken hadden kunnen doen over het causale verband tussen informeel en formeel autodelen. Helaas stuiten we hierbij op het probleem van *incomplete information* (zie resultatensectie voor meer details hierover).

3.2. Kwantitatief luik

Voor het kwantitatieve luik van dit thesisonderzoek voerden we enkele logistische regressiemodellen uit aan de hand van het statistische programma SPSS. Dit type analyses leende zich hier het best toe, omdat we wilden nagaan welke variabelen mensen hun intentie om te participeren op een autodeelplatform beïnvloeden. Deze intenties werden in de enquête bevestigd door middel van ja/nee stellingen, waardoor we dus met dummy's als afhankelijke variabelen dienden te werken. We wensten echter ook de invloed van enkele continue variabelen na te gaan (leeftijd en het persoonlijke belang van de ecologische en sociale voordelen van autodelen voor de respondent). Dit bevestigde nogmaals onze keuze voor **logistische regressie**. Categorische en continue prediktoren kunnen hierbij namelijk gelijktijdig in een model worden opgenomen. (Field, 2013b)

Bij logistische regressie wordt, voorafgaand aan de analyses, een logaritmische transformatie uitgevoerd op de data. (Berry & Feldman, 1985) Dit compenseert de schending van de

lineariteitsassumptie die voortvloeit uit het gebruiken van een dummy als afhankelijke variabele². Een gevolg hiervan is dat de interpretatie van de regressiecoëfficiënten enigszins anders verloopt dan bij lineaire regressie, nl. door middel van Odds en Odds ratio's. (Field, 2013b)

3.2.1. Data

De analyses werden uitgevoerd op secundaire data verzameld door Autodelen.net, VVSG en Ferm, in het kader van het '**Mobiliteit in uw Buurt**' onderzoek. Lokale overheden gebruikten hun sociale media, websites en infomagazines om de betrokken enquête te verspreiden onder inwoners. Ze kozen voor verschillende kanalen in de hoop een meer diverse steekproef te bekomen. De enquête werd uiteindelijk ingevuld door 4279 Vlamingen uit alle 5 Vlaamse provincies. De steekproef vormt een vrij accurate representatie van de regionale verdeling van de populatie. Een kwart van de respondenten woonde in één van de 13 Vlaamse centrumsteden, een cijfer dat we ook terugvinden bij de globale bevolking.³ (Statistiek Vlaanderen, 2020) Naast het feit dat respondenten dus dienden te wonen in Vlaanderen werden er geen verdere selectiekenmerken voor de kwantitatieve steekproef afgebakend. VVSG verspreidde de bevraging immers onder de bevolking van alle 300 Vlaamse steden en gemeenten.

In totaal werd de enquête dus ingevuld door 4279 respondenten. Niet iedereen vulde echter elke vraag in waardoor er 2604 bruikbare cases overbleven. Naargelang de afhankelijke variabele, gebruikten we ook een andere dataset. De reden hiervoor was dat het weinig zin had om respondenten zonder eigen auto op te nemen in analyses omtrent de intentie om *provider* te worden. De analyses die hiernaar peilden zijn dus gebaseerd op iets minder cases (2392) dan de analyses die peilden naar de intenties om als *user* te participeren (2604).

De gehanteerde data werden niet verzameld met het oog op wetenschappelijk onderzoek maar eerder voor het uitvoeren van toegankelijke, descriptieve analyses. We komen in de discussiesectie nog terug op de beperkingen hieromtrent.

3.2.2. Afhankelijke variabelen

In lijn met onze onderzoeksvragen wensten we zicht te krijgen op de verhouding tussen informele en meer geformaliseerde vormen van particulier autodelen. Daarnaast wensten we ook het effect na te gaan van andere variabelen, waarvan we, op basis van onze literatuurstudie, konden vermoeden dat ze intenties om te participeren op een autodeelplatform mee construeren. De afhankelijke dummy

² Aangezien een dummy variabele slechts twee mogelijke waarden kan aannemen, nl. 0 of 1, kan het te bekomen verband met een andere variabele nooit lineair zijn.

³ In het kader van haar stedenbeleid duidde de Vlaamse overheid 13 'centrumsteden' aan. Het gaat om Aalst, Antwerpen, Brugge, Genk, Gent, Hasselt, Kortrijk, Leuven, Mechelen, Oostende, Roeselare, Sint-Niklaas en Turnhout. (Statistiek Vlaanderen, 2020)

variabelen gaven dus de intentie weer van respondenten om formeel autodelen uit te proberen. We gebruikten twee afhankelijke variabelen, één betreffende de intentie van potentiële *providers* en één gelijkaardige voor de potentiële *users*.

De eerste afhankelijke variabele die de mogelijke intentie van *providers* weergeeft (**DUMMYAFHProv**), werd bevraagd door de stelling:

“Ik zie mezelf aan autodelen doen wanneer ik als eigenaar mijn eigen auto kan uitlenen aan anderen”.

Op gelijkaardige wijze leidden we ook de intentie om te participeren als *user* (**DUMMYAFHUser**) af uit de stelling:

“Ik zie mezelf aan autodelen doen wanneer ik de auto van andere private personen kan gebruiken.”

Deze twee stellingen waren allebei antwoordmogelijkheden van de vraag : *“Welke vormen van autodelen ziet u binnen dit en 5 jaar haalbaar voor uzelf?”* De twee andere mogelijke antwoorden op de vraag waren: *“Ik zie mezelf aan autodelen doen wanneer ik een auto van een autodeelorganisatie kan gebruiken”* en *“Ik zie mezelf niet aan autodelen doen binnen dit en 5 jaar”*. Deze laatste twee antwoorden waren voor dit onderzoek minder interessant omdat we ons enkel toelagen op particulier autodelen. Als respondenten deze vorm van autodelen niet als haalbaar zagen, zat deze info bovendien reeds vervat in de eerste twee antwoordopties onder de vorm van een waarde 0. Dit was tevens de referentiecategorie voor beide afhankelijke variabelen. De waarde 1 gaf daarentegen aan dat de respondent particulier autodelen wel beschouwde als een haalbare optie voor zichzelf.

3.2.3. Onafhankelijke variabelen

Allereerst wilden we dus de ervaring met informeel autodelen opnemen als onafhankelijke variabele. Dit werd langs de kant van de *users* bevraagd met twee stellingen nl.:

“Ik gebruik(te) (af en toe) een wagen van familie/kennis/iemand uit de buurt, maar de verzekering is hiervoor niet aangepast” &

“Ik gebruik(te) (af en toe) een wagen met aangepaste verzekering van familie/kennis/iemand uit de buurt”.

Ook langs de kant van de potentiële *providers* werd informeel autodelen bevraagd aan de hand van twee dummy's nl.

“Ik deelde af en toe mijn eigen wagen (zonder aangepaste verzekering)” &

“Ik deelde af en toe mijn eigen wagen en heb hiervoor mijn verzekering aangepast”.

We namen de beslissing om deze opties te hercoderen tot twee nieuwe variabelen nl.

DUMMYInfrmleProv & DUMMYInfrmleUser waarbij er geen onderscheid werd gemaakt voor het al dan niet aanpassen van de verzekering. Voor deze variabelen namen we het hebben van geen ervaring met informeel autodelen als referentiecategorie (waarde 0).

Vervolgens wensten we naast het informeel autodelen ook enkele andere onafhankelijke variabelen op te nemen in de analyses. Dit vooral om te ontdekken of de eerder besproken competenties, betekenissen en materiële elementen, mensen hun intentie tot particulier autodelen hielpen verklaren. Ook wilden we de invloed van demografische kenmerken (leeftijd en geslacht) nagaan.

De onafhankelijke variabelen zijn een mix van dummy's en drie continue variabelen. We zullen deze types één voor één bespreken, te beginnen met de dummy variabelen opgesomd in de volgende tabel:

NAAM VARIABELE	OORSPRONKELIJKE VRAAGSTELLING	REFERENTIECATEGORIE
DUMMYSLEUTELPROV	Het lijkt me een voordeel dat ik de sleutel niet persoonlijk moet afleveren	Waarde 0 = persoonlijk afleveren is voordeel
DUMMYSLEUTELUSER	Het lijkt me een voordeel dat ik de sleutel niet persoonlijk moet ophalen	Waarde 0 = persoonlijk ophalen is voordeel
DUMMYBESCHIKBRHEIDPROV	"Ik wil mijn wagen altijd ter beschikking hebben"	Waarde 0 = Voltijdse beschikbaarheid is niet nodig
DUMMYBESCHIKBRHEIDUSER (= SAMENGESTELDE VARIABELE MET RECODE COMMANDO)	"Ik wil op eender welk moment een wagen ter beschikking hebben" en "Omdat ik geen alternatieven heb om mezelf te verplaatsen wil ik er zeker van zijn dat ik altijd een auto ter beschikking heb"	Waarde 0 = Voltijdse beschikbaarheid is niet nodig
DUMMYFINANCBETPROV	"Een overzicht van de financiële voordelen die ik kan bekomen zou me mogelijks overtuigen om te autodelen"	Waarde 0 = financiële voordelen gaan me niet overtuigen
DUMMYFINANCIELEBETUSER	Een overzicht van de financiële besparingen die ik kan bekomen zou me mogelijks overtuigen om te autodelen"	Waarde 0 = financiële voordelen gaan me niet overtuigen
DUMMYVROUW	Wat is uw geslacht?	Waarde 0 = man
DUMMYTRUST (ENKEL IN MODELLEN MET DUMMYAFHPROV ALS AFHANKELIJKE VARIABELE)	Ik ben bang dat ze mijn wagen verkeerd zullen gebruiken	Waarde 0 = bang zijn voor verkeerd gebruik door anderen

Tabel 1: Onafhankelijke dummy variabelen

De laatste variabele in deze tabel is enkel bevraagd vanuit het perspectief van potentiële *providers*. Daardoor zullen we vertrouwen niet opnemen in de modellen die de intentie om te participeren als *user* nagaan. Merk op dat we ook de richting van deze variabele hebben veranderd om de interpretatie te vergemakkelijken.

Naast de financiële betekenis van formeel autodelen wilden we ook de sociale en ecologische connotaties hiervan integreren. Deze konden we afleiden uit de vraag: “*Gedeelde mobiliteit kan een positief effect hebben op de buurt. Hoe belangrijk vind u de volgende voordelen?*” Vervolgens kreeg iedere respondent de afzonderlijke voordelen voorgelegd waarbij ze telkens moesten aangeven of ze dit “*heel belangrijk*”, “*redelijk belangrijk*”, “*neutraal*”, “*niet belangrijk*” of “*helemaal niet belangrijk*” vonden. De volgende voorbeelden hiervan waren relevant voor ons:

- “*Dankzij gedeelde mobiliteit stijgt het sociaal contact in de buurt*”
- “*Dankzij gedeelde mobiliteit moeten er minder auto’s geproduceerd worden*”
- “*Dankzij gedeelde mobiliteit is er een betere luchtkwaliteit*”
- “*Dankzij gedeelde mobiliteit is er meer groen en minder parking*”

Deze drie laatste voorbeelden peilden alle drie naar een ander positief aspect van autodelen op het milieu. Daarom was het handig als we deze konden opnemen in onze analyses als één samengestelde variabele. Hiervoor zijn we eerst met een Pearson correlatiecoëfficiënt nagegaan in welk mate de scores voor deze drie afzonderlijke voordelen met elkaar samenhangen. Het bleek dat ze onderling sterk

correleerden. (Zie Figuur d) (Pearson correlation = 0,67**; 0,71**; 0,70**).

(Field, 2013a) Eens we dit wisten konden we de nieuwe variabele

ECOLObet berekenen als een gemiddelde score van de antwoorden op de drie stellingen. Dit is nu een numerieke variabele met

waarden tussen 0 en 4, waarbij geldt: hoe hoger de score, hoe belangrijker het ecologische aspect van autodelen is voor de respondent.

	Hoe belangrijk? Dankzij gedeelde mobiliteit is er minder groen en meer parking	Hoe belangrijk? Dankzij gedeelde mobiliteit moeten er minder auto's geproduceerd worden	Dankzij gedeelde mobiliteit is er een betere luchtkwaliteit omdat er minder autokilometers gereden worden
Hoe belangrijk? Dankzij gedeelde mobiliteit is er minder groen en meer parking	Pearson Correlation	1	,671**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	3416	3404
Hoe belangrijk? Dankzij gedeelde mobiliteit moeten er minder auto's geproduceerd worden	Pearson Correlation	,671**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	3402	3409
Hoe belangrijk? Dankzij gedeelde mobiliteit is er een betere luchtkwaliteit omdat er minder autokilometers gereden worden	Pearson Correlation	,705**	,700**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	3404	3404

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Figuur d: correlatie ecologische betekenissen

Op dezelfde manier namen we de sociale betekenis van autodelen mee op als een continue variabele. **SocBet** nam eveneens waarden aan tussen 0 en 4 waarbij gold; hoe hoger de score, hoe belangrijker het was voor die respondent dat autodelen zorgt voor meer sociaal contact in de buurt.

Tenslotte was ook de variabele leeftijd een continue onafhankelijke variabele. We hebben deze gecentreerd rond de gemiddelde leeftijd (nl. 48,6 jaar). Van deze nieuwe variabele die we **AGE Centr** noemden, dienen de odds ratio's te worden geïnterpreteerd als het effect van veranderingen t.o.v. de gemiddelde leeftijd.

Er waren ook enkele van de eerder besproken elementen van autodelen waar we jammer genoeg geen data over hadden. Zo was er in de vragenlijst geen aandacht voor de mening omtrent digitale hulpmiddelen bij het opbouwen van *distributed trust*. Ook naar vertrouwen ten opzichte van platformen en andere potentiële gebruikers (zowel vreemden als bekenden) werd er relatief weinig gepeild. In ons kwalitatieve luik hebben we een poging gedaan dit te compenseren door hier tijdens de interviews extra alert op te zijn.

3.2.4. Statistische methode

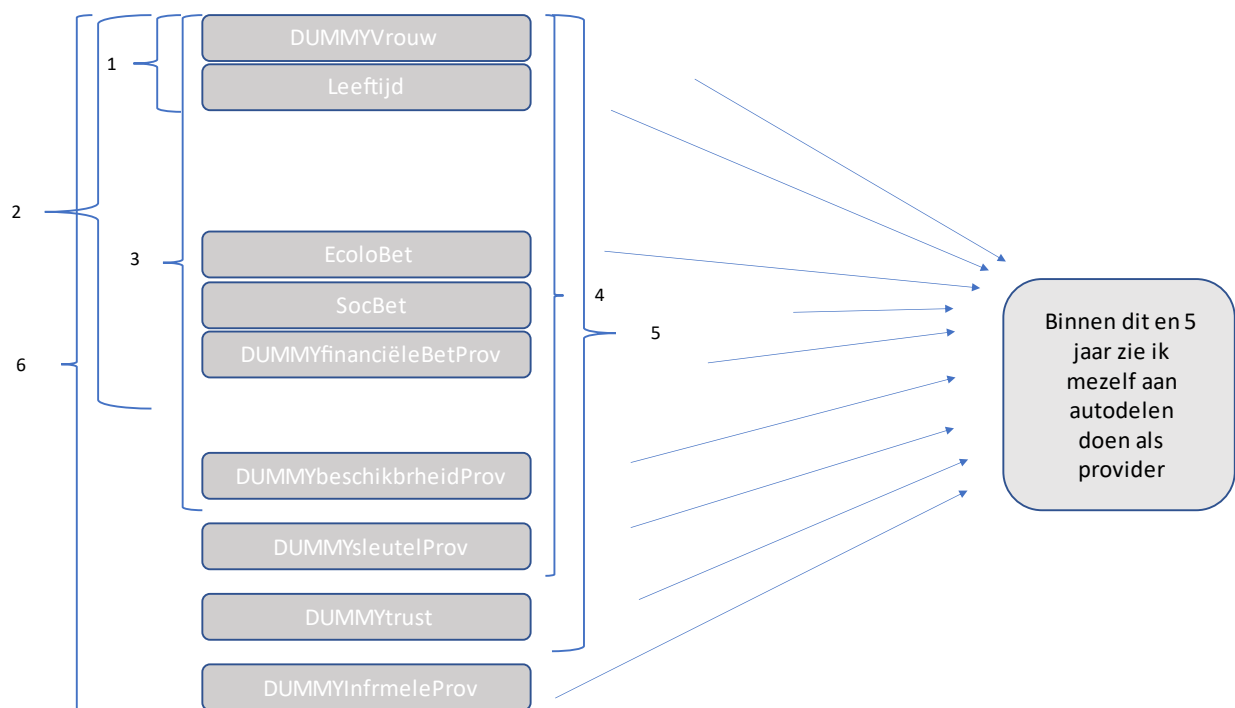
Werken met verschillende afhankelijke variabelen in de vorm van een dummy, kwam neer op het uitvoeren van meerdere binaire logistische regressieanalyses. Hiervoor creëerden we allereerst twee nieuwe datasets: één voor de analyses met de DUMMYafhProv als afhankelijke variabele en één voor de modellen met DUMMYafhUser als afhankelijke variabele. Deze selectie gebeurde op basis van het aantal wagens in het huishouden van de respondent. Als de waarde voor deze variabele 0 was werden deze cases niet mee opgenomen in de providerdataset. We zorgden er ook voor dat cases waarvoor we geen waarde hadden op één van de benodigde variabelen, niet werden opgenomen in deze nieuwe datasets.

We gebruikten de volgende **parameters** om onze resultaten te interpreteren: Nagelkerke R^2 , Wald *statistics* en Odds ratio's. (Field, 2013b) De eerste gaf een algemene beoordeling van hoe goed het model paste bij de data. De tweede hielp om per predictor te evalueren hoeveel deze toevoegde aan de verklaaringskracht van het model. Ten slotte waren de odds ratio's belangrijk omdat deze weergaven hoeveel de odds van de afhankelijke variabele veranderde als de onafhankelijke variabele met één eenheid toenam.

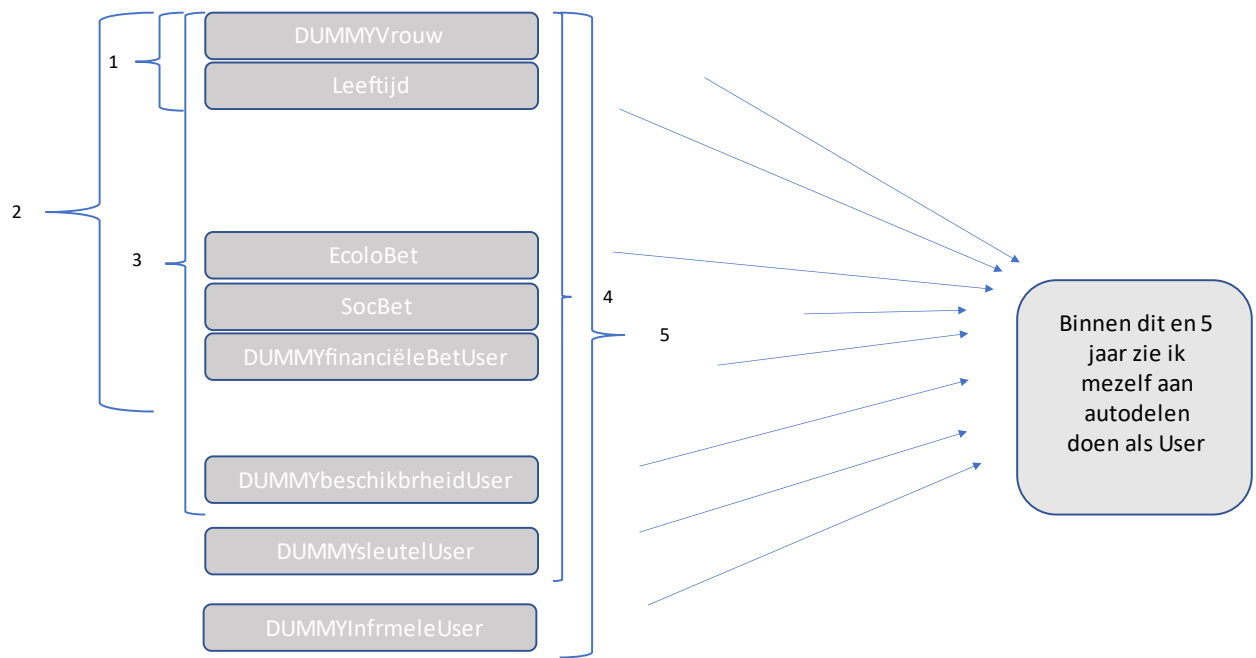
Tijdens het uitvoeren van de regressies hielden we steeds de volgende statistische voorwaarden in het achterhoofd: lineariteit van de logit, de nood aan complete informatie over de onafhankelijke variabelen en de afwezigheid van multicollineariteit. We wisten dat schendingen hiertegen tot abnormale resultaten konden leiden en waren hier waakzaam voor. We checkten ook op voorhand de correlatie tussen de onafhankelijke variabelen die peilden naar de voorkeuren rond

beschikbaarheid en uitwisseling van de sleutel omdat deze allebei betrekking hadden op de eerder praktische organisatie van autodelen. De samenhang hiertussen was echter niet zo sterk (Pearson correlation = 0,165 en $p < 0,01$). (Hutcheson & Sofroniou, 2011) We namen deze dus toch op als twee afzonderlijke variabelen.

In de volgende figuren geven we een **visueel overzicht** van de twee regressiemodellen die telkens de invloed van een set onafhankelijke variabelen op de intentie tot participatie nagingen, in het ene model als *provider* (Figuur e) en in het andere als *User* (Figuur f). In beide analyses werden er stapsgewijs onafhankelijke variabelen toegevoegd om zo het beste model voor het verklaren van intenties tot formeel autodelen te bepalen. We vergeleken deze verschillende modellen aan de hand van de toename in Chi-kwadraat en verklaarde variantie. De stappen zijn aangegeven met nummers in volgorde van uitvoering. In totaal runden we dus 6 modellen op de providerdataset en 5 op de userdataset.



Figuur e: stapsgewijze toevoeging onafhankelijke variabelen (Providers)



Figuur f: Stapsgewijze toevoeging onafhankelijke variabelen (Users)

3.3. Kwalitatief luik

Het kwalitatieve luik van dit thesisonderzoek bestaat uit de analyse van 11 **semigestructureerde diepte-interviews**, met mensen met een migratieachtergrond, over zowel informele als formele vormen van autodelen. De data-analyse gebeurde vanuit de *grounded theory* benadering en focuste dus op empirische theorievorming. Door in elke fase een beetje abstracter te redeneren over de inhoud van de interviews ontstonden constructen en verbanden tussen deze constructen, die de basis vormden voor de kwalitatieve resultaten. *Grounded theory* maakt gebruik van analytische inductie omdat de codes echt voortkomen uit de data; in dit geval de woorden van de respondenten. (Mortelmans, 2013a, p. 401)

In deze paragraaf bespreek ik wie mijn respondenten waren en hoe de interviews werden afgenomen en geanalyseerd. Ook reflecteer ik over de consequenties van de door mij gemaakte keuzes en over hoe mijn eigen karakteristieken en ideeën het onderzoek en mijn relatie met de respondenten mogelijk hebben beïnvloed.

3.3.1. Respondenten

Mensen met een **migratieachtergrond** waren een interessante focus om de reden dat zij ondervertegenwoordigd lijken te zijn op autodeelplatformen, maar er wel vaker informele deelpraktijken op nahouden. (De Vrij, 2019; Frenken & Schor, 2017; Lovejoy & Handy, 2011; Ramos et al., 2019) Dit werd ook mooi weerspiegeld onder de respondenten, die allemaal non-users waren van formeel particulier autodelen. Slechts twee van de elf respondenten hadden éénmalig een auto gebruikt via Getaround. Hier stond tegenover dat quasi alle respondenten wel ervaring hadden met een bepaalde vorm van informeel autodelen. Een bevinding die toch wel opmerkelijk was aangezien het al dan niet hebben van ervaring geen selectiekenmerk was.

De voorwaarden om respondent te kunnen zijn, die wel expliciet werden benoemd, waren de volgende: het hebben van een migratieachtergrond, een hebben van een rijbewijs en wonen in één van de 13 Vlaamse centrumsteden.⁴ We beperkten deze **criteria** met opzet, om een zo heterogeen mogelijke groep respondenten op basis van geslacht, leeftijd en etnische afkomst te bekomen. Dit leek ons aangewezen omdat er nog maar weinig kwalitatief onderzoek bestaat over autodelen bij mensen met een migratieachtergrond. Enige variatie tussen de respondenten leek dus aangewezen om het thema deftig te kunnen exploreren. (Ritchie, Lewis, & Elam, 2003)

⁴ De erkende Vlaamse centrumsteden zijn Aalst, Antwerpen, Brugge, Genk, Gent, Hasselt, Kortrijk, Leuven, Mechelen, Oostende, Roeselare, Sint-Niklaas en Turnhout. (Statistiek Vlaanderen, 2020)

Het initiële idee was om enkel respondenten te interviewen met een volledig rijbewijs B. Gaandeweg werden echter ook twee respondenten geïnterviewd die over een voorlopig rijbewijs (type waarmee je kan oefenen zonder begeleider) beschikten. We stonden dit toe, omdat bleek dat jongeren met een migratieachtergrond juist vaak aan informeel autodelen doen om te kunnen oefenen voor hun praktijkexamen.

De **respondenten** vond ik eerst en vooral via mijn eigen kennissenkring. Vijf van hen waren verre vrienden. Na een paar interviews werd het duidelijk dat het makkelijker was om mannelijke respondenten te vinden dan vrouwelijke. Dit kwam voornamelijk omdat de vrouwen met een migratieachtergrond in mijn netwerk vrij jong zijn en dus nog niet over een rijbewijs beschikten. Ik heb toen de hulp ingeschakeld van een tussenpersoon met veel relevante connecties en ben er zo alsnog in geslaagd contact te leggen met vier vrouwelijke respondenten. Via een andere tussenpersoon vond ik ook nog twee mannelijke respondenten. Dit bracht de balans tussen onbekende en bekende respondenten op ongeveer 50/50.

Bij zes van de elf interviews kende ik de respondent in kwestie dus niet. Onze relatie bestond enkel met het oog op het onderzoek en het contact zal ook stoppen eens dit is afgerond. Sommige kwalitatieve onderzoekers zijn van mening dat de respondent makkelijker zijn/haar verhaal doet als de onderzoeker een onbekende is. (Cotterill, 1992) Anderzijds merkte ik ook wel dat een bestaande vertrouwensband hielp om het interview vlot te laten verlopen en de drempelvrees van de respondent om te participeren weg te werken. Het feit dat ik als onderzoeker vanuit een meer geprivilegieerde maatschappelijke positie kwam dan mijn respondenten maakte onderling vertrouwen misschien wel nog extra belangrijk. (Bourke, 2014) Het is moeilijk de knoop door te hakken over de beste optie hieromtrent, waardoor ik tevreden ben over de compromis die ik hierin gesloten heb.

Een belangrijke limiet van de steekproef was dat alle respondenten, met uitzondering van één respondent, toegang hadden tot minstens één eigen auto binnen hun gezin. De vrouw (en haar partner) waarbij dit niet het geval was, waren lid van Cambio. Zij was tevens de enige respondent die zelf ervaring had met een B2C autodeelplatform. Haar ervaring horen was bijzonder interessant, maar het feit dat ze een alleenstaand geval was bemoeilijkt het trekken van algemene conclusies op basis van haar getuigenis.

Een tweede aspect waarin de **steekproef weinig gebalanceerd** was, was de duur van het verblijf in België. In eerste instantie was het de bedoeling om zowel mensen met een migratieachtergrond die in Vlaanderen zijn geboren (zogenaamde tweede of derde generatie) alsook eerste generatie nieuwkomers te interviewen. Opnieuw stuitte ik hier op wat beperkingen voortkomend uit de

samenstelling van mijn sociaal netwerk, waardoor er slechts één respondent werd bevroegd die in Vlaanderen is geboren. Extra voorzichtigheid is dus op zijn plaats wanneer we de resultaten willen veralgemenen naar migranten van de tweede of derde generatie.

Op andere vlakken was de steekproef redelijk in evenwicht. De vrouwen waren lichtjes in de minderheid om bovengenoemde redenen. Verdere relevante **kenmerken** van de respondenten kunnen worden geraadpleegd in onderstaande tabel.

Persoon	Leeftijd	Geslacht	Origine	Woonplaats
Amarullah	25	Man	Afghanistan	Deurne (Antwerpen)
Bashir	21	Man	Somalië	Antwerpen-Noord
Dilip	31	Man	Sri Lanka	Deurne (Antwerpen)
Ibrahim	22	Man	Somalië	Deurne (Antwerpen)
Riad	26	Man	Marokko	Antwerpen-Linkeroever
Saber	24	Man	Palestina	Turnhout
Yasmina	35	Vrouw	Marokko	Brugge
Emine	24	Vrouw	Turkije	Kessel-Lo (Leuven)
Nesrin	34	Vrouw	Iran	Herent (Leuven)
Mansour	48	Man	Iran	Herent (Leuven)
Hatice	37	Vrouw	Turkije	Kessel-Lo (Leuven)

Tabel 2: Kenmerken respondenten: pseudoniem, leeftijd, geslacht, origine en woonplaats

3.3.2. Wat werd bevroegd?

De interviews verliepen **semigestructureerd** op basis van een topiclijst (zie bijlage 8.1). We peilden naar het autogebruik van de respondent, zijn/haar ervaring met informeel autodelen en de rol die etniciteit en cultuur daarin speelden. Vervolgens lieten we de respondent kennismaken met twee autodeelplatformen nl. Cozywheels en Getaround door via screensharing het aanbod particuliere deelauto's in hun buurt te bekijken. Op basis daarvan trokken we het gesprek open naar meer formele autodeelsystemen. We maakten ook gebruik van een voorbeeldsituatie en afbeeldingen om na te gaan hoe de reacties verschilden naargelang de vorm van autodelen en de relatie tot de betrokken persoon. Hierdoor kregen we uiteindelijk ook veel waardevolle inbreng omtrent de factoren die vertrouwen of wantrouwen creëren tussen mensen. Afsluitend peilden we in elk interview wat de respondent in de toekomst graag anders zou zien op het vlak van mobiliteit. Dit kon zowel gaan over individuele als maatschappelijke veranderingen.

3.3.3. Kwalitatieve methode

Het afnemen van de interviews gebeurde over een tijdspanne van ongeveer anderhalve maand. Naarmate duidelijker werd welke thema's veel naar boven kwamen, werd hier ook meer op gefocust tijdens de interviews. Een voorbeeld hiervan waren de verschillende vergoedingswijzen bij informeel autodelen die respondenten aanhaalden. Naarmate de dataverzameling vorderde ben ik hierover

meer gedetailleerd vragen gaan stellen. Door deze manier van werken werd geprobeerd om de openheid, die zo kenmerkend is voor de *grounded theory* benadering, te verkrijgen in de dataverzameling en de analyse. Zo kwam bv. het woord vertrouwen niet voor in de initiële topiclijst. Tijdens de interviews werd dit echter veelvuldig uitgesproken, waardoor ik er ook meer over begon door te vragen.

De afgenomen interviews werden steeds opgenomen en uitgetypt. Door middel van de *Nvivo software* werden de interviews op een overzichtelijke manier gecodeerd. Er werd voorafgaand geen codeerschema opgesteld maar gewerkt met **open coding**. (Mortelmans, 2013c, p. 420) Als *sensitizing concepts* gebruikten we de centrale begrippen uit de onderzoeksvragen, het drie-elementenmodel van Shove en handvaten die voortkwamen uit de eerder bekomen kwantitatieve resultaten. Deze algemene concepten stelden ons in staat een balans te vinden tussen *open-minded* het onderzoeksveld betreden en tegelijkertijd te beschikken over een noodzakelijke theoretische gevoeligheid. (Glaser & Strauss, 1967)

Door middel van open coding werden de eerste 5 interviews gereduceerd tot een lijst codes, die zo dicht mogelijk aansloten bij de eigenlijke woorden van de respondent. Hierdoor kregen we een eerste overzicht van de inhoud van onze kwalitatieve data. (Strauss & Corbin, 1997) Hierna werd de gereduceerde data terug opgebouwd tot een **codeboom** die we gedurende de verdere coderingen van de interviews gebruikten. Bij het opstellen van deze abstractere codes gebruikten we meer onze voorkennis over de verschillende vormen van autodelen. Zo deelden we uiteindelijk alle open codes onder in de volgende 7 hoofdcategorieën: Autodelen via bedrijven, carpoolen, formeel particulier autodelen, gebruik auto voor..., informeel autodelen, verschillen tussen systemen van autodelen en visie op de toekomst van (deel)mobiliteit. Binnen deze hoofdcategorieën groepeerden we de andere codes volgens thema's die vanuit de data belangrijk bleken te zijn. Zo maakten we bij informeel autodelen de opdeling naar gelang de specifieke relatie tot de persoon waarmee men aan autodelen deed (familie, vrienden, burens en onbekenden). Bij autodelen via een officieel platform was de specifieke relatie tot de betrokkene minder van belang en werd bv. de opdeling tussen de rol van *user* en *provider* belangrijker.

Deze structuur van de codeboom gebruikten we steeds bij het coderen van de nieuwe interviews. Soms werden citaten toegevoegd aan bestaande codes als deze de lading dekten. Het kon echter ook zijn dat er nog geen bestaande code was die de betekenis van de uitspraak adequaat verwoordde. In dat geval maakten we een nieuwe code en plaatsten we deze op de meest geschikte plek in de codeboom. Hierbij werd continu gereflecteerd of de gegeven codes nog steeds accuraat waren en of bepaalde codes niet beter werden samengevoegd. Bij het coderen van de laatste interviews moesten

er amper nog nieuwe codes worden gecreëerd, een illustratie dat theoretische saturatie dichtbij was en de dataverzameling kon worden afgerond. Deze fase, waarbij relevante concepten worden ontwikkeld die later de basis zullen vormen van de theorie, wordt axiaal coderen genoemd. (Strauss & Corbin, 1997) Deze axiale codes hielpen om patronen en verbanden te zien in de data waardoor de uiteindelijke theorie vorm kon krijgen. Deze laatste fase noemen Strauss en Corbin selectief coderen. (Strauss & Corbin, 1997) Aangezien in dit onderzoek de *Grounded theory* methode wordt toegepast, kozen we in deze fase één centraal concept dat we gingen verbinden aan andere codes. (Mortelmans, 2013a, p. 457) Deze laatste stap mondde uiteindelijk uit in de rapportering van onze kwalitatieve resultaten. Daarover meer in de resultatensectie.

Grounded theory en andere kwalitatieve methoden hanteren een constructivistische invalshoek. (Mortelmans, 2013a, p. 438) Doorheen heel het onderzoek spelen subjectieve interpretaties van de onderzoeker een rol o.a. bij het afnemen van de interviews en de ontwikkeling van de theoretische constructen. (Bourke, 2014; Thorstensson Dávila, 2014) Een zelfbewuste reflectie over mijn positie als onderzoeker en de relatie tot mijn respondenten kon dus niet ontbreken in deze methodeparagraaf. (Bourke, 2014)

Thorstensson Davila omschrijft onderzoek naar migrantengemeenschappen als een complexe ethische onderneming, vooral als de taal, cultuur en ervaringen van de respondenten niet worden gedeeld met de onderzoeker. (Thorstensson Dávila, 2014) Ik verschilde inderdaad op sociaal-demografisch vlak wel wat van mijn respondenten. Ik heb geen migratieachtergrond en kon mede daarom aan de interviews deelnemen in mijn moedertaal; dit in tegenstelling tot de meeste respondenten. Een perfect Nederlandstalige universiteitsstudent kwam op hen mogelijk licht intimiderend over. Op voorhand zat ik daarom ook wel wat met twijfels of dit bijvoorbeeld de sociaal-wenselijkheid van de antwoorden zou beïnvloeden. (Cotterill, 1992)

Een mogelijk positief punt dat de **machtsbalans** kan hebben hersteld is het feit dat veel van de respondenten ouder waren dan mij. De respondenten die jonger of van mijn leeftijd waren, waren echter vooral degenen waar ik al een band mee had. Ik hoop dat dit er voor heeft gezorgd dat ook zij zich op hun gemak voelden. Verder heb ik er alles aan gedaan om vertrouwelijkheid en begrip uit te stralen tijdens de interviews. Zo heb ik de vragen steeds proberen te stellen op een manier aangepast aan de doelgroep.

Mijn positie van '**buitenstaander**' zonder migratieachtergrond versterkte mijn keuze voor de *Grounded theory* benadering omdat vertrekken vanuit de eigenlijke woorden van de respondenten daarom nog belangrijker leek. Extra waakzaamheid bij het interpreteren in de verdere coderingsfasen leek me aangewezen bv. doordat anderstaligen zich minder vaak uitdrukken door middel van de

typische expressies en woorden die ik als moedertaalspreker zou gebruiken. Verder denk ik ook wel dat mijn ervaring met de doelgroep mij hierbij heeft geholpen. Zo ben ik vrijwilliger bij een multiculturele jeugdbeweging en is mijn vriendenkring als gevolg hiervan ook best divers. Het concept van buitenstaander is in deze zin ook een relatief begrip. Bovendien is het ook niet altijd negatief dat je als interviewer verschilt van je respondenten, omdat je zo naïeve maar belangrijke vragen kan stellen (Thorstensson Dávila, 2014).

Naast bewustzijn over mijn positie t.o.v. de respondenten, heb ik ook gereflecteerd over hoe mijn eigen houding over het onderwerp het onderzoek mogelijks heeft gestuurd. Zo was het volgens mij voor de respondenten vanaf het begin duidelijk dat ik nogal positief stond tegenover het concept van autodelen, aangezien ik er mijn eindwerk over schreef en ik hiervoor ook samenwerkte met een organisatie wiens doel het is zoveel mogelijk mensen aan het autodelen te krijgen. Mijn mening hieromtrent heeft sowieso een invloed gehad op de keuze voor het onderwerp, de afbakening van de onderzoeksvragen, de framing van het concept en waarschijnlijk ook wel op de vraagstelling tijdens de interviews. Desondanks had ik wel het gevoel dat de respondenten zowel hun negatieve als hun positieve opmerkingen t.a.v. het onderwerp met me deelden. Mede door de toepassing van *grounded theory* probeerde ik de overlap tussen de theorie en de eigenlijke woorden van de respondent zo groot mogelijk te houden. Ik denk dat ik er daarom wel vrij goed in geslaagd ben om de invloed van mijn **subjectieve houding** t.a.v. het thema te minimaliseren.

4. Resultaten

De resultatensectie is de kern van elk onderzoek. Hier zullen we de bekomen inzichten presenteren. In het kwantitatieve luik geven we de parameters mee die relevant waren bij de interpretatie van de resultaten. De rapportering van het kwalitatieve luik gebeurt op een meer narratieve manier daarbij gebruikmakend van citaten uit de interviews. Later in de discussiesectie zal er diepgaander worden gereflecteerd over de betekenis en consequenties van deze resultaten.

4.1. Kwantitatieve resultaten

De presentatie van de belangrijkste kwantitatieve resultaten zal gebeuren in volgorde van de eerder besproken elementen van formeel autodelen. We reflecteren hierbij telkens kort of onze bevindingen over dit element in lijn waren met de verwachtingen alsook of er zaken opvallen bij het vergelijken van de *users* en *providers*.

We maakten gebruik van modelvergelijkingsprocedures om het beste model voor het verklaren van intenties tot formeel autodelen te bepalen. Dit model bestond uiteindelijk voor zowel *users* als *providers* uit de volgende onafhankelijke variabelen: geslacht, leeftijd, ecologische, sociale & economische betekenis van autodelen, het belang van de voltijdse beschikbaarheid van een auto en de voorkeur om de sleuteloverdracht al dan niet 'face-to-face' te laten plaatsvinden.

In het model met de potentiële *users* zagen we hierbij telkens de verklaarde variantie stapsgewijs toenemen van (Nagelkerke $R^2 = 0,011$) in het model met enkel geslacht en leeftijd als onafhankelijke variabelen naar (Nagelkerke $R^2 = 0,163$) in het uiteindelijke model. De stap die hier het meeste aan toevoegde was de tweede stap, waarbij de betekenissen mee werden opgenomen (Nagelkerke $R^2 = 0,129$). De toename van Chi-square in deze stap was ook vrij groot en significant (Chi-square Block = 161,023 & $p < 0,000$). Dezelfde trend zagen we terugkomen in het model met de potentiële *providers*. De verklaarde variantie nam toe van (Nagelkerke $R^2 = 0,008$) in het eerste model naar (Nagelkerke $R^2 = 0,152$) in het optimale model. Opnieuw vormde de toevoeging van de drie betekenissen de belangrijkste bijdrage (Chi square block = 120,588 & $p < 0,000$ & Nagelkerke $R^2 = 0,114$).

De twee modellen waar we uiteindelijk onze resultatensectie en discussie op baseerden hadden de volgende regressievergelijkingen:

$$\text{Odds}(User) = 0,011 * 0,795^{vrouw} * 0,994^{Age_{Centr}} * 2,898^{FinanBetUser} * 1,906^{EcoloBet} * 1,067^{SocBet} * 0,645^{BeschikbrheidUser} * 2,917^{sleutel User}$$

Vergelijking 2: optimale model Users

$$\text{Odds}(Provider) = 0,015 * 0,808^{vrouw} * 0,999^{Age_{Centr}} * 3,100^{FinanBetProv} * 1,703^{EcoloBet} * 1,013^{SocBet} * 0,547^{BeschikbrheidProv} * 3,115^{sleutel Prov}$$

Vergelijking 1: optimale model Providers

4.1.1. Het verband tussen informeel en formeel autodelen

De hierboven beschreven modellen waren niet de finale stap in de uitgevoerde logistische regressies.

De twee modellen die bovenop de eerder genoemde onafhankelijke variabelen ook de eerdere ervaring met informeel autodelen opnamen, hebben de selectie niet gehaald. Dit kwam doordat we hiervoor blijkbaar niet over genoeg informatie beschikten, wat zich onder andere uitte in het verkrijgen van abnormale regressiecoëfficiënten en odds ratio's. Na het uitfilteren van de missing cases zaten er slechts 4

potentiële *users* en 0 potentiële *providers* in de categorie van mensen die enerzijds ervaring hebben met informeel autodelen en anderzijds zichzelf aan autodelen zagen doen

ik zie mezelf binnen 5j mijn auto aanbieden als deelauto * ervaring als informele provider Crosstabulation

Count		ervaring als informele provider		Total
		geen ervaring als informele provider	wel ervaring als informele provider	
ik zie mezelf binnen 5j mijn auto aanbieden als deelauto	Ik zie mezelf binnen 5j mijn auto niet aanbieden als deelauto	1968	200	2168
	Ik zie mezelf binnen 5j mijn auto aanbieden als deelauto	224	0	224
Total		2192	200	2392

Figuur g: kruistabel absolute frequenties providers

binnen dit en 5 jaar (Zie Figuur h

& Figuur h). Dit probleem van *incomplete information* komt jammer genoeg wel vaker voor bij het

ervaring als informele user * Ik zie mezelf binnen 5j een particuliere deelauto gebruiken Crosstabulation

Count		Ik zie mezelf binnen 5j een particuliere deelauto gebruiken		Total
		'ik zie mezelf binnen 5jaar geen particuliere deelauto gebruiken'	'ik zie mezelf binnen 5j een particuliere deelauto gebruiken'	
ervaring als informele user	geen ervaring als informele user	2010	288	2298
	wel ervaring als informele user	302	4	306
Total		2312	292	2604

Figuur h: Kruistabel absolute frequenties Users

4.1.2. Ecologische, sociale & economische betekenissen

Zowel voor *users* als *providers* werd bevestigd dat het erkennen van de betrokken ecologische voordelen een rol speelde in de intentie tot autodelen. We vonden een significant positief effect van de erkenning van ecologische betekenissen op de intentie om in de toekomst een particuliere deelauto te gebruiken als *user* (*Wald statistic* = 52,7; $p < 0,000$ & $\text{Exp}(B) = 1,906$). Ook voor de *providers* vonden we dit effect, weliswaar iets minder sterk (*Wald statistic* = 29,6; $p < 0,000$ & $\text{Exp}(B) = 1,703$) De bevinding dat het belangrijk achten van de ecologische voordelen van autodelen een positieve invloed heeft op de intentie lag in lijn met de verwachtingen. Wel werd de hypothese dat dit aspect belangrijker zou zijn voor *providers* niet bevestigd. In deze analyses leken de *users* eerder als *sharing idealists* naar voren te komen.

gebruik van categoriale variabelen. (Field, 2013b) Om onze resultaten niet al te veel te vertekenen beslisten we daarom om geen uitspraken te doen over het verband tussen informeel en formeel autodelen in dit kwantitatieve deel.

Enigszins opvallend was de bevinding dat het belang dat respondenten stelden in de sociale voordelen van autodelen niet leek mee te spelen in hun participatie intenties. Voor *users* vonden we het volgende niet significante verband (*Wald statistic* = 1,16; $p > 0,1$ & $\text{Exp}(B) = 1,067$). Voor *Providers* kregen we gelijkaardige resultaten (*Wald statistic* = 0,037; $p > 0,1$ & $\text{Exp}(B) = 1,013$) In tegenstelling tot wat we dachten gaan mensen die autodelen beschouwen als een facilitator tot sociaal contact dus niet sneller zelf participeren.

Mensen die aangaven wel heil te zien in de financiële voordelen van autodelen leken dan weer wel te worden overtuigd als *user*, maar evengoed als *provider*. Voor de *Users* had het positieve effect de volgende vorm (*Wald statistic* = 50,6 ; $p < 0,000$ & $\text{Exp}(B) = 2,9$). Voor de *providers* was het gevonden verband zelfs nog sterker (*Wald statistic* = 44,9 ; $p < 0,000$ & $\text{Exp}(B) = 3,1$). Dit ging opnieuw in tegen de gangbare opvatting van idealistische *providers* en pragmatische *users*, die vaak in de literatuur gevolgd wordt. (Zie: Albinsson & Yasanthi Perera, 2012; Böcker & Meelen, 2017; Lamberton & Rose, 2012; Ozanne & Ballantine, 2010; Shaheen et al., 2018; Universiteit van Turijn et al., 2020a; Warde, 2005)

4.1.3. Competenties: Plannen van verplaatsingen en vertrouwen van andere gebruikers

Ook de hypothese dat het planmatige aspect van autodelen voor sommigen een participatiedrempel vormt, leek te worden bevestigd. Voor de potentiële *users* bleek dat respondenten die aangaven dat ze op ieder moment in een auto willen kunnen springen, ook minder geneigd waren tot formeel autodelen (*Wald statistic* = 6,69 ; $p < 0,010$ & $\text{Exp}(B) = 0,645$). Voor de *providers* was het effect van deze onafhankelijke variabele zelfs nog iets groter (*Wald statistic* = 9,46 ; $p < 0,010$ & $\text{Exp}(B) = 0,547$). Bij deze groep ging het dan over de stelling of ze de eigen auto steeds ter beschikking wilden houden.

De rol die vertrouwen speelt in het particulier autodelen konden we sowieso enkel nagaan langs de kant van de *providers*. We vonden hiervoor geen significante rol in het voorspellen of eigenaars geneigd zullen zijn hun auto aan te bieden op een deelplatform (*Wald statistic* = 0,376; $p > 0,1$). De hypothese dat eigenaars die erop vertrouwen dat mogelijke gebruikers hun auto correct en respectvol zullen gebruiken een grotere intentie hebben tot autodelen, werd dus niet bevestigd.

4.1.4. Materieel element: Autosleutel

Op basis van eerder onderzoek naar de rol van de autosleutel konden we veronderstellen dat vooral zij die een persoonlijke uitwisseling hiervan weten te appreciëren, zich zullen laten overhalen tot autodelen. Dit omdat het langs de kant van de *providers* het vertrouwen lijkt te bevorderen en het verplichte sociale contact met onbekenden sommigen kan afschrikken. Desondanks blijkt uit onze resultaten dat *users* die dit persoonlijk contact als een nadeel zien juist een hogere intentie hebben

om te participeren (*Wald statistic* = 46,84 ; $p < 0,000$ & $\text{Exp}(B) = 2,917$). Voor potentiële *providers* is dit positieve verband zelfs nog sterker (*Wald statistic* = 42,54 ; $p < 0,000$ & $\text{Exp}(B) = 3,115$).

4.1.5. Demografische kenmerken: geslacht en leeftijd

Op basis van ons literatuuronderzoek formuleerden we twee hypothesen betreffende de demografische kenmerken van particuliere formele autodelers. Ten eerste dat met het stijgen van de leeftijd de intentie tot autodelen afneemt. Ten tweede dat vrouwen vaker intenties tot particulier autodelen zullen koesteren vanwege hun meer idealistische motivaties en hun hoger ecologisch bewustzijn. (Zie: Böcker & Meelen, 2017; Universiteit van Turijn et al., 2020a) Deze eerste hypothese zagen we alvast bevestigd worden voor zowel *users* als *providers*. In de eerste stap van de logistische regressie op de potentiële *users* vonden we het volgende negatieve effect voor elk jaar dat de respondent verouderd t.o.v. de gemiddelde leeftijd (=48,6j) (*Wald statistic* = 10,70 ; $p < 0,001$ & $\text{Exp}(B) = 0,985$) Voor de potentiële *providers* zagen we een gelijkaardig effect dat iets minder sterk was (*Wald statistic* = 4,38 ; $p < 0,05$ & $\text{Exp}(B) = 0,989$)

Onze data leken de tweede hypothese betreffende geslacht niet te bevestigen. Zowel bij de gebruikers als bij de eigenaars is de *wald statistic* van geslacht niet significant verschillend van 0 (*Wald Statistic users* = 2,901; $p > 0,05$ en *Wald Statistic Providers* = 2,019; $p > 0,1$). Aangezien onze steekproef toch wel relatief groot was hanteerden we een 5% overschrijdingskans en concluderen we dat geslacht de intenties niet beïnvloedt.

Tenslotte testten we nog enkele mogelijke mediatoreffecten aan de hand van de methode van Baron en Kenny. (1986) Uiteindelijk bleek dat bij de potentiële *providers*, het al dan niet erkennen van de financiële betekenis van formeel autodelen opereerde als mediator in het verband tussen leeftijd en de intentie tot participatie. We illustreren hier hoe er werd voldaan aan de vier voorwaarden van een mediatoreffect.

- 1) De onafhankelijke variabele moest significant de afhankelijke variabele voorspellen. In ons geval, leeftijd voorspelt de intentie om provider te worden ($\text{Exp}(B) = 0,989$ & $p < 0,05$)
- 2) De onafhankelijke variabele moest significant de mediator voorspellen. Uit de correlatie coëfficiënt bleek dat er wel degelijk een significant negatief verband was tussen leeftijd en het erkennen van de financiële voordelen (Pearson *correlation* = -0,057**)
- 3) De mediator moet significant de afhankelijke variabele voorspellen in model 2. Hier is tevens aan voldaan ($\text{Exp}(B) = 4,06$ en $p < 0,000$).
- 4) De onafhankelijke variabele (leeftijd) moet de afhankelijke variabele minder sterk voorspellen in stap 2 dan in stap 1. De Odds ratio voor leeftijd nam toe van 0,989 naar 0,996 en de significantie van het leeftijdseffect verdween na toevoeging van de

mediator. Bij de providers wordt het leeftijdseffect dus zeker ten dele weg verklaard doordat oudere mensen zich minder aangetrokken voelen tot de financiële voordelen van het delen van de eigen wagen.

Tabel 3: Mediatoreffecten Providers

VARIABELE	STAP 1: ALLEEN LEEFTIJD ALS ONAFHANKELIJKE				STAP 2: + FINANBET			STAP 3: + ECOLOBET		
	b	Exp(b)	Sig	Corr coef Age	b	Exp(b)	Sig	b	Exp(B)	Sig
CONSTANTE	-2,29	0,10	0,000		-	0,07	0,000	-	0,02	0,000
					2,63			4,04		
LEEFTIJD	-0,01	0,989	0,030		-	0,996	0,337	-	0,991	0,067
					0,00			0,01		
ECOLOBET				-0,040**				0,57	1,77	0,000
FINANBET				-0,057**	1,40	4,06	0,000			
R²	0,005				0,072			0,047		
R² CHANGE	0,005 *				0,067 ***			0,042***		

Na toevoeging van de ecologische betekenis was er ook een lichte afname in de grootte en de significantie van het leeftijdseffect ($\text{Exp}(b) = 0,991$ & $p > 0,05$) maar dit was minder uitgesproken dan het partieel mediërende effect van de financiële betekenis.

Voor de *Users* was de verandering in effect en significantie zodanig klein dat er niet kon gesproken worden van mediatie. Desalniettemin geven we de tabel met de verschillende effecten hieronder mee (Tabel 4). Daarna kunnen we overgaan tot de resultaten van het kwalitatieve luik.

Tabel 4: Mediatoreffecten Users

VARIABELE	STAP 1: ALLEEN LEEFTIJD ALS ONAFHANKELIJKE				STAP 2: + FINANBET			STAP 3: + ECOLOBET		
	b	Exp(b)	Sig	Cor coef Age	b	Exp(b)	Sig	b	Exp(B)	Sig
CONSTANTE	-2,10	0,12	0,000		-	0,09	0,000	-	0,02	0,000
					2,43			4,11		
LEEFTIJD	-0,02	0,99	0,001		-	0,99	0,038	-	0,99	0,004
					0,01			0,01		
ECOLOBET				-0,044**				0,65	1,919	0,000
FINANBET				-0,054**	1,28	3,61	0,000			
R²	0,009				0,072			0,065		
R² CHANGE	0,009 ***				0,063***			0,056***		

4.2. Kwalitatieve resultaten

Het doel van de resultatensectie in kwalitatief onderzoek is allereerst het beantwoorden van de onderzoeksvraag op een zo objectief mogelijke manier. Dit onderzoek wil vooral nagaan hoe informeel en formeel particulier autodelen zich tot elkaar verhouden en of hier mogelijkheden uit voortkomen betreffende het diversifiëren van de gebruikers van P2P autodeelplatformen. Daarom werd er een classificatie van de informele autodeler opgesteld die draait rond de verhouding tussen deze twee verschijningsvormen. We opteerden ervoor om dit onderscheid tussen informeel en formeel autodelen te kaderen vanuit het al dan niet hebben van een bestaande relatie met de betrokken persoon.

De keuze voor dit thema wil niet zeggen dat er geen andere breuklijnen meespelen in het onderscheid tussen informeel en formeel autodelen. Er zijn sowieso uitzonderingen, zoals mensen die ook zonder ondersteuning van een deelplatform hun auto laten gebruiken door onbekende burens (een voorbeeld dat ook in één van de interviews ter sprake kwam). Waarom we het al dan niet bekend zijn met de transactiepartner dan toch zo centraal durven zetten in onze theorie lichten we hieronder toe. Daarna zullen we de resultaten meegeven aan de hand van de opgestelde typologie.

4.2.1. De (on)bekendheid van de transactiepartner

Omdat het leidend principe van deze kwalitatieve analyse de *Grounded theory* is dienen we te beginnen met het aanduiden van een **kerncategorie**; een thema dat in zo goed als alle interviews een rol speelt en hielp bij het beantwoorden van onze onderzoeksvraag. De kerncategorie waarvoor we uiteindelijk kozen was de (on)bekendheid van de transactiepartner. Dit kwam in de interviews naar voren als het belangrijkste verschil tussen informeel en formeel autodelen. Voor sommigen was dit aspect, waarbij je je auto laat gebruiken door iemand die je enkel en alleen via een deelplatform kent, licht problematisch. Een minderheid van de respondenten erkende echter ook voordelen van de onbekendheid van de transactiepartner.

Het al dan niet kennen van iemand lijkt cruciaal in het creëren van vertrouwen. Iemand vertrouwen werd door zo goed als alle respondenten benoemd als noodzakelijk bij autodelen, vooral dan door potentiële *providers* en vrienden die samen een auto kochten. Het gegeven, dat we door de mogelijkheden van digitale technologie beginnen delen met onbekenden, kreeg de naam *stranger sharing*. (Schor, 2016) Bestaande literatuur erkent dus tevens de relevantie van dit thema.

4.2.2. Een typologie van de informele autodeler

Op basis van de verhalen van onze respondenten kunnen we informele autodelers grofweg opdelen in zes categorieën. Elke categorie verhoudt zich op een andere manier t.o.v. formele autodeelplatformen en de **shift naar autodelen met onbekenden** speelt daarin een belangrijke rol. Bij elke categorie bespreken we daarnaast ook welke factoren voor hun belangrijk zijn in het creëren van vertrouwen en wat formalisering voor deze groep precies betekent. We willen hierbij opmerken dat elke typologie een versimpeling is van de werkelijkheid met het oog op het overzichtelijk weergeven van nieuwe inzichten. Het kan nuttig zijn om de sociologische verbeelding te prikkelen en bv. hypothesen op te stellen naar volgend onderzoek toe. Het is echter geen feitelijke weergave van de werkelijkheid. (Richards, 2005)

4.2.2.1. B2C autodeler om financiële en ecologische redenen

De enige geïnterviewde met een Cambio abonnement gaf aan dat dit voor haar en haar partner voornamelijk een manier was om te besparen. Zij hadden effectief de transitie doorgemaakt van informeel naar formeel autodelen. Tot een jaar geleden deelden ze een auto met twee andere bevriende koppels. Toen deze aan vervanging toe was beslisten ze om Cambio een kans te geven. Dit systeem leek bovendien goed bij hun levensstijl te passen door de ecologische betekenis die ze eraan geven.

Cambio heeft veel opties: Elektrische auto's of manueel. We rijden altijd met een elektrische auto want dat vinden we ecologischer. Dat is een pluspunt. Als we de kans hebben om een auto te krijgen van het bedrijf van mijn man dan gaan we ook een elektrische auto kiezen.

~ Emine (24 jaar, Turkse origine)

Het aspect van een particuliere deelauto schrikt haar lichtjes af omdat de *provider* dan onbekend is en je 'chance' moet hebben met wie je treft. Wel leek ze geprikkeld te zijn door het systeem omdat ze de financiële en ecologische voordelen die ze ook zo apprecieerde aan Cambio nog sterker zag terugkomen bij het particulier autodelen. Ook zag ze er een kans in om vriendschappen uit te bouwen met mensen uit haar buurt. Het leek erop dat de respondenten die het meest recent naar België waren gemigreerd een **meer persoonlijke invulling gaven aan de sociale betekenis van autodelen**. Wanneer andere respondenten sociale voordelen van autodeelplatformen benoemen heeft dit meer betrekking op de buurt in het algemeen. Zij hebben reeds een netwerk opgebouwd in België en benadrukken daarom eerder de voordelen van de samenhang en het groeiend onderling vertrouwen tussen buurtbewoners.

De onbekendheid van de *provider* kan, naast nieuwe mensen leren kennen, autodeelplatformen nog een streepje voor geven in vergelijking met informeel autodelen omdat het een vorm van privacy

biedt. Als je een auto leent van vrienden of familie moet je immers meer verantwoordelijk worden voor hem nodig hebt.

Dit type respondent erkent dus veel verschillende voordelen van particulier autodelen. Op het vlak van vertrouwelijkheid lijkt echter niets het beter te kunnen doen dan B2C platformen. Een onbekende particulier lijkt niet te kunnen winnen van het klantgerichte systeem van Cambio.

Het bedrijf geeft ons een beetje veiligheid omdat het bedrijf is. Alles is in orde. Als er iets gebeurt kunnen we altijd bellen met de telefoon die in de auto staat. Alles is georganiseerd. Daar voel je je een beetje comfortabel, veilig. Je voelt je een klant. Maar voor die vertrouwelijkheid moet je betalen volgens mij. Dat is de keuze dat je moet maken. Oftewel goedkopere, vriendelijkere en meer ecologische manier of ja meer betalen en je misschien meer comfortabel voelen. Dat zijn voordelen en nadelen (maakt balancerend gebaar).

~ Emine (24 jaar, Turkse origine)

4.2.2.2. Informele user

Veel van de respondenten gebruikten voor ze tot de aankoop van hun eigen auto overgingen wel eens sporadisch een auto van vrienden of familie. Eén getrouwde respondent leende nu nog af en toe een auto van enkele burens. Dit was meestal wanneer haar man met hun auto ging werken en zij de kinderen naar school moest brengen.

De eigenaar aan wie je een auto vraagt 'kennen' is bij dit soort deelpraktijken steeds belangrijk maar het is niet zo dat het zich enkel beperkt tot de zogenaamde 'strong ties'. Veel hangt ook af van de soort verplaatsing waarvoor je de auto vraagt. De kinderen naar school brengen is een vrij korte en risicovrije verplaatsing. De respondent in kwestie haalt ook aan dat dit op vaste uren gebeurt en je er dus minder 'last' mee veroorzaakt voor de betrokken eigenaar. Daarom vroegen ze voor dit soort dingen wel eens een auto aan bv. burens waarmee de relatie eerder oppervlakkig was. Een auto vragen om te oefenen voor je rijbewijs of om een uitstap te maken naar een andere stad is al moeilijker en vereist een hechtere **band met de betrokkene**.

Toen reed ik ook met de auto van mijn meter. Als het was voor lange afstanden dan vroeg ik haar soms de auto. Maar ik ben ook niet iemand die voor zo iets van 5 km de auto gaat nemen maar als het ver was, ja dan soms wel. Af en toe vroeg ik de auto en als het voor haar niet ging dan nam ik het openbaar vervoer. Ik vond dat helemaal niet moeilijk om te vragen. Dat was ok. Mijn doel was toen gewoon de rijbewijs te behalen en niet persé om een eigen auto te hebben.

~ Ibrahim (22 jaar, Somalische origine)

Onder familieleden leeft er nog meer het vertrouwen dat je eerlijk kan zijn tegenover elkaar en dat er wel een oplossing gevonden wordt mocht er bv. schade zijn aan een auto. Als je iemand door en door

kent helpt het kennelijk om aan die persoon een gunst te vragen. Voor respondenten die geen familie in België hadden was het kennelijk moeilijker om toegang te krijgen tot een auto waarmee ze konden oefenen voor hun examen. Zoiets aan vrienden of kennissen moeten vragen veroorzaakt meer stress. In dit soort situaties werd de gegeven vergoeding dan ook belangrijker omdat dit hielp bij het neutraliseren van deze moeilijke gevoelens.

Jawel ik vond het wel moeilijk. In het begin toen ik moest oefenen voor mijn rijbewijs om dan te vragen aan een vriendin van mij van mag ik uw auto lenen om te leren rijden want ik heb nu alleen mijn rijbewijs L. Ik had toen geen auto zelf. Ja ik vond dat wel moeilijk om te vragen aan hun. Ook dan ging ik sowieso als ik de auto leende direct eerst zeg maar tanken voor hun. Ik heb wel geen geld gegeven maar ik heb wel helemaal vol getankt.

~ Amarullah (25 jaar, Afghaanse origine)

Deze categorie van informele users hebben relatief weinig moeite met het idee dat ze een auto van een onbekende zouden gebruiken via een autodeelplatform. Voor sommigen impliceert dit wel een shift in **vergoedingswijze**. Bij het gebruiken van een auto van vrienden of familie worden de kosten vaak vergoed door te gaan tanken op het einde van de rit. Hoeveel er dan getankt wordt is de keuze van de gebruiker zelf. Sommigen tanken ongeveer de hoeveelheid die ze hebben verbruikt. Anderen tanken de tank vol als een soort van bedanking. In het algemeen heerst er rond dit gebruik een sfeer van vertrouwen. Er worden weinig afspraken over gemaakt en de verwachting wordt ook niet expliciet benoemd door de eigenaars van de wagen.

Ik zou er nooit zo moeilijk over doen en zeker niet bij vrienden of familie. Ik denk dat de andere persoon uit respect toch misschien ook wel een beetje gaat bijtanken dan. Er gaan er niet veel terug aankomen met een lege tank, terwijl hem vol was. Nu ik denk als ik dat via die app zou doen met onbekenden dan zou ik er natuurlijk wel op letten. Maar das iets helemaal anders. Want ge wordt ook vergoed niet, als je uw auto uitleent via die app?

~ Riad (26 jaar, Marokkaanse origine)

Of het autodelen nu met een kennis of een onbekende is, voor deze categorie users lijkt het weinig uit te maken omdat de kosten ook via een platform beperkt blijven. **Voor hen brengt de formalisering van autodelen vooral nog extra praktische voordelen mee**. Ook worden er ecologische en sociale betekenissen toegekend aan formeel autodelen die ze niet associëren met informeel autodelen. Dit lijkt dan voor hen een soort extraatje, maar niet persé een echte motivatie.

Voor milieu wel minder auto's is goed. Ook financieel. Ik wil auto delen met mijn straat of bureu. Zo leer ik ook kennen andere mensen en andere bureu. In België leren wij niet meer mensen kennen in onze straat. Ik wil hen ontmoeten.

~ Hatice (37 jaar, Turkse origine)

De notie van vertrouwen lijkt voor de respondenten die voornamelijk in de positie van gebruiker zitten, minder belangrijk. Vooral de respondenten met een eigen wagen gebruiken dit woord veel. In de context van de informele *user* wordt het woord verantwoordelijkheid belangrijker. Zij benadrukken bv. dat ze extra voorzichtig zijn als ze met een auto rijden die niet van hen is. Mochten ze lid worden van een formeel deelplatform, vatten ze dit ook op als iets dat hun ook kan helpen om het vertrouwen van een specifieke *provider* te winnen. Het idee dat je dan vaker de auto kan gebruiken van dezelfde buurtbewoner lijkt hun op hun gemak te stellen. De onbekendheid is dus iets dat ze er in het begin gaan bijnemen maar dat hopelijk gaandeweg wordt overwonnen.

Eén respondent suggereert dat er ook bepaalde culturele elementen zijn waardoor sommige mensen met een migratieachtergrond toch eerder zullen blijven vasthouden aan het informeel autodelen. Vermoedelijk gaat het hier meer om tweede en derde generatie migranten omdat zij vaker familie en een uitgebreide vriendenkring hebben in Vlaanderen. Deze '*strong ties*' komen bij hen nog meer op de eerste plaats. Hun cultuur is ook nog minder doordrongen van het individualisme. Hierdoor zouden ze nog vaker naar het eigen netwerk kijken voor het vervullen van behoeftes en pas daarna naar het commerciële aanbod. In het geval van autodelen zou dit betekenen dat zij liever hun 'naasten' vergoeden dan een onbekende of een applicatie.

Waarom zou ik een wildvreemde mijn geld geven terwijl dat in mijn eigen netwerk zou kunnen blijven? Ik denk wel van dat ik liever mijn eigen naasten blij zou maken dan een wildvreemde. Uw naaste wil ook zeggen bv. een buur. Ik wil liever dat mijn buurman rijk wordt of bv. mijn beste vriend ofzo. Als mijn geld moet toch weggaan dan liever naar hen.

~ Dilip (31 jaar, Sri Lankaanse origine)

4.2.2.3. Samen een auto kopen om financiële, praktische en ecologische redenen

Drie respondenten hadden ervaring met het informele systeem waarbij ze samen met één of meerdere vrienden een auto kochten. Ze gaven aan dat het voor hen te duur was om zelfstandig een eigen auto te hebben. Ook andere praktische redenen speelden mee. Zo had één van hen regelmatig een auto nodig om te kunnen oefenen met autorijden. Op het moment dat hij zijn definitieve rijbewijs behaalt, wordt de auto waarschijnlijk verkocht. Hij had genoeg andere opties en vond het vanuit ecologisch standpunt beter om geen auto te hebben wanneer dit niet echt nodig is.

Het informele systeem van deze mensen vertoont gelijkenissen met bv. een platform als Cozywheels. Zo is deze categorie het gewoon om goed te plannen wanneer ze een auto nodig hebben omdat ze hiervoor steeds moeten overleggen met de vriend(en) waarmee ze een auto delen.

Sommigen kopen misschien samen een auto maar maken zo geen afspraken ofzo daarover. Ik ga altijd bellen hé van mag ik onze auto gebruiken, voor als mijn

vriend die misschien ook nodig heeft, snap je ? Nee ik moet sowieso eerst bellen met hem om te vragen van: heb je dan de auto nodig? Ik ga nooit zomaar nemen. Daarom hebben we ook nog nooit ruzie gehad eigenlijk over de auto. Dat is nu ondertussen al bijna 1 jaar en twee maanden zo. Afspraken zijn altijd goed.

~ Bashir (21 jaar, Somalische origine)

Deze categorie gaat moeilijk te motiveren zijn tot het worden van *provider* op een deelplatform omdat de bestaande band die ze hebben met hun huidige autodeelpartner(s) vaak heel sterk is. In hun opvatting is dit **niet iets dat je met zomaar eender wie doet**. Ze weten wat ze aan de vriend(en) met wie ze het doen hebben. Ze kunnen een inschatting maken van hun rijstijl en rijvaardigheid. Ze vertrouwen erop dat deze mensen de auto proper houden en dat er niet te wild mee gaat gereden worden.

Als ze hun gedeelde auto noodgedwongen moeten wegdoen of als ze om een andere reden niet tevreden zijn met hun huidige informele regeling bestaat de kans dat deze mensen zullen beginnen met formeel autodelen. Dit was bv. het geval bij Emine die ondertussen een overtuigd Cambio gebruikster is. Een kleinschaliger systeem waarbij het nog overzichtelijk blijft wie er kan deelnemen lijkt in het geval van P2P systemen aangeraden voor deze groep, bv. met de bewoners van de eigen straat of appartementsgebouw. Een vergoedingssysteem dat te strikt is kan hen mogelijks ook afschrikken. Door het onderling vertrouwen in hun informeel systeem gaan zij hier vaak lossier mee om. Als je zelf tankt vertrouw je er op dat de andere een volgende keer wel eens gaat tanken. Een systeem waarbij een exacte prijs wordt uitgerekend komt voor hen nogal 'Belgisch' over.

4.2.2.4. Informele provider met financiële en sociale motivatie

Eén specifieke respondent deelde zijn auto met opvallend veel verschillende mensen en ook op meer regelmatige basis. Hij had er weinig op tegen als vrienden of burens zijn auto vroegen voor boodschappen, uitstapjes of om te oefenen voor hun praktijkexamen. Opvallend hierbij was dat hij dit niet enkel deed om hen te helpen maar er ook een duidelijk financieel voordeel in zag. Het was immers de gewoonte dat ze zijn auto voltankten na gebruik. Hierdoor kon hij dan zelf een paar weken gratis rijden. Ook vindt dit type *provider* het handig dat hij door zijn auto uit te lenen aan iemand (bekend of onbekend) op een later moment eens om een wederdienst kan vragen.

Zijn auto('s) aanbieden op een platform zei dit type respondent weinig omdat hij, met al die vrienden die er gebruik van maken, hiervoor nog maar weinig ruimte over heeft. Het feit dat onbekenden zijn auto zouden gebruiken schrikt hem niet zo zeer af en zou er zelfs voor kunnen zorgen dat hij zich **minder schuldig moet voelen als hij er financieel voordeel uit haalt**.

Sommige van mijn vrienden ze geven echt veel. Ja voor mij is dat goed hé maar ik vind dat niet ok voor hun zelf eigenlijk dat ze zoveel geld geven. Als ik bv. zeg van pak de helft van het geld terug dan willen ze niet. Ja ze geven meer dan ik nodig heb en dan de auto heeft gebruikt. Sommigen gaan tanken en ook €20 geven.

~Amarullah (25 jaar, Afghaanse origine)

Op het eerste zicht lijkt dit de ideale categorie om toe te leiden naar het worden van formele *provider* omdat ze veel mensen vertrouwen. Een korte kennismaking of weten dat iemand in de buurt woont is vaak al voldoende voor hen. Het probleem met dit type gebruiker is echter dat hij ook sociaal bewogen is en de eigen auto is een manier geworden om voor mensen in zijn eigen netwerk klaar te staan. Als vrienden zijn autosleutel komen halen of terugbrengen is dit voor hem ook een kans om bij te praten. Deze vriendendiensten gebeuren allemaal vrij onverwacht en 'last-minute' waardoor strikte reservatiesystemen minder bij zijn levensstijl passen. De auto moet vooral 'zijn eigen' auto blijven en provider zijn via een deelplatform geeft hem minder dat gevoel.

Opvallend bij dit type gebruiker is dat hij de idealistische betekenis van formeel autodelen wel erkent. Hij vindt het mooi dat *providers* er op die manier voor kunnen zorgen dat iedereen, wanneer nodig, een auto kan gebruiken. Voor hem persoonlijk blijft het echter belangrijker om klaar te staan voor zijn eigen vrienden dan voor onbekenden. De **schrik om hen te moeten teleurstellen** zal verhinderen dat hij zich gaat aansluiten bij een deelplatform.

4.2.2.5. Informele provider met sociale motivatie

Deze categorie deelt met een select aantal personen uit zijn of haar netwerk, vaak een familielid of goede vriend(in) die zelf geen eigen auto heeft. Ze willen vooral die specifieke persoon helpen omwille van de goede band die ze hebben of omdat die persoon ook altijd voor hen klaarstaat. Zo zegt Saber het volgende over zijn buurvrouw wiens auto hij vroeger mocht gebruiken.

Nee echt alleen aan haar zou ik die geven, maar niet aan andere mensen. Mijn buurvrouw is 83 jaar. Ik vertrouw van haar en ook omdat zij heeft vroeger aan mij de auto gegeven, ik ga dat nu ook doen als het zou nodig zijn. Dat was toen lief van haar dat ze zei dat dat mocht, echt super lief. Zij bracht mij vroeger ook naar het werk. Als ik nachtwerk moest doen dan pikte ze mij 's ochtends op. Ik ging ook veel naar haar om Nederlands te babbelen. Maar voor andere mensen nee. Bv. Jij hebt rijbewijs en ook een auto. Kan jij die aan mij geven? Ik denk nee hé?

~ Saber (24 jaar, Palestijnse origine)

Een overschakeling naar autodelen met onbekenden betekent voor deze mensen het **neutraliseren van hun altruïstische motivatie**. Zij associëren dit sociale aspect immers totaal niet met formeel autodelen. Het kan ook zijn dat ze een beetje cynisch staan t.o.v. idealistische deelplatformen. Zoals

Yasmina die zich stoort aan onze hedendaagse materialistische mentaliteit en daarom niet lijkt te kunnen geloven dat mensen hun auto aanbieden op een platform als Cozywheels.

Euum ja, ik ben een realistisch persoon hé. Als iemand iets doet zonder geld enzo te krijgen. Ok, zo vrijwilligerswerk ofzo dat kan ik verstaan... maar als je jouw auto geeft aan de mensen en je gaat alleen km's terugkrijgen maar wel ondertussen jouw kilometrage consumeren. Dat is ook een nadeel hé. Op financieel vlak ga je toch verliezen daardoor. Daarom sta ik niet zo open daarvoor. Ik vind het raar. De wereld is gewoon zo geworden en ik ga dit niet vertrouwen. Maar de tweede optie wel want je gaat ook iets betalen. Dus ja dat kan ik begrijpen.

~ Yasmina (35 jaar, Marokkaanse origine)

De tweede optie waarover Yasmina praat is Getaround; het autodeelplatform dat meer opereert vanuit een marktlogica. Kennelijk is dit systeem voor deze categorie mensen beter te begrijpen omdat zij echt enkel een economische betekenis toekennen aan formeel autodelen. **Formalisering maakt autodelen voor hen tot iets rationeels:** praktisch en financieel voordelig maar daardoor ook onpersoonlijk. Zij vinden deze sociale essentie waar ze naar op zoek lijken enkel terug bij informeel autodelen.

Maar waarom zou je het niet in uw eigen kringen gaan vragen, dat toch veel geloofwaardiger. Misschien komt die persoon dan nog helpen als je bv. gaat verhuizen en daarvoor een auto nodig hebt. Die verhuurder gaat niet komen helpen. Er is een groot verschil. Bv. een vriend van mijn broer heeft een zaak met een grote camionette. Hij zegt van geen probleem ik zal u wel komen helpen om naar het containerpark te gaan. Dat wel plezant. Dat creëert ook meer waarde aan die persoon en dan groeit nog uw band. Dat onthoud ik nu eigenlijk. Maar als je vraagt van wie was de verhuurder van de Drivy⁵, ja dat weet ik niet meer zenné.

~ Dilip (31 jaar, Sri Lankaanse origine)

Omdat deze groep respondenten echt de band met de betrokken persoon benadrukt bij het creëren van het noodzakelijke vertrouwen, gaan ze weinig geneigd zijn om *provider* te worden op een autodeelplatform. Ze erkennen vaak wel ecologische voordelen van autodelen en het lijkt hen prachtig als buurten dichterbij elkaar zouden komen als gevolg van dit soort initiatieven. Door hun realistische ingesteldheid gaan ze hierin echter niet snel zelf stappen ondernemen.

Het lijkt erop dat deze categorie meer fan lijkt van autodelen als *User* oa. ter vervanging van de tweede wagen in het gezin. Zo was Yasmina bv. heel blij om tijdens het interview kennis te maken met Getaround omdat dit haar de ideale optie leek om af en toe boodschappen te gaan doen in het

⁵ Drivy is de vorige naam van Getaround. Deze respondent gebruikte via dit platform éénmalig eens een auto toen hij ging verhuizen.

centrum van Antwerpen. Haar eigen wagen kon niet meer in de lage-emissiezone en haar voorkeur voor een Arabische slager zorgt ervoor dat ze af en toe toch die verplaatsing dient te maken. De optie om een auto te gebruiken van een onbekende kan voor hen ook een zekere gemoedsrust betekenen. Een auto gebruiken van iemand die dicht bij jou staat houdt immers ook risico's in voor je relatie. Ze vermijden liever problemen met dierbaren en die stress valt weg bij onbekende *providers* omdat je problemen dan gewoon financieel kan oplossen.

4.2.2.6. *Geen ervaring met informeel autodelen*

Deze laatste categorie bevat de enige twee respondenten die geen ervaring hadden met informeel autodelen. Ze lieten het niet toe dat anderen hun eigen auto gebruikten omdat deze niet verzekerd was als er iets zou gebeuren. Andersom vroegen ze vroeger, toen ze nog geen eigen wagen hadden, ook niet die van anderen om een gelijkaardige reden. Eén van hen, die uitzonderlijk eens echt een auto nodig had, maakte toen gebruik van Getaround. Hij gaf aan dat dit toen ook vrij kostelijk was voor hem. Mensen in deze categorie benoemen Getaround echt als verhuur omdat de economische betekenis hierbij belangrijker wordt. Daar staat tegenover dat ze bij Cozywheels heel sterk het sociale aspect van *provider* zijn gaan benadrukken.

De mensen die willen gewoon winst maken zij gaan nooit denken aan kennismaken met iemand maar die eerste platform die is daar wel om mensen te helpen. Zij doen een goede daad hé. Dus misschien gaan zij veel mensen leren kennen daardoor en vrienden blijven ook.

~ Mansour (48 jaar, Iraanse origine)

Voor dit type autodelers is het aspect van onbekendheid van weinig belang. Het is misschien zelfs een voordeel omdat bewoners van buurten en appartementsgebouwen elkaar zo beter leren kennen en er een warmere sfeer kan ontstaan. Vertrouwen ontstaat voor deze mensen niet zo zeer uit de band met de specifieke persoon maar eerder vanuit duidelijke afspraken en de verwachting dat de gebruiker verantwoordelijk omgaat met de geleende auto. **Voor deze categorie is formalisering een voorwaarde om aan autodelen te doen.** Doordat je via het platform verzekerd bent wordt dit mooie idee mogelijk. De respondenten in deze categorie gaven ook aan dat ze hun toekomstige tweede auto wel wilden aanbieden op een platform bv. in het weekend wanneer ze er sowieso maar één nodig hebben. Dit overwogen ze dan vooral vanuit een altruïstische motivatie omdat anderen ermee geholpen konden worden.

5. Discussie

In deze discussiesectie zullen we ingaan op de diepere betekenis en relevantie van de bekomen kwantitatieve en kwalitatieve resultaten. Komen deze overeen met eerdere wetenschappelijke bevindingen? Zijn de resultaten van de twee methodologische luiken consistent met elkaar? Als dit niet zo is, hoe kan dit worden verklaard? We bouwen dit hoofdstuk op volgens het drie-elementenmodel van Shove, dat ook werd gebruikt bij het structureren van de literatuurstudie. Op deze manier kunnen we onze resultaten gemakkelijker positioneren binnen het bestaande onderzoek naar autodelen.

5.1. De betekenissen van particulier autodelen

We zagen de drie types betekenissen uit het *triple p* principe (*people, planet, profit*) terugkomen in de resultaten, ook wanneer het specifiek over informeel autodelen ging. (Böcker & Meelen, 2017) De gegeven betekenissen aan informeel en formeel particulier autodelen komen echter niet altijd overeen. Vooral bij potentiële *providers* met een eigen auto lijkt er een **spanningsveld** te bestaan tussen deze twee verschijningsvormen.

5.1.1. De economische betekenissen van autodelen

Allereerst worden er aan autodelen vaak financiële betekenissen toegeschreven. (Böcker & Meelen, 2017; Hamari et al., 2016) Onze resultaten uit het kwalitatieve luik, lijken vooral in lijn te liggen met de opvatting dat deze voordelen in de eerste plaats worden erkend door potentiële *users*. (Bardhi & Eckhardt, 2012; Belk, 2014; Bellotti et al., 2015) Dit lijkt ook het meest logisch, aangezien zij effectief op de vele kosten die bij een eigen wagen komen kijken kunnen besparen. De te maken winst voor eigenaars blijft, zelfs op een platform als Getaround, eerder beperkt.

Het feit dat we daarentegen ook voor *providers* een significant effect vonden, kan te wijten zijn aan de vraagstelling van deze variabele. We leidden het erkennen van de financiële betekenis namelijk af uit de volgende ja/nee vraag: “Een overzicht van de financiële voordelen die ik kan bekomen zou me mogelijks overtuigen om te autodelen.” Het is dus mogelijk dat respondenten op het moment van de enquête een inadequaat beeld hadden van de te bekomen financiële voordelen.

Eén respondent, die zijn auto regelmatig uitleent binnen zijn eigen netwerk, bekent dat hij er op die manier meer financieel voordeel uit haalt dan via een platform. Ze hanteren daarbij immers een ‘lossere’ vergoedingsregeling waardoor sommige vrienden hem nogal royaal vergoeden. In dit geval lijkt de economische betekenis van informeel autodelen de overstap naar formeel autodelen te belemmeren.

In het algemeen vond ons kwantitatief luik dat er, zowel bij *users* als *providers*, een negatief effect van leeftijd bestaat op de intentie tot formeel autodelen. Bij de potentiële *providers* kunnen we dit deels verklaren doordat het belang van de financiële betekenis van autodelen afneemt met de leeftijd. Aangezien we leeftijd centreerden ging het hier over de afname per jaar t.o.v. de gemiddelde leeftijd van 48,6 jaar. Deze bevolkingscategorie kent in België een relatief hoog beschikbaar inkomen omdat hun kosten verbonden aan huisvesting lager zijn. Dit is te wijten aan het hoge percentage 65+ers dat een eigen woning bezit in ons land. (De Decker & Dewilde, 2010) In deze context lijkt het aannemelijk dat de financiële voordelen van autodelen meer welkom zijn bij andere leeftijdscategorieën.

5.1.2. De sociale betekenissen van autodelen

Wat de sociale betekenissen van autodelen betreft was het opvallend dat het kwantitatieve luik onze verwachting hieromtrent niet bevestigde. Erkennen dat autodelen positief is voor het sociaal contact tussen buurtbewoners, hielp niet bij het voorspellen van de intentie tot formeel autodelen. Uit de interviews kwam echter een ander type sociale betekenis naar boven, die meer het karakter had van een potentiële drijfveer. Respondenten die vrij recent gemigreerd waren naar België zagen hierin een manier om nieuwe mensen te leren kennen en zo een netwerk uit te bouwen in hun buurt. Zij bekeken dit **sociale aspect dus meer vanuit persoonlijk oogpunt**.

Algemene voordelen, zoals het groeien van de sociale cohesie, werden vaak wel benoemd door respondenten, maar waren onderdanig aan andere sociale betekenissen. Zo zagen de enige twee respondenten die *provider* wilden worden dit voornamelijk als het doen van een goede daad. Ons kwalitatieve luik lijkt dus de opvatting van *providers* als '*sharing idealists*' te bevestigen. (Albinsson & Yasanthi Perera, 2012; Ozanne & Ballantine, 2010; Universiteit van Turijn et al., 2020a) Dit betekent echter niet dat *users* geen eigen sociale betekenissen kunnen toeschrijven aan autodeelplatformen. Toekomstig onderzoek moet er daarom op letten dat dit type betekenissen niet te eng wordt afgebakend.

Vervolgens, wat de sociale betekenis van informeel autodelen betreft: Informele *providers* doen dit in eerste plaats om klaar te staan voor vrienden of familieleden. Dit verschilt van de dominante sociale betekenis van een autodeelplatform als 'een goed doel' omdat het bij informeel autodelen gaat over het helpen van specifieke bekenden. We kunnen hieruit concluderen dat Vlamingen met een migratieachtergrond, die in het bezit zijn van een eigen wagen, nog vaker de afweging dienen te maken waarvoor ze deze willen gebruiken, of beter gezegd voor wie. Dit kadert ook in de context van nog meer aanwezige informele deelpraktijken binnen deze gemeenschappen. (De Vrij, 2019; Elmahdi, 2020; Frenken & Schor, 2017; Lovejoy & Handy, 2011) Een auto brengt in deze gemeenschappen nog vaker een bepaalde verantwoordelijkheid met zich mee. Een meer **collectieve**

betekenis zeg maar, die zich niet enkel uit in informeel autodelen, maar ook bv. in het regelmatig ophalen van vrienden en familie of het carpoolen met andere gezinnen om boodschappen te doen.

5.1.3. De ecologische betekenissen van autodelen

Tenslotte bleek ook dat het erkennen van de ecologische betekenissen van autodelen hielp om de intentie tot formeel particulier autodelen te voorspellen, dit zowel bij *users* als *providers*. Particulier autodelen wordt dus, althans volgens onze regressieanalyses, in de eerste plaats beschouwd als een duurzame en een economisch slimme mobiliteitskeuze. Ook in de interviews werden de ecologische voordelen veelvuldig erkend door de respondenten. Voor hen is dit echter geen echte beweegreden, maar eerder **een welkom extra voordeel**, mochten ze autodelen kunnen inpassen in hun mobiliteitspatroon. Daarom bevestigen onze resultaten in de eerste plaats de centrale claim uit de SPB, nl. dat transities in (on)duurzame gewoontes vragen om individuen die zowel *'knowledgeable'* als *'capable'* zijn. (Spaargaren, Martens, & Beckers, 2006) Dit kan mooi worden geïllustreerd met een citaat uit één van de interviews:

Ik vind dat moeilijk want ja... voor het milieu. Ik wil het milieu ook beschermen dus ik ben ook tegen te veel auto's maar tegelijkertijd moet je ook situatie van iedereen verstaan want ja als je kinderen hebt is het bv. moeilijk om met openbaar vervoer te verplaatsen. Ook bv. voor België met de fiets is ook niet handig als het is altijd slechte weer. Dat vind ik een moeilijke situatie waardoor je de auto niet kan verwijderen. Het is een behoefte.

~ Yasmina (35 jaar, Marokkaanse origine)

We merkten in onze interviews vaak een grote bereidheid bij respondenten om veranderingen door te voeren in hun mobiliteitspatroon. Naar hun aanvoelen worden ze hierin echter beperkt door een gebrek aan alternatieven bv. om zich te verplaatsen naar hun werk of opleiding. Factoren die hun keuzeaanbod lijken te beïnvloeden zijn o.a. de af te leggen afstand, het aanbod en de kwaliteit van openbaar vervoer in hun buurt, het al dan niet werken in een shiftensysteem, het hebben van kinderen en voor één respondent het feit dat ze nooit had leren fietsen.

We bespraken eerder al hoe we onze bevinding dat de participatie intentie afneemt met de leeftijd, kunnen verklaren vanuit het lagere gewicht dat ouderen zullen toekennen aan de economische voordelen hiervan. Of we het negatieve effect van leeftijd op intenties tot autodelen ook deels kunnen verklaren doordat zij minder met ecologie bezig zijn, ligt iets moeilijker. Onze regressieanalyse lijkt nochtans ook deze hypothese te bevestigen voor de potentiële *providers*. De **relatie tussen leeftijd en ecologisme** is voor wetenschappers echter nog altijd niet helemaal duidelijk. Positieve ecologische attitudes lijken af te nemen met de leeftijd, maar duurzaam gedrag neemt juist toe met het ouder worden. (Diamantopoulos, Schlegelmilch, Sinkovics, & Bohlen, 2003) Ons onderzoek lijkt dus nogmaals te suggereren dat er meer kwantitatief onderzoek nodig is naar de

interessante dynamiek tussen leeftijd, ecologisch bewustzijn en duurzame consumptie. Dit gebeurt dan best met een enquête die specifiek werd ontworpen voor het onderzoeken van deze relatie, wat niet het geval was bij de secundaire data die wij ter beschikking hadden.

Tenslotte herhalen we nog even dat de variabele **geslacht** niet significant hielp bij het voorspellen van iemands intenties tot particulier autodelen. Dit lag niet in lijn met de verwachtingen. Vrouwen beschikken immers over meer idealistische motivaties en een hoger ecologisch bewustzijn. (Böcker & Meelen, 2017; Universiteit van Turijn et al., 2020a) We kunnen dit resultaat wel verklaren vanuit de eerder aangetoonde *attitudebehaviour gap* in de deeleconomie. (Hamari et al., 2016) Positieve en ecologische attitudes vertalen zich niet hoofdzakelijk in intenties tot duurzaam gedrag. Dat lijkt ons onderzoek nu ook te hebben aangetoond in het geval van particulier autodelen.

5.2. De competenties van particulier autodelen

Dit onderzoek lijkt de kritiek, dat het attitude-gedragmodel vanuit een te voluntaristisch principe vertrekt, te bevestigen. (Gram-Hanssen, 2010; Heisserer & Rau, 2017; Spaargaren et al., 2006) Traditioneel gaan we ervan uit dat een motivatie om duurzaam te consumeren de aanleiding is tot een bepaalde keuze. (Hamari et al., 2016) Er wordt daarbij over het hoofd gezien dat die ecologische motivatie ook wel ergens vandaan dient te komen bv. vanuit eerdere positieve ervaringen met duurzame mobiliteit. Dit zagen we sterk naar voor komen bij een respondent die precies door haar ervaring met Cambio een voorkeur had ontwikkeld voor elektrische auto's. Zij omschrijft tevens hoe haar overstap naar autodelen ook voor andere duurzame veranderingen zorgt in haar leven.

Ik heb iets gevonden ook daardoor, fietsknooppunten? Gisteren zijn we door Leuven gereisd met de fiets zo. Dat vonden we echt leuk. Die twee vrienden van ons gaan altijd met de auto... Geen ervaring met de fiets. Daarmee ben ik tevreden eigenlijk nu. Dat is ook ontdekking. Als we nu een auto zouden hebben dan gaan we nog steeds veel fietsen omdat we weten wat dat betekent.

Emine (24 jaar, Turkse origine)

Deze *spill-over* effecten bewijzen des te meer dat het ontwikkelen van een openheid ten aanzien van duurzamere consumptiemogelijkheden iets is dat gaandeweg moet groeien als een soort circulair proces (zie figuur i). Verklaringen die vasthouden aan de lineaire relatie zullen weinig nieuwe oplossingen kunnen bijdragen, vooral ook omdat er zo amper handvaten worden aangereikt in hoe we attitudes kunnen veranderen. (Abts, 2015)



Figuur i: De kringloop van attitudes en gedrag (overgenomen uit: Leenaert, 2017)

De SPB lijkt dus effectief een beter uitgangspunt omdat het ervan uitgaat dat individuen naast 'knowledgeable' ook capabel moeten zijn om tot actie over te gaan. (Spaargaren et al., 2006) Hierdoor vonden we het ook belangrijk om de competenties, die op een particulier autodeelplatform aanwezig dienen te zijn, te bestuderen. Beleid kan door het toegankelijker maken van deze competenties bijdragen aan het creëren van duurzamere gewoontes onder burgers-consumenten. (Shove, 2012)

5.2.1. Het plannen van verplaatsingen

Het bleek wel degelijk dat respondenten, die op ieder moment een auto ter beschikking wensten te hebben, minder geneigd waren tot autodelen. Voor de *providers* was het statistische effect van deze onafhankelijke variabele zelfs nog iets groter in vergelijking met de *users*. Uit ons kwalitatieve luik bleek echter dat dit planmatige aspect niet elk type autodeler evenveel afschrikt.

In het onderzoek van Tiqah wordt benadrukt dat mensen met een migratieachtergrond hun last-minute levensstijl beter aansluit bij de flexibiliteit van een eigen wagen. (Tiqah research, 2019) Wij percipiëren hier echter ook een kans voor de inclusie van mensen met een migratieachtergrond op autodeelplatformen, juist omwille van hun affiniteit met informeel autodelen. Informele *users* en vrienden die samen een auto bezitten zijn het immers **gewend om goed af te stemmen met elkaar** wie wanneer de auto gaat gebruiken. Zij lijken hier dus in het voordeel t.o.v. informele *providers* die meer op de beschikbaarheid van hun eigen auto lijken te zijn gesteld. We kunnen hieruit meenemen dat het mogelijks gemakkelijker is om jongeren met een migratieachtergrond toe te leiden naar autodeelplatformen. Wanneer mensen reeds zijn overgegaan tot de aankoop van een eigen wagen, wordt deze deel van hun levensstijl en krijgt hun autogebruik een moeilijker te doorbreken karakter.

5.2.2. Het vertrouwen van andere participanten

In het literatuuroverzicht bespraken we het door Rachel Botsman ontwikkelde concept van *distributed trust*. Dit benadrukt dat, in de context van de platformeconomie (waar we vaker delen met onbekenden), vertrouwen anders functioneert dan bij traditionele deelpraktijken. (TED, 2016, 7 November) Uiteindelijk bleek het te ambitieus om de drie lagen van vertrouwen waar zij over spreekt (vertrouwen in het concept, in het platform en in de andere gebruikers) een evenwaardige positie toe te kennen binnen dit onderzoek. (TED, 2012, 24 September) Enerzijds stuiten we hier op beperkingen van de gehanteerde secundaire dataset, waarin slechts één van deze drie aspecten bevraagd werd. Anderzijds is dit concept zo complex en veelzijdig dat het beter past in een afzonderlijk onderzoek.

Desondanks waren we wel in staat uitspraken te doen over één van de drie aspecten nl. “vertrouwen in de andere gebruikers”. Dit kwam in de context van informeel autodelen veelvuldig aan bod tijdens de interviews. In eerste instantie leek dit de kwantitatieve analyses tegen te spreken, aangezien daaruit bleek dat dit aspect niet echt een invloed uitoefende op de intenties om formele *provider* te worden. Of respondenten al dan niet ‘bang waren dat anderen hun wagen verkeerd gingen gebruiken’ leek niet mee te spelen in hun beslissing.

De kwalitatieve analyse zorgde er voor dat we deze kwestie konden bekijken vanuit een nieuw perspectief. Wanneer respondenten met een eigen wagen deze informeel uitleenden, percipieerden zij deelplatformen nog meer in het licht van deze ervaringen. Zij vonden het bij formeel particulier autodelen moeilijker om in te schatten of een onbekende gebruiker wel goed voor hun auto zou kunnen ‘zorgen’. In hun beleving is **autodelen niet iets dat je zomaar met eender wie doet**. Voor respondenten die geen ervaring hadden met het informeel uitlenen van hun auto leek daarom de onbekendheid van een transactiepartner minder problematisch. Dit verklaart ook mogelijks waarom in de kwantitatieve steekproef het onderling vertrouwen tussen deelnemers van een

autodeelplatform minder belangrijk lijkt. Respondenten met informele ervaring waren hierin immers ondervertegenwoordigd (Zie figuur g en figuur h).

Sommige gebruikers voelen zich veiliger bij een platform omdat het o.a. controles en verzekeringen aanbiedt. (Fraanje & Spaargaren, 2019) Zij staan daarom dan ook vaak sceptisch t.o.v. informeel autodelen. Om diezelfde reden was, voor onze respondenten zonder informele ervaring, **formalisering een voorwaarde om aan autodelen te kunnen doen**. Opnieuw lijkt het erop dat ervaring met informeel autodelen de intentie om *provider* te worden op een platform in de weg staat. We hebben dit jammer genoeg niet statistisch kunnen bewijzen omwille van het probleem van *incomplete information*. (Field, 2013b) Om deze hypothese hard te maken dienen er, ook bij specifieke groepen die meer aan informeel autodelen doen, meer data te worden verzameld.

5.3. De materiële elementen van particulier autodelen

Tenslotte zijn er ook materiële elementen wiens toegankelijkheid een voorwaarde is voor het verankeren van een duurzame praktijk zoals bv. autodelen. (Shove, 2012) Deze voorwerpen en materiële zaken spelen een rol in het capabel maken van individuen zodat zij kunnen over gaan tot een transitie in hun mobiliteitspatroon. (Spaargaren et al., 2006) We zullen, zowel de materiële elementen die aan bod kwamen in het literatuuroverzicht alsook enkele nieuwe concepten die relevant bleken vanuit de interviews, bespreken.

5.3.1. Autosleutel

Onze statistische analyse zorgde voor nogal opmerkelijke resultaten met betrekking tot de rol van de autosleutel. Tegen de verwachtingen in bleek dat respondenten die het fysiek contact bij de uitwisseling hiervan als een nadeel percipieerden een hogere intentie hadden om aan particulier autodelen te doen. Mogelijks kunnen we dit bizarre resultaat verklaren doordat de respondenten onvoldoende geïnformeerd waren op het moment dat ze de enquête invulden. Misschien dachten sommigen dat er bij particulier autodelen ook sprake is van technologische sleutelsystemen zoals het geval is bij B2C platformen. Anderzijds is het ook mogelijk dat de data werden vertekend doordat respondenten de neiging hadden om **sociaal wenselijk te antwoorden** op deze vragen. Het kan immers confronterend zijn om te moeten toegeven dat je liever geen *'face to face'* contact hebt bij het overhandigen van de sleutel. Tenslotte is het door de vraagstelling ook mogelijk dat respondenten vooral een praktische invulling gaven aan deze kwestie. Misschien associeerden zij dit bv. eerder met tijdswinst dan dat ze het opvatten als een sociaal moment.

Uit de analyse van de diepte-interviews vielen eveneens weinig samenhangende conclusies te trekken over de rol die de sleuteloverdracht kon spelen. Misschien zijn de voorkeuren hieromtrent vooral karakterieel gebonden en is het daarom moeilijk om hier patronen in te herkennen.

Toekomstig kwantitatief onderzoek dat meer specifieke vragen stelt over de rol van de sleutel kan hier misschien meer duidelijkheid in brengen.

5.3.2. Stranger sharing

Het ontstaan van *'stranger sharing'* illustreert dat digitale technologie een sociale praktijk zoals autodelen fundamenteel kan transformeren. (Fraanje & Spaargaren, 2019) Dit onderzoek kan bevestigen dat de shift van bekend naar onbekend cruciaal is in het begrijpen van de verhouding tussen informeel en formeel autodelen. Voor een uitgebreide bespreking hiervan verwijzen we naar onze kwalitatieve resultatensectie waarin de (on)bekendheid van de transactiepartner centraal staat. Elke categorie uit onze informele **typologie** stond anders tegenover deze shift naar onbekendheid en

gaf daarom ook een andere invulling aan het concept van formalisering. We presenteren een samenvatting hiervan in onderstaande tabel.

Tabel 5: Schematische samenvatting kwalitatieve resultaten

	HOUDING T.O.V. ONBEKENDHEID	PERCEPTIE VAN FORMALISERING
B2C AUTODELER	Onbekendheid ⇔ vertrouwelijkheid	Kans voor sociale, ecologische en economische win-win
INFORMELE USER	Onbekendheid is iets tijdelijk	Formalisering = praktisch bv. LEZ
SAMEN EEN AUTO KOPEN	Onbekendheid en openbaarheid schrikken af	Te 'Belgisch' in huidige vorm
INFORMELE PROVIDER MET FINANCIËLE & SOCIALE MOTIVATIE	Onbekendheid vergemakkelijkt financiële motivatie maar neutraliseert sociale motivatie	Positief, maar geen ruimte om auto aan te bieden op platform door huidig intensief gebruik
INFORMELE PROVIDER MET SOCIALE MOTIVATIE	Onbekendheid neutraliseert sociale motivatie & vertrouwen	Formalisering maakt autodelen tot iets rationeel en onpersoonlijk
GEBREK ERVARING INFORMEEL AUTODELEN	Onbekendheid is weinig relevant	Formalisering maakt autodelen mogelijk

We merken hierbij op dat er ook andere materiële elementen in verband staan met deze *stranger shift* bv. de vergoedingswijze. Bepaalde culturele gebruiken beïnvloeden mee hoe dit bij informele deelpraktijken wordt geregeld. Zo lijken er bepaalde impliciete afspraken te zijn over aan wie je een vergoeding kan vragen en hoe? In het algemeen leeft er wel het idee dat dit bij informeel deelpraktijken 'losser' gebeurt dan op een platform. Er is geen vaste prijs en de beslissingsmacht hierover ligt meer bij de gebruiker dan bij de eigenaar.

In tegenstelling tot wat het bestaande onderzoek naar informele deelpraktijken bij Mexicaanse migranten in de VS lijkt te suggereren, was het geven van een vergoeding voor onze respondenten bijna vanzelfsprekend. (Lovejoy & Handy, 2011) Hierbij wordt er vaak uitgegaan van een kostendelend principe waarbij je wordt vergoed in de vorm van benzine. Gaan tanken nadat je iemands auto gebruikt is een vorm van beleefdheid en er wordt op vertrouwd dat de gebruiker dit uit zichzelf doet. Ook lijkt het erop dat bij autodelen met dichte familie, zoals ouders, broers en zussen, de plicht tot het geven van een vergoeding wegvalt. De cirkel van 'strong ties' lijkt voor onze respondenten dus kleiner dan in het onderzoek van Lovejoy en Handy, waar dit ook op goede vrienden van toepassing was. (2011)

5.3.3. Oefenen voor je rijbewijs

Vervolgens kwam er nog een ander relevant materieel element naar boven in de interviews nl. het behalen van een rijbewijs. Voor veel respondenten, die zonder familie naar België waren gemigreerd, bemoeilijkte het niet hebben van een auto hun oefenkansen hieromtrent. Het is interessant hoe deze jongeren dit probleem oplossen door een beroep te doen op hun sociaal netwerk. Sommigen kochten, samen met een vriend die al een definitief rijbewijs had, een auto. Anderen leenden sporadisch een auto om toch te kunnen oefenen. Moeten **oefenen voor je rijbewijs legitimeert** op een bepaalde manier de bestaande informele deelpraktijken en houdt deze daardoor ook mee in stand.

Een auto moeten vragen aan vrienden of kennissen wanneer je nog geen definitief rijbewijs hebt, bleek geen evidente aangelegenheid en bracht voor sommigen stress met zich mee. Daarom dienen we te reflecteren of formeel autodelen iets kan betekenen voor deze jongeren. Voorlopig is Cambio het enige B2C platform in Vlaanderen dat op deze doelgroep inzet. Je kan van hun 'rijleswagens' gebruik maken indien je beschikt over een voorlopig rijbewijs en een bekwaamheidsattest (na het volgen van 20u rijsschool). De vraag is of jongeren met een migratieachtergrond voldoende op de hoogte zijn van deze optie.

Particulier autodelen lijkt voor deze jongeren voorlopig geen optie omdat een definitief rijbewijs steeds een voorwaarde is om lid te worden van een platform. Er kan eventueel geëxperimenteerd worden met initiatieven waarbij deze doelgroep, via het oefenen voor hun praktijkexamen, ook kennismakt met het concept van particulier autodelen. Dit kan bv. de vorm hebben van een buddyproject waarbij jongeren gematcht worden aan een *provider* bij hen in de buurt. Zo een systeem past mogelijk ook beter bij *providers* die doorheen de dag met hun auto gaan werken maar deze 's avonds en in het weekend weinig nodig hebben. Jongeren die willen oefenen voor hun rijbewijs krijgen zo ook de kans om dit te doen op een voor hen **juridisch en financieel veilige manier**.

5.4. Limieten van het onderzoek

We focusten in dit onderzoek op de verhouding tussen informeel- en particulier autodelen via deelplatformen bij non-users met een migratieachtergrond. De huidige ondervertegenwoordiging van deze sociale groep op deelplatformen werd dus in de eerste plaats bestudeerd vanuit hun meer prominente ervaring met informeel autodelen. Deze **afbakening** stond ons toe om het fenomeen van particulier autodelen te bestuderen vanuit een nieuw perspectief, zonder daarbij de complexiteit en veelzijdigheid van dit thema te ontkennen. We kunnen hierdoor helaas weinig aandacht schenken aan factoren die geen verband hielden met onze onderzoeksvragen. Uitspraken doen over bv. culturele en sociaaleconomische factoren, die er voor zorgen dat mensen met een migratieachtergrond hun auto intensiever gebruiken, is bijgevolg niet mogelijk. Uit de interviews kwamen hieromtrent wel enkele interessante hypothesen naar boven voor toekomstig onderzoek bv. betreffende het werken in een shiftensysteem en omtrent het idee dat migranten door het afleggen van een sociaal mobiliteitstraject meer vasthouden aan hun vergaarde luxe.

Vervolgens waren we ook beperkt door onze keuze om analyses te doen op **secundaire data** van het 'mobiliteit in uw buurt' onderzoek. Deze enquête was vooral opgesteld met het oog op het uitvoeren van toegankelijke descriptieve analyses, waardoor de databeheerfase vrij intensief was. Bovendien werd er veel gebruik gemaakt van dummy-variabelen, waardoor we uiteindelijk over te weinig info beschikten om legitieme uitspraken te doen over de relatie tussen informeel en formeel autodelen. Daarnaast was er in deze bevraging geen ruimte voor vragen m.b.t. etnische afkomst. Hierdoor kunnen we ook onze veronderstellingen dat Vlamingen met een migratieachtergrond vaker informeel autodelen en dat dit mogelijk contrasteert met participatie op deelplatformen niet hard maken. Doordat we zelf geen kwantitatieve data hebben verzameld hadden we ook geen vat op de vraagstelling, wat de interpretatie van de resultaten soms bemoeilijkte.

Tenslotte de beperkingen met betrekking tot de **generaliseerbaarheid** van de resultaten naar de populatie: Allereerst is het mogelijk dat er in de kwantitatieve steekproef sprake is van een zelfselectiebias. De gemiddelde leeftijd van de steekproef is immers vrij hoog nl. 48,6 jaar. Ten tweede vormt onze kwalitatieve steekproef ook geen accurate afspiegeling van de Vlaamse bevolking met een migratieachtergrond. Zo waren 1^e generatie migranten en mannen hierin oververtegenwoordigd. Extra voorzichtigheid is dus geboden wanneer we de resultaten willen veralgemenen naar andere categorieën van etnisch-culturele minderheden. Tenslotte hebben we, eigenlijk per toeval, één respondent bevroegd die aan B2C autodelen deed. De resultaten uit de opgestelde typologie over deze categorie van gebruikers moeten dus in het licht hiervan worden gelezen.

5.5. Suggesties voor autodelen.net

Ten eerste hebben we uit dit onderzoek geleerd dat er een aantal types zijn binnen de brede categorie van mensen met een migratieachtergrond die makkelijker toe te leiden zullen zijn naar P2P autodeelplatformen. Zo zijn mensen die recent in België verblijven nog zoekend in het opbouwen van hun netwerk waardoor zij sneller persoonlijke sociale voordelen zullen herkennen in deze systemen.

Daarnaast lijkt het erop dat informele *users* ook nog vrij gemakkelijk te verleiden zijn tot een formeel alternatief. Zij zijn het ook reeds gewend om hun autogebruik te plannen wat ook een belangrijke competentie bleek te zijn in het voorspellen van participatie intenties. Mogelijks kan het hierbij helpen om de **specifieke voordelen** van een platform t.o.v. de informele variant, te benadrukken. We denken hierbij aan de aangehaalde voordelen met betrekking tot privacy, het vermijden van problemen met vrienden of familie en boodschappen kunnen doen in de stedelijke lage-emissiezones (waar zich o.a. halalslagers bevinden).

Een andere suggestie richt zich op de mogelijkheid om 'informelere' deelplatformen te creëren. Dit impliceert echter wel dat een community **minder openbaar** moet worden dan zoals nu het geval is bij huidige systemen als Cozywheels en Getaround. Deze platformen kunnen bv. betrekking hebben op de bewoners van dezelfde straat of van een zelfde appartementsgebouw. Er kan dan eventueel nagedacht worden over alternatieve vergoedingsvormen in deze communities, die meer het onderling vertrouwen tussen de gebruikers benadrukken. Twee respondenten suggereerden dat een autodeelplatform mogelijks ook beter zou aansluiten bij de leefwereld van etnische minderheden, als het geformuleerd zou worden als iets dat tussen families gebeurde in plaats van tussen eigenaar en gebruiker. Zo zou er bv. in een wijk als Borgerhout communities kunnen worden opgericht die telkens bestaan uit +/- vijf families uit de buurt. Deze families hebben dan idealiter wel reeds een connectie met elkaar, zodat er ook gebruik wordt gemaakt van het bestaande onderling vertrouwen. Er kan dan ook worden geprofiteerd van de voordelen m.b.t. reciprociteit en geloofwaardigheid die een informeel systeem met zich mee brengt.

Ten slotte bespraken we reeds de suggestie om in te zetten op een (particulier) autodeelsysteem waarmee jongeren zonder eigen auto rijlessen kunnen volgen. Een systeem zoals een buddyproject speelt ook in op de altruïstische motivatie van vele *providers*, waarvan dit onderzoek nogmaals heeft aangetoond dat ze toch wel belangrijk is. De *users* zullen dit dan weer, door hun vroegere kennismaking met autodelen, later mogelijks ook meer gaan integreren in hun levensstijl.

6. Conclusie

Dit onderzoek probeerde door middel van een mixed-method onderzoeksdesign bij te leren over de verhouding tussen informeel autodelen in het eigen netwerk en formele autodeelplatformen. De opzet van dit onderzoek was vrij uniek omdat het particulier autodelen zowel bestudeerde in haar informele als formele gedaante en er hierbij specifiek werd gefocust op Vlamingen met een migratieachtergrond. Voor potentiële *providers* (mensen met een eigen wagen) leek ervaring met informeel autodelen participatie op een deelplatform in de weg te staan. Eigenaars die geen ervaring hadden met het informeel autodelen benadrukten daarentegen dat het correct verzekerd zijn via een platform voor hen een absolute voorwaarde was om iemand anders met hun auto te laten rijden.

Het **spanningsveld** tussen informeel autodelen en platformen situeert zich op drie domeinen: De financiële betekenissen, de sociale betekenissen en de wijze waarop vertrouwen tot stand wordt gebracht. In alle drie de domeinen speelt de shift van bekende naar onbekende medegebruikers een belangrijke rol in het begrijpen van formalisering. Zo kan, door het wegvallen van de affectieve band met de gebruiker, de sociale motivatie van informele *providers* worden geneutraliseerd. Onderling vertrouwen wordt voor de *providers* van een formeel deelplatform minder belangrijk omdat een verzekering dit gedeeltelijk overbodig lijkt te maken. Met het verdwijnen van de nood aan vertrouwen, dat door informele autodelers zo benadrukt wordt, vervaagt ook de relevantie van het onderscheid tussen onbekende en bekende medegebruikers.

Ons onderzoek lijkt te suggereren dat de dynamiek tussen informeel en formeel autodelen kan helpen om de ondervetegenwoordiging van mensen met een migratieachtergrond op deelplatformen beter te begrijpen. Hoe dan ook was dit een exploratief onderzoek m.b.t. deze connectie. Toekomstig onderzoek naar het verband tussen informeel en formeel autodelen en de rol van etnisch-culturele diversiteit hierin blijft aangewezen. Ons kwantitatief luik was helaas niet in staat hier uitspraken over te doen.

Door te vertrekken vanuit de sociale praktijkenbenadering wou dit onderzoek een alternatief bieden voor het vele onderzoek dat uitgaat van een lineair attitude-gedragmodel. De beperkingen van dit paradigma werden ook duidelijk weerspiegeld in de resultaten van ons onderzoek. Voor autodelen vertalen ecologische attitudes zich niet noodzakelijk in de intentie om lid te worden van een deelplatform. Enerzijds bleek dit uit onze bevinding dat vrouwen geen hogere participatie intenties hadden dan mannen, ondanks hun meer intrinsieke motivaties en hoger ecologisch bewustzijn. (Albinsson & Yasanthi Perera, 2012; Böcker & Meelen, 2017; Ozanne & Ballantine, 2010; Universiteit van Turijn et al., 2020b) Anderzijds bevestigden de reflecties van onze respondenten over hun eigen mobiliteitspatroon sterk het idee dat individuen naast '*knowledgeable*' ook '*capable*' dienen te zijn

tot verandering. Het lijkt daarom aangewezen dat academisch onderzoek en transitiebeleid in de toekomst meer vertrekt vanuit de SPB om concrete aanbevelingen te kunnen formuleren over het verduurzamen van consumptiepraktijken. Daarnaast dient toekomstig onderzoek ook te verduidelijken welke alternatieve vervoerswijzen en daaraan gerelateerde factoren burgers-consumenten het gevoel geven dat ze capabel zijn tot aanpassingen in hun mobiliteitspatroon.

Onze **mixed-methods aanpak** zorgde ervoor dat we het thema eerst konden benaderen vanuit een brede invalshoek, waarna we in staat waren in te zoomen op een specifieke sociale groep die nog weinig wordt overtuigd door autodeelplatformen. De toepassing van methodologische triangulatie kwam op die manier de geloofwaardigheid van ons onderzoek ten goede. (Mortelmans, 2013b, p. 481) Dit hielp ons om te bestuderen in welke context we bv. resultaten vonden die tegenstrijdig waren aan ons kwantitatief luik waardoor we ons perspectief konden verbreden. Eén voorbeeld hiervan is dat we konden bevestigen dat abstracte sociale betekenissen (zoals bijdragen aan de sociale cohesie van je buurt) inderdaad weinig mensen gaan overtuigen van autodelen. Persoonlijkere invullingen hiervan (bv. nieuwe vrienden maken) lijken echter wel dit vermogen te hebben.

Los van de diepgang die bereikt werd door de kwalitatieve analyse waren de aangetoonde demografische effecten relevant op zichzelf. Zo lijken onze logistische regressiemodellen te bevestigen dat ouderen wel degelijk een lagere intentie hebben tot autodelen en dat dit deels kan worden verklaard doordat voor hun de ecologische en financiële betekenissen van autodelen minder belangrijk zijn. Hierbij dienen we wel op te merken dat deze resultaten mogelijks zijn vertekend door een zelfselectiebias. Ons onderzoek kan hoe dan ook de eerdere conclusies, dat duurzaam gedrag zou toenemen met de **leeftijd**, niet bevestigen voor de specifieke case van autodelen. (Diamantopoulos et al., 2003) Hoogstwaarschijnlijk verschillen de resultaten hieromtrent ook sterk naargelang het type consumptiegedrag waarop wordt gefocust.

Daarnaast is waakzaamheid op zijn plaats indien we de resultaten willen generaliseren naar mensen met een migratieachtergrond die in Vlaanderen zijn geboren. Onze kwalitatieve steekproef bestond immers hoofdzakelijk uit 1^e generatie migranten van verschillende origine. Ook waren de vrouwen in ons kwalitatief luik ondervertegenwoordigd.

We kunnen de **suggesties** voor de partner van dit onderzoek, organisatie autodelen.net, opdelen in twee soorten opties. Allereerst zouden ze ervoor kunnen kiezen om specifieke types gebruikers toe te leiden naar particuliere autodeelplatformen. Dit kan bv. door praktische voordelen m.b.t. privacy, mogelijkheden om te kunnen oefenen voor een rijexamen en toegang tot de LEZ in de verf te zetten. Andere aanbevelingen hebben betrekking op het creëren van nieuwe, informelere deelplatformen

die beter aansluiten bij de beleving van autodelen zoals mensen met een migratieachtergrond die kennen. Deze mogelijkheid dient te voorkomen dat informeel autodelen een tweederangspositie krijgt toebedeeld wanneer het gaat over gedeelde mobiliteit. We kunnen dus concluderen dat het mogelijk helpt om de pluspunten van informele deelpraktijken meer te integreren in formele deelplatformen. Op die manier kunnen we de meer authentieke vorm, die in staat is betekenisvolle relaties en niet-monetaire reciprociteit tot stand te brengen, combineren met de maatschappelijk na te streven voordelen van reducties in CO2 uitstoot en benodigde grondstoffen.

7. Bibliografie

- Abts, N. (2015). *Naar een sociologisering van duurzaamheidstransities*. Universiteit Antwerpen niet-gepubliceerde masterproef
- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1-10.
- Agyeman, J., & McLaren, D. (2017). Sharing cities. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 59(3), 22-27.
- Albinsson, P. A., & Yasanthi Perera, B. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4), 303-315.
- Anim, N. (2020, December). *Green, But mostly White. Why?*. Paper presented at the Transition-bounceforward, UK.
- Autodelen.net. (2021). *Rapport autodelen 2020*. Retrieved from Gent:
- Axsen, J., & Kurani, K. S. (2012). Social influence, consumer behavior, and low-carbon energy transitions. *Annual Review of Environment and Resources*, 37, 311-340.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of consumer research*, 39(4), 881-898.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173 -1182.
- Becker, H., Ciari, F., & Axhausen, K. W. (2017). Comparing car-sharing schemes in Switzerland: User groups and usage patterns. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 97, 17-29.
- Beckers, T., Spaargaren, G., & Bargeman, B. (2000). Van gedragspraktijk naar beleidspraktijk; een analytisch instrument voor een consument-georiënteerd milieubeleid. . In *Milieustrategie 2000* (Vol. 8): 's Gravenhage: Ministerie van VROM.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of consumer research*, 36(5), 715-734.
- Belk, R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18(1), 7-23.
- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demkova, K., & Carroll, J. M. (2015). *A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems*. Paper presented at the Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, Seoul, Korea: CHI '15.
- Benoit, S., Baker, T. L., Bolton, R. N., Gruber, T., & Kandampully, J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79, 219-227.
- Berry, W. D., & Feldman, S. (1985). *Multiple regression in practice* (Vol. 7). Beverly Hills, CA: Sage.
- Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Old Saybrook, USA: Tantor Media.
- Bourke, B. (2014). Positionality: Reflecting on the research process. *The qualitative report*, 19(33), 1-9.
- Brannen, J. (2005). Mixing methods: The entry of qualitative and quantitative approaches into the research process. *International journal of social research methodology*, 8(3), 173-184.
- Burkhardt, J. E., & Millard-Ball, A. (2006). Who is attracted to carsharing? *Transportation Research Record*, 1986(1), 98-105.
- Chen, T. D., & Kockelman, K. M. (2016). Carsharing's life-cycle impacts on energy use and greenhouse gas emissions. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 47, 276-284.
- Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*. Princeton, New York: Princeton university press.
- Cotterill, P. (1992). *Interviewing women: Issues of friendship, vulnerability, and power*. Paper presented at the Women's Studies International Forum.

- De Decker, P., & Dewilde, C. (2010). Home-ownership and asset-based welfare: the case of Belgium. *Journal of Housing and the Built Environment*, 25(2), 243-262.
- De Vrij, E. (2019). *Mobiliteitsarmoede, de achilleZhiel van duurzaam mobiliteitsbeleid?*. Universiteit Antwerpen, Niet-gepubliceerde masterproef.
- Derikx, L. M., & Lierop, D. v. (2021). Intentions to Participate in Carsharing: The Role of Self-and Social Identity. *Sustainability*, 13(5), 1-31.
- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B. B., Sinkovics, R. R., & Bohlen, G. M. (2003). Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 56(6), 465-480.
- Dowling, R., Maalsen, S., & Kent, J. L. (2018). Sharing as sociomaterial practice: Car sharing and the material reconstitution of automobility. *Geoforum*, 88, 10-16.
- Durand, A., Harms, L., Hoogendoorn-Lanser, S., & Zijlstra, T. (2018). *Mobility-as-a-Service and changes in travel preferences and travel behaviour: a literature review*. Amsterdam: KiM | Netherlands Institute for Transport Policy Analysis.
- Efthymiou, D., Antoniou, C., & Waddell, P. (2013). Factors affecting the adoption of vehicle sharing systems by young drivers. *Transport policy*, 29, 64-73.
- Elmahdi, J. (2020). *The influence of ethnic origin on the attitude towards carsharing*. Universiteit Gent, Niet-gepubliceerde masterproef.
- Erzberger, C., & Kelle, U. (2003). Making inferences in mixed methods: The rules of integration. In A. Tashakkori & C. Teddlie (Eds.), *Handbook of mixed methods in social and behavioral research* (pp. 457-488). Thousand Oaks: Sage.
- Ferrari, M. Z. (2016). Beyond uncertainties in the sharing economy: Opportunities for social capital. *European Journal of Risk Regulation (EJRR)*, 7(4), 664-674.
- Field, A. (2013a). Correlation In M. Carmichael (Ed.), *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* London: Sage.
- Field, A. (2013b). Logistic Regression In M. Carmichael (Ed.), *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* London: Sage.
- Fraanje, W., & Spaargaren, G. (2019). What future for collaborative consumption? A practice theoretical account. *Journal of cleaner production*, 208, 499-508.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10.
- Gambetta, D. (1988). Can we trust trust? In D. Gambetta (Ed.), *Trust: Making and breaking cooperative relations* (pp. 213-237). New York: Basil Blackwell.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*: Stanford university press.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Goudin, P. (2016). *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy: Economic, Social and Legal Challenges and Opportunities*. Retrieved from EPRS (European parliament research centre):
- Gram-Hanssen, K. (2010). Standby consumption in households analyzed with a practice theory approach. *Journal of Industrial Ecology*, 14(1), 150-165.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American journal of sociology*, 91(3), 481-510.
- Grasmuck, V. R. (2012). The Sharing Turn: Why we are generally nice and have a good chance to cooperate our way out of the mess we have gotten ourselves into. In W. Sützl, F. Stalder, R. Maier, & T. Hug (Eds.), *Cultures and Ethics of Sharing / Kulturen und Ethiken des Teilens*. Innsbruck, Austria: Innsbruck University Press.
- Greene, M., & Rau, H. (2018). Moving across the life course: A biographic approach to researching dynamics of everyday mobility practices. *Journal of Consumer Culture*, 18(1), 60-82.
- 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.

- Hawlicsek, F., Teubner, T., & Weinhardt, C. (2016). Trust in the sharing economy. *Die Unternehmung*, 70(1), 26-44.
- Heisserer, B., & Rau, H. (2017). Capturing the consumption of distance? A practice-theoretical investigation of everyday travel. *Journal of Consumer Culture*, 17(3), 579-599.
- Hellwig, K., Morhart, F., Girardin, F., & Hauser, M. (2015). Exploring different types of sharing: A proposed segmentation of the market for "sharing" businesses. *Psychology & Marketing*, 32(9), 891-906.
- Hutcheson, G., & Sofroniou, N. (2011). *The Multivariate Social Scientist: Introductory Statistics Using Generalized Linear Models*. London: Sage.
- Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a definition of mixed methods research. *Journal of mixed methods research*, 1(2), 112-133.
- Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125.
- Lane, C. (2005). PhillyCarShare: First-year social and mobility impacts of carsharing in Philadelphia, Pennsylvania. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 1927(1), 158-166.
- Lang, B., Botha, E., Robertson, J., Kemper, J. A., Dolan, R., & Kietzmann, J. (2020). How to grow the sharing economy? Create Prosumers! *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 28(3), 58-66.
- Leenaert, T. (2017). *How to create a vegan world: a pragmatic approach*: Lantern Publishing & Media.
- Lovejoy, K., & Handy, S. (2011). Social networks as a source of private-vehicle transportation: The practice of getting rides and borrowing vehicles among Mexican immigrants in California. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 45(4), 248-257.
- Machado, C. A. S., de Salles Hue, N. P. M., Berssaneti, F. T., & Quintanilha, J. A. (2018). An overview of shared mobility. *Sustainability*, 10(12), 4342.
- Martin, E., Shaheen, S. A., & Lidicker, J. (2010). Impact of carsharing on household vehicle holdings: Results from North American shared-use vehicle survey. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 2143(1), 150-158.
- Martin, E. W., Shaheen, S. A., & Lidicker, J. (2011). Greenhouse gas emission impacts of carsharing in North America. *IEEE Transactions on intelligent transportation systems*, 12(4), 1074-1086.
- Mortelmans, D. (2013a). Kwalitatieve analyse In D. Mortelmans (Ed.), *Handboek Kwalitatieve Onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco.
- Mortelmans, D. (2013b). Kwaliteitsvereisten bij kwalitatief onderzoek. In D. Mortelmans (Ed.), *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco.
- Mortelmans, D. (2013c). Mixed methods onderzoek. In D. Mortelmans (Ed.), *Handboek Kwalitatieve Onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco.
- Münzel, K., Piscicelli, L., Boon, W., & Frenken, K. (2019). Different business models—different users? Uncovering the motives and characteristics of business-to-consumer and peer-to-peer carsharing adopters in The Netherlands. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 73, 276-306.
- Nehrke, G., Bergstad, C. J., Ramos, E., Polk, M., Rodenbach, J., Matthijs, J., . . . Horvat, M. (2018). 4.2 Mobility Cultures and Mobility Styles. In *STARS: Shared mobility opporTunities And challenges foR European citieS: Horizon 2020*.
- Nettleton, S., & Green, J. (2014). Thinking about changing mobility practices: how a social practice approach can help. *Sociology of health & illness*, 36(2), 239-251.
- Nijland, H., & van Meerkerk, J. (2017). Mobility and environmental impacts of car sharing in the Netherlands. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 84-91.
- Ozanne, L. K., & Ballantine, P. W. (2010). Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 485-498.
- Paredis, E. (2009). *Socio-technische systeeminnovaties en transitie: van theoretische inzichten naar beleidsvertaling*: Universiteit Gent, Centrum voor Duurzame Ontwikkeling

- Pettit, P. (2004). Trust, reliance and the internet. *Analyse & Kritik*, 26(1), 108-121.
- Pouri, M. J., & Hilty, L. M. (2018). Conceptualizing the digital sharing economy in the context of sustainability. *Sustainability*, 10(12), 4453.
- Prieto, M., Baltas, G., & Stan, V. (2017). Car sharing adoption intention in urban areas: what are the key sociodemographic drivers? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 101, 218-227.
- Ramos, E., Jakobsson Bergstad, C., Merritt, P., POLITO Transport research group, Chicco, A., Diana, M., & Nehrke, G. (2019). 4.3 Overall assessment of the drivers for behavioural change. In *STARS: Shared mobility opportunities and challenges for European cities: Horizon 2020 project*.
- Ranchordás, S. (2015). Does sharing mean caring: Regulating innovation in the sharing economy. *Minn. J. Sci. & Tech.*, 16, 413-476.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European journal of social theory*, 5(2), 243-263.
- Richards, L. (2005). *Handling qualitative data: A practical guide*. London: Sage.
- Ritchie, J., Lewis, J., & Elam, G. (2003). Designing and selecting samples. In J. Ritchie & J. Lewis (Eds.), *Qualitative research practice. A guide for social science students and researchers* (pp. 77-108). London: Sage.
- Salvia, G., & Morello, E. (2020). Sharing cities and citizens sharing: Perceptions and practices in Milan. *Cities*, 98, 1-15.
- Scaraboto, D. (2015). Selling, sharing, and everything in between: The hybrid economies of collaborative networks. *Journal of consumer research*, 42(1), 152-176.
- Schatzki, T. R. (1996). *Social practices: A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge University Press.
- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7-22.
- Shaheen, S., Martin, E., & Bansal, A. (2018). *Peer-To-Peer (P2P) carsharing: Understanding early markets, social dynamics, and behavioral impacts*. Berkeley: University of California.
- Shove, E. (2012). Habits and their creatures. In A. Warde & D. Southerton (Eds.), *Transitions in Practice: Climate change and everyday life* (pp. 100-112): Helsinki Collegium for Advanced Studies.
- Shove, E. (2014). Putting practice into policy: reconfiguring questions of consumption and climate change. *Contemporary Social Science*, 9(4), 415-429.
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. London: Sage.
- Shove, E., & Walker, G. (2010). Governing transitions in the sustainability of everyday life. *Research policy*, 39(4), 471-476.
- Small, M. L. (2011). How to conduct a mixed methods study: Recent trends in a rapidly growing literature. *Annual review of sociology*, 37, 57-86.
- Smith, R. B. (2008). *Cumulative social inquiry: Transforming novelty into innovation*. New York: Guilford Press.
- Spaargaren, G. (2003). Sustainable consumption: a theoretical and environmental policy perspective. *Society & Natural Resources*, 16(8), 687-701.
- Spaargaren, G. (2011). Theories of practices: Agency, technology, and culture: Exploring the relevance of practice theories for the governance of sustainable consumption practices in the new world-order. *Global Environmental Change*, 21(3), 813-822.
- Spaargaren, G., Martens, S., & Beckers, T. (2006). Sustainable technologies and everyday life. In P. Verbeek & A. Slob (Eds.), *User Behavior and Technology Development: Shaping sustainable relations between consumers and technologies* (pp. 107-118). Dordrecht: Springer.
- Spaargaren, G., & Van Vliet, B. (2000). Lifestyles, consumption and the environment: The ecological modernization of domestic consumption. *Environmental politics*, 9(1), 50-76.

- Spindeldreher, K., Ak, E., Fröhlich, J., & Schlagwein, D. (2019). *Why won't you share? Barriers to participation in the sharing economy*. Paper presented at the Twenty-fifth Americas Conference on Information Systems, Cancun, Mexico.
- Statistiek Vlaanderen. (2020). Bevolking: Omvang en groei. Retrieved from <https://www.statistiekvlaanderen.be/nl/bevolking-omvang-en-groei#centrumsteden>
- Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., & Rinne, A. (2014). *Making sense of the UK collaborative economy*. London: Collaborative Lab & Nesta Innovation Lab
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1997). *Grounded theory in practice*. Thousand Oaks: Sage.
- Svangren, M. K., Brereton, M., Skov, M. B., & Kjeldskov, J. (2019). *Investigating the Use of an Online Peer-to-Peer Car Sharing Service*. Paper presented at the IFIP Conference on Human-Computer Interaction, Paphos, Cyprus.
- TED. (2012, 24 September). Rachel Botsman: The currency of the new economy is trust [Youtube video]. *Ted Talks*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=kTggiF4HmgQ>.
- TED. (2016, 7 November). We've stopped trusting institutions and started trusting strangers / Rachel Botsman [youtube video]. *Ted Talks*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=GqGksNRYu8s&list=Wl&index=2>.
- Thorstenson Dávila, L. (2014). Representing refugee youth in qualitative research: Questions of ethics, language and authenticity. *Diaspora, Indigenous, and Minority Education*, 8(1), 21-31.
- Tiqah research. (2019). *Wat is de betekenis en beleving van autodelen voor Gentenaren met een migratieachtergrond?* . Gent: Tiqah research: Understanding the ethnic consumer.
- Universiteit van Turijn, Universiteit van Göteborg, Universiteit van Cardiff, Bundesverband CarSharing (bcs), Freie Hansestadt Bremen, LGI, . . . Autodelen.net. (2020a). *Belangrijkste conclusies STARS-deliverables* Gent: <https://www.autodelen.net/project/stars/>.
- Universiteit van Turijn, Universiteit van Göteborg, Universiteit van Cardiff, Bundesverband CarSharing (bcs), Freie Hansestadt Bremen, LGI, . . . Autodelen.net. (2020b). *Belangrijkste conclusies STARS-deliverables* Retrieved from
- Van de Glind, P., & Van Sprang, H. (2016a). Inleiding - Wat is de Deeeconomie? . In P. Van de Glind & H. Van Sprang (Eds.), *Share: Kansen en uitdagingen van de deeeconomie*. Amsterdam: Business Contact.
- Van de Glind, P., & Van Sprang, H. (2016b). Mobiliteit & Logistiek. In P. Van de Glind & H. Van Sprang (Eds.), *Share: Kansen en uitdagingen van de deeeconomie*. Amsterdam: Business Contact.
- Vaskelainen, T., & Münzel, K. (2018). The effect of institutional logics on business model development in the sharing economy: The case of German carsharing services. *Academy of Management Discoveries*, 4(3), 273-293.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153.
- Wilhelms, M.-P., Henkel, S., & Falk, T. (2017). To earn is not enough: A means-end analysis to uncover peer-providers' participation motives in peer-to-peer carsharing. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 38-47.

8. Bijlage

8.1. Topiclijst

Datum:

Uur:

Het interview werd Offline / Online afgenomen

Naam Respondent:

Opmerkingen:

INTRODUCTIE

Voorstelling onderzoek en jezelf (doelgroep respondenten)

Neem uw tijd

Waarvoor zal dit interview gebruikt worden?

Anonimiteit (gebruik pseudoniemen)

Vrijwillige medewerking / Recht om interview stop te zetten / Recht om niet te antwoorden

Audio opname om praktische redenen

Verkrijgen van verbale toestemming

TOPICS

Intropraatje over gebruik auto *Kan u een beetje vertellen over situaties waarin u de auto gebruikt?*

- Wanneer? (bv. tijdens de week/ weekend/ vakanties)
- Hoe vaak gebruikt u een auto?
- Bent u in het bezit van een eigen auto?
- Voor wat voor soort verplaatsingen gebruikt u een auto? Waarom?
- Hoe voelt u zich (meestal) op deze momenten?

Eerdere ervaring met het (informeel) delen van auto of andere spullen *Kan u een beetje vertellen over uw ervaringen waarbij anderen uw auto gebruikten of u iemand anders auto leende?*

- Wat?
- Wie?
- Hoe was dat?
- Motivatie?
- *Hoe denkt u dat het bij anderen verloopt? Ziet u verschillen met de manier waarop anderen gedeeld autogebruik organiseren?*
- Rol van etniciteit/ afkomst hierin
 - o Denkt u dat er bepaalde culturele verschillen bestaan in hoe mensen spullen uitlenen aan en gebruiken van anderen? Wat maakt dat u dat denkt? Kan u hier voorbeelden van geven uit uw eigen ervaringen? Hoe gebeurt dat volgens u dan bij anderen?
 - o De voorbeelden die u gaf uit uw eigen ervaring, speelden deze zich af met mensen uit uw eigen gemeenschap? Waarom is dat zo, denkt u?

Drempels tot informeel autodelen.

- Beeld u even de volgende situatie in: Morgen komt uw buurman/buurvrouw vragen of hij/zij uw auto even mag gebruiken. U hebt op dat moment de auto niet zelf nodig. Wat zou u op dat moment mogelijks tegenhouden om ja te zeggen? Zou u reactie anders zijn als het om een familielid ging? Of een vriend/vriendin? Zijn er situaties in welke u het wel zou toestaan?
- Indien de respondent geen eigen auto heeft: Zijn er situaties geweest waarin u zelf een auto nodig had? Waren er toen bepaalde dingen die u tegenhielden om te vragen aan vrienden of familie of u hun auto mocht lenen? Waren er andere dingen die dit bemoeilijkten voor u?

Autodelen op een meer geformaliseerde manier via platformen *Uitleg aan de hand van kaartje op autodelen.net/zoek_een_deelwagen...*

- Kennis hierover
- Mening
- Ervaringen
- Intenties om het te proberen
 - Met wie?
 - Waarom (niet)?
- Gevoelens die dit oproept bij hen
- Mening hierover
- Voordelen/nadelen
- Waarom past dit wel/niet bij hun levensstijl?

Geef uw mening over de volgende foto's? *Wat denkt u dat elke foto te maken heeft met autodelen?*

Deze mensen wonen bij elkaar in de buurt. Als u weet dat al deze mensen op de foto de auto's samen gebruiken, wat denkt en voelt u daarbij? Hoe verloopt het sociaal contact tussen deze mensen, volgens u?



Als u deze foto vergelijkt met de vorige, in welk systeem zou u het meest vertrouwen hebben?



Over foto met sleutel: Hoe verloopt dit moment volgens u? Welke emoties en gevoelens komen erbij kijken?



Laatste foto: De auto op de foto wordt ook gedeeld onder burens. Wat is uw mening over dit systeem? Zijn er specifieke voor- of nadelen verbonden aan dit systeem?



Verschillen informeel en formeel autodelen
besproken... Welke verschillen tussen deze twee vormen vallen op?

We hebben nu twee vormen van autodelen

- Bekenden ↔ onbekenden
- Gevoelens bij uitwisseling sleutel
- Sociale connotatie
 - o Welke vorm van particulier autodelen is volgens u het meest sociaal? Waarom?
 - o Wat zijn dan zo de sociale voordelen die hiermee samenhangen?
 - o Kunnen deze voordelen ook geïntegreerd worden in de anderen vorm? Zo ja, hoe?
- Rol van financiële vergoeding
- Technologie
- Duurzaamheid (ecologische voordelen)

Mobiliteit in de toekomst

- Wat wil u anders?
- Beschrijf uw ideale scenario (zowel op individueel als maatschappelijk vlak)

Aanvullingen/ niet aangehaalde onderwerpen

Vragen naar sociaal-demografische achtergrond (indien dit nog niet aan bod kwam eerder in het interview)

- Leeftijd
- Woonplaats
- Afkomst
- Beroep
- ...

AFSLUIT

Bedanking

Wil u op de hoogte worden gehouden van de resultaten van het onderzoek?

Indien Ja: noteren emailadres?

8.2. Codeboom

Autodelen via bedrijven

- Cambio heeft ecologische elektrische auto's
- Gebruik Cambio is besparing door geen eigen auto
- gewoon proberen en zien hoe het lukt
- liever Poppy gebruiken want onpersoonlijker
- mening
 - autodelen via bedrijven als positieve maatschappelijke evolutie
 - autodeelbedrijf met elektrische auto's is top-idee
 - autodelen is voor korte afstanden dus dan is elektrisch ideaal
 - elektrische auto minder co2
 - hoe minder auto's er gebruikt worden hoe beter
 - meer autodelen in de toekomst zou positief zijn
 - autoverhuurbedrijven niet financieel interessant als je jonger bent dan 25
 - fan van deelsteps en deelfietsen
 - deelsteps zijn super handig maar ondertussen te duur geworden
 - Handig dat Cambio groot aanbod heeft in Leuven
 - nadeel dat je twee jaar rijbewijs nodig hebt
 - noodzaak aan mastercard is drempel
- Poppy wel gebruikt door mensen met een migratieachtergrond
- Variabel gebruik van Cambio
 - niet super veel energie om veel met de auto weg te gaan
- voorkennis

Carpoolen

- ervaring met Blablacar
- met vrienden als ze samen ergens naartoe gaan als alternatief voor Cambio
- naar het werk
 - carpoolen naar werk sociaal en economisch voordelig
 - kosten benzine delen met collega
 - voordelen carpoolen naar werk
- voor boodschappen
 - carpoolen met meerdere koppels gebeurt heel vaak onder Marokkanen
 - carpoolen met meerdere koppels is win-win door splitsen van kosten
 - carpoolen naar Lille met meerdere koppels voor boodschappen

formeel particulier autodelen

- autodelers moeten keuzes (toegang tot verschillende vervoersmiddelen hebben)
- bezorgdheden rond het worden van particuliere user
 - goede beschikbaarheid is belangrijk
 - Iedereen zal op dezelfde moment auto willen gebruiken
 - Schrik om geen auto te kunnen reserveren wanneer nodig
 - kan enkel rijden met automatic
 - liever geen heel gesprek bij sleuteloverdracht met onbekende
 - noodzaak van goede organisatie en gemeenschappelijke verantwoordelijkheid

- autodelen met burens is raar want chaotisch
 - sommigen gaan meer profiteren van auto dan anderen
 - omdat ze zo weinig de auto gebruiken rijden ze liever in een echt goede wagen als ze er een gebruiken
 - nieuwe en dure dingen niet altijd beter
 - particuliere deelauto's zijn niet nieuw
 - particulier autodelen is risico
 - raar om met onbekende zijn auto te rijden
 - schrik voor mismatch tussen verwachtingen user en provider bij particulier autodelen
 - tijdverspilling om naar deelauto te geraken
- ervaring als user Getaround
 - auto huren is duur
- factoren in beslissing om al dan niet provider te worden
 - bezorgdheden en angsten
 - boetes in de bus krijgen
 - corona
 - orde en netheid
 - auto moet proper en in orde blijven
 - schrik dat gebruikers auto niet zullen onderhouden
 - schrik dat onbekenden auto niet proper gaan houden
 - schade
 - schrik dat gebruiker niet gaat opdraaien voor schade
 - schrik dat gebruikers wild zullen doen met auto
 - schrik dat iets kapot gaat aan auto
 - Schrik dat slechte chauffeurs zijn auto gaan gebruiken en iets kapot maken (via platform)
 - Schrik voor schade aan auto die niet meteen zichtbaar is
 - schrik dat auto niet beschikbaar is op moment dat je hem nodig hebt
 - Schrik dat Getaround, jongere, onverantwoordelijkere chauffeurs aantrekt
 - te veel zorgen maken over mogelijke risico's
 - voelt zich comfortabel bij uitlenen auto voor korte afstanden
 - duurdere auto's minder snel aanbieden
 - enkel provider worden om winst te maken
 - geen planning voor wanneer je auto nodig hebt
 - grootte aanbod dichtbij huis
 - het weer als onvoorspelbare factor
 - Ik ben toch niet bedrijf
 - interesse in autodelen hangt af van frequentie nood auto
 - ruimte om auto aan te bieden
 - allochtonen gebruiken hun auto meer om rond te rijden, niet enkel als vervoersmiddel
 - allochtonen gebruiken intensiever auto voor vervoer familieleden
 - auto niet aanbieden op platform want vrienden en burens gebruiken zijn auto ook al veel
 - autodelen met meer dan twee zal te veel zijn
 - bij allochtonen wordt auto intensiever gebruikt voor boodschappen
 - tweede auto in gezin aanbieden want in weekend max 1 auto nodig

- zelf auto te veel nodig voor werk en boodschappen
 - woon-werk verkeer
 - afstand tot werk als drempel tot autodelen
 - moeilijk om tot minder auto's te komen in de stad want sommigen hebben dit echt nodig
 - nadeel fysieke sleuteloverdracht. Je kan auto niet delen terwijl je op je werk bent
 - shiftensysteem
 - noodzaak eigen auto bij werken in shiften
- factoren in beslissing om eigen auto te houden
 - auto als statussymbool
 - allochtonen gaan prioriteit meer bij auto leggen
 - allochtonen vaker met auto op vakantie
 - auto is statussymbool dat je kan tonen aan familie in land van herkomst
 - familie als verantwoording om geld uit te geven
 - in migratiewereld is auto belangrijker voor imago
 - migranten gaan meer het 'nut' zoeken achter dingen waar ze geld aan uitgeven
 - normaal huis maar wel chique auto
 - Auto gebruiken is levensstijl
 - bij pure Belgen is sociale klasse minder af te leiden op basis van auto
 - intersectie met SES
 - gevoel dat je respect krijgt als je in een dure auto rijdt
 - mensen in armoede leggen meer de nadruk op het uiterlijke om zich niet onderdanig te voelen
 - merkkleding is enkel belangrijk vanaf dat je naar Europa komt
 - voor mensen die armoede hebben gekend is luxe niet iets normaal
 - luxeproducten kopen om vrouwen te versieren
 - migranten die naar Europa kunnen streven naar een toename in luxe en welvaart
 - niet westerse-cultuur meer visueel ingesteld
 - auto essentieel als je niet kan fietsen
 - auto van het werk als alternatief om boodschappen te doen
 - eigen auto betekent flexibiliteit
 - autodelen betekent wachten op auto
 - vergeten van geplande afspraak als voorbeeld van onverwachte lastige situatie als je geen auto hebt
 - emotionele factoren
 - auto hebben is een vrijheidsgevoel
 - auto is zijn schatje
 - gevoel dat een auto hebben in België voor iedereen een noodzaak is
 - mensen kunnen hun auto niet kwijtspelen
 - intentie om Uber driver te worden
 - onverwachte situaties waarbij vrienden en familie beroep doen op je auto
 - bv. familielid belt om wasmachine op te halen ergens
 - lastig om vrienden teleur te stellen wanneer je geen eigen auto meer hebt
 - mensen bellen hem onverwacht waardoor hij beschikbaar moet zijn

- onverwachte situaties die zich voordoen zorgen ervoor dat hij eigen auto wil houden
 - Speelt af en toe chauffeur voor vrienden
 - praktische factoren
 - associëren autogebruik met luiheid
 - luxe van auto speelt in op gemakzucht
 - auto gemakkelijk bij slecht weer
 - auto nemen is gewoonte
 - gewoonte is cultuurafhankelijk
 - besparen tijd in de ochtend door gebruik auto in plaats van fiets
 - eigen auto maakt alles makkelijker
 - relativeren van CO2 uitstoot door auto's
 - tekortkomingen openbaar vervoer
 - als je pas in België bent is bus nemen niet gemakkelijk
 - gebrek openbaar vervoer huidige woonplaats
 - in Leuven genoeg openbaar vervoer
 - lastig dat haar man haar altijd moest komen halen na haar shift
 - met bus naar werk was echt te moeilijk door shiften
 - moeilijk om boodschappen te doen met openbaar vervoer
 - negatieve ervaring met staking
 - 's ochtends vroeg nog geen bussen
 - verlies tijd doordat openbaar vervoer te laat is
 - vertragingen zorgen voor veel stress als hij met tram naar werk zou gaan
 - wantrouwen in openbaar vervoer zorgt ervoor dat hij de auto naar werk neemt
 - woonplaats en afstand tot werk
 - niet nodig om auto te hebben als je niet zo ver woont van waar je werkt of studeert
 - noodzaak auto afhankelijk locatie
 - noodzaak auto voor te kunnen werken in België
- fiets als alternatief voor auto
 - auto essentieel als je niet kan fietsen
 - enkel met auto naar training omdat het met fiets te ver is
 - fietsen is typisch Belgisch
 - auto is in Turkse cultuur meer een gewoonte doordat er niet gefietst wordt
 - in België kunnen meer mensen zonder auto door fiets
 - leren wat fiets betekent door geen eigen auto te hebben
 - nu boodschappen doen met de fiets i.p.v. Cambio
 - boodschappen met fiets doen als besparingsmaatregel
 - studentenjob werd te ver met de fiets daardoor beslissing om auto te kopen
 - wens om autogebruik te minderen
 - wens om in toekomst graag meer te fietsen
 - bij goed weer
 - bij korte verplaatsingen
 - gezondheidsvoordelen fietsen
- informatieverspreiding
 - afspraken zoals verzekering en waarborg bij deelplatformen moeten heel duidelijk zijn

- concept is nog niet bekend
- dankbaarheid naar Vlamingen toe in verduurzamen van levensstijl
- leren over autodelen vanaf verhuis naar Europa
- noodzaak dat allochtonen particulier autodelen echt goed begrijpen
- vertellen aan vrienden zonder auto over particulier autodelen zodat ze op bezoek kunnen komen
- voor begin Cambio geen info over systeem
- vooral allochtone jongeren gaat particulier autodelen kunnen werken
- vertrouwen
 - belang van goede afspraken
 - user moet eerlijk zijn
 - user moet verantwoordelijk zijn en voorzichtig zijn
 - in appartement moeilijker contact met burens dan in straat
 - in elkaars buurt wonen creëert het nodige vertrouwen om auto te geven
 - noodzaak om te zien wie er met je auto rijdt
 - over een bedrijf kan je wel bepaalde ideetjes vormen maar over een particuliere provider weet je niets
 - profielen en ratings creëren vertrouwen
 - sleuteloverdracht goed om contact te maken tussen user en provider
 - officiële aspect van app kan helpen
 - openbare aspect van particulier autodelen schrikt af
 - vertrouwen wordt gecreëerd door tevredenheid met bepaalde persoon
 - verzekering bij formeel autodelen creëert vertrouwen
 - wantrouwen 'idealistische' platform
 - sceptisch over zuiverheid van idealistische motivatie van providers
 - systeem van Cozywheels past niet meer in onze hedendaagse materialistische realiteit
 - wantrouwen onbekende
 - autodelen met onbekenden is kwestie van chance hebben
 - het feit dat het met onbekenden is, is het grootste probleem van particulier autodelen
 - moeilijk om rijvaardigheid chauffeur in te schatten
 - schrik om auto uit te lenen aan onbekende
- voordelen
 - algemeen
 - ecologische voordelen
 - aantal auto's in buurt laten dalen is goed voor het milieu
 - autodelen is goed voor minder CO2 en is dus gezonder (2)
 - autodelen verkleint behoefte aan eigen auto
 - beter om auto te 'verhuren' via platform dan hem voor de deur te laten staan
 - elektrische deelauto goed voor milieu
 - er moeten minder auto's gekocht worden doordat er bestaande auto's worden gebruikt
 - idee dat er genoeg auto's zijn en we dus beter bestaande auto's delen is utopie, gecreëerd door applicaties
 - mensen gaan minder snel een auto kopen door bestaan autodeelsystemen
 - niet nodig om zomaar de auto te gebruiken

- mooi systeem maar moeilijk om allochtonen te laten participeren
- praktische voordelen
- app gebruiken is gemakkelijk
- auto's worden geweerd in stadscentrum
- gelooft niet in voordeel van minder parkeerplaatstekort
- minder drukte in het stad
 - minder drukte, file en parkeerproblemen als voordelen van autodelen onder burens
 - wens voor minder auto's in de stad door drukte
- minder parkeerproblemen
 - autodelen vooral handig in de stad door gebrek parking
 - parkeren in de stad is miserie
 - verplaatsingen binnen de stad liever niet met auto
- sociale voordelen
- autodelen als samenwerken
- autodelen brengt mensen samen
- autodelen weghalen uit privésfeer voorkomt mogelijke problemen met vrienden en familie
 - we stellen bepaalde vragen sneller aan mensen van wie we het gezicht niet kennen
- burens op foto, lijken op familie
- buurt komt dichterbij omdat je elkaar kan helpen met autodelen
 - meer contact tussen buurtbewoners. Vooral goed voor oudere buurtbewoners
- contact met burens
- formeel autodelen helpt meer om mensen te leren kennen
- helpen in zoektocht naar vrienden
- sleuteloverdracht kan van formeel autodelen ook iets sociaal maken
- sociaal want toegankelijker voor iedereen
- vertrouwen creëren als sociaal voordeel van autodelen
 - vertrouwen wordt gecreëerd door te zien dat deelauto's proper blijven
 - vooroordelen gaan verdwijnen door autodelen (creëren vertrouwen)
- vooral handig in het stadscentrum waar er veel opties zijn
- auto gebruiken van provider die dichtbij woont
- migranten wonen vaker in de stad, waar autodelen wel een goed systeem zou zijn
- autodelen met één auto makkelijker te organiseren
- autodelen met meerdere auto's is beter
- provider
 - financiële voordelen
 - eerder geringe financiële voordelen van formeel autodelen
 - eerder geringe financiële voordelen van autodelen aan marktprijs
 - enkel financieel interessant voor provider als auto daar toch maar staat
 - utopie dat je geld kan verdienen als provider op Getaround
 - enkel provider worden om winst te maken

- vergoeding als stimulans om particulier autodelen eens te proberen als provider
 - voor migranten moet het meerwaarde vormen voor inkomen
 - waarom zou ik mijn auto vrijwillig laten slijten voor geen winst
- erkennen financiële voordelen formeel autodelen
 - garagisten
 - voor mensen in de stad die niet dagelijks hun auto gebruiken
 - beter om auto te 'verhuren' via platform dan hem voor de deur te laten staan
 - vooral voor mensen in nadeligere financiële positie
- mensen in de stad hebben auto minder nodig dus goed dat ze die kunnen aanbieden op platform
- misschien in toekomst wel autodelen als provider
- provider worden als goed doel
- mensen in moeilijker financiële situatie willen helpen
- verbaasd dat er mensen zijn die auto aanbieden zonder eigen financieel gewin
- verhuren via applicatie kost niet veel tijd
- user
 - autodelen kunnen gebruiken als eigen wagen tijdelijk kapot is
 - automatisch sleutelsysteem is gemakkelijk
 - behouden van afhankelijkheid
 - geven van vergoeding wordt gelinkt met behouden onafhankelijkheid
 - je moet niemand lastigvallen
 - bezit brengt angst mee
 - deelauto gebruiken voor boodschappen te doen in stadscentrum
 - eigen auto niet zo goed voor lange afstanden
 - eigen wagens kunnen niet meer in lage emissiezone
 - deelauto gebruiken voor naar vrijwilligerswerk en opleiding te gaan
 - financiële voordelen
 - autodelen niet financieel voordelig als je de auto veel nodig hebt
 - Cozywheels minder betalen voor users
 - de vaste kosten verbonden aan autogebruik zijn lager
 - goedkoper dan systeem van met twee vrienden samen auto te kopen
 - meerdere auto's in het huishouden is te duur
 - economisch interessant voor jonge mensen die nog geen vast werk hebben
 - een eigen auto is weggegooid geld als je hem niet dagelijks gebruikt
 - eigen tweede auto kopen niet financieel haalbaar
 - exacte 'Belgische' systeem goedkoper voor gebruiker dan informeel autodelen
 - particulier autodelen is goedkoper
 - prijzen particulier autodelen schappelijk
 - geen eigen auto voorkomt dat je bezitterig wordt
 - iedereen krijgt toegang tot de auto als vervoersmiddel
 - als eigen wagen weg is gaat hij autodeelplatform misschien wel eens moeten gebruiken
 - bij iedereen is een auto wel eens handig

- goed dat mensen zonder auto door autodeelplatformen hun 'werk' kunnen doen
- iedereen krijgt een kans om een auto te kunnen gebruiken
- voor mensen zonder auto in stad is het handig om boodschappen te doen
- vooral voordelen voor mensen zonder auto
- rijbewijs hebben betekent veel, ook als geen eigen auto

Gebruik auto voor...

- boodschappen
- familie en vrienden te bezoeken
- gebruik openbaar vervoer en fiets als alternatief
- gebruiken van (informele deel)auto om naar werk te gaan in de winter
- in situaties wanneer kinderen alleen thuis zijn
- kinderen
- kinderen naar school te brengen
- naar afspraken te gaan
- naar werk te gaan
- partner gebruikt auto voor naar het werk te gaan
- soms gewoon rondrijden met auto
 - auto rijden als ontspanning
- uitstapjes
 - niet thuis willen blijven in het weekend
 - uitstapjes met Cambio

Informeel autodelen

- belang van bestaande vertrouwensband
 - auto enkel uitlenen aan iemand waarmee je hechte band hebt
 - auto uitlenen als iets zeldzaam, niet voor met iedereen te doen
 - autodelen is een vorm van liefde
 - vertrouwen van burens en vrienden
 - vooral vertrouwen van vrienden en familie
 - welke vrienden
 - auto geven aan goede vrienden
 - auto geven aan vrienden die hij al lang kent
 - onderscheid tussen autodelen met kennissen en goede vrienden
 - uitlenen aan vrienden waarmee je ook serieus kan zijn
 - uitlenen aan vrienden waarop je kan rekenen
 - vertrouwen van vrienden die voor zijn auto kunnen 'zorgen'
 - vertrouwen van vrienden niet afhankelijk van gemeenschappelijke origine
 - waartegen je alles kan vertellen
 - auto liever niet uitlenen aan onbekenden of vage kennis
 - aan vertrouwen in onbekenden gaat gewerkt moeten worden
 - autodelen niet goed met onbekenden
 - iemand kennen voorwaarde voor vertrouwen
 - tegenwoordig zijn onbekenden niet meer te vertrouwen
 - materialisme ondermijnd onderling vertrouwen
 - schrik dat burens illegale dingen gaan doen met auto

- vertrouwen van buren die je kent
 - auto enkel toevertrouwen aan buren die ook af en toe op bezoek komen
 - beslissing om auto uit te lenen bekijken van persoon tot persoon
 - karakter
 - autodeel kameraad is rustige persoon
 - beslissing om auto te geven aan vriend afhankelijk van leeftijd en karakter van vriend in kwestie
 - vertrouwen van 'goede personen'
 - kennis over rijbewijs
 - beschikken over rijbewijs helpt bij creëren vertrouwen
 - kennis over rijstijl
 - vertrouwen mama doordat ze al langer autorijdt dan hij
 - vertrouwen van vrienden met auto afhankelijk van leeftijd
 - vrienden die niet goed rijden krijgen zijn auto niet
 - wil dat er voorzichtig wordt gereden met zijn auto
 - kennis over rijvaardigheid
 - moeilijker inschatten van rijvaardigheid van onbekenden
 - overtuigen buurvrouw door bewijzen rijvaardigheid
 - leeftijd
 - auto niet uitlenen aan jonge neven in Marokko
 - auto uitlenen aan buren afhankelijk van leeftijd buur in kwestie
 - beslissing om auto te geven aan vriend afhankelijk van leeftijd en karakter van vriend in kwestie
 - jonge mensen rijden wat wilder
 - oudere buren sneller vertrouwen met auto
 - pubers zijn impulsiever en minder voorzichtig
 - rijvaardigheid inschatten op basis van leeftijd
 - volwassenheid betekent verantwoordelijkheid
 - gebruiker van auto moet voorzichtig omgaan met gekregen vertrouwen
 - linken van vertrouwen aan niet exacte vergoedingsregeling
 - reden van vertrouwen
 - een vriend gaat eerlijk zijn en zijn verantwoordelijkheid nemen
 - erop vertrouwen dat er wel een oplossing komt als er iets fout gaat
 - in elkaars buurt wonen creëert het nodige vertrouwen
 - positieve ervaring met auto uitlenen aan bepaalde vriend creëert vertrouwensband
 - reciprociteit zorgt voor vertrouwen
 - als buren op elkaar kunnen rekenen voor bv. babysitten creëert dat ook vertrouwen
 - autodelen met een vriend is een win-win situatie
 - toestemming auto lenen van buurman door doen van technisch onderhoud voor hem
 - vriend aan wie ze auto af en toe uitlenen is er altijd voor hen
 - sommige mensen vertrouwen anderen sneller en gemakkelijker
- buren
 - als provider
 - buurman leende auto met vergoeding per km
 - enkel auto uitlenen wanneer zelf zeker niet nodig

- enkel buurvrouw waarvan hij in het verleden auto mocht gebruiken
- geen geld vragen aan buur die je auto mag gebruiken
- onbekende burens
- leeftijd buur in kwestie
- noodzakelijkheid van verplaatsing
 - auto uitlenen als het voor iets 'dringend' is
 - burens enkel auto toevertrouwen bij noodsituatie
 - buur zelf brengen als alternatief voor uitlenen
 - informeel auto uitlenen aan buur bij noodgeval maar nog steeds in overleg met kameraad
- onbekende burens eerst meer kennismaken en dan mogen ze zijn auto gebruiken
- reciprociteit naar toekomst toe
- respondent vindt het in het algemeen moeilijk om nee te zeggen
- uitlenen auto aan buur afhankelijk van duur samenwonen en band met buur in kwestie
- als user
 - gebruik auto van klant garage om boodschappen te doen
 - gebruik van burens waar je oppervlakkige band mee hebt
 - kosten vergoeden zorgt ervoor dat je dat kan vragen
 - voor kinderen van school te halen. voorspelbaarheid maakt het makkelijk
 - gebruiken auto van buur waar je reeds een goede band mee hebt
 - aarzeling buurvrouw om auto uit te lenen
 - band met buurvrouw
 - buurvrouw bracht hem in het verleden naar zijn werk
 - buurvrouw helpt met Nederlands leren
 - kennismaking buurvrouw via broer
 - buurvrouw is lief
 - duur informeel autodelen met buurvrouw
 - motivatie informeel autodelen geen nummerplaat
 - toestemming voor gebruik auto buurvrouw afhankelijk van verzekering
 - voorstel buurvrouw om haar auto te gebruiken
 - vriend van wie hij auto gebruikte was toen ook zijn buur
- autodelen onder burens is goed en logisch
- goede relatie met burens is intergenerationele win-win
 - goed contact tussen burens belangrijk om eenzaamheid tegen te gaan van ouderen
- in Borgerhout wordt er veel aan informeel autodelen gedaan onder kennissen
- familie
 - andere familieleden
 - auto uitlenen aan schoonzus en andere familie
 - auto vragen aan meter om te oefenen voor rijbewijs
 - familie komt op eerste plaats
 - hart onder de riem steken bij overhandigen autosleutels
 - moeilijker om nee te zeggen als familielid auto vraagt
 - buitenlandse culturen gaan geen nee zeggen tegen familielid
 - kritiek krijgen omdat je auto niet uitleende
 - nee zeggen als familie auto vraagt is grof en schadelijk voor relatie

- vrienden komen en gaan maar familie blijft altijd
 - nooit moeilijk doen over vergoeding voor auto gebruiken bij vrienden of familie
 - voor sociale zaken moet je terugkeren naar het oudere, het intieme
 - huishouden
 - binnen familie is het normaal als familielid op verzekering staat
 - familieauto is goed
 - losse afspraken rond gebruik van gezinsauto
 - meerdere auto's per familie is niet nodig
 - vaak één auto voor heel de familie, die iedereen gebruikt
 - mama
 - benzine aanrekenen aan mama zou ik nooit doen
 - mama let mee op om het hem niet te moeilijk te maken als ze zijn auto gebruikt
 - moeder leent auto af en toe voor boodschappen of doktersafspraak
 - minder individualistische cultuur waardoor er nog meer informeel gedeeld wordt
 - partner
 - pré-individualistische mentaliteit om liever familielid geld te gunnen dan een derde persoon
 - vertrouwen familie
 - geen zorgen maken bij uitlenen aan familie
 - familie gaat gewoon eerlijk zijn
 - familie gaat goed zorgen voor auto want je komt hen vaak tegen
 - vertrouwen familie want je kent hen door en door
 - vertrouwen in moeder en andere familie
- verschillen tussen culturele groepen
 - afspraken
 - bij andere culturen zullen er meer afspraken gemaakt worden bij (informeel) autodelen
 - bij migranten gebeurt het lossier
 - sommige eigenaars geven zomaar hun auto aan anderen
 - sommige eigenaars vinden het belangrijk om afspraken te maken bij het uitlenen van hun auto
 - Belgen geven liever geld aan een applicatie dan eens iets aan hun familie te moeten vragen
 - Belgische mensen delen soms ook hun auto niet met familieleden
 - frequentie
 - hij kent enkel andere Somaliërs die ook informeel autodelen
 - Marokkanen gaan heel vaak aan informeel autodelen doen
 - migranten lenen auto met plezier uit
 - in ecologische manier van leven
 - in Iran geven mensen auto ook niet snel aan iemand anders want veel ongevallen
 - omwille van intensiever gebruik letten allochtonen meer op hun auto
 - vergoedingswijze
 - beetje raar om benzine voor gereden kilometers te betalen
 - Belgen gaan sneller rekenen dan andere culturen
 - verschil Afghaans en Belgisch vergoedingssysteem
- vrienden

- auto lenen van vrienden in het verleden
 - auto lenen van collega met wie je bevriend bent
 - auto lenen van vriend om rijexamen te doen
 - auto lenen van vrienden die ze kent uit Turkije
 - auto lenen voor doktersafspraak
 - auto vragen aan lerares
 - autolenen van vriend voor vrijetijdsactiviteit
 - eigen auto bijna kapot, daarom informeel autodelen
 - enkel doen als je diep in de put zit
 - enkel informeel autodelen voor essentiële dingen
 - hogere kosten bij accident met wagen van iemand anders i.v.m. eigen auto doordat hij dit niet zelf kan repareren dan
 - informeel autodelen wanneer je een auto nodig hebt
 - liever geen accident met auto van iemand anders
 - mensen gaan niet gemakkelijk een auto vragen uit schrik
 - moeilijk om auto te vragen aan vriendin zodat hij kon oefenen voor rijbewijs
 - reciprociteit
 - vergoeding
 - als iemand auto gebruikt zonder te tanken is dat niet leuk voor eigenaar
 - als je auto gebruikt van iemand, tanken i.p.v. geld geven
 - altijd tanken ook al vraagt de eigenaar het niet expliciet
 - liever geen geld geven aan mensen die je goed kent voor gebruiken auto
 - mee deel van verzekering betalen
 - nooit geld geven als je iemands auto hebt gebruikt
 - voorzichtiger rijden bij gebruik auto van anderen
 - vrienden gaan het niet durven vragen
 - vroeger sporadisch gebruiken van de auto van een vriend
 - zelf auto vragen is moeilijk
- auto van vriend staat in hun garage
- informeel autodelen onder vrienden is een kwestie van geven en nemen
- informele provider voor vrienden
 - algemene factoren
 - aantal auto's ter beschikking
 - bijverdienste verkopen auto's
 - optie van vervangwagen belangrijk zodat hij zelf nooit zonder auto zit
 - auto uitlenen enkel met minder dure auto
 - bezit auto en rijbewijs ook afhankelijk van levensloop
 - altruïstische factoren
 - anderen helpen als motivatie om provider te zijn
 - combi van financiële en altruïstische motivatie
 - vriend zonder auto willen helpen
 - waarom auto laten stilstaan als anderen die kunnen gebruiken
 - brengen als alternatief voor auto uitlenen
 - enkel auto uitlenen wanneer zelf zeker niet nodig
 - factoren om het niet te doen
 - auto is duur iets
 - bedrijfsauto

- excuus zoeken om niet te zeggen dat je auto niet wil geven
- schrik dat een accident mee speelt in nationaliteitsprocedure
- schrik voor boetes en schade aan hun auto
- vrienden niet verzekert dus auto niet geven aan hun
- financiële factoren
- associëren van uitwisseling sleutel met financiële vergoeding
- financieel voordeel in de vorm van gratis benzine
- financiële motivatie voor informeel autodelen als provider
- geld vragen aan onbekenden of vrienden enkel mits lange afstand
- kan geen geld vragen voor auto uitlenen in de privésfeer
- niet ok dat hij financiële voordelen haalt uit vrienden (schuldgevoel)
- meer openstaan voor auto lenen aan vrienden dan aan bureu
- mogelijks in de toekomst auto uitlenen aan beste vriend
- noodzakelijkheid verplaatsing
- reciprociteit (aan vrienden waarvan hij ook auto mocht gebruiken in verleden)
- sociale factoren
- associëren van terugbrengen autosleutel met gezelligheid
- soorten verplaatsing
- auto uitlenen aan vriend om naar Arabische winkel te gaan in Antwerpen
- informeel uitlenen van zijn auto voor (meerdaagse) uitstapjes
- uitlenen van auto aan vrienden omdat ze moeten oefenen voor praktijkexamen
- uitlenen van auto voor vrienden die openbaar vervoer missen
- vergoedingsregeling
- autodelen tegen exacte kilometers is ook ok maar niet zelf voorstellen
- huidige 'Afghaanse' financiële regeling betekent meer geld voor hem
- informele financiële regeling soms meer vergoeden dan gebruikt en soms minder
 - Turken geven ook meer geld of benzine dan ze gebruiken
- je kan niet aan iedereen gratis geven, enkel arme mensen
- moeten zelf niets betalen want hij wil helpen
- tanken als alternatief voor geld geven
- tanken voor vriendin om moeilijke gevoelens die erbij komen kijken te neutraliseren
- vertrouwt erop dat vrienden en familie uit zichzelf wel gaan bijtanken als ze auto gebruiken
- vrienden die hij ergens afzet geven uit zichzelf geld aan hem
- vrienden tanken wanneer ze auto gebruiken
- vrienden vergoeden hem wanneer ze zijn auto mogen gebruiken
- wil vrienden helpen dus vraagt geen geld
- vervangwagen werk
- vragen om voorzichtig te zijn bij uitwisseling sleutel
- vrienden afwijzen door te suggereren het aan eigen familie te vragen
- vrienden niet noodzakelijk vertrouwen met auto
- duur dat vriend in kwestie al met auto rijdt
- geval per geval bekijken of je auto uitleent aan vriend
- twijfel om auto uit te lenen aan vrienden

- samen auto kopen
 - auto kopen met drie gezinnen samen
 - met zes mensen auto gebruiken is echt moeilijk
 - veel over en weer communiceren
 - ontevredenheid hierover leidde tot overstap Cambio
 - oude auto voelde onveilig
 - belang van goede afspraken
 - afgesproken plaats waar deelauto staat
 - auto gebruiken om naar training te gaan
 - bij samen een auto kopen moet je evengoed afstemmen en plannen wanneer je die gebruikt
 - informeel autodelen zonder afspraken daar komt ruzie van
 - regeling met kameraad over gemeenschappelijke auto
 - samen auto met vriend. Ieders eigen sleutel
 - belang van open communicatie
 - bespreken met kameraad als iemand anders hun auto wil gebruiken
 - communicatie met vriend over wie wanneer de auto nodig heeft
 - soms heeft zijn kameraad hun auto nodig en kan hij die niet gebruiken
 - bij voorlopig rijbewijs is verzekeringskost dubbel zo hoog
 - ecologische motivatie om samen auto te kopen
 - als iedereen een auto heeft maakt dat het milieu en klimaat kapot
 - Altijd de auto gebruiken is niet goed voor het klimaat en milieu
 - financiële motivatie om samen auto te kopen
 - alleen auto kopen is duur
 - eigen auto hebben kost veel geld
 - financieel voordeel van samen een auto kopen
 - frequentie waaraan hij nu de auto nodig heeft is perfect voor autodelen
 - gemeenschappelijke auto staat op naam van de vriend met het volledige rijbewijs
 - met 5 vrienden auto kopen
 - noodzaak auto om te oefenen voor praktijkexamen
 - noteren van wie wanneer de auto leent zodat ze geen boetes moeten betalen die niet voor hun zijn
 - regeling over tanken met kameraad is automatisch ontstaan
 - met kameraad waarmee hij auto samen heeft niet letten op wie hoeveel km's rijdt
 - wie wanneer en hoeveel tankt maakt niet zoveel uit
 - verkopen van auto vanaf dat hij zijn definitief rijbewijs heeft
 - vrienden die aan autodelen deden hadden steeds op zelfde moment de auto nodig
 - als er systeem zou zijn geweest zou het wel langer hebben geduurd
- vrienden begrijpen het als je nee zegt
- vrienden gaan eerder vragen om chauffeur te spelen

verschillen tussen de systemen van autodelen

- auto kunnen zien bij Getaround
- economische logica dominant bij formeel autodelen
 - Getaround gaat niet over helpen maar over winst

- mentaliteit van ik kan er geld aan verdienen sluipt binnen in autodelen
- providers van Getaround gaan niet openstaan voor autodelers te leren kennen
- zou wel letten op correcte vergoeding bij autodelen met onbekenden via app
- Getaround rekent makkelijker
- noodzaak aan systeem bij autodelen met onbekenden
- privacy bewaren door formeel autodelen
 - stukje onbekend blijven door formeel autodelen
- systeem van Cozywheels past niet meer in onze hedendaagse materialistische realiteit
- verschil met exacte berekende vergoedingswijze
 - formeel autodelen is strikter
 - kilometers uitrekenen is een ander verhaal
- voordeel informeel
 - bij informeel autodelen met familie kan je vragen om de auto te brengen waardoor je minder tijd verspilt
 - iets vragen in eigen kring is geloofwaardiger
 - informeel autodelen is persoonlijker dus socialer
 - informeel autodelen laat de band met betrokkene groeien terwijl het bij platform eigenaar te onpersoonlijk blijft daarvoor
 - voor mensen van lagere SES is informeel autodelen goedkoper
- voordelen Cambio t.o.v. andere systemen
 - dilemma tussen vertrouwelijk systeem en goedkoper, socialer en meer ecologisch systeem
 - je klant voelen biedt veiligheid en rust

visie op toekomst

- applicatie om dingen te delen tussen families
 - systeem van auto uitlenen onder verschillende families uit de buurt
- elektrische auto als oplossing want auto gaat essentieel blijven
- elektrische auto moet goedkoper
- elektrische auto's moeten beter
- elke straat heeft eigen bus
- hoop om bedrijfsauto te krijgen
 - denken aan omscholing om bedrijfsauto te krijgen
 - goedkope manier om toch eigen auto te hebben
 - zonder auto ook gelukkig
- idee ecologische cryptocurrency
- iedereen zal terug moeten fietsen door energieschaarste
- innerlijke strijd tussen wens om milieu te beschermen en eigen auto als basisbehoefte
- investeren in echt ecologische dingen zal pas gebeuren als olie op is
- openbaar vervoer
 - meer en snellere treinen
 - meer investeringen in wegennet en trams
 - meer mensen moeten de fiets of bus gebruiken
 - noodzaak aan betere samenwerking binnen het openbaar vervoer
 - openbaar vervoer wordt de toekomst
 - snellere en stiptere trams en bussen zou goed zijn
- sporadisch autodelen i.p.v. tweede auto kopen

- toekomst auto kopen hangt af van afstand tot werk
- wens voor eigen auto vanwege comfort
- zelf niet veel willen veranderen naar toekomst toe
- zelf veel willen fietsen want gezond