

Deelrapport 2: The Sharing Personality: kwantitatief onderzoek naar de persoonlijkheden en motieven van (niet-)deelnemers aan deeleconomie (enquête N=433)

Auteurs: Vicky Franssen, Karijn Bonne, Nicky Malfliet & Christel De Maeyer
Arteveldehogeschool Gent – 31/08/2017



Dit PWO werd gefinancierd en ondersteund door de dienst Onderzoek & Dienstverlening aan de Arteveldehogeschool, Gent (PID 001003). De onderzoekers zijn verbonden aan de opleidingen Bachelor Bedrijfsmanagement en Bachelor Grafische en Digitale Media

Dankwoord

Graag willen we in dit voorwoord onze dank richten aan de organisaties die ons in staat gesteld hebben om dit onderzoek te verwezenlijken.

- Eerst en vooral wensen we het bestuur van de Arteveldehogeschool te bedanken voor de kans die we kregen met dit PWO 2016-2017 (projectcode PID001003).
- Ten tweede, bedanken we de leden van de begeleidingscommissie voor hun waardevolle suggesties en constructieve bijdragen: dr. Rogier Delanghe (economiefilosoof UGent en beheerder van de Facebookpagina 'digitale revolutie: peer-to-peer, deeleconomie, collaborative commons'); Valerie Deprycker (medewerker bij Stad Gent); Dries De Roeck (ontwikkelaar en bedenker Popbike van Apps for Ghent); Greet De Wulf (zaakvoerder AgainAgain); Bram Dubois (platformeigenaar RentMyBike); Veronique Leuntjens, Ivo Van Dievoort en Gunther Van den Bossche (bezielers en platformeigenaars JoinUs2Eat); Sebastiaan Schillebeeckx (platformeigenaar CAMPR); Evi Swinnen (medewerker Timelab, Gent); Prof. dr. Alain Van Hiel (UGent, vakgroep ontwikkelings-, persoonlijkheids- en sociale psychologie) en voor de Arteveldehogeschool: Luk Bouters (GDM); Mandy Claessens (OED) en Kathy De Witte (BEM/IBM/OFM/IOM).

Over de deelrapporten

Het doel van deze eenjarige studie bestaat erin om inzicht te krijgen in de verschillende profielen van wie wel dan niet op de kar springt van de deeleconomie en in de (veelheid) van motieven om wel dan niet te delen en/of te nemen binnen deze maatschappelijke trend: sharing.

De zoektocht naar "the sharing personality" die **in dit deelonderzoek** wordt beschreven, **bestaat uit een analyse van de data bekomen via een enquête afgenomen bij Vlaamse volwassenen**. Deze neerslag vormt één van de invalshoeken van het onderzoek. Het volledige onderzoek bestaat uit:

- The sharing personality: een inleiding en een kwalitatief onderzoek o.b.v. deskresearch en interviews bij 11 deelnemers/platformeigenaars en bij 3 non-users van deelplatformen (rapport 1)¹.
- The sharing **personality**: een kwantitatief onderzoek (enquête) bij 433 Vlaamse volwassenen, waarvan ±274 Nemers, en/of ±203 Gevers (deze categorieën kunnen overlappen) en ±126 non-users zijn, van of binnen deelplatformen (**huidig rapport**, rapport 2)².

Elk deelrapport vormt een coherent werkstuk dat als dusdanig wel op zich te lezen is, maar dat slechts zijn volle waarde krijgt in combinatie met de resultaten van de andere deelrapporten. **In onderstaand deelrapport** worden de data, bekomen via de enquête die peilt naar de persoonlijkheden en motivaties bij (non-)users van de *sharing economy*, uitvoerig geanalyseerd en gerapporteerd. Elk hoofdstukje eindigt met een samenvatting van het cijfermateriaal en de analyses.

¹ Delen hiervan werden voorgesteld op het IMGent congres te Gent, 10/2/2017 "Delen: een kwestie van persoonlijkheid of van contextuele hefboomen." Tussen Delen en Beschermen: over kennis, informatie, communicatie. IMGent Congres i.s.m. Politeia & Arteveldehogeschool. Gent.

² Delen hiervan werden voorgesteld op de UGent workshop te Gent, 31/05/2017, "The Sharing Personality." Workshop Deeleconomie II: Uitdagingen en Opportuniteiten in een Netwerkmaatschappij. UGent. <http://www.csi.ugent.be/workshop-deeleconomie-ii/> en op het MIC congres te Venetië 25/05/2017 "Business models in the Sharing Economy: a study on entrepreneurship (of platform owners) and micro entrepreneurship (of prosumers)". MIC Conference 2017 Challenges in the digital era <http://www.mic.fm-kp.si/> en op het Slotevent "The Sharing Personality/Economy" te Gent, 07/09/2017. "The Sharing Personality: resultaten van het onderzoek naar de persoonlijkheden, de profielen en de motieven van deelnemers aan de deeleconomie". Slotevent The Sharing Personality/Economy, ' <http://sites.arteveldehogeschool.be/entrepreneurship3/onderzoek-over-ondernemen-de-toekomst#Sharing>

Begrippen die vaak terugkomen in dit rapport

Doorheen dit rapport komen enkele termen vaak voor.

Term	Omschrijving
Gever = prosumer, supplier	Hij/zij die zaken, producten of diensten aanbiedt, in de sharing economy, al dan niet mits ontvangst van een bepaald bedrag
Nemer = consumer, user	Hij/zij die zaken, diensten of producten ontvangt, in de sharing economy, en daar al dan niet voor betaalt
Non-user	Hij/zij die helemaal niet deelneemt aan de sharing initiatieven, die op geen enkel platform zit, zelfs niet op een gratis weggeefgroep op Facebook.
Provider = platformeigenaar	Hij/zij die delen door peers mogelijk maakt door het aanbieden van een platform waar vraag en aanbod of vrleeftijd en aanbieder of Nemer en Gever makkelijk in contact komen met elkaar. Voorbeelden zijn de oprichters van FLAVR, CAMPR, JoinUs2Eat, Peerby, Surrounthings, ...
Youth	De subsample bestaande uit voornamelijk studenten, 17-25 jarigen
LETS	De subsample bestaande uit deelnemers en leden van LETS Vlaanderen (Local Exchange and Trading System, een lokaal uitwisseling en ruilsysteem)
Heterogene groep	De subsample bestaande uit alle respondenten exclusief de jongeren subgroep en exclusief de LETS leden. Deze rest groep vormt een min of meer meer heterogene subsample
Big Five	Een van de meest gekende, gevalideerde en gebruikte persoonlijkheidstesten
SAS	Sociale Attitude Schaal, schaal die gebruikt is voor het meten van verschillende attitudes over eerlijkheid/rechtvaardigheid, vertrouwen, (reputationele) angst, risico's nemen, altruïsme, hebzucht, en andere (sociaal) psychologische constructen
VS	Voluntary Scale, een schaal die peilt naar motieven om vrijwilligerswerk te doen
SES perceived	Hoe men zichzelf situeert relatief gezien en subjectief scoort m.b.t. het inkomen: arm, eerder arm, middenklasse, eerder rijk, rijk.
SES income	Het gezamenlijk netto belastbaar inkomen, als objectievere indicator van het SES en inkomen

Inhoudsopgave

Dankwoord.....	2
Over de deelrapporten	2
Begrippen die vaak terugkomen in dit rapport	3
1. Doelstelling	6
2. Methode en respondenten.....	6
2.1. Materiaal en procedure	6
2.2. Demografische factoren.....	8
2.3. Persoonlijkheidsschaal: the Big Five (B5).....	8
2.4. Sociale Attitudes Schaal (SAS).....	10
2.5. Vrijwilligers Schaal (VS)	12
2.6. Respondenten	13
2.6.1. Rekrutering	13
2.6.2. Response rate	13
2.7. Data-analytische procedures	15
3. Resultaten	16
3.1. Onafhankelijke variabelen: demografische variabelen	16
3.1.1. Geslacht	16
3.1.2. Leeftijd	16
3.1.3. Urbanisatie.....	17
3.1.4. Sociaal Economisch Statuut (SES)	17
3.1.5. Hoogst behaalde diploma	18
3.1.6. Verenigingsleven.....	19
3.1.7. Specificaties m.b.t. de steekproef	20
3.2. Onafhankelijke variabelen: psychografische variabelen	25
3.2.1. Persoonlijkheidsschaal: the Big Five (B5).....	25
3.2.2. De Sociale Attitudes Schaal (SAS)	28
3.2.3. De Vrijwilligers Schaal (VS).....	31
3.2.4. Relaties tussen de demografische variabelen, persoonlijkheid (Big 5) & onderzochte attitudes (SAS en VS)	33
3.2.5. Samenvattende tabellen m.b.t. steekproef en de subgroepen	40
3.3. Afhankelijke variabelen.....	43
3.3.1. Lid per soort deelplatformen.....	43
3.3.2. Lid van minstens één platform	45
3.3.3. Som soorten platformen (<i>computed variable</i>)	46
3.4. Verbanden tussen de onafhankelijke en de afhankelijke variabelen	47
3.4.1. Lid van minstens 1 platform (zie ook 3.3.2.).....	47
3.4.2. Som soorten platformen (zie ook 3.3.3.).....	50
3.4.3. Samenvattend	53
Motieven, hefbomen en belemmeringen	56
3.5. Belemmeringen bij de non-users	56
3.5.1. Beschrijvende analyses	56
3.5.2. Factor structuur	57
3.5.3. Verbanden tussen <i>demo- en sociographics</i> en motieven om <i>niet</i> deel te nemen	60
3.5.4. Samenvattend	63
3.6. Motieven van de Nemers.....	64

3.6.1.	Beschrijvende analyses	64
3.6.2.	Factor structuur	65
3.6.3.	Verbanden tussen <i>demo- en sociographics</i> en motieven om te Nemen	67
3.6.4.	Samenvattend	72
3.7.	Motieven van de Gevers	73
3.7.1.	Beschrijvende analyses	73
3.7.2.	Factor structuur	73
3.7.3.	Verbanden tussen <i>demo- en sociographics</i> en motieven om te Geven	77
3.7.4.	Samenvattend	81
4.	Focus op de Nemers	83
4.1.	Beschrijvende analyses	83
Jongeren – LETS – Heterogene groep	83	
Betalende (profit) versus niet-betalende (non-profit) transacties.....	84	
4.2.	Samenvattend	86
5.	Focus op Gevers	88
5.1.	Beschrijvende analyses	88
Jongeren – LETS – Heterogene groep	88	
Betalende (profit) versus niet-betalende (non-profit) transacties.....	89	
5.2.	Samenvattend	92
6.	Focus op de Heterogene groep N=208	93
6.1.	Kenmerken heterogene sample	93
Demografische kenmerken (Personalialia) (zie 3.1.).....	93	
Persoonlijkheidskenmerken, Sociale en Vrijwilligers Attitudes (zie 3.2.).....	93	
6.2.	De Heterogene groep en <i>sharing</i>	94
6.3.	Belemmeringen/hefbomen om niet/wel deel te nemen	95
7.	Samenvatting en aanbevelingen.....	97
7.1.	Beschrijving van de steekproef	97
7.2.	Gever, Nemer of Non-user ?	100
7.2.1.	Is men Gever / Nemer op minstens één platform (zie ook 3.4.1.)?	101
7.2.2.	Op hoeveel soorten platformen is men dan actief (zie ook 3.4.2.)?	102
7.2.3.	Motieven om <i>niet</i> deel te nemen (non-user te zijn)	104
7.2.4.	Motieven om deel te nemen als Nemer	105
7.2.5.	Motieven om deel te nemen als Gever	107
7.2.6.	Vergelijking Gevers en Nemers m.b.t. het economisch/financiële	110
7.3.	The Sharing Personality ?	111
7.4.	Tips en aanbevelingen.....	113
7.5.	Verder onderzoek ? Anders aanpakken ?	117
Verwijzingen.....		119

1. Doelstelling

Dit rapport behandelt een kwantitatieve studie (enquête) waar gepeild wordt naar de **motieven** om wel of niet deel te nemen aan de deeleconomie en deelinitiatieven, naar de **persoonlijkheden** die zich er wel of niet toe lenen en naar bepaalde **profielen** (demografische kenmerken). De motieven waarom men wel/niet deelneemt aan de deeleconomie zijn gebaseerd op de bestaande literatuur en op interviews uitgevoerd binnen hetzelfde onderzoek (zie deelrapport 1 voor een uitvoerige beschrijving van het kwalitatieve luik). De enquête is verstuurd naar persoonlijke connecties van de vier projectleden, naar studenten Bedrijfsmanagement en Grafische en Digitale Media (Artevelde hogeschool), naar allerlei sociale media groepen en naar bepaalde deelplatformen, en is in de loop van 2 maand ingevuld door 433 Vlaamse volwassenen (17-82 jaar).

2. Methode en respondenten

2.1. Materiaal en procedure

De vragenn die gesteld zijn in de enquête zijn gebaseerd op bevindingen en tips gevonden in de literatuur en bekomen tijdens het kwalitatieve luik van ons onderzoek (de interviews) (zie Rapport 1). De onafhankelijke variabelen/vragen werden gegroepeerd bevroagd als volgt:

1. Demografische variabelen (zie 2.2. & 3.1.);
2. Een gevalideerde versie van *the Big Five*, een algemene Persoonlijkheid Schaal (zie 2.3. & 3.2.1.);
3. Een Sociale Attitude Schaal, bestaande uit een batterij van gevalideerde subschalen (ook gebruikt in o.a. (Haesevoets, Reynders Folmer, Bostyn, & Van Hiel, submitted) (zie 2.4. & 3.2.2.);
4. Een Vrijwilligers Schaal (ook gebruikt in o.a. (Cornelis, Van Hiel, & De Cremer, 2013)) waar alle termen die verwijzen naar vrijwilligers, vrijwilligerswerk, ... vervangen zijn door termen die verwijzen naar delers, deeleconomie en delen (zie 2.5. & 3.2.3.);
5. Twee extra items die peilen naar actieve en passieve deelname aan het (socio-culturele) verenigingsleven, zoals gesuggereerd door Dirk Barrez³ als feedback op een eerdere versie van de enquête (zie 2.2. en 3.1.).

Alle constructen, behalve de twee extra items betreffende het verenigingsleven, werden bevroagd a.d.h.v. bestaande en gevalideerde schalen en (vertaalde) items. Tenzij anders vermeld, werd overal een vijf-punten-schaal (Likert) gebruikt, gaande van (1) *Helemaal niet akkoord* tot (5) *Helemaal wel akkoord* (uiteraard niet bij de demografische items). Negatief gestelde items werden omgedraaid om nadien de juiste geaggregeerde/samengetelde waarden op bepaalde componenten (bekomen via Factor Analyses, zie verder) te kunnen bekomen.

De afhankelijke variabelen in de enquête waren:

1. Lidmaatschap per initiatief (Nee, Gestopt, Ja, als een Nemer, Ja, als een Gever – met dien verstande dat men én Gever én Nemer kon zijn), en dat van 12 soorten deelinitiatieven, variërend in industriële tak of sector (goederen, accommodatie, diensten, ritten ...) en in orientatie, i.e. verdienmogelijkheid (profit versus non-profit) voor de Gever (zie 3.3.1.);
2. Deelnemen aan de deeleconomie, d.i. lid zijn van minstens één platform (Nee, enkel als een Nemer, enkel als een Gever, als Gever en Nemer) (zie 3.3.2.);

³ Er werden op aanraden van Dirk Barrez, Vlaams journalist en schrijver van diverse boeken, waaronder over transitie en welvaart en over coöperatie, nog 2 items toegevoegd: actief zijn als actieve helper of vrijwilliger in het verenigingsleven; en (gewoon) lid zijn in het verenigingsleven.

3. Het aantal verschillende soorten initiatieven waarvan men lid is (= het aantal 'ja's' in 1. (zie 3.3.3.);
4. Een set van specifieke motivaties om *wel* te participeren aan deelinitiatieven (deze vragen werden enkel aan de Gevers en Nemers gesteld, zie 3.6 & 3.7.) of om *niet* te participeren aan de deeleconomie (deze vragen werden enkel gesteld aan die respondenten die te kennen gaven aan geen enkel initiatief deel te nemen, zie 3.5.). Deze vragen zijn door ons zelf aangemaakt en werden nog nergens voordien gevalideerd. Ze zijn samengesteld op basis van de motivaties die we eerder terugvonden in de literatuur en te horen kregen tijdens de exploratieve interviews (zie Rapport 1) die deze enquête vooraf gingen.

Samenvattend onderzoekt deze studie de relatie tussen Persoonlijkheid (via het Vijf Factoren Model), Sociale Attitudes en Attitudes jegens delen en het effectief deelnemen aan de deeleconomie en de motieven daarbij. Tevens wordt nagegaan of bepaalde demografische factoren, zoals geslacht, leeftijd, urbanisatie, Sociaal Economisch Statuut (SES – inkomen), diploma en deelname in het verenigingsleven een rol spelen in deze dynamiek. De studie is uitgevoerd bij/op een Vlaamse volwassen populatie. Figuur 1 schematiseert de setup van de vragenlijst. In Tabellen 1, 2 en 3 worden de items per (sub)schaal die gebruikt zijn in deze studie, opgelijst.

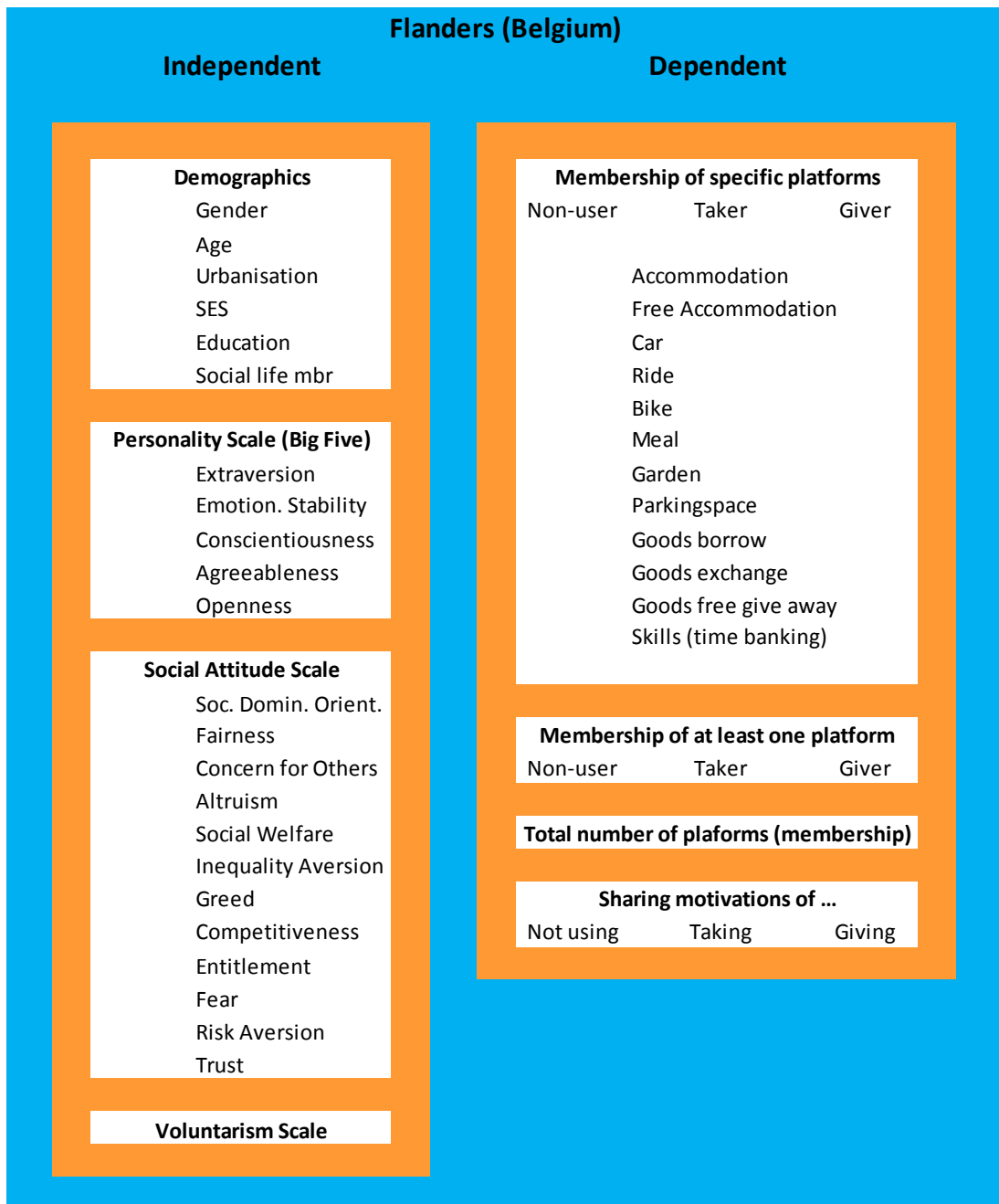


Figure 1: Opzet van de enquête

2.2. Demografische factoren

Geslacht, leeftijd, urbanisatie, Sociaal Economisch Statuut – zowel zoals gepercipieerd door de respondent zelf, als in termen van (gezamenlijk) netto inkomen – en hoogst behaalde diploma werden bevroegd. Ook ‘actief lid zijn’ dan wel ‘passief lid zijn van/bij verschillende verenigingen’ worden bij de *demographics* gerekend (in dit onderzoek).

2.3. Persoonlijkheidschaal: the Big Five (B5)

In deze studie werd de 50-item IPIP versie van Goldberg als representatie van de Big-Five factor structuur genomen (Goldberg, 1992). Deze representatie gebruikt minder items dan bijvoorbeeld de NEO PR 120, of de NEO FFI (Five Factor Inventory) (Hoekstra, Ormel, & De Fruyt, z.d.). Om de enquête

– die heel lang werd – iets korter te maken werd ervoor gekozen om enkel 40 items van de 50 items te behouden. We verwijderden per factor 2 items. In Tabel 1 worden de weerhouden items opgesomd.

Extraversion	1	EX1	Make friends easily.
	2	EX2	Feel comfortable around people.
	3	EX3	Start conversations.
	5	EX5R	Mind being the center of attention.
	6	EX6R	Don't talk a lot.
	7	EX7R	Keep in the background.
	9	EX9	Like to draw attention to myself.
	10	EX10R	I'm quiet around strangers.
Emotional stability	11	EMO1	I'm relaxed most of the time.
	13	EMO3R	Get stressed out easily.
	14	EMO4R	Worry about things.
	15	EMO5R	I'm easily disturbed.
	16	EMO6R	Get upset easily.
	17	EMO7R	Change my mood a lot.
	19	EMO9R	Get irritated easily.
	20	EMO10R	Often feel blue.
Agreeableness	21	A1	I'm interested in people.
	22	A2	Sympathize with others' feelings.
	24	A4	Take time out for others.
	25	A5	Feel others' emotions.
	26	A6	Make people feel at ease.
	28	A8R	Insult people.
	29	A9	I'm interested in other people's problems.
	30	A10R	Feel little concern for others.
Openness & Intellect	31	O1	Have a rich vocabulary.
	32	O2	Have a vivid imagination.
	34	O4	I'm quick to understand things.
	35	O5	Use difficult words.
	36	O6	Spend time reflecting on things.
	37	O7	I'm full of ideas.
	39	O9	I'm interested in abstract ideas.
	40	O10	Do have a good imagination.
Conscientiousness	41	C1	I'm always prepared.
	42	C2	Pay attention to details.
	43	C3	Get chores done right away.
	46	C6	I'm exacting in my work.
	47	C7R	Leave my belongings around.
	48	C8R	Make a mess of things.
	49	C9R	Often forget to put things back in their proper place.
	50	C10R	Shirk my duties.

Table 1: De in deze studie gebruikte items per subschaal van de IPIP versie van Goldberg van de Big Five.

2.4. Sociale Attitudes Schaal (SAS)

Sociale Attitudes, die algemeen gesteld peilen naar een pro-sociale/altruïstisch versus pro-self/selfish sociale oriëntatie, werden gemeten a.d.h.v. 57 items van bestaande en gevalideerde vragenlijsten. De items en de Sociale Attitude Schaal zijn gebaseerd op onderzoek naar individuele verschillen m.b.t. sociale dilemma's experimenten (oa. in Haesevoets et al., submitted). Volgende subschalen werden gebruikt:

1. SDO: de **Social Dominance Orientation scale** van (Pratto, Sidanius, Stallworth, & Malle, 1994)

Individuele verschillen in altruïsme werden gemeten a.d.h.v. 2 schalen

2. FAIR HEX: de **Fairness subscale** van de *Honesty-Humility scale* van het *HEXACO personality model* (Ashton & Lee, 2009)
3. FAIR: de **Fairness subscale** van de *Attribution scale* van (Van Hiel, Vanneste, & De Cremer, 2008)

Het begaan zijn met het welzijn van anderen werd gemeten door de volgende twee schalen.

4. 4CFO: de **Concern for Others scale** van (Solomon & Kandall, Children in classrooms., 1979) (Solomon, Watson, Battistich, Schaps, & Delucchi, 1996)
5. 5CFO: de **Concern for Others scale** terug te vinden in (Van Hiel, Vanneste, & De Cremer, 2008)
6. ALTR: de **Altruism subscale** komende uit de *Self-Report Altruism scale* van (Rushton, Chrisjohn, & Fekken, 1981)
7. SWF: de **Social Welfare** or community feeling **subscale** van de *Self Determination Theory* (Kasser & Ryan, 1996)
8. INAQ-O: Individuele verschillen in gevoel van rechtvaardigheid werden gemeten via de **beneficiary subscale** van de *Justice Sensitivity Inventory: inequality aversion - towards others* (er niet tegen kunnen dat je beter af bent dan anderen, er niet tegen kunnen dat je begunstigd of bevoordeeld wordt t.o.v. anderen) (Schmitt, Baumert, Gollwitzer, & Maes, 2010)
9. GREED: de **Dispositional Greed scale** (of hebzucht schaal) van (Krekels & Pandelaere, 2015)
10. COMP: de **Competitive Personality scale** waar verschillen in **competitief** zijn wordt gemeten (Xie, Yu, Chen, Chen, & Chen, 2006)
11. ENT: de **Psychological Entitlement scale**, waar gemeten wordt in hoeverre iemand vindt dat hij rechten heeft op voorkeursbehandelingen, van (Campbell, Bonacci, Shelton, Exline, & Bushman, 2004)
12. INAQ-S: Individuele verschillen in gevoel van rechtvaardigheid werden gemeten via de **victim subscale** van de *Justice Sensitivity Inventory: inequality aversion - towards self* (er niet tegen kunnen dat je slechter af bent dan anderen, er niet tegen kunnen dat anderen begunstigd of bevoordeeld worden t.o.v. jezelf) (Schmitt, Baumert, Gollwitzer, & Maes, 2010)
13. FEAR: de **Fear subscale** van de Attribution Scale van (Van Hiel, Vanneste, & De Cremer, 2008)
14. RA: de algemene **Risk Aversion scale** van (Mandrik & Bao, 2005)
15. TRUST: de **Trust scale** van (Yamagishi, 1988).

Tabel 2 somt de items op die gebruikt werden per subschaal.

1 SDO 1	Some people are simply inferior (not equal) to other people
1 SDO 2	Group equality is an important value/ideal for me
1 SDO 3	I find it OK that some people have more of a chance in life than others
1 SDO 4	To get ahead in life, it is sometimes necessary to step on other groups.

2 Fair Hex 1R	If I knew that I could never get caught, I would be willing to steal a million dollars
2 Fair Hex 2R	I'd be tempted to use counterfeit money, if I were sure I could get away with it.
4 CFO 1	People should look after themselves and not try to solve other people's problems.
4 CFO 2	People should work out their own problems by themselves
4 CFO 3	When I see someone having a problem, I want to help
4 CFO 4	When I hear about people who are sad or lonely, I want to do something to help
5 CFO 1	wants to give chances to others as well
5 CFO 2	wants to give something to others
6 Altr 1	I would help push a stranger's car out of the snow
6 Altr 2	I would help someone to move households
6 Altr 3	I would donated goods or clothes to a charity
6 Altr 4	I would do volunteer work for a charity
6 Altr 5	I easily share information and knowledge to a classmate or coworker
6 Altr extra1	I would donate minimal 100 € to a crowdfunding campaign
6 Altr extra2	I would contribute to a talk group or forum (give information, help, knowledge)
15 Trust 1	In these competitive times, one has to be alert or someone is likely to take advantage of you.
15 Trust 2	One should not trust others until one knows them well.
15 Trust 3	When someone says something complimentary about you it's because they want to get something from you
15 Trust extra1	Everybody (or at least 80% of the people) takes advantage of something
15 Trust extra2	Everybody (or at least 80% of the people) frauds
7 SWF 1	It's important for me to work for the betterment of society
7 SWF 2	It's important for me to assist people who need it, asking nothing in return
7 SWF 3	It's important for me to help the world become a better place
8 Inaq_o 1	I cannot stand the feeling of exploiting someone
8 Inaq_o 2	It disturbs me when I receive more opportunities than others to develop my skills
8 Inaq_o 3	I feel guilty when I receive better treatment than others
8 Inaq_o 4	It bothers me when things come easily to me that others have to work hard for
10 Comp 1	Even in a group working towards a common goal, I still want to outperform others
10 Comp 2	My self-worth could be validated only if I outperform others in the group
10 Comp 3	Sometimes I consider appraisals as an opportunity to prove myself
10 Comp 4	Being outperformed by other members in the group annoys me
9 Greed 1	No matter how much I have of something, I always want more
9 Greed 2	Even when I am fulfilled, I often seek more
9 Greed 3R	A simple basic life is sufficient for me
9 Greed 4R	I am easily satisfied with what I've got
14 RA 1	I prefer situations that have certain outcomes
14 RA 2	Before I make a decision, I like to be absolutely sure about how things will turn out
14 RA 3R	I feel comfortable improvising in new situations
12 Inaq_s 1	I cannot easily bear it when others profit unilaterally from me
12 Inaq_s 2	It worries me when I have to work hard for things that come easily to others

12 Inaq_s 3	It makes me angry when I am treated worse than others
11 Ent 1	I honestly feel I'm just more deserving than others
11 Ent 2	I demand the best because I'm worth it.
11 Ent 3	People like me deserve an extra break now and then
3 Fair 1	I want to make a choice of which I believe this is a fair choice for everyone
3 Fair extra1	I want to make a choice in which I think not only to myself but also to others
3 Fair extra2	I want to make a choice in which I get more than the others (I'm little generous)
3 Fair extra3	I want to make a choice in which the others get a lot (I'm too generous)
13 Fear1	I fear to be rejected
13 Fear2	I'm afraid of being exploited by others
13 Fear3	I'm frightened to blow up the good relations with the other owners
13 Fear extra1	I'm afraid that others would think I'm selfish
13 Fear extra2	I'm afraid that others would think I'm too altruistic

Table 2: De in deze studie gebruikte items horende bij de verschillende Sociale Attitudes Schalen.

2.5. Vrijwilligers Schaal (VS)

VS Values *	I feel I can do something on values that I find important, through sharing
VS Values *	I feel humanitarily obliged
VS Social	My friends share
VS Social	Sharing is a way to make new friends
VS Understand	Sharing lets me learn things through direct, hands on experience
VS Understand	I can explore my own strengths
VS Ego enhance	Sharing increases my self-esteem
VS Ego enhance	Sharing makes me feel better about myself
VS Ego protect	Sharing is a good escape from my own troubles
VS Ego protect	By sharing I feel less lonely
VS Career	Sharing helps me to get my foot in the door at a place where I would like to work/helps me in my career
VS Career	Sharing experience will look good on my resume
VS Altruism *	I want to share (skills, services and products) with others who need it
VS Altruism *	Through my sharing, I help others in my environment

Table 3: De in deze studie gebruikte items horende bij de Voluntary Scale. * Vrij vertaald m.b.t. de items bij Values en Altruism.

Er werden 14 van de 21 items van een schaal die peilt naar motieven om aan vrijwilligerswerk te doen, gecreëerd door (Clary, et al., 1998) en gebruikt in o.a. (Cornelis, Van Hiel, & De Cremer, 2013) in de enquête opgenomen, om te zien welke motieven iemand **zou** hebben om te participeren in de deeleconomie en aan deelinitiatieven. Alle woorden en termen die verband hielden met of doelden op vrijwilligers (vrijwillig, vrijwilligers, vrijwilligerswerk, ...) werden vervangen door termen die wijzen op delen (deler, delen, deeleconomie, ...). Deze schaal werd mee opgenomen, omdat bepaalde motieven om niet/wel deel te nemen aan *sharing* (als Nemer of als Gever) enkel bevestigd zijn bij een *deel* van de respondenten (de non-users, Nemers of Gevers respectievelijk). Deze 'Voluntarism Scale' kreeg elke respondent in te vullen, ongeacht actuele/effectieve deelname aan deelinitiatieven. Tabel 3 geeft de gebruikte items weer.

2.6. Respondenten

2.6.1. Rekrutering

De enquête werd digitaal gemaakt en doorgestuurd (via Google Forms) en liep van 10 februari en 19 april 2017. Figure 2 toont het aantal respondenten per dag in die periode. Het ronselen van respondenten verliep via 3 manieren:

- (1) via de lessen 'Methodologie & Rapportering m.b.t. de BAP' gegeven aan de 3de jaar studenten bachelors in het Businessmanagement en via een oproep aan alle studenten bachelor in de Grafische en Digitale Media van de Artevelde hogeschool Gent. Alle studenten werden gevraagd, maar niet verplicht, de enquête in te vullen.
- (2) De enquête link werd gepost op de profielen van de vier projectmedewerkers op en via verschillende *social media* (Facebook, LinkedIn) en werd verstuurd via verschillende nieuwsbrieven van de opleidingen BEM en GDM, en ze werd gepost op verschillende publieke Facebook groepen, zoals 'digitale revolutie: peer-to-peer, deeleconomie, collaborative commons' en 'TALK Gent'.
- (3) Tenslotte werden verscheidene deelplatformeigenaars gevraagd of zij de enquête wilden doorsturen naar hun leden. Hier gingen niet zo veel platformeigenaars op in, omdat ze hun leden niet wilden spammen, maar ze waren wel bereid de enquête op hun Facebookpagina of groep te plaatsen. Dit resulteerde in slechts 9 respondenten via Peerby en 0 tot 3 respondenten via de platformen FLAVR, CAMPR, Airbnb, JoinUs2Eat & RentMyBike. Echter, bij een bepaald deelinitiatief, LETS⁴, resulteerde deze strategie in 107 (erg gemotiveerde time banking) respondenten.

Dit empirisch onderzoek focuste niet op een bepaalde industrietak of sector, maar mikt op de gemiddelde consument of particulier in Vlaanderen (België). Om potentiële participanten te benaderen, werd de link naar de enquête samen met een korte introductie verdeeld binnen de bovengenoemde netwerken en kanalen. Er werd beloofd 10 bonnen van 25€ en 1 bon van 50€ te verloten tussen de respondenten (wat nadien ook is gebeurd).

2.6.2. Response rate

Er zijn 16.860 potentiële unieke *posts/views*/personen aangeschreven. De vraag is een aantal keer opnieuw gepost op dezelfde media en *walls*, en deze *posts/views*/personen zijn niet tot die 16.860 gerekend. Echter, wetende dat niet iedereen een post 'ziet' van de bijvoorbeeld 700 Facebook vrienden of 1700 LinkedIn contacten of dat niet iedereen een nieuwsbrief 'leest', moet die 16.860 in perspectief gezien worden.

⁴ LETS=Local Exchange Trading System of "Lokaal Economisch Transactie Systeem", een non-profit ruil netwerk, waar men tijd en taken ruilt tegen een eigen puntensysteem, niet tegen 'gewoon' geld/Euro's.

Van die aangeschreven personen, werden 434 respondenten bereid gevonden om de enquête in te vullen. Dat betekent dat we een *response rate* hebben van 2.57%, gesteld dat iedere aangesproken vriend of contact de vraag ook effectief gezien heeft.

Eén respondent werd verwijderd uit de sample omdat hij vanaf een bepaald moment enkel nog ‘tussenin’ (optie 3) aanvinkte, startend ergens halfweg van de toch wel lange enquête. De analyses hieronder worden gedaan op N=433 respondenten.

De Vlaamse populatie van volwassenen (18-99 jaar) was in 2014 = 5.163.109⁵. Om een representatieve sample te bekomen, met een error van 5% en een betrouwbaarheidsniveau van 95%, moesten we 385 respondenten bekomen. Dit cijfer haalden we, *in theorie*. Met een sample grootte van 433 bekwamen we zelfs – theoretisch- een 4.71% foutenmarge⁶. Echter, *in praktijk* merkten we 2 grote subgroepen met specifieke en heel erg homogene kenmerken, en dat kan en zal het ganse onderzoek vertekenen, al was het zagezegd wel representatief. Door de manier van rekruteren bij studenten en door de massale medewerking van de LETS leden, zijn deze twee groepen (jongere studenten en LETSers) oververtegenwoordigd. Alle analyses zullen daarom eens op de **volledige sample** gebeuren (Entire, N=433), eens op de groep van **jongere studenten** (Youth, N=118), en eens op de specifiek groep van **LETsers** (LETs, N=107). De rest van de groep kan wel beschouwd worden als min of meer een doorsnee van de maatschappij, of als meer **heterogeen** (Heterogene, N=208)⁷.

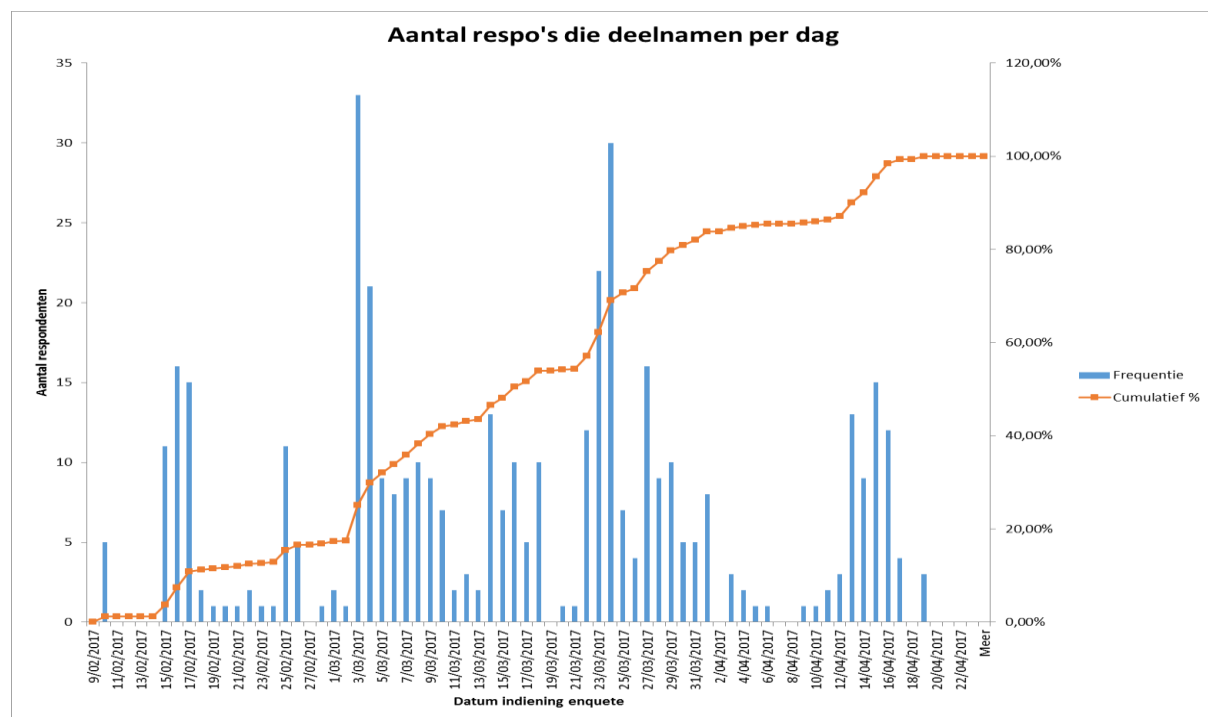


Figure 2: Verloop van respondenten(werving) van 10 februari tot 19 april 2017

⁵ Bron: http://statbel.fgov.be/nl/binaries/NL_kerncijfers_2014_WEB_tcm325-259552.pdf

⁶ Berekend via <http://www.raosoft.com/samplesize.html>

⁷ Doorheen het document krijgen rapporteringen betreffende de voltallige steekproef een witte achtergrond, betreffende de Youth een blauwe, betreffende LETS een oranje en betreffende de meer heterogene groep een roze achtergrond.

2.7. Data-analytische procedures

De data zijn gecollecteerd via Google Forms, opkuis van de data is gebeurd in Excel, alsook zijn de meeste grafieken gemaakt in Excel, de analyses zijn gemaakt met IBM SPSS Statistics versie 22.0.

De beschrijvende analyses omvatten frequenties en gemiddelden; de relaties zijn onderzocht m.b.v. chi kwadraat testen en bivariate lineaire correlatie analyses. De gemiddelden worden vergeleken via one-way ANOVA's. Verder worden een aantal Factor Analyses uitgevoerd om de veelheid aan variabelen te reduceren tot interpreteerbare en toegankelijke/logische constructen. Tenslotte zijn Cronbach's α 's uitgevoerd om de betrouwbaarheid en interne consistentie per bekomen construct te testen.

Betreffende de rapportering van en omwille van leesbaarheid wordt volgende trade-off gehanteerd: als een χ^2 of F-waarde <2 , dan zullen de vrijheidsgraden en de exacte χ^2 of F-waarde en de exacte p-waarde weg gelaten worden. $F < 2$; ns of $\chi^2(df) < 2$; ns zal dan te lezen zijn. Eveneens zullen de exacte correlatiecoëfficiënt en p-waarde weggelaten worden als de correlatiecoëfficiënt $<.10$ of $<-.10$.

3. Resultaten

3.1. Onafhankelijke variabelen: demografische variabelen

3.1.1. Geslacht

Er deden beduidend meer vrouwen (70%) dan mannen (30%) mee aan dit onderzoek, zeker bij de personen die meer via zelfselectie en dus 'meer' vrijwillig deelnamen (LETS en heterogene groep). Dit verschil is kleiner bij de jongeren, vermoedelijk omdat de studenten aangepord werden deel te nemen en ze dit eerder als iets minder vrijblijvend dan wel als een 'taak' hebben ervaren. Zie Tabel 4.

	Entire		Youth		LETS		Heterogene	
Geslacht	N	%	N	%	N	%	N	%
man	129	30	52	44	26	24	51	24.5
vrouw	304	70	66	56	81	76	157	75.5
Total	433	100	118	100	107	100	208	100

Table 4: Verdeling mannen-vrouwen binnen de ganse sample en binnen de 3 subsamples.

3.1.2. Leeftijd

De gemiddelde leeftijd bedraagt 39 jaar; van de jongerengroep is dat 21 jaar; de LETSers blijken beduidend ouder te zijn (53 jaar) en de heterogene groep heeft een gemiddelde leeftijd van 42 jaar. Tabel 5 geeft de gemiddelden en standaarddeviaties weer van de leeftijd per (sub)groep. Tabel 6 geeft de (procentuele) aantallen weer per leeftijdsklasse van de (3 sub)groepen.

Leeftijd	Entire	Youth	LETS	Heterogene
	M 39.03 - SD 14.91	M 20.73 - SD 1.81	M 52.76 - SD 10.72	M 42.35 - SD 10.20

Table 5: Gemiddelde leeftijd binnen de ganse sample en binnen de 3 subsamples.

Entire sample

N	Geslacht					
	man		vrouw		totaal	
Lft	N	%	N	%	N	%
15-24	49	38	64	21	113	26
25-34	18	14	46	15	64	15
35-44	24	19	78	26	102	24
45-54	13	10	64	21	77	18
55-64	18	14	37	12	55	13
65-74	6	5	14	5	20	5
75-85	1	1	1	0	2	0,5
total	129	100	304	100	433	100

Youth

N	Geslacht					
	man		vrouw		totaal	
Lft	N	%	N	%	N	%
15-25	52	100	66	100	118	100

LETS

N	Geslacht					
	man		vrouw		totaal	
	N	%	N	%	N	%
15-25	-	-	1	1	1	1
26-34	1	4	6	7	7	6.5
35-44	5	19	12	15	17	16
45-54	7	27	26	32	33	31
55-64	10	38.5	23	29	33	31
65-74	3	11.5	12	15	15	14
75-85	-	-	1	1	1	1
total	26	100	81	100	107	100

Heterogene

N	Geslacht					
	man		vrouw		totaal	
	N	%	N	%	N	%
15-25	-	-	-	-	-	-
26-34	14	27.5	37	24	51	24.5
35-44	19	37.5	66	42	85	41
45-54	6	12	38	24	44	21
55-64	8	16	14	9	22	11
65-74	3	6	2	1	5	2
75-85	1	2	0	0	1	0.5
total	51	100	157	100	208	100

Table 6: Verdeling aantal respo's per leeftijdscategorie binnen de ganse sample en binnen de 3 subsamples.

3.1.3. Urbanisatie

De spreiding m.b.t. urbanisatie (woont men landelijk, voorstedelijk of stedelijk) is in de totale steekproef evenwaardig. Er deden wel beduidend minder mensen aan deze enquête mee, die echt afgelegen wonen. De jongeren die deelnamen, waren meer afkomstig van dorpen en landelijk gebied, de LETSers bleken vooral in het voorstedelijk net te wonen, en de heterogene groep bleek vooral stedelingen te omvatten. Zie Tabel 7

	Entire		Youth		LETS		Heterogene	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Urbanisatie								
Afgelegen	5	1	3	2.5	-	-	2	1
Dorp	141	33	60	51	18	17	63	30
Voorstad	136	31	24	20	53	49.5	59	28
Stad	151	35	31	26	36	34	84	40
Totaal	433	100	118	100	107	100	208	100

Table 7: Verdeling aantal respo's per graad van verstedelijking binnen de ganse sample en binnen de 3 subsamples.

3.1.4. Sociaal Economisch Statuut (SES)

Sociaal Economisch Statuut is op 2 manieren bevroegd. 1: via de perceptie van de eigen financiële situatie (ik zou mezelf of mijn gezin tot deze klasse rekenen, gezien onze situatie: '(eerder) arm', 'we hebben niet over maar zijn ook niet arm', 'gemiddeld - middenklasse', 'we hebben over, maar zijn ook niet rijk', '(eerder) rijk') (**verder SES perceived genoemd**). 2: via de klassieke bevraging naar (gezamenlijk) netto belastbaar inkomen (**verder SES income genoemd**).

SES: <i>perceived</i>	Entire		Youth		LETS		Heterogene	
	N	%	N	%	N	%	N	%
arm	-	-	-	-	-	-	-	-
eerder arm	9	2	3	2.5	6	6	-	-
hebben niet over, maar zijn ook niet arm	62	14	9	8	33	31	20	10
gemiddeld, middenklasse	192	44	48	41	45	42	99	48
hebben over, maar zijn ook niet rijk	139	32	44	37	21	20	74	36
eerder rijk	30	7	13	11	2	2	15	7
rijk	1	0	1	1	-	-	-	-
Totaal	433	100	118	100	107	100	208	100

Table 8: Verdeling aantal respo's per SES categorie binnen de ganse sample en binnen de 3 subsamples.

In elke (sub)groep vinden de meeste respondenten dat ze tot de middenklasse behoren. De klasse daaropvolgend is ‘we hebben over, maar zij ook niet rijk’. Enkel de LETS groep rekt zichzelf eerder tot de klasse: ‘we hebben niet over, maar zijn ook niet arm’. Zie Tabel 8.

Dit subjectief aanvoelen van de financiële situatie, klopt met het (gerapporteerde) gezamenlijk netto inkomen. Dat lijkt klokvormig verdeeld en ligt bij de ganse groep voor 40% van de respondenten tussen de 3000€ en 5000€. Dit beeld verschijnt ook bij de subgroep: heterogene groep (48%). Bij de jongeren is de verdeling bimodaal: 17% heeft (wellicht één loon van) 1500€-2000€, en komt 42% uit een gezin waar het netto inkomen tussen de 3000€ en 5000€ ligt. De LETS groep moet het met minder doen (één loon ?): 53% van hen heeft een loon tussen 1000€ en 2500€. Merk op dat velen deze vraag onbeantwoord lieten (73 missing values). Zie Tabel 9.

SES: <i>income</i>	Entire			Youth			LETS			Heterogene		
	N	%	Valid %	N	%	Valid %	N	%	Valid %	N	%	Valid %
<1000	12	3	3	5	4	6	6	6	6.5	1	0.5	1
1001-1500	33	8	9	4	3	5	20	19	21.5	9	4	4
1501-2000	42	10	12	15	13	17	15	10	16	12	6	7
2001-2500	36	8	10	1	1	1	15	14	16	20	10	11
2501-3000	42	10	12	7	6	8	14	13	15	21	10	12
3001-4000	71	16	20	22	19	25	9	8	10	40	19	22
4001-5000	72	17	20	15	13	17	11	10	12	46	22	26
5001-7000	33	8	9	9	8	10	3	3	3	21	10	12
7001-9000	14	3	4	5	4	6	-			9	4	5
>9000	5	1	1	4	3	5	-			1	0.5	1
Total	360	83	100	87	74	100	93	87	100	180	86.5	100
Missing system	73	17		31	26		14	13		28	13.5	
Total	433	100		118	100			107	100	208	100	

Table 9: Verdeling aantal respo's per SES categorie binnen de ganse sample en binnen de 3 subsamples.

3.1.5. Hoogst behaalde diploma

Doordat de studenten over-gerepresenteerd zijn in deze studie (Youth = 26%), en omdat deze groep ‘hoogst behaalde diploma’ interpreteerde als ‘op dit moment’ i.p.v. ‘wat je zal halen binnen enkele maanden’, is het antwoord op deze vraag vertekend. Veel jongeren vulden foutief in dat hun hoogste diploma ‘secondair onderwijs’ is, terwijl ze eigenlijk hadden mogen invullen dat ze een professionele bachelor hebben of zullen bekomen.

Deze vertekening kunnen we retroactief niet ‘corrigeren’, omdat we niet weten bij welke jongere dit inderdaad het geval is, en welke jongere uit de steekproef echt slechts een diploma middelbaar onderwijs behaalde of zal behalen.

Verder analyses met hoogst behaalde diploma zullen daarom niet op de gehele subgroep (*Entire sample*) gehouden worden, doorheen het ganse rapport. Deze variabele wordt enkel per subgroep bekeken en in rekening gebracht. Behalve dit feit dat heel veel van de jongeren subgroep kennelijk ‘slechts’ een diploma secundair onderwijs behaalden (56%, waarvan er velen eigenlijk en in den hoofde van de onderzoekers professionele bachelor zouden behalen en dus zouden moeten genoteerd hebben), zien we ook dat de meerderheid van de LETS groep en van de heterogene groep hogere studies deden (professionele bachelor of academische master). Zie Tabel 10.

Hoogst behaalde diploma	Entire			Youth			LETS			Heterogene		
	N	%	Valid %	N	%	Valid %	N	%	Valid %	N	%	Valid %
Lagere school	2	0,5	0,5	1	1	1				1	0.5	0.5
Middelbare school	103	24	24	66	56	56	19	18	18	18	9	9
7 ^{de} jaar, A2, HBO5	22	5	5	5	4	4	12	11	11	5	2	2
Professionele bachelor, 3 jr	141	33	33	37	31	31	41	38	39	63	30	30
Professionele bachelor, 4 jr	18	4	4	3	2.5	2.5	6	6	6	9	4	4
Acad. bachelor/kandidaat	4	1	1				4	4	4			
Acad. master/licentiaat	117	27	27	5	4	4	23	21.5	22	89	43	43
Doctoraat/post-univers.	24	5,5	6	1	1	1	1	1	1	22	11	11
Totaal	431	99,5	100	118	100	100	106	99	100	207	99.5	100
Missing system	2	0,5					1	1		1	0.5	
Totaal	433	100					107	100		208	100.0	

Table 10: Verdeling aantal respo's per hoogst behaalde diploma binnen de ganse sample en binnen de 3 subsamples.

3.1.6. Verenigingsleven

De leden van LETS zijn beduidend meer actief zowel als (gewoon) lid als ook als actief helper of vrijwilliger in het verenigingsleven. Zie Tabel 11.

Lid verenigingsleven	Entire	Youth	LETS	Heterogene
Ik ben actief (helper, vrijwilliger, organisator) in (een of meer) verenigingen	M 3.04 -SD 1.48	M 2.58 -SD 1.56	M 3.79 -SD 1.23	M 2.87 -SD 1.33
Ik ben actief (als gewoon lid) in (een of meer) verenigingen	M 3.06 -SD 1.40	M 2.81 -SD 1.58	M 3.67 -SD 1.10	M 2.89 -SD 1.41

Table 11: Gemiddelde participatiegraad als gewoon lid vs actieve vrijwilliger of helper in het verenigingsleven voor de ganse sample en voor de 3 subsamples (1=helemaal niet, 2=eerder niet, 3=tussenin, 4=eerder wel, 5=helemaal wel)..

3.1.7. Specificaties m.b.t. de steekproef

Onderstaande analyses dienen om enkele bijzonderheden m.b.t. de ‘representatieve’ steekproef te duiden. Zie Tabel 12.

1. O.b.v. de **totale sample**: De **jongere** respondenten zijn significant meer mannelijk in de totale sample, ze wonen iets afgelegener, ze hebben ouders die – volgens hen – meer verdienen dan de gemiddelde sample en ze *voelen* zich ook relatief rijker dan de gemiddelde respondent uit de totale sample. Tenslotte hebben ze nog geen diploma (ze vulden foutief in dat hun hoogste diploma ‘secondair onderwijs’ is, zie 3.1.5.).
2. O.b.v. de **totale sample**: Mannen lijken in de totale sample meer te verdienen dan vrouwen, en dat ervaren ze ook zo, maar dit kan een vertekend beeld zijn veroorzaakt door de iets rijkere, mannelijke studentengroep, want in de verschillende subgroepen is dit verschil niet zo saillant.
3. O.b.v. de **totale sample**: Voorts tonen deze eerste analyses dat er een positief verband bestaat tussen subjectieve rijkdom (SES *perceived*) en inkomen (SES *income*), wat te verwachten is, en tussen SES en diploma (**bij alle subgroepen** is dat zo).
4. O.b.v. de **totale sample**: Ook lijken de (voor)stedelijke respondenten iets ouder, of, wonen de jongere respondenten meer ‘op de buiten’.
5. O.b.v. de **totale sample**: Tenslotte *zijn* en *voelen* de mensen ‘op de buiten’ of in de dorpen (zich) rijker dan die die wonen in de (voor)stad. Dit geldt niet enkel voor de totale sample, maar is ook van toepassing op de **jongeren** en de **heterogene** sample.
6. In de **LETS** groep zien we een marginaal significant verband tussen leeftijd en inkomen: hoe ouder, hoe kleiner het inkomen. *Dat kàn te verklaren zijn door dat oudere mensen reeds van een pensioen (moeten) leven en dus effectief een lager maandelijks inkomen hebben.*
7. M.b.t. de **heterogene**, iets representatievere groep, merken we inderdaad dat het onevenwicht jongere mannen, weggewerkt is.
8. Deze **heterogene** sample heeft echter wel iets meer mannen op bachelor niveau, en meer vrouwen die een master of doctoraat behaalden, maar tevens ook meer vrouwen die enkel een middelbaar diploma behaalden. Bij de vrouwen in deze subsample lijkt diploma dus bimodaal verdeeld te zijn.
9. Al zijn en voelen stedelingen zich armer dan dorpelingen, ze zijn wel in het bezit van een hoger diploma (**heterogene** groep).
10. O.b.v. de **totale sample**: Hoe ouder, hoe meer passief en actief lid van het verenigingsleven. Wellicht is dit te wijten aan de zeer actieve en oudere LETS-groep, en de minder actieve en jongere studentengroep. Hoe rijkere men *is*, hoe minder men lid is van het verenigingsleven. Dat kan samenhangen met de leeftijd, aangezien de jongeren ook rijker waren dan de ouderen in onze steekproef. Bij de **jongeren** specifiek (binnen die groep) geldt echter dat hoe rijker men zich *voelt*, hoe meer actief men is in het verenigingsleven, zowel als lid, als als helper. Bij de **LETS**-groep: hoe stedelijker men is, hoe minder lid van het verenigingsleven.
11. Tot slot geldt bij de **LETS** en **Heterogene** groep dat een hoger diploma gepaard gaat met een hoger inkomen en met een hoger gepercipieerde rijkdom.

	Entire Sample N=433		Youth N=118																			
Geslacht x Leeftijd	F(1,431)=6.51; p<.05 (1)	♂ M=36.24; ♀ M=40.22 procentueel meer jonge mannen in sample	F<1; ns																			
Geslacht x Urban	$\chi^2(3)<2$; ns		$\chi^2(3)<1$; ns																			
Geslacht x SESperc	$\chi^2(5)=7.53$; p=.18 F(1,431)=4.02; p=.05 (2)	Mannen voelen zich rijker ♂ M=3.42; ♀ M=3.23	$\chi^2(5)=5.28$; p=.38 F<1; ns																			
Geslacht x SESinc	$\chi^2(9)=13.80$; p=.13 F(1,358*)=3,73; p=.05 (2)	Mannen zijn ook rijker ♂ M=5.70; ♀ M=5.22	$\chi^2(9)=13.71$; p=.13 F(1,85*)=2,31; p=.13																			
Geslacht x Educ	Te vertekend om te verwerken	-	$\chi^2(6)=8.98$; p=.18 F<1; ns																			
Geslacht x Passief	F<1; ns		F<2; ns																			
Geslacht x Actief	F<1; ns		F<1; ns																			
Leeftijd x Urban	F(3,429)=9.35;p=.000 r(431)=.14; p=.004 (4)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Mean</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>remote</td> <td>5</td> <td>33,60</td> </tr> <tr> <td>rural</td> <td>141</td> <td>34,45</td> </tr> <tr> <td>suburban</td> <td>136</td> <td>43,54</td> </tr> <tr> <td>urban</td> <td>151</td> <td>39,43</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>433</td> <td>39,03</td> </tr> </tbody> </table>		N	Mean	remote	5	33,60	rural	141	34,45	suburban	136	43,54	urban	151	39,43	Total	433	39,03	F<2; ns r(116)=.15; p=.10	
	N	Mean																				
remote	5	33,60																				
rural	141	34,45																				
suburban	136	43,54																				
urban	151	39,43																				
Total	433	39,03																				
Leeftijd x SESperc	r(431)=-.16; p=.001 (1)	Jonger = hoger SES perc	r(116)=.10; ns																			
Leeftijd x SESinc	r(358)=-.21; p=.000 (1)	Jonger = hoger SES income	r(85)<.10; ns																			
Leeftijd x Educ	Te vertekend om te verwerken	-	r(116)=.27; p=.003 (1)	Oudere jongeren hebben (al) een hoger diploma (behaald)																		
Leeftijd x Passief	r(416)=.18; p=.000 (10)	Ouder = meer lid verenigingsleven	r(116)<.10; ns																			
Leeftijd x Actief	r(416)=.24; p=.000 (10)	Ouder = meer helper verenigingsleven)	r(116)<-.10; ns																			

Urban x SESperc	F(3,429)=2.87; p=.04 r(431)=-.13; p=.008 (5)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Mean</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>remote</td> <td>5</td> <td>3,60</td> </tr> <tr> <td>rural</td> <td>141</td> <td>3,44</td> </tr> <tr> <td>suburban</td> <td>136</td> <td>3,21</td> </tr> <tr> <td>urban</td> <td>151</td> <td>3,19</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>433</td> <td>3,28</td> </tr> </tbody> </table>		N	Mean	remote	5	3,60	rural	141	3,44	suburban	136	3,21	urban	151	3,19	Total	433	3,28	F(3,114)=4.86; p=.003 r(116)= -.30; p=.001 (5)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Mean</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>remote</td> <td>3</td> <td>4.67</td> </tr> <tr> <td>rural</td> <td>60</td> <td>3,63</td> </tr> <tr> <td>suburban</td> <td>24</td> <td>3,54</td> </tr> <tr> <td>urban</td> <td>31</td> <td>3,06</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>118</td> <td>3,49</td> </tr> </tbody> </table>		N	Mean	remote	3	4.67	rural	60	3,63	suburban	24	3,54	urban	31	3,06	Total	118	3,49
	N	Mean																																						
remote	5	3,60																																						
rural	141	3,44																																						
suburban	136	3,21																																						
urban	151	3,19																																						
Total	433	3,28																																						
	N	Mean																																						
remote	3	4.67																																						
rural	60	3,63																																						
suburban	24	3,54																																						
urban	31	3,06																																						
Total	118	3,49																																						
Urban x SESinc	F(3,356)=4.87; p=.002 r(358)=-.18; p=.000 (5)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Mean</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>remote</td> <td>3</td> <td>5,00</td> </tr> <tr> <td>rural</td> <td>117</td> <td>5,95</td> </tr> <tr> <td>suburban</td> <td>115</td> <td>5,21</td> </tr> <tr> <td>urban</td> <td>125</td> <td>4,94</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>360</td> <td>5,36</td> </tr> </tbody> </table>		N	Mean	remote	3	5,00	rural	117	5,95	suburban	115	5,21	urban	125	4,94	Total	360	5,36	F(3,83)=6.20;p=.001 r(87)= -.42; p=.000 (5)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Mean</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>remote</td> <td>1</td> <td>8,00</td> </tr> <tr> <td>rural</td> <td>46</td> <td>6.43</td> </tr> <tr> <td>suburban</td> <td>18</td> <td>5,39</td> </tr> <tr> <td>urban</td> <td>22</td> <td>4,09</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>87</td> <td>5,64</td> </tr> </tbody> </table>		N	Mean	remote	1	8,00	rural	46	6.43	suburban	18	5,39	urban	22	4,09	Total	87	5,64
	N	Mean																																						
remote	3	5,00																																						
rural	117	5,95																																						
suburban	115	5,21																																						
urban	125	4,94																																						
Total	360	5,36																																						
	N	Mean																																						
remote	1	8,00																																						
rural	46	6.43																																						
suburban	18	5,39																																						
urban	22	4,09																																						
Total	87	5,64																																						
Urban x Educ	Te vertekend om te verwerken	-	F<1; ns r(116)=.10; ns																																					
Urban x Passief	r(416)<.10; ns		r(116)<-.10; ns																																					
Urban x Actief	r(416)<.10; ns		r(116)<-.10; ns																																					
SESperc x SESinc	r(358)=.625; p=.000 (3)	Hoger subjectief ervaren rijkdom = hoger inkomen	r(85)=.53; p=.000 (3)	Hoger subjectief ervaren rijkdom = hoger inkomen																																				
SESperc x educ	Te vertekend om te verwerken	-	r(116)=.18; p<.05																																					
SESperc x Passief	r(416)<.10; ns		r(116)=.34; p=.000 (10)	Hoe rijker men zich voelt, hoe meer passief lid in het verenigingsleven																																				
SESperc x Actief	r(416)<-.10; ns		r(116)=.22; p=.02 (10)	Hoe rijker men zich voelt, hoe meer actief lid in het verenigingsleven																																				
SESinc x educ	Te vertekend om te verwerken	-	r(85)<-.10; ns																																					
SESinc x Passief	r(345)<-.10; ns		r(85)<.10; ns																																					
SESinc x Actief	r(345)=-.10; p=.07 (10)	Hoe rijker men is, hoe minder actief als helper in verenigingen	r(85)<-.10; ns																																					
Educ x Passief	r(414)<.10; ns		r(116)=.14; ns																																					
Educ x Actief	r(414)<.10; ns		r(116)<.10; ns																																					

	LETS N=107		Heterogene groep N=208																			
Geslacht x Leeftijd	F<1; ns		F<1; ns (7)	♂ M=43.59 ♀ M=41.95 Geen overwicht jongere mannen meer in deze groep																		
Geslacht x urban	$\chi^2(2)<2$; ns		$\chi^2(3)<2$; ns																			
Geslacht x SESperc	$\chi^2(4)=6.53$; p=.16 F<1; ns		$\chi^2(3)<2$; ns F<1; ns																			
Geslacht x SESinc	$\chi^2(7)=10.68$; p=.15 F(1,91*)=2,43; p=.12		$\chi^2(9)=6.81$; p=.66 F(1,178*)<1; ns																			
Geslacht x Educ	$\chi^2(6)=8.41$; p=.21 F<2; ns		$\chi^2(6)=13.32$; p<.05 (8) F(1,205)=2.54; p=.11	♂ meer Bachelor; ♀ meer Master & Doctoraat & Middelbaar																		
Geslacht x Passief	F<2; ns		F<1; ns																			
Geslacht x Actief	F<1; ns		F<1; ns																			
Leeftijd x urban	F<2; ns r(105)<-.10; ns		F<2; ns r(208)=-.11; ns																			
Leeftijd x SESperc	r(105)<-.10; ns		r(208)=.10; ns																			
Leeftijd x SESinc	r(91)= -.19; p=.07 (6)	Ouder = minder inkomen	r(180)<-.10; ns																			
Leeftijd x Educ	r(104)= -.06; ns		r(207)=-.08; ns																			
Leeftijd x Passief	r(105)=.11; ns		r(191)<.10; ns																			
Leeftijd x Actief	r(105)<.10; ns		r(191)<.10; ns																			
Urban x SESperc	F<1; ns r(105)<.10; ns		F(3,204)=2.73; p<.05 r(208)<-.10; ns, Stedelingen voelen zich armer (5)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Mean</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>remote</td> <td>2</td> <td>2,00</td> </tr> <tr> <td>rural</td> <td>63</td> <td>3,49</td> </tr> <tr> <td>suburban</td> <td>59</td> <td>3,42</td> </tr> <tr> <td>urban</td> <td>84</td> <td>3,36</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>208</td> <td>3,40</td> </tr> </tbody> </table>		N	Mean	remote	2	2,00	rural	63	3,49	suburban	59	3,42	urban	84	3,36	Total	208	3,40
	N	Mean																				
remote	2	2,00																				
rural	63	3,49																				
suburban	59	3,42																				
urban	84	3,36																				
Total	208	3,40																				
Urban x SESinc	F<1; ns r(91)<-.10; ns		F(3,176)=2.83; p<.05 r(208)<-.10; ns, Stedelingen zijn ook armer (5)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Mean</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>remote</td> <td>2</td> <td>3,50</td> </tr> <tr> <td>rural</td> <td>55</td> <td>6,05</td> </tr> <tr> <td>suburban</td> <td>50</td> <td>6,28</td> </tr> <tr> <td>urban</td> <td>73</td> <td>5,58</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>180</td> <td>5,89</td> </tr> </tbody> </table>		N	Mean	remote	2	3,50	rural	55	6,05	suburban	50	6,28	urban	73	5,58	Total	180	5,89
	N	Mean																				
remote	2	3,50																				
rural	55	6,05																				
suburban	50	6,28																				
urban	73	5,58																				
Total	180	5,89																				

Urban x educ	F)<1; ns r(104)<.10; ns		F(3,203)= 2.88; p<.05 r(207)=.16; p=.02 (9)	Stedelijker = hogere educatie
Urban x Passief	r(105)<-.10; ns		r(191)<.10; ns	
Urban x Actief	r(105)=-.19; p=.05 (10)	Hoe stedelijker, hoe minder actief helper in het verenigingsleven	r(191)<.10; ns	
SESperc x SESinc	r(91)=.67; p=.000 (3)	Hoger inkomen = hoger ervaren rijkdom	r(178)=.57; p=.000 (3)	Hoger inkomen = hoger ervaren rijkdom
SESperc x educ	r(104)=.30; p=.002 (11)	Hogere educatie = meer ervaren rijkdom	r(205)=.22; p=.002 (11)	Hogere educatie = meer ervaren rijkdom
SESperc x Passief	r(105)<.10; ns		r(191)<-.10; ns	
SESperc x Actief	r(105)<.10; ns		r(191)<-.10; ns	
SESinc x educ	r(90)=.36; p=.000 (11)	Hogere educatie = hoger loon	r(179)=.35; p=.000 (11)	Hoger educatie = hoger loon
SESinc x Passief	r(91)<.10; ns		r(190)<.10; ns	
SESinc x Actief	r(91)<.10; ns		r(190)<-.10; ns	
Educ x Passief	r(104)<-.10; ns		r(190)<.10; ns	
Educ x Actief	r(104)<.10; ns		r(190)<.10; ns	

* Veel respondenten vulden hun (gezamenlijk) netto inkomen niet in ==> kleinere N;

(1) (2) (3) ... (11) verwijzen naar de beschrijvingen in 3.1.7.;

Groen = positief lineair verband; rood = negatief lineair verband.

Vet = significant; niet vet = niet significant.

Table 12: Analyses naar (significante) verbanden tussen de demographics.

3.2. Onafhankelijke variabelen: psychografische variabelen

3.2.1. Persoonlijkheidsschaal: the Big Five (B5)

Via een Principale Componenten Analyse (Factor Analyse) werden de 40 items gereduceerd tot enkele logische en interpreteerbare componenten. Deze factoren werden geëxtraheerd o.b.v. de intercorrelaties van de scores op de verschillende items. Negatieve items werden na deze Principale Componenten Analyse omgedraaid (zie de rode R in onderstaande Tabel) om verdere analyses te kunnen uitvoeren op en met de geaggregeerde scores (per factor).

Er werden 5 factoren weerhouden met een eigenwaarde van 6.08, 4.37, 3.57, 2.83 en 2.22 (de totale of cumulatieve verklaarde variantie = 47,7%). Table 13 (Pattern Matrix) illustreert de factorgewichten na rotatie, gebruikt makend van de Oblimin Rotatie Methode. De klassieke 5 factoren van het Big Five Model komen duidelijk terug via deze analyse: **Extraversie, Emotionele Stabiliteit, Consciëntieusheid, Aangenaamheid en Openheid/Intellect**. Merk op dat 'ik besteed veel tijd aan het nadenken over zaken' hoog laadt op zowel Emotionele Stabiliteit als op Openheid/Intellect en dat 'ik beledig vaak mensen' hoog laadt op Extraversie en Aangenaamheid (negatief geladen item). We maakten de keuze om deze items toch te classificeren bij hun originele factor (Openheid/Intellect en Aangenaamheid respectievelijk).

Pattern Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
B5E6R [Ik hou me vaak op de achtergrond]	-,762	-,025	,082	-,046	,006
B5E8R [Ik ben stil in het bijzijn van vreemden]	-,713	,113	,123	,042	-,120
B5E3 [Ik start vaak conversaties]	,712	-,021	-,046	,086	,263
B5E4R [Ik vind het erg om in het middelpunt van de belangstelling te	-,689	,074	-,022	-,103	,074
B5E1 [Ik maak gemakkelijk vrienden]	,661	-,124	,028	-,036	,269
B5E7 [Ik trek graag de aandacht naar mezelf]	,658	,087	,093	,208	-,189
B5E5R [Ik praat niet zoveel]	-,637	-,024	,032	,017	-,081
B5E2 [Ik voel me op mijn gemak in het gezelschap van andere mensen]	,575	-,230	,014	-,085	,318
<i>B5A7R [Ik beledig vaak mensen]</i>	,374	,263	,138	-,091	-,315
B5N5R [Ik pieker vaak]	-,083	,780	-,045	-,033	,114
B5N4R [Ik maak me vaak zorgen]	-,120	,743	-,061	-,027	,100
B5N3R [Ik raak gemakkelijk gestresseerd]	,074	,742	-,062	-,065	,054
B5N7R [Ik raak gemakkelijk overstuur]	,111	,724	,111	-,120	,115
B5N1 [Ik ben meestal ontspannen]	,164	-,657	,191	,043	,003
B5N8R [Ik raak snel geïrriteerd]	,168	,612	,036	,010	-,253
B5N6R [Ik verander snel van gemoedstoestand]	,039	,606	,206	,024	-,020
B5N2R [Ik voel me vaak neerslachtig]	-,147	,598	,091	,044	-,032
<i>B5O5 [Ik besteed veel tijd aan het nadenken over zaken]</i>	-,167	,430	-,028	,377	,044
B5C1 [Ik ben altijd goed voorbereid]	,051	,168	-,712	,020	-,011
B5C3 [Ik ben nauwkeurig in mijn werk]	-,046	,214	-,704	,058	,165
B5C7R [Ik vergeet vaak dingen terug op zijn plaats te zetten]	,215	,121	,592	,167	,083
B5C6R [Ik maak vaak een knoeiboel van dingen]	-,003	,265	,583	,056	,029

B5C5R [Ik laat vaak mijn bezittingen rondslingeren]	,099	,068	,570	,258	,176
B5C8R [Ik ontwijk vaak mijn verplichtingen]	-,063	,116	,480	,073	-,120
B5C2 [Ik besteed aandacht aan details]	-,151	,256	-,457	,297	,175
B5C4 [Ik los opdrachten zo snel mogelijk op]	,135	-,038	-,422	,006	-,017
B5O8 [Ik ben creatief]	-,032	-,075	,036	,783	,056
B5O2 [Ik heb een rijke fantasie]	-,006	,010	,088	,768	,021
B5O6 [Ik bruis van de ideeën]	,166	-,147	,141	,730	,083
B5O7 [Ik ben geïnteresseerd in abstracte ideeën]	-,029	-,041	,161	,570	-,047
B5O4 [Ik gebruik moeilijke woorden]	,140	,083	-,233	,385	-,133
B5O1 [Ik heb een rijke woordenschat]	,157	-,005	-,348	,379	,068
B5O3 [Ik ben snel in het begrijpen van zaken]	,105	-,200	-,242	,263	-,089
B5A6 [Ik toon interesse in de problemen van andere mensen]	,012	,082	-,020	-,012	,810
B5A2 [Ik voel mee met de gevoelens van anderen]	-,070	,073	-,008	,031	,732
B5A4 [Ik voel de emoties van anderen aan]	-,039	,055	,007	,168	,724
B5A1 [Ik ben geïnteresseerd in mensen]	,175	-,137	,116	-,004	,701
B5A8R [Ik ben weinig begaan met andere mensen]	-,015	-,007	,064	,031	-,675
B5A3 [Ik maak tijd vrij voor anderen]	,090	,068	,014	-,102	,600
B5A5 [Ik zorg ervoor dat mensen zich op hun gemak voelen]	,205	,025	,007	-,015	,539

Table 13: Pattern Matrix van de Principale Componenten Analyse van de Big Five items. Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 12 iterations

Na het vinden van logisch interpreteerbare factoren, werden interne betrouwbaarheid en consistentie tests uitgevoerd op deze 5 gevonden constructen, via Cronbach's α tests. Alle factoren hadden een hoge Cronbach's α (tussen .71 en .87). Ook werden er nieuwe variabelen berekend, nl., het gemiddelde van de items per factor. Zie Tabel 14.

Deze factoranalyse herdeden we *niet* voor de 3 verschillende subsamples (Youth, LETS en Heterogene groep), omdat de constructen (factoren) *within* subjects gemeten en bekeken worden, en dus niet onderhevig zijn aan sample vertekeningen op zich. Wel nemen we per subsample de nieuw berekende, geaggregeerde scores.

Algemene bevindingen (op de ganse sample)

(1) O.b.v. de **ganse sample** en algemeen scoort men zichzelf het hoogst op Aangenaamheid en op Nauwgezetheid (Consciëntieusheid) en laagst op Extraversie (wat betekent dat er meerdere introverte respondenten deelnamen) en op Emotionele Stabiliteit (wat betekent dat er meerdere respondenten meededen die hoger scores op Neuroticisme of Emotionele Labiliteit). Zie Tabel 14.

(2) **Jongeren** behaalden op elke factor een lager score dan de oudere groepen (LETS en Heterogene). Ze zijn dus minder Aangenaam, minder Consciëntieus, minder Open en minder Emotioneel Stabiel dan de oudere respondenten.

De bevinding dat jongeren minder Neurotisch (meer Emotioneel Stabiel) worden met de jaren, en meer Aangenaam (meer conformerend, meer pro-groep denken, meer empathie krijgen en minder op zichzelf gericht zijn), komt overeen met klassieke bevindingen rond persoonlijkheid en ontwikkeling daarvan doorheen de levensjaren (Howard & Howard, 2000, 2010) (Roberts, Walton, & Viechtbauer, 2006) (Wikipedia, 2017). Zie Figuur 3 voor een illustratie hiervan.

Echter, jongeren zouden ook hoger (moeten) scoren op Openheid & Intellect (openstaan voor nieuwe ideeën, creativiteit, fantasie, ze zouden nog iets 'linkser' zijn dan ouderen, risicovoller, ...). Doorgaans wordt gevonden dat jongeren hoger scoren op Openheid & Intellect dan ouderen. In deze sample vinden we dit niet. Dat kan mogelijk te wijten zijn aan een of meer van onderstaande redenen 1. Er werd minder gepeild naar Openheid zelf, dan wel naar Intellect, en mogelijk gebruiken ouderen toch meer abstracte ideeën en moeilijke woordenschat dan jongeren (zie 2.3. voor de gebruikte items, afkomstig van de 50-item IPIP representatie van Goldberg (1992)). 2. Onze jongeren waren geen representatief staal van *alle* jongeren: een overwicht aan Bedrijfskundige en Grafische en Digitale Media studenten (mogelijk minder Open dan bijvoorbeeld studenten Sociaal Werk, Verpleegkunde of Criminologie). (Zie ook verder bij de discussie 7.5.) 3. Jongeren van vandaag zijn misschien minder Open/Intellect dan die van enkele decennia terug ? Binnen de groep Jongeren bleek wel dat Aangenaamheid en Openheid/Intellect de hoogste scores kregen.

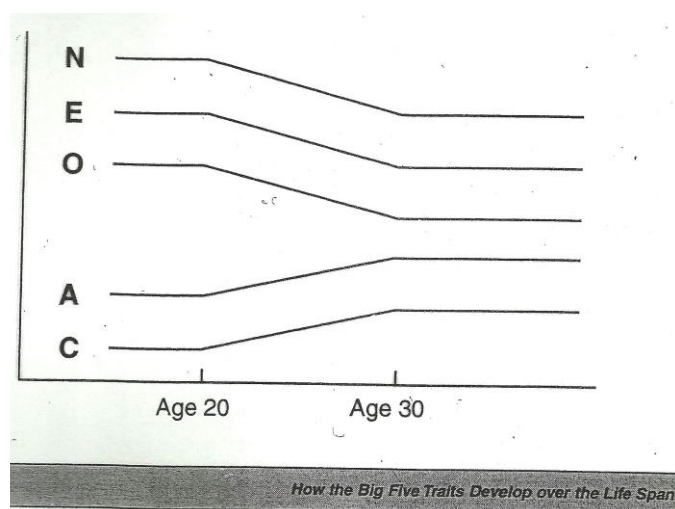


Figure 3: Persoonlijkheid(sfactoren) en de gemiddelde ontwikkeling ervan over de leeftijd (Howard & Howard, 2000, 2010)

	N items	Cronbach's α	Geaggregeerde score
Extraversie	8	.87	M 3.17 SD .72
Emotionele Stabiliteit	8	.85	M 3.24 SD .69
Aangenaamheid	8	.81	M 4.00 SD .52
Conscientieusheid	8	.72	M 3.66 SD .56
Openheid/Intellect	8	.71	M 3.59 SD .56

Geaggregeerde score	Youth	LETS	Heterogene
Extraversie	M 3.16 SD .77	M 3.19 SD .72	M 3.17 SD .70
Emotionele Stabiliteit	M 3.06 SD .70	M 3.33 SD .71	M 3.29 SD .65
Aangenaamheid	M 3.89 SD .57	M 4.15 SD .50	M 3.99 SD .49
Conscientieusheid	M 3.47 SD .51	M 3.74 SD .57	M 3.72 SD .55
Openheid/Intellect	M 3.51 SD .53	M 3.65 SD .55	M 3.61 SD .57

Table 14a+b: Aantal items, Cronbach's alpha's en nieuwe geaggregeerde scores per bekomen Factor.

Verdere analyses met de 5 persoonlijkheid factoren worden besproken in 3.2.4., 3.4. en verder.

3.2.2. De Sociale Attitudes Schaal (SAS)

Via een Principale Componenten Analyse (Factor Analyse) werden de 57 items komende van 12 attitude schalen gereduceerd tot enkele logische en interpreteerbare componenten. Deze factoren werden geëxtraheerd o.b.v. de inter-correlaties van de scores op de verschillende items. Negatieve items werden na deze Principale Componenten Analyse omgedraaid (zie de rode R in onderstaande Tabel 15) om verdere analyses te kunnen uitvoeren op en met de geaggregeerde scores (per factor). Er werden ook 5 factoren weerhouden met een eigenwaarde van 12.56, 4.77, 2.98, 2.47 en 2.08 (de totale of cumulatieve verklaarde variantie = 43,6%). Table 15 (Pattern Matrix) illustreert de factorgewichten na rotatie, gebruikt makend van de Oblimin Rotatie Methode.

- Zoals kan afgeleid worden in deze tabel, laden Inequality Aversion (aversie voor ongelijkheid zowel jegens zichzelf, waar men het slachtoffer is, als jegens anderen, waar men de bevoorrechte is) en sommige andere items over ongelijkheid (items uit de Fairness en Social Dominance Orientation Scales) op een eerste factor, verder **Rechtvaardigheid** genoemd.
- Greed (hebzucht), Competitiveness (competitie), Psychological Entitlement (vinden dat je privileges en rechten hebt), enkele items over (un)Fairness (oneerlijk zijn) en ‘met de ellebogen werken’ (een item uit de SDO schaal), laden op een tweede factor, verder **Zelfzucht** genoemd.
- Ten derde laden Risk Aversion (risico avers zijn) en Fear (angst voor z'n reputatie) op een factor die we verder **Angst/RA** noemen.
- Vervolgens laden Distrust (wantrouwen) en niet bezorgd of begaan zijn met anderen als die problemen hebben (no Concern of Others) op de vierde factor **Wantrouwen**.
- Tenslotte laden Concern for Others (bezorgd zijn over anderen), Social Welfare (sociaal weldoen), Fairness (Eerlijkheid) en Altruïsme op de factor **Prosocial/Altruïsme**.

Pattern Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
SAS_Inaq2_10_ [Het maakt me boos wanneer ik slechter behandeld word dan anderen]	-,564	,137	-,023	,177	,146
SAS_Inaq1_7_ [Ik vind het oneerlijk dat anderen hard moeten werken voor dingen die ik zomaar krijg]	-,562	-,094	-,148	-,166	-,176
SAS_Inaq2_7_ [Het stoort me als ik hard moet werken voor dingen die anderen zomaar krijgen]	-,558	,199	-,219	,121	,138
SAS_Inaq1_6_ [Ik voel me schuldig als ik onverdiend beter af ben dan anderen]	-,514	-,008	-,221	-,167	-,109
SAS_Inaq1_5_ [Het is eigenlijk oneerlijk dat ik meer kansen krijg dan anderen om mijn vaardigheden te ontwikkelen]	-,512	,030	-,070	-,180	-,188
SAS_Inaq2_3_ [Ik kan het niet verdagen wanneer anderen eenzijdig van mij profiteren]	-,475	,019	-,029	,304	,157
SAS_Inaq1_3_ [Ik kan het niet verdragen om eenzijdig van anderen te profiteren]	-,405	-,052	,050	,048	-,145
SAS_FVH1_ [Wil ik een keuze maken die voor iedereen eerlijk is]	-,338	-,319	,009	-,064	-,265
SAS_SDO5R_ [Ik vind het normaal/terecht dat sommige mensen meer kansen in het leven hebben dan anderen]	,333	,242	,096	,312	,050
SAS_SDO11_ [Economische en sociale "gelijkheid" is een belangrijke waarde voor mij]	-,308	-,251	,025	-,106	-,296

SAS_Gr2_ [Zelfs wanneer ik voldaan ben probeer ik vaak nog meer te verkrijgen]	,028	,696	-,097	,103	-,062
SAS_Gr1_ [Het maakt niet uit hoeveel ik van iets heb, ik wil altijd meer]	-,025	,684	-,118	,155	-,015
SAS_C7_ [Het ergert me wanneer anderen beter presteren dan mij]	-,275	,651	-,137	,019	,014
SAS_C1_ [Zelfs wanneer ik in groep aan een gemeenschappelijk doel werk, wil ik anderen overtreffen]	-,315	,650	-,085	-,072	,065
SAS_C2_ [Mijn zelfwaarde kan enkel opgekrikt worden wanneer ik beter presteer dan anderen]	-,254	,624	-,096	,104	,061
SAS_Gr6R_ [Ik ben snel tevreden met wat ik heb]	-,146	-,613	-,067	,165	-,052
SAS_Gr5R_ [Een eenvoudig leven is voor mij voldoende]	-,140	-,587	-,086	,170	-,064
SAS_C3_ [Soms beschouw ik een evaluatie als een kans om me te bewijzen]	-,322	,536	-,052	-,005	-,013
SAS_FVHextr2_ [Wil ik vooral méér krijgen dan de ander (ben ik te weinig vrijgevig)]	,104	,463	-,211	,091	,246
SAS_Ent1_ [Ik vind het normaal/terecht dat ik meer verdien of zal verdienen dan anderen]	,199	,431	,070	,287	,104
SAS_FHHH4R_ [Ik zou in de verleiding komen om vals geld te gebruiken als ik er zeker van was dat ik er mee weg zou komen]	,185	,387	-,165	,195	-,045
SAS_SDO8R_ [Het is soms nodig om anderen in de weg te staan om vooruit te komen in het leven]	,070	,385	-,022	,324	,054
SAS_FHHH1R_ [Als ik niet gepakt zou worden, zou ik er geen probleem mee hebben om 1 miljoen € te stelen]	,215	,351	-,008	,255	,026
SAS_Ent7_ [Mensen zoals ik verdienen het af en toe om wat extra bevoordeeld te worden]	,154	,341	,044	,340	,061
SAS_Ent4_ [Ik wil het beste want ik ben het waard]	-,081	,319	,271	,269	,061
SAS_FearExtr1_ [Ben ik bang dat de anderen zouden denken dat ik egoïstisch ben]	-,118	,150	-,729	,050	-,131
SAS_Fear3_ [Ben ik bang om door de anderen afgewezen te worden]	-,085	,170	-,726	-,035	-,141
SAS_Fear9_ [Ben ik bang dat mijn goede relatie met de anderen op het spel komt te staan]	-,024	,143	-,697	,133	-,154
SAS_Fear7_ [Ben ik bang dat de anderen van me zullen profiteren]	-,096	,132	-,518	,400	,034
SAS_RA2_ [Ik heb een voorkeur voor voorspelbaar situaties]	-,082	-,164	-,500	,071	,135
SAS_FearExtr2_ [Ben ik bang dat anderen zouden denken dat ik altruïstisch ben]	-,021	,077	-,486	,327	-,092
SAS_RA3_ [Vooraleer ik een beslissing neem, wil ik op voorhand weten hoe die beslissing zal uitdraaien]	-,125	,003	-,467	-,104	,321
SAS_RA5R_ [Ik vind het leuk wanneer ik in een nieuwe situatie moet improviseren]	,057	,086	,412	,227	-,358
SAS_A1_extra3R_ [Ik geef makkelijk informatie en deel makkelijk kennis met mijn collega's op het werk/school]	-,126	-,041	,325	-,111	-,146

SAS_T2_ [Je moet goed oppassen dat andere mensen niet van je te profiteren]	-,032	,073	-,169	,741	-,132
SAS_Textra1_ [Iedereen (of toch minstens 80% van de mensen) profiteert]	-,059	,006	-,139	,711	,032
SAS_T3_ [Je moet anderen niet vertrouwen, tenzij je ze heel goed kent]	,027	,027	-,138	,689	-,008
SAS_T5_ [Als iemand aardig tegen je doet komt dat omdat hij/zij iets van je wil hebben]	-,106	-,029	-,085	,675	,090
SAS_Textra2_ [Iedereen (of toch minstens 80% van de mensen) fraudeert]	,027	-,048	,010	,604	-,053
SAS_CFO1_4R_ [Mensen moeten hun eigen problemen zelf oplossen]	-,071	-,061	,105	,587	,146
SAS_CFO1_2R_ [Mensen moeten voor zichzelf zorgen en niet proberen om andermans problemen op te lossen]	,046	,028	,097	,563	,187
SAS_SDO4R_ [Sommige mensen zijn gewoonweg niet evenwaardig aan anderen]	,297	,315	,039	,328	,071
SAS_CFO1_9_ [Wanneer ik hoor dat andere mensen verdrietig of eenzaam zijn wil ik iets doen om hen te helpen]	,161	-,008	-,138	,044	-,762
SAS_CFO2_2_ [Ik wil andere mensen ook kansen geven in het leven]	-,040	-,129	-,019	,078	-,760
SAS_CFO1_7_ [Wanneer ik zie dat iemand een probleem heeft wil ik hem/haar helpen]	,164	,071	-,110	-,023	-,742
SAS_CFO2_4_ [Ik geef graag iets aan andere mensen]	,030	-,174	,028	,050	-,719
SAS_SWF2_ [Ik vind het belangrijk om mensen in nood te helpen zonder iets terug te verwachten]	-,082	-,250	,109	-,023	-,640
SAS_SWF3_ [Ik vind het belangrijk om iets te doen waardoor de wereld een betere plaats wordt]	-,271	-,158	,129	-,074	-,589
SAS_A1_3_ [Ik zou iemand helpen met verhuizen]	-,157	,141	,032	-,121	-,550
SAS_A1_1_ [Ik zou een vreemde helpen om zijn/haar auto te duwen]	-,059	-,040	,029	-,111	-,539
SAS_A1_6_ [Ik zou goederen of kleren doneren aan een goed doel]	-,159	-,041	,101	-,114	-,524
SAS_SWF1_ [Ik vind het belangrijk om iets te doen om onze samenleving te verbeteren]	-,258	-,181	,138	-,065	-,510
SAS_A1_7_ [Ik zou vrijwilligerswerk doen]	-,212	,012	,145	-,132	-,510
SAS_FVHextr3_ [Wil ik vooral dat de ander méér krijgt (ben ik te veel vrijgevig)]	,177	,007	-,247	-,170	-,354
SAS_FVHextr1_ [Denk ik niet enkel aan mijzelf, maar ook aan anderen]	-,192	-,236	,107	-,011	-,335
SAS_A1_extra2_ [Ik zou informatie/hulp/kennis geven of delen in TALK(praat)groepen of op fora]	-,280	,036	,251	-,036	-,325
SAS_A1_extra1_ [Ik zou aan crowdfunding doen]	-,269	,173	,204	-,240	-,275

Table 15: Pattern Matrix van de Principale Componenten Analyse van de SAS items. Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 25 iterations

Na het vinden van logisch interpreteerbare factoren, werden interne betrouwbaarheid en consistentie tests uitgevoerd op deze 5 gevonden constructen, via Cronbach's α tests. Alle factoren hadden een hoge Cronbach's α (tussen .71 en .88). Ook werden er nieuwe variabelen berekend, nl., het gemiddelde van de items per factor. Tabel 16.

Algemene bevindingen

(1) Het valt op dat de **jongeren** meer zelfzuchtig zijn, meer angst kennen (over hun interpersoonlijke relaties en reputatie), meer risico avers zijn en meer wantrouwen hebben in de medemens dan de LETSers en zelfs dan de 'andere' volwassenen uit de heterogene groep. Ze zijn daarenboven minder prosociaal of altruïstisch en ze hebben minder en gevoel voor rechtvaardigheid en gelijkheid. De **LETS** groep draagt deze waarden net hoger in het vaandel, en is minder zelfzuchtig, angstig/risico avers en wantrouwig dan de andere subgroepen. De **heterogene** groep is tussenin te situeren.

(2) Prosociale/Altruïsme items en items die peilen naar een gevoel van gelijkheid en rechtvaardigheid kregen **algemeen** de hoogste scores (werden hoogst in het vaandel gedragen), en dat zowel globaal als bij elke subgroep. Deze attitudes waren daarenboven **nóg** belangrijker voor LETSers dan voor de heterogene en de jongeren groep. Zie Tabel 16a+b.

	N of items	Cronbach's α	Geaggregeerde score
Rechtvaardigheid	10	.72	M 3.58 SD .56
Zelfzucht	15	.86	M 2.23 SD .60
Angst/RA	9	.80	M 2.71 SD .64
Wantrouwen	8	.83	M 2.32 SD .70
Prosociaal/Altruïsme	15	.88	M 3.89 SD .56

Geaggregeerde score	Youth	LETS	Heterogene
Rechtvaardigheid	M 3.53 SD .59	M 3.64 SD .53	M 3.57 SD .56
Zelfzucht	M 2.65 SD .58	M 1.91 SD .47	M 2.17 SD .55
Angst/RA	M 3.02 SD .57	M 2.41 SD .58	M 2.68 SD .61
Wantrouwen	M 2.69 SD .60	M 2.03 SD .65	M 2.26 SD .69
Prosociaal/Altruïsme	M 3.67 SD .59	M 4.13 SD .41	M 3.90 SD .56

Table 16a+b: Aantal items, Cronbach's alpha's en nieuwe geaggregeerde scores per bekomen Factor.

Verdere analyses met de 5 Sociale Attitude Schaal factoren worden besproken in 3.2.4., 3.4. en verder.

3.2.3. De Vrijwilligers Schaal (VS)

Via een Principale Componenten Analyse (Factor Analyse) werden de 14 items komende van de Vrijwilligersschaal gereduceerd tot enkele logische en interpreteerbare componenten. Deze factoren werden geëxtraheerd o.b.v. de inter-correlaties van de scores op de verschillende items. Er werden ook 3 factoren weerhouden met een eigenwaarde van 4.80, 2.63 en 1.22 (de totale of cumulatieve verklaarde variantie = 41,7%). Table 17 (Pattern Matrix) illustreert de factorgewichten na rotatie, gebruikt makend van de Oblimin Rotatie Methode.

Zoals kan afgeleid worden uit onderstaande tabel heeft de eerste factor te maken met een verhogen van een positief zelfbeeld of positieve, proself dienende neveneffecten van delen, zoals 'nieuwe vrienden maken', 'zelfvertrouwen krijgen' door deel te nemen aan sharing (**Proself+**). De tweede factor houdt echte, pure **Prosociale** motieven in. En een derde (kleinere) factor bestaat uit items en motieven om negatieve gedachten en emoties rond of over zichzelf te verminderen door aan sharing te doen, zoals 'het reduceren van eenzaamheid' (**Proself-**).

Pattern Matrix^a

	Component		
	1	2	3
VS_PO3_Int_[ik mijn eigen sterktes zou kunnen exploreren en uitproberen]	,854	,093	-,173
VS_PO2_Int_[ik dingen uit directe ervaring zou leren]	,853	,074	-,172
VS_SR3_Int_[ik nieuwe vrienden zou kunnen maken]	,753	,086	,004
VS_Zw2_Int_[dat mijn zelfvertrouwen zou verhogen]	,702	,069	,200
VS_Ca1_Int_[ik nieuwe contacten zou kunnen leggen die me kunnen helpen later carrière te maken (of voor een carrière wending)]	,625	-,340	,264
VS_Ca3_Int_[dat goed zou staan op mijn cv]	,487	-,444	,285
VS_SR1_Int_[mijn vrienden aan sharing zouden doen]	,450	,092	,077
VS_Zw3_Int_[dat me een beter gevoel zou geven over mezelf]	,430	,324	,227
VS_A1_Int_[ik kan delen met andere, die het nodig hebben]	,096	,834	-,014
VS_A3_Int_[ik anderen uit mijn omgeving zou kunnen helpen]	,106	,830	-,056
VS_W2_Int_[ik delen een belangrijke waarde vind]	,193	,752	-,088
VS_W3_Int_[ik me humanitair verplicht zou voelen]	-,033	,634	,328
VS_Eb1_Int_[ik zou kunnen wegvlugten van mijn eigen problemen]	-,080	,039	,917
VS_Eb3_Int_[ik mezelf minder eenzaam zou voelen]	,124	,017	,791

Table 17 Pattern Matrix van de Principale Componenten Analyse van de VS items. Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 7 iterations.

Na het vinden van logisch interpreteerbare factoren, werden interne betrouwbaarheid en consistentie tests uitgevoerd op deze 5 gevonden constructen, via Cronbach's α tests. Alle factoren hadden een hoge Cronbach's α (tussen .77 en .84). Ook werden er nieuwe variabelen berekend, nl., het gemiddelde van de items per factor. Tabel 18.

Bevindingen

(1) Prosociale items kregen **algemeen** en in **elke subgroep** de hoogste scores.

(2) De **LETS** groep en de **heterogene** groep zijn nog meer altruïstisch dan de **jongeren** groep. Dat jongeren minder sociaal en altruïstisch zijn of dergelijke attitudes en motieven hebben, vonden we ook eerder (3.2.2.). Zie Tabel 18.

Verdere analyses met de 5 persoonlijkheid factoren worden besproken in 3.2.4., 3.4. en verder.

	N of items	Cronbach's α	Geaggregeerde score
Proself+	8	.84	M 2.87 SD .79
Prosocial	4	.81	M 3.66 SD .82
Proself-	2	.77	M 1.83 SD .85

Geaggregeerde score	Youth	LETS	Heterog.
Proself+	M 3.20 SD .78	M 2.80 SD .72	M 2.71 SD .76
Prosocial	M 3.34 SD .79	M 4.02 SD .64	M 3.67 SD .84
Proself-	M 2.18 SD .89	M 1.77 SD .84	M 1.66 SD .76

Table 18a+b: Aantal items, Cronbach's alpha's en nieuwe geaggregeerde scores per bekomen Factor.

3.2.4. Relaties tussen de demografische variabelen, persoonlijkheid (Big 5) & onderzochte attitudes (SAS en VS)

		Entire N=433	Youth N=118	LETS N=107	Heterogene N=208
Geslacht	Extraversie	F(1,431)=3.43; p=.07 ♂3,07 ♀3,21			
	Emo. Stab.	F<2; ns Totaal 3,24	F(1,116)=6.32; p=.013 ♂3.24 ♀2.92		
	Aangenaamheid	F(1,431)=41.08; p=.000 ♂3,77 ♀4,11	F(1,116)=10.50; p=.002 ♂3.70 ♀4.04	F(1,105)=10.59; p=.002 ♂3.88 ♀4.24	F(1,206)=14.83; p=.000 ♂3.77 ♀4.07
	Conscientieusheid	F(1,431)=14.96; p=.000 ♂3,50 ♀3,72	F(1,116)=8.45; p=.004 ♂3.32 ♀3.58	F(1,105)=3.14; p=.08 ♂3.58 ♀3.80	
	Openheid	F(1,431)=7.42; p=.007 ♂3,71 ♀3,55	F(1,116)=6.77; p=.011 ♂3.65 ♀3.41		F(1,206)=3.09; p=.08 ♂3.73 ♀3.57
	SAS-rechtvaardig	F(1,431)=15.71; p=.000 ♂3,41 ♀3,65	F(1,114)=10.06; p=.002 ♂3.35 ♀3.68		F(1,204)=7.68; p=.006 ♂3.38 ♀3.63
	SAS-zelfzucht	F(1,431)=32.94; p=.000 ♂2,48 ♀2,13	F(1,110)=4.49; p=.036 ♂2.77 ♀2.55	F(1,105)=9.24; p=.003 ♂2.15 ♀1.83	F(1,201)=8.55; p=.004 ♂2.36 ♀2.10
	SAS-angst/RA	F<1; ns Totaal 2,71	F(1,113)=4.54; p=.035 ♂2.90 ♀3.13		
	SAS-wantrouwen	F(1,431)=14.40; p=.000 ♂2,52 ♀2,24			F(1,203)=6.26; p=.013 ♂2.47 ♀2.19
	SAS-prosociaal/altruïsme	F(1,431)=24.15; p=.000 ♂3,70 ♀3,98	F(1,112)=7.72; p=.006 ♂3.51 ♀3.81		F(1,204)=7.55; p=.007 ♂3.71 ♀3.96
	VS_proself+	F<1; ns Totaal 2,87	F(1,116)=12.76; p=.001 ♂2.93 ♀3.42		
	VS_prosocial	F(1,431)=27.54; p=.000 ♂3,36 ♀3,79	F(1,116)=9.03; p=.003 ♂3.10 ♀3.53		F(1,205)=14.54; p=.000 ♂3.29 ♀3.79
	VS_proself-	F<1; ns Totaal 1,83			
Conclusie	♂ meer Open, en toch meer wantrouwen, meer zelfzuchtig/selfish; ♀ meer aangenaam, Nauwgezet, voor gelijkheid/rechtvaardigheid, meer sociaal/altruïstisch (2x)		♂ meer Emot. Stabiel, Open, selfish; ♀ meer Aangenaam, Nauwgezet, reputatie-angst/RA, meer pro rechtv., sociaal (2x), proself+	♂ meer selfish ♀ meer Aangenaam, Nauwgezet	♂ meer Open, toch meer wantrouwen, meer selfish ♀ meer Aangenaam, pro rechtvaardigheid en sociaal (2x)

Table 19: Relaties geslacht en psychographics

		Entire N=433	Youth N=118	LETS N=107	Heterogene N=208
Leeftijd	Extraversie	r=.02; ns			
	Emo. Stab.	r(431)=.25; p=.000 Ouder = meer em. stabiel		r(105)=.38; p=.000 Ouder = meer em. stabiel	r(206)=.15; p=.03 Ouder = meer em. stabiel
	Aangenaamheid	r(431)=.17; p=.000 Ouder = meer aangenaam			
	Conscientieusheid	r(431)=.18; p=.000 Ouder = meer nauwgezet			
	Openheid	r=.05; ns			
	SAS-rechtvaardig	r=.00; ns			
	SAS-zelfzucht	r(416)=-.45; p=.000 Ouder = minder selfish	r(110)=.19; p=.046 Oudere jongeren = meer selfish	r(101)=-.20; p=.04 Ouder = minder selfish	r(201)=-.23; p=.001 Ouder = minder selfish
	SAS-angst/RA	r(409)=-.40; p=.000 Ouder = minder angst/RA		r(104)=-.31; p=.001 Ouder = minder angst/RA	r(188)=-.22; p=.003 Ouder = minder angst/RA
	SAS-wantrouwen	r(422)=-.31; p=.000 Ouder = minder wantrouwen			
	SAS-prosociaal/altruïsme	r(420)=.24; p=.000 Ouder = meer sociaal			
	VS_proself+	r(430)=-.20; p=.000 Ouder = minder proself+			
	VS_prosocial	r(430)=.26; p=.000 Ouder = meer sociaal			
	VS_proself-	r(430)=-.21; p=.000 Ouder = minder proself-			
Conclusie	Ouderen zijn meer Emotioneel Stabiel, Nauwgezet, sociaal/altruïstisch en sociaal m.b.t. delen; Jongeren zijn meer zelfzuchtig, hebben meer angst en zijn meer risico avers, hebben meer wantrouwen, ze zouden tenslotte minder delen omwille van eigenbelang en gewin (proself+ en -)		Oudere jongeren = meer selfish	Ouder = meer Emotioneel Stabiel, minder selfish, minder angst om de reputatie of risico's	Ouder = meer Emotioneel Stabiel, minder selfish, minder angst om de reputatie en risico's

Table 20: Relaties leeftijd en psychographics

		Entire N=433	Youth N=118	LETS N=107	Heterogene N=208
Urbanisatie	Extraversie	F<2; ns	Totaal 3,17		
	Emo. Stab.	F<1; ns	Totaal 3,25		
	Aangenaamheid	F<2; ns	Totaal 4,00		
	Conscientieusheid	F<1; ns	Totaal 3,66		
	Openheid	F(3,429)=3.95; p=.009 (voor)stedelingen meer open	remote 2,83 rural 3,55 suburb 3,62 urban 3,63		F(3,204)=3.39 p=.02 r(206)=.19; p=.006 (sub)urban = meer open
	SAS-rechtvaardig	F(3,419)=1.28; ns	Total 3,58		
	SAS-zelfzucht	F(3,414)=3.93; p=.009 (voor)stedelingen minder selfish	remote 2,45 rural 2,37 suburb 2,15 urban 2,17		
	SAS-angst/RA	F(3,407)=2.35; p=.07 (voor)stedelingen minder angst/risico avers	Remote 2,93 rural 2,79 suburb 2,60 urban 2,72		
	SAS-wantrouwen	F(3,420)=4.53; p=.004 dorpelingen meest wantrouwen	remote 2,13 rural 2,50 suburb 2,21 urban 2,27		
	SAS-prosociaal/altruïsme	F(3,418)=2.61; p=.05 (voor)stedelingen meer sociaal en altruïstisch	remote 3,72 rural 3,79 suburb 3,96 urban 3,94		
	VS_proself+	F<2; ns	Totaal 2,87		F(3,203)=3.59; p=.02 r(205)=.20; p=.005 (sub)urban meer proself+
	VS_prosocial	F<2; ns	Totaal 3,66		
	VS_proself-	F<1; ns	Totaal 1,83		
Conclusie	(Voor)stedelijken zijn Opener, minder zelfzuchtig, minder angstig om de reputatie en risico's, hebben minder wantrouwen, en zijn prosociaal/altruïstischer				(Voor)stedelijken = meer Open en meer sociaal omwille van de voordelen (proself+)

Table 21: Relaties urbanisatie en psychographics

		Entire N=433	Youth N=118	LETS N=107	Heterogene N=208
SES perc	Extraversie	r<.10; ns			r(206)=.15; p=.03 Rijker = meer Extravert
	Emo. Stab.	r<.10; ns			
	Aangenaamheid	r<-.10; ns	r(116)=.20; p=.04, Rijker = meer	R(105)=-.18; p=.06 Rijker = minder	
	Conscientieusheid	r<.10; ns			
	Openheid	r<.10; ns			r(206)=.17; p=.013 Rijker = meer Open
	SAS-rechtvaardig	r(421)=-.11; p=.03 Rijker = minder pro gelijkheid/rechtvaardigheid			
	SAS-zelfzucht	r(416)=-.15; p=.002 Rijker = meer selfish	r(110)=.19; p=.045 Rijker = meer selfish		
	SAS-angst/RA	r<.10; ns			
	SAS-wantrouwen	r<.10; ns		r(101)=-.22; p=.03 Rijker = minder wantrouwen	
	SAS-prosociaal/altruïsme	r(420)=-.10; p=.04 Rijker = minder sociaal			
	VS_proself+	r<-.10; ns			r(205)=-.14; p=.04 Rijker = minder proself+
	VS_prosocial	r(430)=-.12; p=.01 Rijker = minder prosocial			
	VS_proself-	r(430)=-.12; p=.02 Rijker = minder proself -	r(116)=-.19; p=.04 Rijker = minder proself-	r(105)=-.19; p=.047 Rijker = minder proself-	
Conclusie	Wie zichzelf rijker inschat is minder voor rechtvaardigheid, meer zelfzuchtig, minder sociaal dan wie zich minder rijk voelt. Ook zullen ze minder aan delen doen omwille van negatieve gevoelens jegens het zelf te verminderen (bv. om minder eenzaam te zijn)		Rijkere jongere = meer Aangenaam, meer selfish, minder proself om negatief zelfbeeld kwijt te raken (proself-)	Rijker = minder wantrouwen, minder proself om negatief zelfbeeld kwijt te raken (proself-), minder Aangenaam	Rijker = meer Extravert en Open, minder delen omwille van de voordelen (proself+)

Table 22: Relaties SES perceived en psychographics

		Entire N=433 ->360*	Youth N=118 -> 85*	LETS N=107 -> 93*	Heterogene N=208 -> 180*
SES income	Extraversie	r<.10; ns			r(178)=.22; p=.004 Rijker = meer Extravert
	Emo. Stab.	r<-.10; ns			
	Aangenaamheid	r(358)=-.09; p=.08 Rijker = minder aangenaam			
	Conscientieusheid	r<-.10; ns			
	Openheid	r<-.10; ns			
	SAS-rechtvaardig	r<-.10; ns	r(83)=-.21; p=.05 Rijker = minder voor rechtvaardigheid		
	SAS-zelfzucht	r(346)=.21; p=.000 Rijker = meer selfish	r(81)=.27; p=.01 Rijker = meer selfish		
	SAS-angst/RA	r<.10; ns			
	SAS-wantrouwen	r<.10; ns			
	SAS-prosociaal/altruïsme	r(348)=-.16; p=.002 Rijker = minder sociaal			
	VS_proself+	r(358)=-.09; p=.08 Rijker = minder proself +		r(91)=-.24; p=.02 Rijker = minder proself+	
	VS_prosocial	r(358)=-.13; p=.01 Rijker = minder sociaal			
	VS_proself-	r(358)=-.09; p=.10 Rijker = minder proself -		r(91)=-.30; p=.003 Rijker = minder proself-	
Conclusie	Rijker = minder Aangenaam, minder sociaal/altruïstisch, minder sociale en proself motieven als men zou delen, meer selfish		Rijker = minder voor rechtvaardigheid en gelijkheid, meer zelfzuchtig	Rijker = minder proself+ (delen omwille van eigen belang) en proself- (delen omwille van negatieve emoties te ontvluchten)	Rijker = meer Extravert

Table 23: Relaties SES income en psychographics

* Veel respondenten gaven hun (gezamenlijk) netto inkomen niet te kennen in deze enquête waardoor de N kleiner is dan in de andere analyses

Analyses of relaties tussen hoogst behaalde diploma en persoonlijkheidstrekken of attitudes (m.b.t. sociale relaties of m.b.t. sharing) zijn enkel op de 3 subgroepen gemaakt/onderzocht, omwille van de vertekening in de algemene en ganse sample (nl., dat veel jongeren hun huidige hoogste diploma invulden, wat er een van het secundair onderwijs was, in plaats van hun te verwachten hoogste diploma (van minstens een professional bachelor of dus hogeschool buiten de universiteit, korte type, zie 3.1.5 en 3.1.7.).

		Entire N=433	Youth N=118	LETS N=107	Heterogene N=208
Diploma	Extraversie	-	r(116)=.20; p=.03 hoger = meer extravert		r(205)=.15; p=.04 hoger = meer extravert
	Emo. Stab.	-			
	Aangenaamheid	-			
	Conscientieusheid	-	r(116)=.20; p=.03 hoger = meer conscientieus		
	Openheid	-			r(205)=.19; p=.007 hoger = meer open
	SAS-rechtvaardig	-			r(203)=.22; p=.002 hoger = meer voor rechtvaardigheid
	SAS-zelfzucht	-			
	SAS-angst/RA	-			r(187)=-.23; p=.002 hoger = minder reputatie angst/RA
	SAS-wantrouwen	-		r(100)=-.28; p=.004 hoger = minder wantrouwen	r(202)=-.27; p=.000 hoger = minder wantrouwen
	SAS-prosociaal/altruïsme	-			r(203)=.14; p=.05 hoger = meer sociaal
	VS_proself+	-			
	VS_prosocial	-			
	VS_proself-	-			
Conclusie	Geen analyses gedaan met diploma op de ganse sample		Hoger diploma = meer Extravert & meer Consciëntieus	Hoger diploma = minder wantrouwen	Hoger diploma = minder angst om de reputatie en risico, minder wantrouwen, meer Extravert, Open, pro rechtvaardigheid en meer sociaal

Table 24: Relaties diploma en psychographics

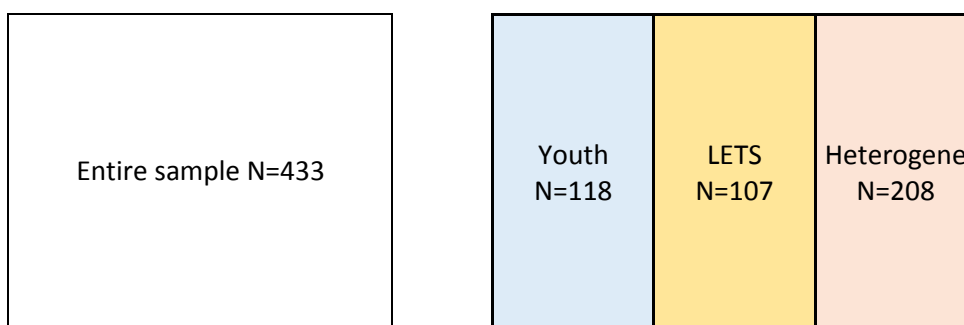
Verenigingsleven		Entire N=433	Youth N=118	LETS N=107	Heterogene N=208
Passief	Extraversie	$r(416) = .14; p = .004$ P $r(416) = .20; p = .000$ A	$r(116) = .26; p = .005$ A		$r(191) = .22; p = .002$ P $r(191) = .20; p = .006$ A
Actief	Emo. Stab.	$r(416) = .09; p = .06$ P $r(416) = .11; p = .03$ A			
	Aangenaamheid	$r(416) = .21; p = .000$ P $r(416) = .25; p = .000$ A	$r(116) = .20; p = .03$ A	$r(105) = .18; p = .07$ A	$r(191) = .22; p = .002$ P $r(191) = .24; p = .001$ A
	Conscientieusheid	$r < .10; ns$ P $r < .10; ns$ A			
	Openheid	$r(416) = .18; p = .000$ P $r(416) = .18; p = .000$ A	$r(116) = .17; p = .06$ P		$r(191) = .22; p = .002$ P $r(191) = .23; p = .001$ A
	SAS-rechtvaardig	$r < .10; ns$ P $r(406) = .12; p = .02$ A			
	SAS-zelfzucht	$r(403) = -.11; p = .03$ P $r(403) = -.18; p = .000$ A			
	SAS-angst/RA	$r(408) = -.20; p = .000$ P $r(408) = -.22; p = .000$ A			$r(191) = -.21; p = .004$ P $r(191) = -.17; p = .02$ A
	SAS-wantrouwen	$r(407) = -.17; p = .001$ P $r(407) = -.19; p = .000$ A	$r(116) = -.17; p = .07$ P		
	SAS-prosociaal/altruïsme	$r(406) = .32; p = .000$ P $r(406) = .38; p = .000$ A	$r(116) = .29; p = .002$ P $r(116) = .33; p = .000$ A	$r(100) = .21; p = .04$ P $r(100) = .26; p = .008$ A	$r(190) = .29; p = .000$ P $r(190) = .33; p = .000$ A
	VS_proself+	$r < .10; ns$ P $r < .10; ns$ A			$r(191) = .15; p = .04$ A
	VS_prosocial	$r(416) = .19; p = .000$ P $r(416) = .26; p = .000$ A	$r(116) = .15; p = .10$ A	$r(105) = .19; p = .06$ P $r(105) = .25; p = .01$ A	$r(191) = .13; p = .08$ P $r(191) = .20; p = .006$ A
	VS_proself-	$r < .10; ns$ P $r(416) = -.10; p = .04$ A			
Conclusie	Meer (actief) lid zijn van het verenigingsleven gaat gepaard met: meer Extravert zijn, meer Emo. Stabiel, meer Aangenaam en meer Open; met meer voorstander zijn van rechtvaardigheid, minder zelfzuchtig zijn, minder angst hebben en risico avers zijn, minder wantrouwen hebben, meer altruïstisch en sociaal zijn		Meer (actief) lid zijn in het verenigingsleven gaat gepaard met meer Extravert zijn, meer Aangenaam, meer Open, minder wantrouwen hebben en meer altruïstisch/prosociaal zijn	Nóg meer (actief) lid zijn in het verenigingsleven gaat gepaard met nog hogere scores op Aangenaamheid en op sociaal/ altruïstisch zijn	Meer (actief) lid zijn in het verenigingsleven gaat gepaard met meer Extravert, Aangenaam en Open zijn, met minder angst en risico aversie, minder wantrouwen en meer altruïstisch/prosociaal zijn

Table 25: Relaties verenigingsleven en psychographics

3.2.5. Samenvattende tabellen m.b.t. steekproef en de subgroepen

De totale sample bleek een paar sterk uitgesproken profielen te kennen, die verder behandeld zijn als subgroepen, waarop de verwerkingen zijn gebeurd: Jongeren, LETSers en een meer Heterogene groep.

- **Jongeren** zijn (uiteraard) jonger, de verdeling tussen man en vrouw zat in deze groep tamelijk gelijklopend, ze wonen meest landelijk/in een dorp en ze behoren tot de middenklasse of zitten er boven.
- **LETSers** vormen de oudste groep (gemiddeld 53 jaar), waar $\frac{3}{4}$ van de respondenten vrouw is, ze leven meest voorstedelijk, horen tot de middenklasse of er net onder, en zijn meest actief in het verenigingsleven, zowel als gewoon lid als ook als actieve helper.
- De gemiddelde leeftijd van de **Heterogene** groep is 42 jaar, met een $\frac{3}{4}$ overwicht aan vrouwen, die vooral stedelijk wonen, tot de middenklasse behoren of er net boven en een hogere educatie genoten.



	Youth	LETS	Heterogene
	N=118	N=107	N=208
leeftijd	21 jaar	53 jaar	42 jaar
m/v	44%-56%	24%-76%	24%-76%
urbanisatie	dorp (51%)	voorstad (50%)	stad (40%)
SES	middenklasse+	middenklasse-	middenklasse+
diploma	M=3.00 (error)	M=4.35	M=5.55
	Youth	LETS	Heterogene
Passief lid	2.81	3.67	2.89
Actief lid	2.58	3.79	2.87

De karaktertrek waar alle groepen meest op scoren is Aangenaamheid, gevolgd door Nauwgezetheid of Openheid. Men scoort lager op Emotionele Stabiliteit en op Extraversie. Qua sociale attitudes blijkt men meest belang te hechten aan altruïsme (prosociaal gedrag) en aan rechtvaardigheid, zowel t.o.v. zichzelf (*don't want to be the victim*) als t.o.v. de ander (*don't want to have too much benefits*). De prominente prosociale attitude komt ook tot uiting in de gebruikte Voluntary Scale.

Geaggregeerde score	Youth	LETS	Heterogene
Extraversie	3.16	3.19	3.17
Emotionele Stabiliteit	3.06	3.33	3.29
Aangenaamheid	3.89	4.15	3.99
Conscientieusheid	3.47	3.74	3.72
Openheid/Intellect	3.51	3.65	3.61

Geaggregeerde score	Youth	LETS	Heterogene
Rechtvaardigheid	3.53	3.64	3.57
Zelfzucht	2.65	1.91	2.17
Angst/RA	3.02	2.41	2.68
Wantrouwen	2.69	2.03	2.26
Prosociaal/Altruïsme	3.67	4.13	3.90

Geaggregeerde score	Youth	LETS	Heterogene
Proself +	3.20	2.80	2.71
Prosociaal	3.34	4.02	3.67
Proself -	2.18	1.77	1.66

Verder:

- **LETSers** scoren beduidend hoger op **Aangenaamheid** en **Openheid** dan de Heterogene groep, en zij hoger dan de Jongeren groep.
- **LETSers** scoren ook hoog op alle prosociale motieven (gevoel voor gelijkheid en rechtvaardigheid, altruïsme en op puur sociaal gedrag) en minst op zelfzucht, angst m.b.t. de eigen reputatie en m.b.t. het nemen van risico's en wantrouwen. M.b.t. altruïstische daden stellen omwille van eigen gewin (voordelen die men zelf ervaart als men deelt) scoren LETSers hoger dan de Heterogene groep volwassenen. Ze delen dus iets meer dan andere volwassenen om er positieve gevoelens of andere baten aan over te houden, en om negatieve gevoelens te reduceren. **Jongeren** schatten het meest in dat ze *zouden* delen om deze gevoelens m.b.t. het zelf (eigen baten, eigen gewin) te dienen.
- **Vrouwen** zijn in elke subgroep meer **Aangenaam** en minder zelfzuchtig dan mannen.
 - Daarnaast zijn meisjes (vrouwen uit de **Jongereengroep**) ook **Nauwgezetter**, minder **Emotioneel Stabiël** en minder **Open**. Ze zijn meer sociaal/altruïstisch, zijn meer voor gelijkheid/rechtvaardigheid, ze hebben meer angst om de eigen reputatie en zijn meer risico avers, en ze zouden meer delen om er zelf positieve effecten van te ondervinden, dan jongens (mannen uit de jongereengroep).
 - **LETS** vrouwen zijn daarenboven ook meer **Nauwgezet** dan LETS mannen.
 - In de **Heterogene** groep zijn vrouwen daarenboven meer voor gelijkheid of rechtvaardigheid, meer sociaal/altruïstisch, hebben ze minder wantrouwen in de medemens maar scoren ze toch lager op **Openheid/Intellect** dan mannen.
- Hoe **ouder** men is (gemeten op de **totale groep**), hoe meer **Emotioneel Stabiël** en hoe **Nauwgezetter** en **Aangenamer**. Tevens zijn ouderen ook minder selfish, en meer sociaal/altruïstisch en kennen ze minder reputationele angst en risico aversie dan jongeren, ze hebben ook minder wantrouwen in de medemens dan jongeren.
 - Oudere **jongeren** zijn nog zelfzuchtiger dan jongere jongeren.
 - Oudere **LETSers** zijn **Emotioneel Stabieler**, zijn minder zelfzuchtig en hebben minder angst en risico aversie dan jongere LETSers.
 - Oudere personen in de **heterogene** groep, vertonen ditzelfde patroon: meer **Emotioneel Stabiël**, minder zelfzuchtig en minder angst/risico aversies.
- **(Voor)stedelingen** zijn globaal gezien (**totale sample**) **Opener**, meer *prosocial with benefits* (proself+) dan mensen 'op den buiten' en ze vertonen minder angst/risico aversie en minder wantrouwen en ze zijn minder zelfzuchtig dan mensen 'op den buiten'.
 - In de **Heterogene** groep wordt bevestigd dat (voor)stedelijken **Opener** zijn en meer aan delen zouden doen voor de ervaren voordelen voor henzelf (proself+).
- **Echt rijker** zijn (o.b.v. inkomen) gaat globaal gezien gepaard met een lagere score op **Aangenaamheid**, minder sociaal/altruïstisch zijn, meer zelfzuchtig, en minder delen omwille van de ervaren voordelen of om negatieve gevoelens over zichzelf te compenseren (proself+ en proself-).

- Bij de **Jongeren** zijn de rijksten, naast zelfzuchtiger, ook minder rechtvaardigheid en gelijkheid genegen
- Bij de **LETS** groep gaan de rijksten minder delen omwille van eigen gewin (proself+ en proself-)
- Bij de **Heterogene** groep zijn de rijksten de meest **Extraverten** (of omgekeerd?).
- En wie zich **rijker voelt** (SES perceived) is algemeen minder rechtvaardigheid/gelijkheid genegen, minder prosciaal/altruïstisch en meer zelfzuchtig. Tevens zal men minder delen om negatieve gevoelens over zichzelf te compenseren.
 - Daarenboven scoren **jongeren** die zich rijker voelen wél hoger op **Aangenaamheid**, al zijn ze meer selfish/zelfzuchtig.
 - **LETSers** die zich rijker voelen hebben minder wantrouwen
 - En in de **Heterogene** groep zijn mensen die zich rijker inschatten, meer **Extravert** en meer **Open** en zullen ze minder delen omwille van eigen gewin.
- Een hogere **opleiding** genieten, is weggelegd voor
 - meer **Extraverte** en **Nauwgezette Jongeren** (of omgekeerd),
 - een hogere opleiding hebben genoten, gaat gepaard met minder wantrouwen bij de **LETSers**,
 - en minder wantrouwen, reputatie angst en risico aversie, bij de **Heterogene** groep. In de heterogene groep zijn mensen met een hoger diploma, ook meer **Extravert** en meer **Open**, dan mensen met een lager diploma. Ook hechten ze dan meer belang aan gelijkheid en rechtvaardigheid en aan prosciaal/altruïstisch gedrag.
- Mensen die meer van socio-culturele **verenigingen** lid zijn (als lid of helper) zijn **algemeen** en in m.b.t. de Jongeren en Heterogene groepen: **Aangenamer, Emotioneel Stabieler, Opener en Extaverter**. Ze zijn ook meer prosciaal/altruïstisch, meer pro gelijkheid/rechtvaardigheid, minder zelfzuchtig, minder angstig en hebben ze minder wantrouwen.

3.3. Afhankelijke variabelen

3.3.1. Lid per soort deelplatformen

Indien we de ganse sample nemen, dan zien we dat men meest lid is van (vakantie)verblijven, (publieke) Facebookgroepen, LETS, privé Facebookgroepen met burens en goederen lenen. Men is het minst lid van deelinitiatieven i.v.m. parkeerplaatsen, fietsen, tuinen of ruilen van goederen.

	Neen		Gestopt		Nemer		Nemer/Gever		Gever		SOM
Verblijven	273	63 %	17	4 %	127	29 %	12	3 %	4	1 %	433
FB gratis	282	65 %	17	4 %	18	4 %	83	19 %	33	8 %	433
Time banking	306	71 %	9	2 %	6	1 %	103	24 %	9	2 %	433
FB burens	321	74 %	12	3 %	16	4 %	65	15 %	19	4 %	433
Goed lenen	354	82 %	12	3 %	2	1 %	53	12 %	12	3 %	433
Voeding	357	82 %	26	6 %	31	7 %	12	3 %	7	2 %	433
Ritten	358	83 %	17	4 %	40	9 %	11	3 %	7	2 %	433
Verblijven gratis	381	88 %	15	4 %	12	3 %	18	4 %	7	2 %	433
Auto's	386	89 %	17	4 %	19	4 %	3	1 %	8	2 %	433
Tuinen	394	91 %	8	2 %	20	5 %	11	3 %			433
Goed ruil	412	95 %	2	1 %	1	0 %	16	4 %	2	1 %	433
Fiets	416	96 %	5	1 %	11	3 %	1	0 %			433
Parkeer	430	99 %	3	1 %							433

Omwillen van het overwicht van 2 subgroepen (jongeren en LETSers), worden ook deze analyse opgesplitst per subgroep (merk op: we legden de grens op >10% deelnemers of <90% non-users, zie rode lijn bij de tabellen, bij onderstaande bespreking).

- **Jongeren** maken meest gebruik van deelinitiatieven i.v.m. betalende accommodatie (zoals Airbnb), gratis accommodatie (zoals couchsurfing), Facebookgroepen en autoritten. En daarbij zijn ze meer Nemer dan Gevers. Tabel 26.
- **LETSer** zijn actief –naast timebanking – op bijna elk soort platform, en zijn daarbij beduidend meer (ook) Gevers dan enkel maar Nemers. Ze zijn echter ook vooral enkel Nemer m.b.t. betalende accommodatie (a la Airbnb). Tabel 27.

YOUTH	Neen		Gestopt		Nemer		Nemer/Gever		Gever		SOM
Verblijven	82	70 %	3	3 %	32	27 %	1	1 %			118
FB gratis	93	79 %	3	3 %	14	12 %	8	7 %			118
FB burens	93	79 %	4	3 %	8	7 %	11	9 %	2	2 %	118
Ritten	99	84 %	7	6 %	11	9 %	1	1 %			118
Verblijven gratis	108	92 %	2	2 %	6	5 %	2	2 %			118
Voeding	112	95 %	2	2 %	4	3 %					118
Goed lenen	113	96 %	1	1 %	2	2 %	2	2 %			118
Goed ruil	114	97 %	1	1 %	1	1 %	2	2 %			118
Auto's	115	98 %	1	1 %			1	1 %	1	1 %	118
Time banking	117	99 %							1	1 %	118
Fiets	117	99 %			1	1 %					118
Parkeer	117	99 %	1	1 %							118
Tuinen	118	100 %									118

Table 26: Percentages staan voor het aantal hits t.o.v. de totale groep (N118)

LETS	Neen		Gestopt		Nemer		Nemer/Gever		Gever		SOM
Time banking	4	4 %	1	1 %	3	3 %	93	87 %	6	6 %	107
FB gratis	67	63 %	2	2 %	1	1 %	27	26 %	10	9 %	107
Goed lenen	70	65 %	3	3 %			29	27 %	5	5 %	107
Voeding	76	71 %	12	11 %	8	8 %	8	8 %	3	3 %	107
Verblijven	77	72 %	3	3 %	21	20 %	5	5 %	1	1 %	107
FB buren	78	73 %	3	3 %	4	4 %	18	17 %	4	4 %	107
Tuinen	81	76 %	4	4 %	15	14 %	7	7 %			107
Verblijven gratis	85	79 %	7	7 %			11	10 %	4	4 %	107
Ritten	86	80 %	3	3 %	9	8 %	5	5 %	4	4 %	107
Auto's	86	80 %	5	5 %	11	10 %	1	1 %	4	4 %	107
Goed ruil	94	88 %	1	1 %			10	9 %	2	2 %	107
Fiets	97	91 %	2	2 %	8	8 %					107
Parkeer	106	99 %	1	1 %							107

Table 27: Percentages staan voor het aantal hits t.o.v. de totale groep (N107)

- M.b.t. de **heterogene** groep zien we dat ook zij meest op accommodatie platformen zitten – als Nemer; op gratis weggeef Facebookgroepen – zowel als Nemer als ook als Gever; en op platformen m.b.t. voeding en ritten of auto's – als Nemer. Tabel 28.

HETEROGENE	Neen		Gestopt		Nemer		Nemer/Gever		Gever		SOM
Verblijven	114	55 %	11	5 %	74	36 %	6	3 %	3	1 %	208
FB gratis	122	59 %	12	6 %	3	1 %	48	23 %	23	11 %	208
FB buren	150	72 %	5	2 %	4	2 %	36	17 %	13	6 %	208
Voeding	169	81 %	12	6 %	19	9 %	4	2 %	4	2 %	208
Goed lenen	171	82 %	8	4 %			22	11 %	7	3 %	208
Ritten	173	83 %	7	3 %	20	10 %	5	2 %	3	1 %	208
Time banking	185	89 %	8	4 %	3	1 %	10	5 %	2	1 %	208
Auto's	185	89 %	11	5 %	8	4 %	1	1 %	3	1 %	208
Verblijven gratis	188	90 %	6	3 %	6	3 %	5	2 %	3	1 %	208
Tuinen	195	94 %	4	2 %	5	2 %	4	2 %			208
Fiets	202	97 %	3	1 %	2	1 %	1	1 %			208
Goed ruil	204	98 %					4	2 %			208
Parkeer	207	100 %	1	1 %							208

Table 28: Percentages staan voor het aantal hits t.o.v. de totale groep (N208)

Merk op: hoewel er bijvoorbeeld via deze verwerking veel mensen enkel Nemer blijken te zijn, m.b.t. één soort platform, kan men in z'n totaliteit (volgende analyses) toch Nemer + Gever zijn, omdat men kan Geven m.b.t. een ander soort platform.

3.3.2. Lid van minstens één platform

- 128 personen zijn **geen lid** van (om het even welk) deelplatform, 88 personen zijn enkel Nemer (N), 28 enkel Gever (G) en 186 zijn zowel Nemer als Gever (NG).
- De jongeren zijn ofwel Non-user ofwel enkel Nemer. De LETSers zijn (per definitie) Gevers en vooral Nemer en Gever (NG). De eerder heterogene groep bevat meest Nemer én Gever (NG) of Non-user. Tabel 29.

		N	%	Valid %	N	%	Valid %
Valid	Gever	28	6,5	6,5	1	1	1
	Nemer	88	20	20,5	37	31	32
	NG	186	43	43	14	12	12
	Non-user	128	30	30	65	55	56
	Total	430	99	100	117	99	100
Missing		3	1		1	1	
Totaal		433	100		118	100	

		N	%	Valid %	N	%	Valid %
Valid	Gever	5	5	5	22	11	11
	Nemer	1	1	1	50	24	24
	NG	100	93.5	93.5	72	35	35
	Non-user	1	1	1	62	30	30
	Total	107	100	100	206	99	100
Missing		-	-		2	1	
Totaal		-	-		208	100	

Table 29a+b: Aantal Gevers, Nemers, Gevers+Nemers en non-users zoals gemeld door de respondenten zelf.

Merk op, voor deze verwerking van deze variabele vulden de respondenten zelf in of ze – ongeacht hun vorige antwoorden, enkel Gever waren, enkel Nemer of Gever én Nemer of non-user. Er zit een heel klein verschil soms tussen hun antwoorden per soort platform (3.3.1), hun antwoord op deze variabele (3.3.2.) en het invullen van de motieven per rol, nadien (zie 3.3.3., 3.5., 3.6. en 3.7.)

3.3.3. Som soorten platformen (*computed variable*)

In een volgende analyse werd het **aantal verschillende soorten** platformen waarvan men lid is, **geteld**. De volgende cijfers en bevindingen – gelijkaardig aan de boven vernoemde – werden met deze variabele bekomen.

- 126 respondenten zijn van geen enkel platform lid⁸, 101 van 1 soort platform, 76 van 2 soorten, en zo gaat het gradueel achteruit in aantal respondenten die van **meer soorten platformen** lid zijn. In totaal zijn er 307 respondenten die van minstens één soort platform lid zijn, in welke hoedanigheid ook (N, G of NG). Tabel 30a+b.
- Conform 3.3.1 en 3.3.2 merken we dat meer jongeren Non-user zijn en gemiddeld van slechts 1 platform lid zijn (M=0.9), de LETSers meer soorten platformen gebruiken (M=3.2) en de heterogene groep Non-user is of slechts actief is op één (soort) platform (M=1.7).

Som soort platformen				Youth			
	N	%	Valid %	N	%	Valid %	
Valid 0	126	29	29	64	54	54	
1	101	23	23	25	21	21	
2	76	18	18	14	12	12	
3	56	13	13	9	8	8	
4	32	7	7	1	1	1	
5	20	5	5	3	2,5	2,5	
6	10	2	2	2	2	2	
7	7	2	2	-	-	-	
8	4	1	1	-	-	-	
9	1	0	0	-	-	-	
Total	433	100	100	118	100	100	

LETS				Heterogene			
	N	%	Valid %	N	%	Valid %	
Valid 0	1	1	1	61	29	29	
1	21	20	20	55	26	26	
2	26	24	24	36	17	17	
3	19	18	18	28	13,5	13,5	
4	19	18	18	12	6	6	
5	9	9	9	8	4	4	
6	3	3	3	5	2	2	
7	5	5	5	2	1	1	
8	3	3	3	1	0,5	0,5	
9	1	1	1				
Total	107	100	100	208	100	100	

Table 30a+b: Het aantal soorten platformen waarvan men lid is, gaande van 0 (non-users) tot 9.

⁸ Merk op, dat zijn er 2 minder dan wat ze zelf rapporteerden: ze zeiden geen lid te zijn, maar ze vulden toch in als Gever of Nemer, in een volgende vraag.

3.4. Verbanden tussen de onafhankelijke en de afhankelijke variabelen

Verdere analyses en mogelijke verbanden worden gerapporteerd op/over de totale sample en de 3 subsamples (Youth, LETS, Heterogene groep). We gaan echter vooral dieper in op subgroep-niveau en dan nog voornamelijk op de heterogene groep (tenzij anders vermeld).

3.4.1. Lid van minstens 1 platform (zie ook 3.3.2.)

- **Heterogene groep: vrouwen** zijn meer lid van minstens 1 sharing initiatief zij het als Gever, zij het als Nemer+Gever, dan mannen, waar veel meer non-users zijn ([en dit is van toepassing op de Heterogene groep, dus de vertekening van studenten die mannelijker waren en non-users zijn is in feite weggewerkt](#)). Nemers kennen evenveel mannen als vrouwen, ook op de **algemene** sample.
- **Heterogene groep: ouderen** (44) zijn iets meer non-user dan jongeren (42), of anders gesteld, non-users zijn gemiddeld iets ouder dan users. Dit beeld ziet er anders uit als we de **ganse sample** bekijken: non-users en enkel nemers zijn jong (33 jaar gemiddeld, naar beneden getrokken door de vele studenten die non-user zijn), en de Gevers zijn beduidend ouder, te wijten aan de oudere groep LETSers, die massaal geven en delen.
- **Totale sample:** in het algemeen leven non-users en mensen die enkel Nemen in de deeleconomie afgelegener (minder voorstedelijk) dan Gevers en Nemers én Gevers. Het verband tussen enkel Nemen en meer afgelegen wonen is wellicht te wijten de vele jongeren die enkel Nemen én landelijker wonen. In de **Heterogene** groep blijft enkel het verband tussen non-user zijn en landelijker wonen over. Hoe **stedelijker**, hoe meer deelnemer aan de deeleconomie, zij het als Gever, zij het als Nemer, zij het in beide hoedanigheden.
- **Totale sample:** mensen die een **lager inkomen** hebben en/of dit zo aanvoelen, zijn meer én Gever én Nemer binnen de deeleconomie. Dit effect wordt niet terug gevonden *binnen* de subsamples, en is dus wellicht te wijten aan een kenmerk *tussen* de groepen. De LETS groep is én Gever en Nemer, én minder rijk in dit onderzoek.
- **Heterogene groep:** de enkel-Nemers zijn meest geschoold, gevolgd door de groep non-users. De Gevers (enkel-Gevers en Gevers én Nemers) zijn **laagst geschoold** in de heterogene groep.
- **Heterogene groep:** actief lid zijn binnen het verenigingsleven gaat gepaard met vaker lid zijn van minstens 1 deelplatform.
- **Totale sample:** in het algemeen zijn mensen die Gever zijn meer **Emotioneel Stabiel**. Mensen die Gever en Nemer zijn, zijn het meest **Open**. Wellicht wordt dit veroorzaakt door de LETS groep, die én ouder zijn, wat gepaard gaat met hogere stabiliteit, én Gever zijn. Ze worden ook gekenmerkt met de grootste Openheid (zie ook 3.2.1.).
- **Heterogene groep:** Gevers scoren hoger op de persoonlijkheidsfactor **Aangenaamheid** dan non-users, en die hoger dan personen die énkél deelnemen als Nemer.
- **Heterogene** en **LETS** groep: Non-users en mensen die enkel (weg)Geven hebben meer wantrouwen (distrust) in de medemensen dan Nemers en Nemers en Gevers (NG).
- **Heterogene** en **Jongeren** groep: Gevers en Nemers en Gevers (NG) hebben meer altruïstische en prosociale attitudes dan non-users en énkél Nemers. Dit komt overeen met de prosociale factor van de vrijwilligersschaal (VS): Gevers en Nemers en Gevers (NG) zouden meer omwille van echt altruïstische en prosociale redenen delen, dan non-users en énkél Nemers.
- M.b.t. de **jongeren:** Gevers zouden meer weggeven om negatieve emoties rond het zelf te vermijden, zoals om 'weg te lopen van de eigen problemen' en om 'zich minder eenzaam te voelen'.

	Entire sample	Youth	LETS	Heterogene																														
Geslacht	$\chi^2(3)=20.94; p=.000$ <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Man</td> <td>vrouw</td> </tr> <tr> <td>Non</td> <td>44%</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>22%</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>30.5%</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>4%</td> <td>8%</td> </tr> </table>		Man	vrouw	Non	44%	24%	N	22%	20%	NG	30.5%	49%	G	4%	8%	$\chi^2(3)=1.30; ns$	$\chi^2(3)=3.49; ns$	$\chi^2(3)=13.16; p=.004$ <table border="1"> <tr> <td></td> <td>man</td> <td>vrouw</td> </tr> <tr> <td>Non</td> <td>49%</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>23.5%</td> <td>24.5%</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>20%</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>8%</td> <td>12%</td> </tr> </table>		man	vrouw	Non	49%	24%	N	23.5%	24.5%	NG	20%	40%	G	8%	12%
	Man	vrouw																																
Non	44%	24%																																
N	22%	20%																																
NG	30.5%	49%																																
G	4%	8%																																
	man	vrouw																																
Non	49%	24%																																
N	23.5%	24.5%																																
NG	20%	40%																																
G	8%	12%																																
Leeftijd	$F(3,426)=33.55; p=.000$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>33 jaar</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>33 jaar</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>46 jaar</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>46 jaar</td> </tr> </table>	Non	33 jaar	N	33 jaar	NG	46 jaar	G	46 jaar	$F(3,113)=9.30; p=.033$ die ene G is 25 jaar, de rest is 20 à 21 jaar	$F<1; ns$ allen NG: M=52 jaar	$F(3,202)=2.23; p=.09$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>44 jaar</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>41 jaar</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>42 jaar</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>42 jaar</td> </tr> </table>	Non	44 jaar	N	41 jaar	NG	42 jaar	G	42 jaar														
Non	33 jaar																																	
N	33 jaar																																	
NG	46 jaar																																	
G	46 jaar																																	
Non	44 jaar																																	
N	41 jaar																																	
NG	42 jaar																																	
G	42 jaar																																	
Urbanisatie	$F(3,426)=4.10; p=.007$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>2.81</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>2.95</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>3.10</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>3.29</td> </tr> </table>	Non	2.81	N	2.95	NG	3.10	G	3.29	$F \sim 1$	$F<1$	$F(3,202)=2.13; p=.098$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>2.85</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>3.22</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>3.11</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>3.23</td> </tr> </table>	Non	2.85	N	3.22	NG	3.11	G	3.23														
Non	2.81																																	
N	2.95																																	
NG	3.10																																	
G	3.29																																	
Non	2.85																																	
N	3.22																																	
NG	3.11																																	
G	3.23																																	
SESpers.	$F(3,426)=8.07; p=.000$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>3.38</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>3.56</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>3.06</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>3.43</td> </tr> </table>	Non	3.38	N	3.56	NG	3.06	G	3.43	$F \sim 1$	$F \sim 1$	$F<1$																						
Non	3.38																																	
N	3.56																																	
NG	3.06																																	
G	3.43																																	
SESincome	$F(3,355)=9.36; p=.000$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>5.74</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>6.03</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>4.73</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>5.86</td> </tr> </table>	Non	5.74	N	6.03	NG	4.73	G	5.86	$F<1$	$F<1$	$F<2; n.s.$																						
Non	5.74																																	
N	6.03																																	
NG	4.73																																	
G	5.86																																	
Diploma	-	$F \sim 1$	$F \sim 1$	$F(3,201)=3.13; p=.03$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>5.48</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>6.22</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>5.20</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>5.27</td> </tr> </table>	Non	5.48	N	6.22	NG	5.20	G	5.27																						
Non	5.48																																	
N	6.22																																	
NG	5.20																																	
G	5.27																																	
Passief lid	$F(3,411)=6.41; p=.000$ NG en G meer gewoon lid in verenigingen	$F \sim 1$	$F<1$	$F \sim 1$																														
Actief lid	$F(3,411)=11.10; p=.000$ NG en G meer actief in verenigingen	$F<1$	$F<2$	$F(3,187)=2.13; p=.09$ <table border="1"> <tr> <td>Non</td> <td>2.70</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>2.64</td> </tr> <tr> <td>NG</td> <td>3.09</td> </tr> <tr> <td>G</td> <td>3.36</td> </tr> </table>	Non	2.70	N	2.64	NG	3.09	G	3.36																						
Non	2.70																																	
N	2.64																																	
NG	3.09																																	
G	3.36																																	

	Entire sample	Youth	LETS	Heterogene																								
Extraversie	F ~1	F <1	F <1	F ~1																								
Emo. Stab.	F(3,426)=2.70; p=.05 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.13</td></tr> <tr><td>N</td><td>3.17</td></tr> <tr><td>NG</td><td>3.31</td></tr> <tr><td>G</td><td>3.40</td></tr> </table>	Non	3.13	N	3.17	NG	3.31	G	3.40	F <1	F ~1	F <1																
Non	3.13																											
N	3.17																											
NG	3.31																											
G	3.40																											
Aangenaamheid	F(3,426)=10.13; p=.000 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.83</td></tr> <tr><td>N</td><td>3.94</td></tr> <tr><td>NG</td><td>4.14</td></tr> <tr><td>G</td><td>4.05</td></tr> </table>	Non	3.83	N	3.94	NG	4.14	G	4.05	F(3,113)=3.15; p=.03 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.77</td></tr> <tr><td>N</td><td>4.01</td></tr> <tr><td>NG</td><td>4.03</td></tr> <tr><td>G (1)</td><td>5.00</td></tr> </table>	Non	3.77	N	4.01	NG	4.03	G (1)	5.00	F ~1	F(3,202)=3.39; p=.02 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.90</td></tr> <tr><td>N</td><td>2.89</td></tr> <tr><td>NG</td><td>4.13</td></tr> <tr><td>G</td><td>4.02</td></tr> </table>	Non	3.90	N	2.89	NG	4.13	G	4.02
Non	3.83																											
N	3.94																											
NG	4.14																											
G	4.05																											
Non	3.77																											
N	4.01																											
NG	4.03																											
G (1)	5.00																											
Non	3.90																											
N	2.89																											
NG	4.13																											
G	4.02																											
Consciëntiëusheid	F <1	F <1	F <1	F <1																								
Openheid	F(3,426)=3.53; p=.02 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.50</td></tr> <tr><td>N</td><td>3.55</td></tr> <tr><td>NG</td><td>3.69</td></tr> <tr><td>G</td><td>3.51</td></tr> </table>	Non	3.50	N	3.55	NG	3.69	G	3.51	F <1	F <1	F ~1																
Non	3.50																											
N	3.55																											
NG	3.69																											
G	3.51																											
SAS-rechtvaardig	F(3,416)=3.25; p=.022 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.48</td></tr> <tr><td>N</td><td>3.57</td></tr> <tr><td>NG</td><td>3.67</td></tr> <tr><td>G</td><td>3.47</td></tr> </table>	Non	3.48	N	3.57	NG	3.67	G	3.47	F <1	F <2; ns	F <2; ns																
Non	3.48																											
N	3.57																											
NG	3.67																											
G	3.47																											
SAS-zelfzucht	F(3,411)=14.90; p=.000 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>2.41</td></tr> <tr><td>N</td><td>2.43</td></tr> <tr><td>NG</td><td>2.05</td></tr> <tr><td>G</td><td>2.10</td></tr> </table>	Non	2.41	N	2.43	NG	2.05	G	2.10	F <1	F ~1	F ~1																
Non	2.41																											
N	2.43																											
NG	2.05																											
G	2.10																											
SAS-angst/RA	F(3,404)=6.30; p=.000 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>2.88</td></tr> <tr><td>N</td><td>2.77</td></tr> <tr><td>NG</td><td>2.58</td></tr> <tr><td>G</td><td>2.55</td></tr> </table>	Non	2.88	N	2.77	NG	2.58	G	2.55	F(3,110)=2.17; ns	F <1	F <1																
Non	2.88																											
N	2.77																											
NG	2.58																											
G	2.55																											
SAS-wantrouwen	F(3,417)=14.59; p=.000 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>2.60</td></tr> <tr><td>N</td><td>2.37</td></tr> <tr><td>NG</td><td>2.09</td></tr> <tr><td>G</td><td>2.44</td></tr> </table>	Non	2.60	N	2.37	NG	2.09	G	2.44	F <1	F(3,99)=3.18; p=.03 <table border="1"> <tr><td>Non (1)</td><td>3.00</td></tr> <tr><td>N (1)</td><td>1.63</td></tr> <tr><td>NG</td><td>1.99</td></tr> <tr><td>G (5)</td><td>2.75</td></tr> </table>	Non (1)	3.00	N (1)	1.63	NG	1.99	G (5)	2.75	F(3,199)=2.31; p=.08 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>2.42</td></tr> <tr><td>N</td><td>2.18</td></tr> <tr><td>NG</td><td>2.13</td></tr> <tr><td>G</td><td>2.36</td></tr> </table>	Non	2.42	N	2.18	NG	2.13	G	2.36
Non	2.60																											
N	2.37																											
NG	2.09																											
G	2.44																											
Non (1)	3.00																											
N (1)	1.63																											
NG	1.99																											
G (5)	2.75																											
Non	2.42																											
N	2.18																											
NG	2.13																											
G	2.36																											
SAS-prosociaal / altruïsme	F(3,415)=21.42; p=.000 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.62</td></tr> <tr><td>N</td><td>3.82</td></tr> <tr><td>NG</td><td>4.10</td></tr> <tr><td>G</td><td>4.01</td></tr> </table>	Non	3.62	N	3.82	NG	4.10	G	4.01	F(3,109)=4.54; p=.005 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.49</td></tr> <tr><td>N</td><td>2.86</td></tr> <tr><td>NG</td><td>3.94</td></tr> <tr><td>G (1)</td><td>3.93</td></tr> </table>	Non	3.49	N	2.86	NG	3.94	G (1)	3.93	F <1	F(3,200)=5.06; p=.002 <table border="1"> <tr><td>Non</td><td>3.75</td></tr> <tr><td>N</td><td>3.79</td></tr> <tr><td>NG</td><td>4.08</td></tr> <tr><td>G</td><td>4.00</td></tr> </table>	Non	3.75	N	3.79	NG	4.08	G	4.00
Non	3.62																											
N	3.82																											
NG	4.10																											
G	4.01																											
Non	3.49																											
N	2.86																											
NG	3.94																											
G (1)	3.93																											
Non	3.75																											
N	3.79																											
NG	4.08																											
G	4.00																											

VS_proself+	F(3,425)=3.21; p=.02		F~1	F<1	F~1		
	Non	2.93					
	N	3.02					
	NG	2.79					
	G	2.59					
VS_prosociaal	F(3,425)=19.01; p=.000		F<1	F~1	F(3,201)=6.25; p=.000		
	Non	3.35				Non	3.47
	N	3.45				N	3.43
	NG	3.95				NG	3.96
	G	3.88	G	3.86			
VS_proself-	F<2; ns		F(3,113)=3.86; p=.011	F<1	F~1		
	Non	2.09				Non	2.09
	N	2.22				N	2.22
	NG	2.29				NG	2.29
	G (1)	5.00	G (1)	5.00			

Table 31: Vebanden tussen demo- en psychographics en rol (N, G, N+G of non-user) binnen de deeleconomie

3.4.2. Som soorten platformen (zie ook 3.3.3.)

- **Vrouwen** zitten op meer verschillende soorten platformen, **algemeen** en bij de **heterogene** groep. Bij de **LETS** groep gebeurt het omgekeerde: daar participeren mannen in meer verschillende soorten deelinitiatieven.
- **Algemeen** en binnen de ganse sample nemen de jongeren significant minder deel aan verschillende soorten deelinitiatieven dan **ouderen**, maar binnen de oudere groep, zijn het toch de 'jongeren' die meer platformen frequenteren dan de 'ouderen'. We merken een lichte omgekeerde U-curve m.b.t. leeftijd en aantal verschillende soorten platformen men gebruikt, met een optimum bij 40-70 jarigen, wat grotendeels te wijten is aan de oudere LETSers (zie verder) (al is de regressie coëfficiënt/trend maar $R^2=0.10$).

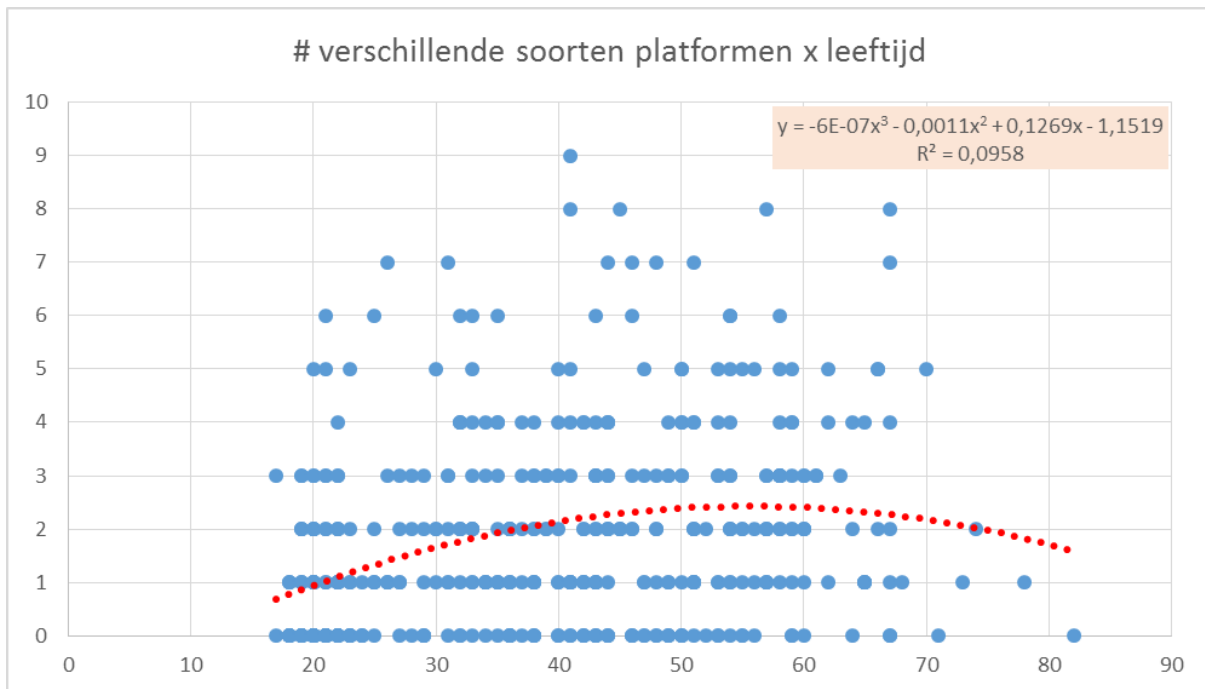


Figure 4: leeftijd en aantal verschillende soorten deelplatformen waarvan men lid is (ganse sample)

- **Algemeen** en m.b.t. de **Heterogene** groep: hoe **stedelijker** men woont, op hoe meer deelplatformen men actief is. Dit geldt niet voor de **LETS**-groep, daar geldt het omgekeerde: hoe **landelijker**, hoe meer soorten deelinitiatieven men frequenteert, al bereikt deze trend slechts marginaal significantie.
- **Algemeen**: hoe **rijker** men *is* of hoe rijker men zich *voelt*, hoe minder soorten platformen men gebruikt. Bij de **Jongeren** groep ligt dat iets anders: hoe rijker men zichzelf beschouwt, hoe meer soorten platformen men gebruikt ... maar meestal als Nemer! Hetzelfde geldt m.b.t. het diploma: hoe hoger, hoe meer platformen jongeren gebruiken.
- **Algemeen**; hoe actiever men is als **actief of passief lid** binnen het verenigingsleven, hoe meer deelinitiatieven men gebruikt. Dit geldt vooral bij de **LETS** groep en bij de **Heterogene** groep.
- Bij de **Jongeren** geldt vervolgens: hoe hoger men scoort op **Aangenaamheid** (karaktertrek) en hoe hoger men Altruïsme in het vaandel draagt (attitude), hoe groter de participatie aan meer verschillende soorten deelplatformen.
- Bij de **LETS** leden: hoe hoger men scoort op **Aangenaamheid, Nauwgezetheid en Openheid** (karaktertrekken), en hoe meer Altruïstische attitudes men heeft, hoe meer soorten platformen men gebruikt.
- De **Heterogene** groep vertoont volgend patroon: meer **Extravert zijn, Aangenaam zijn en Open** zijn, gaat gepaard met meer verschillende soorten platformen, maar meer **Nauwgezet** zijn gaat gepaard met **minder** verschillende soorten deelinitiatieven gebruiken. Hoe meer wantrouwen men heeft in de medemens, hoe minder platformen men gebruikt. Hoe meer altruïstische attitudes, hoe meer platformen men gebruikt. Mocht men aan *sharing* doen, dan zouden die die nu meer soorten platformen gebruiken, dit meer doen omwille van echt prosociale redenen, maar ook omwille van de positieve neveneffecten op het zelf dat dergelijk deelgedrag teweegbrengt (zoals nieuwe vrienden vinden, goed op het cv staan, ervaringen opdoen).

	Entire sample		Youth	LETS	Heterogene
Geslacht	F(1,431)=3.31; p=.07	♂ 1.60 ♀ 1.95	F<1; ns ♂ .92 ♀ .95	F(1,105)=3.68; p=.06 ♂ 3.77 ♀ 2.95	F(1,206)=6.32; p=.013 ♂ 1.18 ♀ 1.85
Leeftijd	r(431)=.28; p=.000	Ouder, meer	r(116)=.13; ns	r<-.10, ns	r<-.10; ns
Urbanisatie	r(431)=.15; p=.000	Stedelijker, meer	r<.10; ns	r(105)=-.16; p=.10	r(206)=.24; p=.000
SESperc	r(431)=-.16; p=.001	Rijker, minder	r(116)=.19; p=.04	r<-.10	r=-.10
SESincome	r(358)=-.15; p=.005	Rijker, minder	r<.10	r=.10	r(178)=-.11; ns
Diploma	-	-	r(116)=.14; ns	r=.10	r<.10
Passief lid	r(416)=.22; p=.000	Meer gewoon lid binnen verenigingen, meer	r(116)=.15; ns	r(105)=.15; ns	r(191)=.11; ns
Actief lid	r(416)=.28; p=.000	Meer actief lid binnen verenigingen, meer	r<.10	r(105)=.28; p=.003	r(191)=.18; p=.01

Table 32

	Entire sample	Youth	LETS	Heterogene
Extraversie	r(431)=.14; p=.003	r(116)=.14; ns	r<.10	r(206)=.19; p=.006
Emo. Stab	r(431)=.12; p=.013	r(116)=.13; ns	r<-.10	r=.11
Aangenaamheid	r(431)=.24; p=.000	r(116)=.21; p=.02	r(105)=.18; p=.06	r(206)=.17; p=.014
Conscientieusheid	r<.10	r<-.10	r(105)=.19; p=.05	r(206)=-.13; p=.06
Openheid	r(431)=.18; p=.000	r=.10	r(105)=.19; p=.05	r(206)=.18; p=.009
SAS-rechtvaardig	r<.10	r<.10	r<.10	r<.10
SAS-zelfzucht	r(416)=-.24; p=.000	r<.10	r(101)=-.13; ns	r<-.10
SAS-angst/RA	r(409)=-.21; p=.000	r=-.10	r(101)=-.11; ns	r<-.10
SAS-wantrouwen	r(422)=-.22; p=.000	r=-.10	r<-.10	r(203)=-.12; p=.10
SAS-prosociaal/ altruïsme	r(420)=.37; p=.000	r(116)=.37; p=.000	r(100)=.38; p=.000	r(204)=.21; p=.003
VS_proself+	r<-.10	r<.10	r(105)=-.12; ns	r(205)=.15; p=.03
VS_prosociaal	r(430)=.26; p=.000	r<.10	r(105)=.15; ns	r(205)=.19; p=.005
VS_proself-	r<-.10	r<.10	r<-.10	r<-.10

Table 33: Verbanden tussen demo- en psychographics en aantal soorten deelplatformen waarvan men (geen) lid is

3.4.3. Samenvattend

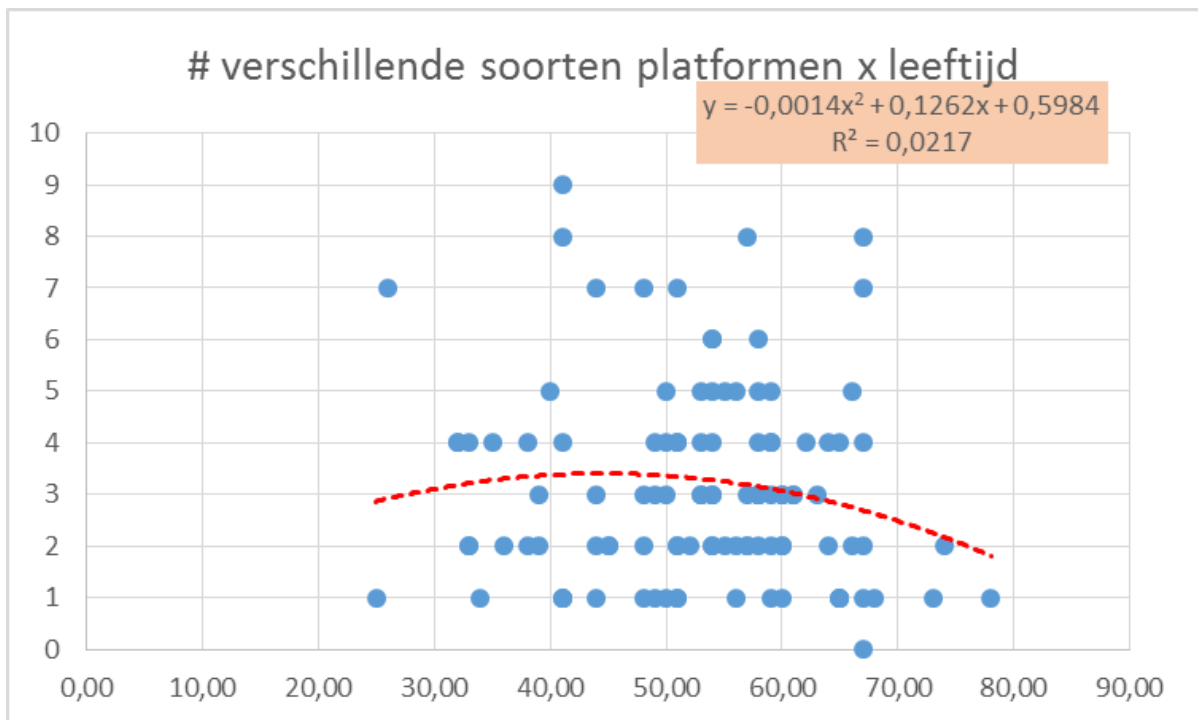
	Jongeren	LETS	Heterogene
Gever	1%	5%	11%
Nemer	32%	1%	24%
Nemer/Gever	12%	93%	35%
Non-user	56%	1%	30%
Gemiddeld aantal platformen	.94	3.15	1.69

Jongeren:

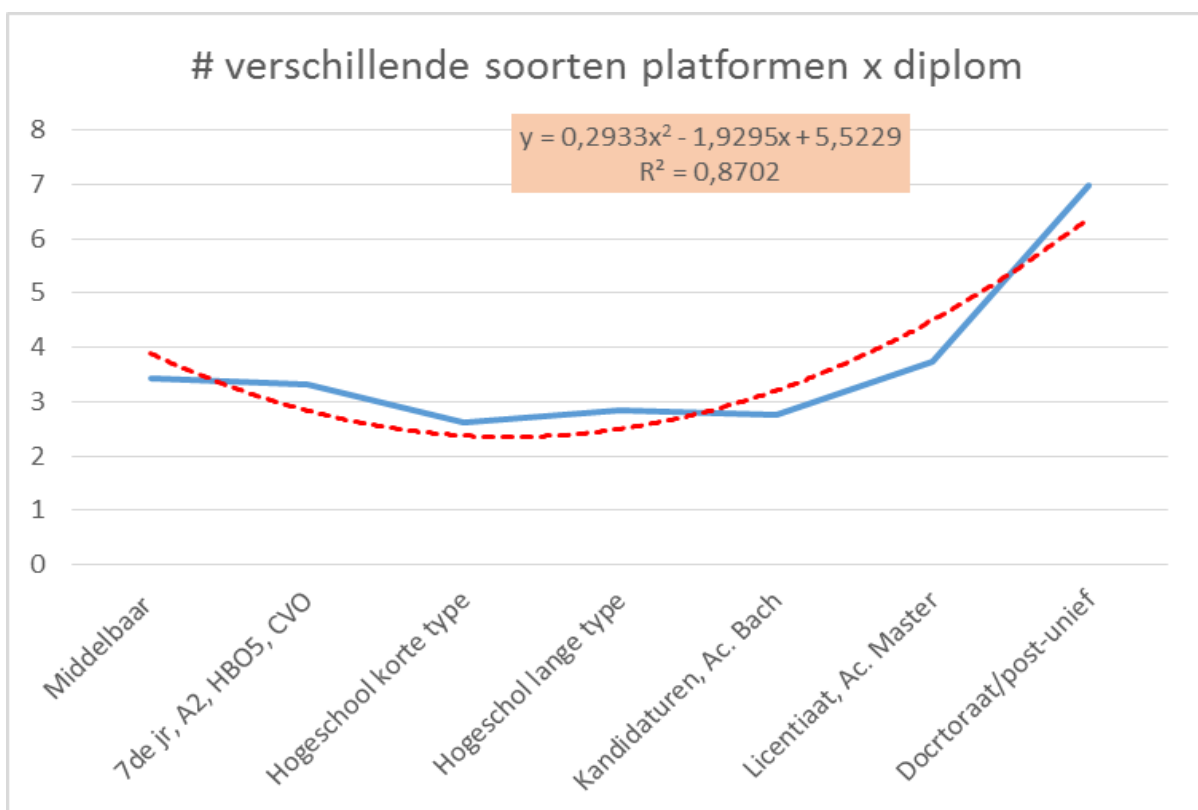
- Zijn vooral non-user (56% - zelf ingevuld, of 54% - via aantal platformen verrrekend) en is op geen enkel platform actief) of Nemer (32%)
- Zijn dan enkel Nemer van accommodatie (27%), ritten (9%) of Facebook weggeefgroepen (16% N+G à 19% N).
- Zij die zichzelf rijker voelen, gebruiken *meer verschillende soorten* deelplatformen
- Als ze Gever zijn, scoren ze hoger op Aangenaamheid en Altruïsme, maar, zijn ze ook iets meer proself- gemotiveerd (*prosocial with benefits*).

LETSers:

- Zijn vooral Gevers (5% is enkel Gever, 94% is Gever en Nemer), of 99% is op zeker een platform lid (uiteraard: LETS).
- Zijn Gever binnen timesharing (93%), maar ook binnen Facebook weggeefgroepen (21% met burens à 35% publieke groepen), binnen lenen van goederen (32%) en binnen gratis accommodatie (14%), ze zijn ook Nemer (20%) of Nemer en Gever (5%) van betalende accommodatie.
- Gevers die enkel geven (slechts 5 personen) hebben minder wantrouwen in de medemens dan die ene Nemer en het gros van de Nemer en Gevers
- Mannen, mensen van 'op de buiten' en die mensen die actiever zijn in het verenigingsleven als actief lid, zitten op nog meer deelplatformen.
- Leeftijd: jongere LETSers en oudere LETSers frequenteren *minder soorten* platformen, het optimum ligt hier tussen 40 en 70 jarigen (zie ook boven, op totale groep berekend, al bereikt R^2 maar 0.02).
- Het diploma vertoont een U-curve: ofwel zijn het mensen met een lager diploma of hoger opgeleiden die lid zijn van *meer soorten* platformen ($R^2=.87$).
- LETSers die *nog* hoger scoren op Aangenaamheid, Nauwgezetheid en Openheid, die Altruïstischer en Prosocialer zijn, frequenteren *nog meer verschillende soorten* platformen



Figuur 5: leeftijd en aantal verschillende soorten deelplatformen waarvan men lid is (LETS-groep)



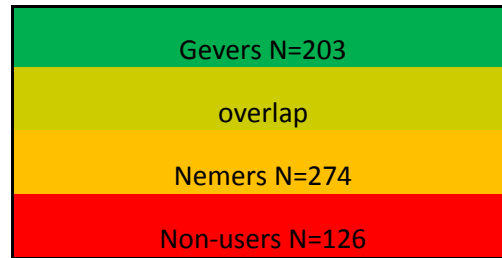
Figuur 6: diploma en aantal verschillende soorten deelplatformen waarvan men lid is (LETS-groep)

Heterogene groep:

- 30% is non-users (of 29% is op geen enkel platform lid); 24% is Nemer; 35% is Nemer en Gever; 11% is Gever.
- Zijn vooral Nemer van accommodatie (36%+3%), voeding (9%+2%) en ritten (10%+2%); zijn (Nemer en) Gever van Facebook weggeefgroepen (23% met burens à 34% in publieke groepen).
- Vrouwen zijn meer Gever en Nemer/Gever dan mannen. Mannen zijn meer non-user.
- Non-users (30%) zijn gemiddeld 44 jaar en hebben een hogere educatie of scholing gehad. Ze hebben meer wantrouwen in de medemens
- Nemers zijn gemiddeld 41 jaar, zijn hoger geschoold, hebben minder wantrouwen (om te Nemen)
- Gever en Nemer én Gever zitten vooral op weggeefgroepen op Facebook (gratis krijgen dus), zijn gemiddeld 42 jaar, kenden de laagste educatie; zijn meest Aangenaam, Altruïstisch en Prosociaal en ze zijn actiever in het verenigingsleven, althans als helper of dus als actieve medewerker.
- Vrouwen, mensen uit de (voor)steden en mensen die actief zijn in het verenigingsleven (als helper) gebruiken significant *meer* verschillende soorten deelplatformen.
- Mensen die hoger scoren op Aangenaamheid, Extraversie, en Openheid en die meer Altruïstisch, Proself+ en Prosociaal zijn, frequenteren *meer* verschillende soorten deelplatformen
- Mensen die meer wantrouwen hebben en hoger scoren op Nauwgezetheid, zijn van *minder* soorten platformen lid.

Motieven, hefbomen en belemmeringen

Bovenstaande analyses waren gebaseerd op vragen die aan alle respondenten zijn gesteld (3.3.1, 3.3.2 en 3.3.3 en 3.4.). **Onderstaande** analyses zijn niet op alle respondenten gebeurd, maar per rol bevraagd (Nemer, Gever of non-user). Op basis van de antwoorden die ze gaven, diende elke groep (non-users, N en/of G) een andere set motieven in te vullen. Onderstaande tabel geeft het aantal respondenten weer die dergelijke motieven invulden als Gever, Nemer of non-user. Merk op: Gevers en Nemers overlappen, er werden dus 603 motieven ingevuld omdat sommige respondenten (van de 433), nl 170, 2 reeksen motivaties invulden: eens als Gever, eens als Nemer.



3.5. Belemmeringen bij de non-users

Onderstaande analyses betreffen 126 respondenten die de motieven invulden om **niet** deel te nemen aan de *sharing economy*, die hun belemmeringen of angsten daaromtrent quoteerden. Per subsample levert dit volgende cijfers op: 65 jongeren en 61 uit de **heterogene** subsample zijn non-user. De LETSers zijn per definitie gebruiker (nl. op z'n minst al van timebanking/LETS).

	Entire	Youth	LETS	Heterogene
Gever	203	10	103	90
Nemer	274	51	101	122
Non	126	65	-	61
Total responses	603	126	204	273

Table 34: aantal antwoorden op de motieven van respondenten die antwoordden als Gever én/of als Nemer of als non-user

3.5.1. Beschrijvende analyses

De motieven om **niet** deel te nemen aan *the sharing economy* werden bevraagd aan die respondenten die te kennen gaven non-user te zijn: N=126.

De top redenen om **niet** deel te nemen aan de deelinitiatieven zijn: geen behoefte aan hebben, op z'n vrijheid staan, te veel meldingen op de gsm/app vrezén, beperkingen vrezén om zelf te gaan en te staan waar men wilt, te veel werk/tijd/rompslomp, privacy issues, bezorgdheid om schade en 'uit gewoonte' (waarden >3 op een 5-puntenschaal). Tabel 35.

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Dev.
		5,00	
non-use [Ik had er nog geen behoefte aan]	126	4,26	0,91
non-use [Ik sta op mijn vrijheid]	126	3,57	1,13
non-use [Te veel mails en meldingen op de app/smartphone/pc]	126	3,37	1,26
non-use [Beperking om te gaan en staan waar ik wil]	126	3,34	1,21
non-use [Ik doe niet mee aan de deeleconomie, uit gewoonte]	126	3,30	1,32
non-use [Het kost te veel extra werk]	126	3,25	1,18
non-use [Ik ben bezorgd om eventuele schade]	126	3,21	1,25
non-use [Het kost te veel tijd]	126	3,18	1,18
non-use [Privacy, ik wil alleen zijn]	126	3,17	1,23
non-use [Het lijkt me een rompslomp, om deel te nemen aan de deeleconomie]	128	3,08	1,34
non-use [Ik ben bezorgd om de hygiëne]	126	2,96	1,28
non-use [Liever alles volgens het klassieke boekje]	126	2,90	1,30
non-use [Ik ben bezorgd om verzekeringen]	126	2,77	1,20
non-use [Ik durf geen zaken te vragen aan particulieren]	126	2,52	1,13
non-use [Ik denk dat het te ingewikkeld is]	126	2,47	1,12
non-use [Ik vertrouw eigenlijk geen particulieren of gewone mensen, zonder beroepservaring]	126	2,43	1,15
non-use [Het is hier ongeschikt om te delen: mijn huis(houden) ligt te slordig, mijn kookkunsten zijn niet zo goed, mijn auto is te oud of te vuil]	126	2,32	1,18
non-use [Ben ik wel 'in orde' m.b.t. belastingen]	126	2,32	1,18
non-use [Ik denk dat het te duur is, op een of andere manier]	126	2,11	1,05
non-use [Ik ben tegen dergelijke deelplatformen, deelinitiatieven respecteren doorgaans niet de gebruiker of de deelnemer zijn/haar rechten]	126	2,06	1,17
non-use [Ik heb al eens een slechte ervaring gehad]	126	1,95	1,19
non-use [Ik maak me zorgen dat anderen zouden denken dat ik dit doe uit winstbejag]	126	1,90	0,93
non-use [Ik zou beschaamd zijn dat mijn omgeving weet dat ik iets ontleende of kreeg]	126	1,61	0,83
Valid N (listwise)	126		

Table 35: top redenen om niet deel te nemen aan de deelinitiatieven

3.5.2. Factor structuur

Gebruik makend van een Principale Componenten Analyse (Factor Analyse), werden de 23 motieven om niet deel te nemen aan *the sharing economy* gereduceerd tot 5 factoren, met een cumulatieve verklaarde variances van 58%. Table 36 en 37 geven de factor gewichten weer bekomen via een Oblimin Rotation Methode (Pattern Matrix). De 5 factoren zijn:

- Factor1: Vrijheidsbeperking/Privacy
- Factor2: (Financieel) Imago
- Factor3: Bezorgdheden
- Factor4: Gewoonte/Klassiek
- Factor5: Ongemak

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
	1	6,051	26,310	26,310	6,051	26,310	26,310
2	2,418	10,512	36,822	2,418	10,512	36,822	3,574
3	1,943	8,447	45,269	1,943	8,447	45,269	3,440
4	1,575	6,849	52,118	1,575	6,849	52,118	2,648
5	1,374	5,976	58,094	1,374	5,976	58,094	3,371
6	1,159	5,037	63,131				
7	1,054	4,581	67,712				
8	1,003	4,363	72,075				
9	,823	3,580	75,655				
10	,767	3,334	78,989				
11	,655	2,850	81,839				
12	,632	2,747	84,586				
13	,536	2,330	86,916				
14	,489	2,127	89,043				
15	,437	1,898	90,941				
16	,403	1,753	92,694				
17	,334	1,453	94,146				
18	,322	1,399	95,545				
19	,288	1,250	96,795				
20	,264	1,148	97,943				
21	,226	,982	98,925				
22	,163	,709	99,634				
23	,084	,366	100,000				

Table 36 Extraction Method: Principal Component Analysis. a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance

Pattern Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
non-use [Ik sta op mijn vrijheid]	,758	,029	-,172	,077	-,107
non-use [Privacy, ik wil alleen zijn]	,692	,101	,025	,103	-,209
non-use [Beperking om te gaan en staan waar ik wil]	,663	-,023	-,220	-,016	-,192
non-use [Ik denk dat het te duur is, op een of andere manier]	-,064	,790	-,036	,013	-,050
non-use [Ik maak me zorgen dat anderen zouden denken dat ik dit doe uit winstbejag]	,038	,769	,033	,135	,174
non-use [Ik zou beschaamd zijn dat mijn omgeving weet dat ik iets ontleende of kreeg]	,210	,728	,123	,146	,170
non-use [Het is hier ongeschikt om te delen: mijn huis(houden) ligt te slordig, mijn kookkunsten zijn niet zo goed, mijn auto is te oud of te vuil]	,037	,564	,033	-,191	-,182
non-use [Ik durf geen zaken te vragen aan particulieren]	-,252	,465	-,127	,247	-,234
non-use [Ik heb al eens een slechte ervaring gehad]	,353	,373	-,141	-,141	,237
non-use [Ik ben tegen dergelijke deelplatformen, deelinitiatieven respecteren doorgaans niet de gebruiker of de deelnemer zijn/haar rechten]	,275	,305	-,217	,291	,057
non-use [Ik ben bezorgd om verzekeringen]	,020	,010	-,849	,013	,224
non-use [Ik ben bezorgd om de hygiëne]	,254	-,069	-,770	-,123	,189
non-use [Ik ben bezorgd om eventuele schade]	,154	,018	-,552	,190	-,296
non-use [Liever alles volgens het klassieke boekje]	,012	-,040	-,547	,430	-,119
non-use [Ben ik wel 'in orde' m.b.t. belastingen]	-,195	,440	-,453	-,231	-,332
non-use [Ik doe niet mee aan de deeleconomie, uit gewoonte]	,153	,094	,278	,734	,196
non-use [Ik denk dat het te ingewikkeld is]	-,150	,207	-,095	,590	-,098
non-use [Ik had er nog geen behoefte aan]	,021	-,175	-,132	,554	-,106
non-use [Ik vertrouw eigenlijk geen particulieren of gewone mensen, zonder beroepservaring]	,065	,094	-,378	,390	-,235
non-use [Het kost te veel extra werk]	,091	-,027	,058	,032	-,882
non-use [Het kost te veel tijd]	,191	-,026	,097	,002	-,867
non-use [Het lijkt me een rompslomp, om deel te nemen aan de deeleconomie]	,164	,220	-,012	,302	-,498
non-use [Te veel mails en meldingen op de app/smartphone/pc]	,448	-,023	,049	-,060	-,489

Table 37 Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 50 iterations

De **Cronbach's α** analyses tonen een betrouwbaarheidsscore voor de constructen tussen .74 en .84, met een uitzondering voor de factor 'Gewoonte', die een betrouwbaarheid of interne consistentie heeft van .53. Er werd een betrouwbaardere score bekomen voor de 'Bezorgdheden' subschaal *mét* 'ik vertrouw eigenlijk geen particulieren of gewone mensen' dan *zonder* dat item (zonder item .76, *mét* .78) en een onveranderde betrouwbaarheid als dit item wel versus niet bij de factor of subschaal 'Gewoonte/Klassiek' wordt gerekend (met .53; zonder .53). Vandaar dat er voor gekozen werd om 'ik vertrouw eigenlijk geen particulieren' bij de factor 'Bezorgdheden' te rekenen – wat logischer lijkt - en dus bij die geaggregeerde data worden verrekend. Verdere analyses worden gedaan op de aggregeerde scores horend bij de desbetreffende factoren.

De **factoren** die het meest doorwegen om niet deel te nemen aan de deeleconomie zijn:

- gesteld zijn op zijn (bewegings)vrijheid en privacy;
- gewoonte en het klassieke aanbod gebruiken;
- de ongemakken dat delen met zich meebrengt.

Dat is zo bij zowel de jongeren als de heterogene groep.

	N of items	Cronbach's α	Geaggregeerde score			
			Entire N126	Youth N65	LETS NO	Heterogene N61
Vrijheid	3	.84	3.36	3.46	-	3.26
Imago	7	.74	2.07	2.06	-	2.08
Bezorgdheden	6	.78	2.76	2.86	-	2.66
Gewoonte	3	.53	3.34	3.48	-	3.20
Ongemak	4	.80	3.23	3.21	-	3.26

Table 38

3.5.3. Verbanden tussen *demo- en sociographics* en motieven om *niet* deel te nemen

Geslacht	Entire N126	Youth N65	LETS NO	Heterogene N61
Vrijheid	F<1	F(1,63)<2; ns	-	F<1
Imago	F<1	F<1	-	F<1
Bezorgd	F<1	F<1	-	F<1
Gewoonte	F<1	F<1	-	F<1
Ongemak	F<1	F<1	-	F<1

Leeftijd	Entire N126	Youth N65	LETS NO	Heterogene N61
Vrijheid	r(124)<-.10; ns	r(63)<-.10; ns	-	r(59)<-.10; ns
Imago	r(124)<-.10; ns	r(63)=-.16; ns	-	r(59)=-.14; ns
Bezorgd	r(124)=-.14; ns	r(63)=.12; ns	-	r(59)=-.13; ns
Gewoonte	r(124)=-.13; ns	r(63)=.12; ns	-	r(59)<.10; ns
Ongemak	r(124)<-.10; ns	r(63)=-.12; ns	-	r(59)=-.14; ns

Urbanisatie	Entire N126	Youth N65	LETS NO	Heterogene N61
Vrijheid	r(124)<.10	r(63)<.10	-	r(59)=.13; ns
Imago	r(124)<.15; p=.09	r(63)<.10	-	r(59)=-.30; p=.02
Bezorgd	r(124)<.10	r(63)=-.12; ns	-	r(59)=-.30; p=.02
Gewoonte	r(124)<.10	r(63)<.10	-	r(59)=-.22; p=.09
Ongemak	r(124)<.10	r(63)=-.21; p=.09	-	r(59)=-.22; p=.09

Table 39a+b+c

Hoe stedelijker men woont hoe meer non-users (**algemeen**) *niet delen* omdat ze inzitten over hun (financiële) imago. **Jongeren** die meer stedelijk wonen hechten minder belang aan de Ongemak belemmering. In de **Heterogene** groep geldt dat hoe stedelijker men woont, hoe meer men bezorgd is om het (financiële) imago, om allerlei (hygiënische of fiscale) bezorgdheden, hoe meer ze uit gewoonte niet delen en hoe meer ze vrezen dat het veel ongemak met zich mee zal brengen en dat het tijdsintensief zal zijn.

SES perc	Entire N126	Youth N65	LETS N0	Heterogene N61
Vrijheid	r<.10	r<-.10	-	r(59)=.13; ns
Imago	r<-.10	r<.10	-	r(59)=-.15; ns
Bezorgd	r(124)=.12; ns	r(63)=.15; ns	-	r<.10
Gewoonte	r<.10	r<-.10	-	r(59)=.16; ns
Ongemak	r<-.10	r<-.10	-	r<-.10

SES income	Entire N126	Youth N65	LETS N0	Heterogene N61
Vrijheid	r(90)=.17; ns	r(41)=.22; ns	-	r(47)=.16; ns
Imago	r<-.10	r(41)=.13; ns	-	r(47)=-.19; ns
Bezorgd	r<-.10	r<.10	-	r(47)=-.11; ns
Gewoonte	r<-.10	r<.10	-	r<-.10
Ongemak	r<.10	r<.10	-	r<.10

Diploma	Entire N126	Youth N65	LETS N0	Heterogene N61
Vrijheid	-	r<.10	-	r<.10
Imago	-	r(63)=-.18; ns	-	r<-.10
Bezorgd	-	r(63)=.13; ns	-	r(59)=-.12; ns
Gewoonte	-	r<-.10	-	r(59)=.14; ns
Ongemak	-	r<-.10	-	r(59)=.30; p=.02

Table 40a+b+c

Hoe hoger het diploma, hoe meer de **Heterogene** groep **niet** deelt omwille van het ongemak dat dat met zich mee zou brengen (tijd, moeite).

Passief Actief lid	Entire N126	Youth N65	LETS N0	Heterogene N61
Vrijheid	r(119)=-.10; ns P r(119)=-.10; ns A	r<.10; ns P r<-.10; ns A	-	r(54)=-.22; p=.10 P r(54)=-.14; ns A
Imago	r<.10; ns P r<-.10; ns A	r<-.10; ns P r<.11; ns A	-	r(54)=-.12; ns P r<.10; ns A
Bezorgd	r<.10; ns A r<.10; ns A	r<.10; ns P r<.10; ns A	-	r<.10; ns P r=.10; ns A
Gewoonte	r(119)=-.18; p=.05 P r<-.10; ns A	r<-.10; ns P r(63)=-.22; p=.09 A	-	r<-.10; ns P r<-.10; ns A
Ongemak	r<-.10; ns A r<-.10; ns A	r<-.10; ns P r=-.18; ns A	-	r<.10; ns P r<.10; ns A

Table 41

Hoe actiever of passiever men lid is van het verenigingsleven, hoe minder 'gewoonte' een rol speelt om er voor te kiezen niet aan de deeleconomie deel te nemen. Dit geldt **algemeen** en voor **Jongeren**.

Deze non-motieven correleren ook met bepaalde factoren van de *Big Five*, de *Social Attitude Scale* en de *Voluntary Scale* scores:

- hoe Extravertter men is, hoe meer men *niet deelt*, omwille van allerlei bezorgdheden die men heeft m.b.t. delen, zoals 'wat te doen bij schade', 'wat met de hygiëne', 'ben ik wel in orde met de belastingen',
- hoe Emotioneel Stabieler, hoe minder men *niet deelt* omwille van financieel imago, bezorgdheden en ongemak,
- personen die hoger scoren op Aangenaamheid, zouden minder *niet deelnemen* aan deelinitiatieven omwille van 'gewoonte',

		non vrijheid	non imago	non bezorgdheid	non gewoonte	non ongemak
Extraversie	Correlation	.037	.030	.262**	-.096	-.121
	Sig.	.681	.741	.003	.285	.176
	N	126	126	126	126	126
EmoStab	Correlation	-.140	-.150	-.256**	.036	-.174
	Sig.	.119	.094	.004	.693	.051
	N	126	126	126	126	126
Aangenaam	Correlation	-.133	.001	.065	-.165	-.108
	Sig.	.138	.990	.472	.064	.229
	N	126	126	126	126	126
Conscientieus	Correlation	.011	-.282**	.038	-.101	-.062
	Sig.	.903	.001	.673	.262	.487
	N	126	126	126	126	126
Openess	Correlation	-.046	-.096	.035	.044	.150
	Sig.	.610	.286	.695	.622	.093
	N	126	126	126	126	126
SAS_equality	Correlation	-.114	-.051	-.083	.001	-.177*
	Sig.	.206	.577	.358	.996	.050
	N	124	124	124	124	124
SAS_selfish	Correlation	.290**	.261**	.386**	.106	.189*
	Sig.	.001	.004	.000	.249	.039
	N	120	120	120	120	120
SAS_fear	Correlation	.034	.132	.288**	.093	.164
	Sig.	.714	.155	.002	.316	.078
	N	117	117	117	117	117
SAS_distrust	Correlation	.268**	.299**	.410**	.062	.290**
	Sig.	.003	.001	.000	.491	.001
	N	124	124	124	124	124
SAS_altruism	Correlation	-.206*	-.133	-.136	-.099	-.126
	Sig.	.023	.144	.135	.279	.166
	N	122	122	122	122	122
VS_proself_pos	Correlation	-.010	.044	.016	.083	-.014
	Sig.	.909	.626	.856	.358	.876
	N	126	126	126	126	126
VS_prosocial	Correlation	-.150	-.122	-.200*	-.034	-.177*
	Sig.	.094	.175	.025	.705	.047
	N	126	126	126	126	126
VS_proself_neg	Correlation	.168	.347**	.190*	.084	.151
	Sig.	.059	.000	.033	.351	.092
	N	126	126	126	126	126

Table 42 **. significant at the 0.01 level, * at 0.05 level (2-tailed).

- personen die meer Nauwgezet zijn, zitten minder in met hun imago ('mijn huis ligt niet proper genoeg', 'men zal denken dat ik een opportunist ben', 'of arm ben')
- personen die zelfzuchtiger (competitiever, hebzuchtiger en vinden dat ze meer rechten hebben dan anderen), zijn meer non-user omwille van hun vrijheid die ze daarmee opgeven, van hun imago, van het ongemak dat zoiets met zich meebrengt en omwille van allerlei bezorgdheden. Dit geldt ook voor personen die meer wantrouwen hebben in de medemens en ook voor personen die aan delen zouden doen om zichzelf beter te doen voelen, om minder eenzaam te zijn (proself-),
- personen die meer altruïstisch zijn zouden **minder niet deelnemen** aan de deeleconomie omwille van de vrijheidsbeperking, mensen die meer prosociaal zijn omwille van vrijheidsbeperking, bezorgdheden en ongemak, en mensen die meer pro rechtvaardigheid en gelijkheid zijn omwille van ongemak.

3.5.4. Samenvattend

De **top redenen** om *niet* deel te nemen aan de deelinitiatieven zijn: geen behoefte aan hebben, op z'n vrijheid staan, te veel meldingen op de gsm/app vrezes, beperkingen vrezes om zelf te gaan en te staan waar men wilt en 'uit gewoonte'.

De **factoren** die het meest doorwegen om niet deel te nemen aan de deeleconomie zijn:

- gesteld zijn op zijn (bewegings)vrijheid en privacy;
- gewoonte en het klassieke aanbod gebruiken;
- de ongemakken dat delen met zich meebrengt.

Dat is zo bij zowel de jongeren als de heterogene groep.

	Entire N126	Youth N65	LETS N0	Heterogene N61
Vrijheid	3.36	3.46	-	3.26
Imago	2.07	2.06	-	2.08
Bezorgdheden	2.76	2.86	-	2.66
Gewoonte	3.34	3.48	-	3.20
Ongemak	3.23	3.21	-	3.26

Table 43

Er zijn niet zoveel verbanden te bespeuren tussen de onafhankelijke variabelen en de motieven of belemmeringen om niet deel te nemen aan de deeleconomie. Enkel:

- Hoe meer **stedelijk** mensen uit de **heterogene** groep wonen, hoe meer ze *niet* deelnemen omwille van (financieel) imago en allerlei bezorgdheden en hoe *groter* het belang van Gewoonte en Ongemak dan die die landelijker wonen, als reden om niet deel te nemen aan delen.
- **Jongeren** die stedelijker wonen, hechten net *minder* belang aan het Ongemak dat sharen met zich meebrengt dan die die landelijker wonen die niet deelnemen.
- Hoe hoger het **diploma**, hoe *meer* de **heterogene** groep het ongemak vreest.
- Hoe actiever **jongeren** zijn in het **verenigingsleven**, hoe *minder* ze 'uit gewoonte of omdat het klassieke aanbod voldoet' als belemmering ervaren om deel te nemen aan de deeleconomie. Algemeen lijkt het ook zo m.b.t. gewoon lid zijn van verenigingen: mensen die in veel verenigingen zitten, als gewoon lid, hebben minder 'gewoonte' als belemmering dan mensen die in minder verenigingen zitten.
- De meeste motieven om *niet deel te nemen* zijn nog sterker aanwezig bij de mensen die laagste scoren op altruïsme, prosociale attitudes, pro rechtvaardigheid, en die hoger scoren op selfishness, wantrouwen in de medemens en 'delen om zichzelf minder eenzaam te voelen' (proself-).

3.6. Motieven van de Nemers

Onderstaande analyses betreffen 274 respondenten die de motieven invulden om deel te nemen aan *the sharing economy* als Nemer. Merk op dat men én Nemer én Gever kan zijn en dat deze bevraging niet mutueel exclusief is. Het totaal aantal responses ligt hoger dan het totaal aantal respondenten in dit deel van de rapportering.

	Entire	Youth	LETS	Heterogene
Gever	203	10	103	90
Nemer	274	51	101	122
Non	126	65	-	61
Total responses	603	126	204	273

Table 44

3.6.1. Beschrijvende analyses

De motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Nemer werden bevraagd aan die respondenten die te kennen gaven Nemer te zijn: N=274.

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Dev.
		5,00	
N-use [Omdat ik er geld mee uitspaar]	274	3,63	1,18
N-use [Omdat ik tegen de wegwerpmentaliteit en/of massaproductie ben]	274	3,60	1,48
N-use [Om de ecologische voetafdruk te verkleinen]	274	3,40	1,45
N-use [Omdat ik in een betere wereld geloof waar iedereen deelt, als gelijken]	274	3,33	1,44
N-use [Om iets authentieks te beleven of krijgen]	274	3,26	1,24
N-use [Omwille van het gemak]	274	3,20	1,17
N-use [Omwille van de coöperatief en het collaboratieve]	274	3,17	1,28
N-use [Om iets unieks te ervaren]	274	3,01	1,26
N-use [Omwille van de samenhang en sociale cohesie binnen zo een groep]	274	2,99	1,27
N-use [Om nieuwe mensen, smaken, culturen te leren kennen]	274	2,96	1,36
N-use [Om andere mensen (de gevers) te helpen of te steunen]	274	2,88	1,32
N-use [Omdat de technologie (GSM, app) van het deelplatform zeer makkelijk is]	274	2,83	1,33
N-use [Omwille van een soort wederkerigheid: ik krijg iets, ik geef iets]	274	2,80	1,35
N-use [Om ideeën op te doen]	274	2,76	1,35
N-use [Omwille van eigenbelang]	274	2,54	1,23
N-use [Omdat ik er veel nieuwe kennissen en zelfs vrienden door maak]	274	2,43	1,31
N-use [Omdat het gemakkelijker is dan iets te kopen in de winkel]	274	2,38	1,18
N-use [Omdat ik die zaken/diensten die ik nodig heb niet in de klassieke winkels vind]	274	2,30	1,29
N-use [Omdat ik nieuwsgierig ben naar de gevers]	274	2,27	1,23
N-use [Omdat het me veel moeite/inspanning bespaart]	274	2,27	1,23
N-use [Omdat het me veel tijd bespaart, in vergelijking met een zoektocht via klassieke winkels]	274	2,18	1,23
N-use [Omdat de meeste van deze initiatieven ratings hebben (review, beoordelingen, sterren) wat een belangrijke bron van informatie voor me is]	274	2,08	1,31
N-use [Omdat iedereen het doet, het is het nieuwe normaal]	274	1,86	1,09
N-use [Omdat ik zoveel mogelijk (gratis) wil krijgen]	273	1,75	1,01
N-use [Omdat ik genoodzaakt ben op dit platform te gaan omdat ik weinig geld heb]	274	1,73	0,98
N-use [Omdat ik de platformeigenaar (initiatiefnemer) ken en die een plezier wil doen]	274	1,59	0,96
N-use [Omdat lenen/krijgen/kopen op dit platform een soort verslaving geworden is voor mij]	274	1,41	0,78
N-use [Omdat ik de gekregen/gekochte spullen later zelf doorverkoop]	274	1,23	0,61
Valid N (listwise)	273		

Table 45

De **top redenen** om deel te nemen aan de deeleconomie als Nemer zijn: geld uitsparen, ecologische motieven (tegen de wegwerpmaatschappij zijn, de ecologische voetafdruk verlagen), cohesie (een betere wereld willen, coöperatief en collaboratief zijn), gemak en uniciteit (om iets authentieks of unieks te bekomen) (waarden >3 op een 5-puntenschaal).

3.6.2. Factor structuur

Total Variance Explained							
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	5,589	19,961	19,961	5,589	19,961	19,961	5,048
2	4,441	15,861	35,822	4,441	15,861	35,822	3,500
3	2,281	8,145	43,967	2,281	8,145	43,967	3,806
4	1,431	5,109	49,076	1,431	5,109	49,076	2,713
5	1,356	4,843	53,919	1,356	4,843	53,919	2,063
6	1,251	4,466	58,385				
7	,987	3,524	61,909				
8	,956	3,415	65,325				
9	,872	3,114	68,439				
10	,837	2,989	71,428				
11	,745	2,662	74,090				
12	,720	2,570	76,660				
13	,697	2,490	79,150				
14	,664	2,371	81,521				
15	,618	2,206	83,727				
16	,555	1,981	85,707				
17	,540	1,929	87,636				
18	,498	1,778	89,415				
19	,479	1,711	91,126				
20	,460	1,642	92,768				
21	,417	1,491	94,259				
22	,370	1,323	95,582				
23	,280	1,000	96,582				
24	,244	,873	97,455				
25	,229	,818	98,273				
26	,184	,659	98,932				
27	,178	,636	99,568				
28	,121	,432	100,000				

Table 46 Extraction Method: Principal Component Analysis. a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance

Pattern Matrix^a

	1	2	3	4	5
N-use [Omdat ik tegen de wegwerpmentaliteit en/of massaproductie ben]	,883	,025	,118	-,051	-,049
N-use [Omdat ik in een betere wereld geloof waar iedereen deelt, als gelijken]	,856	,023	-,021	-,056	-,010
N-use [Om de ecologische voetafdruk te verkleinen]	,846	-,017	,163	,026	-,021
N-use [Omwille van de coöperatief en het collaboratieve]	,673	-,044	-,148	-,049	,063
N-use [Omwille van een soort wederkerigheid: ik krijg iets, ik geef iets]	,647	,073	,040	,065	-,056
N-use [Om andere mensen (de gevers) te helpen of te steunen]	,646	,039	-,076	-,038	,131
N-use [Omwille van de samenhang en sociale cohesie binnen zo een groep]	,641	-,118	-,408	-,125	,110
N-use [Omdat ik er veel nieuwe kennissen en zelfs vrienden door maak]	,439	-,153	-,430	,137	,229
N-use [Omdat het me veel moeite/inspanning bespaart]	,033	,889	,067	-,001	,019
N-use [Omdat het me veel tijd bespaart, in vergelijking met een zoektocht via klassieke winkels]	,080	,878	-,071	-,064	,016
N-use [Omwille van het gemak]	-,139	,604	-,094	,184	-,243
N-use [Omdat het gemakkelijker is dan iets te kopen in de winkel]	,459	,512	,049	,143	-,075
N-use [Omdat ik die zaken/diensten die ik nodig heb niet in de klassieke winkels vind]	,103	,412	,138	,178	,374
N-use [Omdat de technologie (GSM, app) van het deelplatform zeer makkelijk is]	-,301	,344	-,242	-,092	,156
N-use [Om iets unieks te ervaren]	-,115	,033	-,847	,042	-,156
N-use [Om iets authentieks te beleven of krijgen]	-,044	-,009	-,825	,065	-,125
N-use [Om nieuwe mensen, smaken, culturen te leren kennen]	,275	,083	-,697	-,072	,101
N-use [Omdat de meeste van deze initiatieven ratings hebben (review, beoordelingen, sterren) wat een belangrijke bron van informatie voor me is]	-,282	,416	-,518	-,111	-,071
N-use [Omdat ik nieuwsgierig ben naar de gevers]	,126	-,082	-,505	,170	,264
N-use [Om ideeën op te doen]	,171	,091	-,423	,188	,330
N-use [Omdat iedereen het doet, het is het nieuwe normaal]	-,195	,208	-,277	,081	,252
N-use [Omdat ik zoveel mogelijk (gratis) wil krijgen]	-,039	-,087	-,029	,786	-,013
N-use [Omwille van eigenbelang]	-,100	,194	,018	,564	-,097
N-use [Omdat ik genoodzaakt ben op dit platform te gaan omdat ik weinig geld heb]	,061	-,003	-,177	,555	-,071
N-use [Omdat ik de gekregen/gekochte spullen later zelf doorverkoop]	-,080	-,014	,126	,512	,289
N-use [Omdat ik er geld mee uitspaar]	,104	,112	-,160	,497	-,679
N-use [Omdat ik de platformeigenaar (initiatiefnemer) ken en die een plezier wil doen]	,070	-,038	-,085	,042	,560
N-use [Omdat lenen/krijgen/kopen op dit platform een soort verslaving geworden is voor mij]	,174	,138	-,010	,262	,340

Table 47 Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 14 iterations

Gebruik makend van een Principale Componenten Analyse (Factor Analyse), werden de 29 motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Nemer gereduceerd tot 5 factoren, met een cumulatieve verklaarde variantie van 54%. Table 47 geeft de factorgewichten weer bekomen via een Oblimin Rotation Methode (Pattern Matrix). De 5 factoren zijn:

Factor1: Ideologie (Ecologie en Cohesie)

Factor2: Gemak

Factor3: Nieuwsgierigheid

Factor4: Financieel

Factor5: Nieuwe Normaal

Cronbach's α scores werden berekend op de voorgestelde structuur. De Cronbach's α analyses tonen een betrouwbaarheidsscore voor de constructen tussen .59 en .88, met een uitzondering voor de factor 'Nieuwe Normaal', die een betrouwbaarheid of interne consistentie heeft van slechts .39. Indien 'Omdat iedereen het doet, het is het nieuwe normaal' bij de Factor Nieuwsgierigheid (Factor 3) weggelaten wordt, krijgt deze Factor een ietwat hogere Cronbach's α waarde (van .79 naar .80). De Cronbach's α van Factor 5 verhoogt ook indien dit item daar opgenomen wordt (.39 i.p.v. .31). Dit item wordt daarom en omwille van conformiteit met de structuur bij de Gevers (zie 3.7.2.) tot de Factor Nieuwe Normaal gerekend. Verdere analyses worden gedaan op de geaggregeerde scores horend bij de desbetreffende factoren.

	N of items	Cronbach's α	Geaggregeerde score			
			Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie: ecologie/cohesie	8	.88	3.07	2.48	3.80	2.72
Gemak	6	.73	2.53	2.72	2.38	2.58
Nieuwsgierig	6	.80	2.72	3.00	2.68	2.64
Financieel	5	.59	2.16	2.40	2.17	2.08
Nieuwe Normaal	3	.39	1.62	1.77	1.59	1.57

Table 48

3.6.3. Verbanden tussen *demo- en sociographics* en motieven om te Nemen

Geslacht	Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie	F<1	F~1	F<1	F<2
Gemak	F<1	F<1	F<1	F(1,120)=2.39; ns
Nieuwsgierig	F<1	F<1	F<1	F<2
Financieel	F<1	F<1	F(1,99)=2.17; ns	F<1
N Normaal	F<1	F<1	F<1	F<2

Leeftijd	Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie	r(272)=-.41; p=.000	r<-.10	r<.10	r(120)=.13; ns
Gemak	r(272)=-.13; p=.034	r<.10	r<-.10	r<-.10
Nieuwsgierig	r(272)=-.11; p=.06	r<-.10	r(99)=-.15; ns	r<.10
Financieel	r(272)=-.13; p=.034	r<-.10	r<-.10	r<-.10
N Normaal	r<-.10; ns	r(49)=-.11; ns	r<.10	r<-.10

Hoe ouder men is (**algemeen**), hoe minder men Gemak, Nieuwsgierigheid, Financieel gewin als motief ervaart, en hoe meer Ideologisch van aard het motief is om deel te nemen aan *sharing* als Nemer.

Urbanisatie	Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie	r(272)=-.11; p=.07	r<-.10	r<-.10	r(120)=.13; ns
Gemak	r<.10	r(49)=.12; ns	r<.10	r<.10
Nieuwsgierig	r<.10	r(49)=.16; ns	r(99)=-.18; p=.08	r(120)=.14; ns
Financieel	r<.10	r<.10	r(99)=.14; ns	r<.10
N Normaal	r<-.10	r<-.10	r<.10	r<.10

Hoe stedelijker men woont, hoe meer Ideologisch de motieven zijn om te Nemen (**algemeen**) en hoe minder **LETSers** gemotiveerd zijn omwille van het nieuwe en Nieuwsgierigheid.

SES perc	Entire sample N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie	r(272)=-.34; p=.000	r(49)=-.18; ns	r(99)=-.16; ns	r(120)=-.20; p=.03
Gemak	r<.10	r<.10	r<-.10	r(120)=.12; ns
Nieuwsgierig	r<-.10	r<.10	r(99)=-.12; ns	r<-.10
Financieel	r<-.10	r(49)=.19; ns	r(99)=-.30; p=.002	r<-.10
N Normaal	r<.10	r(49)=.12; ns	r<-.10	r<-.10

SES income	Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie	r(242)=-.35; p=.000	r(41)=.11; ns	r(88)=-.16; ns	r(109)=-.33; p=.000
Gemak	r<.10	r<-.10	r<-.10	r<.10
Nieuwsgierig	r<-.10	r(41)=-.16; ns	r(88)=-.19; p=.07	r<.10
Financieel	r<-.10	r<-.10	r(88)=-.19; p=.07	r<.10
N Normaal	r<-.10	r<-.10	r<-.10	r<.10

Hoe rijker men zichzelf *percipieert* en hoe rijker men *is*, hoe minder Ideologisch de motieven van de Nemer zijn (**algemeen** en in de **Heterogene** groep), en m.b.t. tot de **LETSers** hoe minder Financiële en Nieuwsgierigheidsmotieven spelen, als Nemer.

Diploma	Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie	-	r(49)=-.13; ns	r<-.10	r(119)=-.15; p=.10
Gemak	-	r(49)=.14; ns	r<.10	r(219)=.21; p=.02
Nieuwsgierig	-	r(49)=.21; ns	r(98)=-.17; p=.10	r(119)=.15; p=.10
Financieel	-	r(49)=.22; ns	r(98)=-.19; p=.06	r(118)=-.14; ns
N Normaal	-	r<.10	r<-.10	r<.10

Hoe hoger het diploma, hoe minder **LETSers** Nemen omwille van de Nieuwsgierigheid of omwille van het Financiële. In de **Heterogene** groep geldt: hoe hoger het diploma, hoe minder men Neemt omwille van het Ideologische (duurzaamheid en cohesie), maar hoe meer omwille van het Gemak en Nieuwsgierigheid!

Hoe meer men lid is van het verenigingsleven, zij het actief, zij het passief, hoe meer men Nemer is binnen de deeleconomie omwille van *bijna* alle motieven, behalve Financiële. Dit geldt binnen de ganse **sample** en binnen de **LETS en Heterogene** samples.

Passief Actief	Entire N126	Youth N51	LETS N101	Heterog. N113
Ideologie	$r(263)=.31; p=.000$ P $r(263)=.36; p=.000$ A	$r(49)=-.15; ns$ P $r(49)=-.21; ns$ A	$r(99)=.31; p=.002$ P $r(99)=.26; p=.008$ A	$r(111)=.32; p=.001$ P $r(111)=.39; p=.000$ A
Gemak	$r<.10; ns$ P $r<.10; ns$ A	$r(49)<-.24; p=.09$ P $r<.12; ns$ A	$r<.10; ns$ P $r(99)=.21; p=.03$ P	$r(111)=.11; ns$ P $r<.10; ns$ A
Nieuwsg.	$r(263)=.14; p=.03$ P $r(263)=.12; p=.05$ A	$r<.10; ns$ P $r=.10; ns$ A	$r(99)=.20; p=.04$ A $r(99)=.18; p=.08$ P	$r(111)=.14; ns$ P $r(111)=.15; p=.10$ A
Financieel	$r<.10; ns$ P $r<.10; ns$ A	$r(49)=.11; ns$ P $r<.10; ns$ A	$r<.10; ns$ P $r<-.10; ns$ A	$r<.10; ns$ P $r<.10; ns$ A
N Normaal	$r<.10; ns$ P $r(263)=.14; p=.03$ A	$r<.10; ns$ P $r<-.10; ns$ A	$r(99)=.12; ns$ P $r(99)=.28; p=.005$ A	$r<.10; ns$ P $r(111)=.17; p=.07$ A

Table 49

Vervolgens correleren de motieven om als Nemer deel te nemen aan deelplatformen op de volgende manier met de *Big Five*, de *Social Attitude Scale* en de *Voluntary Scale* scores:

- Extravertere personen gaan meer Nemen omwille van het Nieuwe en omwille van Financiële motieven
- Aangename personen gaan meer Nemer zijn omwille van Ideologische motieven
- Open personen zijn eerder Nemer omwille van het Ideologische en het Nieuwe
- Nauwgezette personen zien 'het Nieuwe Normaal, omwille van de ratings op de app, en omdat we de platformeigenaar kennen' minder als motief (dan minder Nauwgezette personen)
- Mensen die meer gekenmerkt worden door attitudes van angst en risico aversie, wantrouwen en zelfzucht, hebben minder Ideologische motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Nemer. Financiële en Gemak motieven spelen bij hen een grotere rol. Eerder altruïstisch/prosociaal ingestelde mensen Nemen meer uit Ideologie en uit Nieuwsgierigheid.

		N ideology	N gemak	N nieuwsgierig	N financial	N newnormal
Extraversie	Correlation	,054	,094	,170**	,137*	,079
	Sig.	,377	,121	,005	,024	,192
	N	274	274	274	273	274
EmoStab	Correlation	,015	-,001	-,013	-,046	-,061
	Sig.	,810	,985	,830	,450	,316
	N	274	274	274	273	274
Aangenaam	Correlation	,213**	-,061	,016	-,053	-,043
	Sig.	,000	,317	,792	,379	,475
	N	274	274	274	273	274
Conscientieus	Correlation	,014	,016	-,062	,001	-,108
	Sig.	,818	,790	,305	,987	,075
	N	274	274	274	273	274
Openess	Correlation	,138*	-,025	,133*	-,012	,024
	Sig.	,023	,678	,028	,845	,690
	N	274	274	274	273	274
SAS_equality	Correlation	,173**	,051	,181**	,016	,176**
	Sig.	,005	,405	,003	,789	,004
	N	266	266	266	265	266
SAS_selfish	Correlation	-,351**	,131*	,052	,201**	,057
	Sig.	,000	,033	,401	,001	,352
	N	267	267	267	267	267
SAS_fear	Correlation	-,147*	,080	-,020	,100	-,020
	Sig.	,017	,197	,747	,106	,749
	N	262	262	262	262	262
SAS_distrust	Correlation	-,225**	,100	-,027	,140*	,052
	Sig.	,000	,101	,664	,022	,399
	N	267	267	267	266	267
SAS_altruism	Correlation	,463**	,049	,258**	,006	,073
	Sig.	,000	,423	,000	,922	,237
	N	267	267	267	266	267
VS_proself_pos	Correlation	,156**	,346**	,500**	,190**	,289**
	Sig.	,010	,000	,000	,002	,000
	N	274	274	274	273	274
VS_prosocial	Correlation	,552**	-,028	,141*	-,005	,092
	Sig.	,000	,641	,020	,933	,129
	N	274	274	274	273	274
VS_proself_neg	Correlation	,031	,154*	,218**	,114	,162**
	Sig.	,607	,011	,000	,060	,007
	N	274	274	274	273	274

Table 50 **. significant at the 0.01, * at 0.05 level (2-tailed).

Deze motieven om als Nemer deel te nemen aan deelplatformen correleren op de volgende manier met het **totaal aantal verschillende soorten platformen** waar iemand lid van is⁹. Hoe ideologischer (als Nemer), hoe meer platformen men gebruikt (zowel de Jongeren, LETSers als Heterogene groep). Voor jongeren geldt ook nog dat mensen met (nog) meer platformen ook meer Nieuwsgierig zijn.

Correlations

som soort platformen		Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterog. N122
N_ideology	Correlation	,402**	,268	,272**	,417**
	Sig. (2-tailed)	,000	,057	,006	,000
	N	274	51	101	122
N_gemak	Correlation	,025	,187	,000	,090
	Sig. (2-tailed)	,681	,188	,999	,323
	N	274	51	101	122
N_nieuwsgierig	Correlation	,093	,338*	,038	,114
	Sig. (2-tailed)	,124	,015	,709	,210
	N	274	51	101	122
N_financial	Correlation	,006	,209	-,095	,059
	Sig. (2-tailed)	,921	,142	,343	,519
	N	273	51	101	121
N_newnormal	Correlation	,042	,154	-,035	,117
	Sig. (2-tailed)	,489	,280	,728	,200
	N	274	51	101	122

Table 51 **: significant at the 0.01, * at 0.05 level (2-tailed).

⁹ Merk op, in deze analyse zijn Gever en Nemer samen genomen onder de variabele 'lid zijn van een of meer platformen'.

3.6.4. Samenvattend

De **top redenen** om deel te nemen aan de deeleconomie als Nemer zijn: geld uitsparen, ecologische motieven (tegen de wegwerpmaatschappij zijn, de ecologische voetafdruk verlagen), cohesie (een betere wereld willen, coöperatief en collaboratief zijn), gemak en uniciteit.

De **factoren** die het meest doorwegen om te Nemen zijn:

- Bij de LETSers en Heterogene groep Ideologie (ecologie en sociale cohesie) en Nieuwsgierigheid,
- bij de Jongeren Nieuwsgierigheid en Gemak.
- Het Financiële motief is – hoewel niet groot – bij de jongeren het grootst, gevolgd door de LETS-Nemers.

	N of items	Cronbach's α	Entire N274	Youth N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie: ecologie/cohesie	8	.88	3.07	2.48	3.80	2.72
Gemak	6	.73	2.53	2.72	2.38	2.58
Nieuwsgierig	6	.80	2.72	3.00	2.68	2.64
Financieel	5	.59	2.16	2.40	2.17	2.08
Nieuwe Normaal	3	.39	1.62	1.77	1.59	1.57

Table 52

Volgende verbanden tussen de onafhankelijke variabelen en de motieven om deel te nemen aan de deeleconomie als Nemer werden gevonden:

- **(totale sample)** Hoe **ouder** men is, hoe meer Ideologische motieven een rol spelen voor de Nemer (men neemt omwille van het milieu of omwille van sociale contacten en sociale cohesie) en hoe minder men Gemak, Financiën, Nieuwsgierigheid of New Normal als leidmotief heeft. Binnen de sub-samples gelden deze verbanden niet, ze zijn dus **globaal**.
- Hoe **stedelijker** men woont, hoe meer Ideologisch de motieven zijn om te Nemen (**totale sample**) en hoe minder **LETSers** gemotiveerd zijn omwille van de Nieuwsgierigheid
- Hoe **rijker** men is en/of men zich zo voelt, hoe *minder* het Ideologische motief speelt om te Nemen. Dit komt ook tot uiting bij de **totale sample** en bij de **Heterogene** groep. Bij **LETSers** zien we het volgende: hoe **armer** men is, hoe meer het Financiële motief een rol speelt.
- Hoe hoger de **educatie**, hoe meer Gemak en Nieuwsgierigheid een rol spelen bij de **Heterogene** groep, en hoe minder het Ideologische motief om te Nemen. Bij de **LETSers**: hoe hoger het diploma, hoe minder het Financiële motief en hoe minder het Nieuwsgierigheidsmotief.
- **(totale groep en alle subgroepen)** In hoe meer **verenigingen** men zit, zij het actief, zij het passief, hoe groter bijna alle motieven een rol spelen, behalve het Financiële motief.
- Mensen die meer gekenmerkt worden door attitudes van angst en risico aversie, wantrouwen en zelfzucht, hebben minder Ideologische motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Nemer. Financiële en Gemak motieven spelen bij hen een grotere rol. Eerder altruïstisch/prosociaal ingestelde mensen Nemen meer uit Ideologie en uit Nieuwsgierigheid.
- Hoe Ideologischer (als Nemer), hoe **meer** platformen men gebruikt (zowel de **Jongeren**, **LETSers** als **Heterogene** groep). Voor jongeren geldt ook nog dat mensen die op meer platformen zitten, ook meer op zoek zijn naar Nieuwigheden.

3.7. Motieven van de Gevers

Onderstaande analyses betreffen 203 respondenten die de motieven invulden om deel te nemen aan *the sharing economy* als Gever. Merk op dat men én Nemer én Gever kan zijn en dat deze bevraging niet mutueel exclusief is. Het totaal aantal responses ligt hoger dan het totaal aantal respondenten in dit deel van de rapportering.

	Entire	Youth	LETS	Heterogene
Gever	203	10	103	90
Nemer	274	51	101	122
Non	126	65	-	61
Total responses	603	126	204	273

Table 53

3.7.1. Beschrijvende analyses

De motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Gever werden bevraagd aan die respondenten die te kennen gaven Gever te zijn: N=203.

De top redenen om deel te nemen aan de deeleconomie als Gever zijn van Ecologische en Sociale aard: bv., omdat men tegen een wegwerpcultuur is, om de ecologische voetafdruk te verkleinen, voor de sociale cohesie, voor het cooperatieve, om mensen te helpen, omdat men in een wereld gelooft waar mensen delen, ... (waarden >3 op een 5-puntenschaal). Zie Tabel 54.

3.7.2. Factor structuur

Gebruik makend van een Principale Componenten Analyse (Factor Analyse), werden de motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Gever gereduceerd tot 5 factoren, met een cumulatieve verklaarde variaties van 52%. Tabel 56 geeft de factor gewichten weer bekomen via een Oblimin Rotation Methode (Pattern Matrix). De 5 factoren zijn:

Factor1: Sociaal (cohesie & contacten/nieuwsgierigheid)

Factor2: Gemak

Factor3: Financieel (een centje of veel bijverdienen)

Factor4: Ecologie

Factor5: Nieuwe Normaal (ratings/passie)

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Dev.
		5,00	
G-use[Omdat ik tegen de wegwerpmentaliteit en/of massaproductie ben]	203	4,34	0,99
G-use[Om de ecologische voetafdruk te verkleinen]	203	4,18	1,03
G-use[Omdat ik in een betere wereld geloof waar iedereen deelt, als gelijken]	203	4,00	1,08
G-use[Om andere mensen (de nemers) te helpen of te steunen]	203	3,92	0,97
G-use[Omwille van de coöperatie en het collaboratieve]	203	3,56	1,24
G-use[Omwille van de samenhang en sociale cohesie binnen zo een groep]	203	3,36	1,29
G-use[Omwille van een soort wederkerigheid: ik geef iets, ik krijg iets]	203	3,06	1,29
G-use[Om iets authentieks te geven en te laten beleven]	203	2,93	1,23
G-use[Om een nieuwe ervaring op te doen]	203	2,93	1,29
G-use[Omdat ik er veel nieuwe kennissen en zelfs vrienden door maak]	203	2,84	1,31
G-use[Omdat het me niet zoveel moeite/inspanning kost]	203	2,72	1,23
G-use[Om nieuwe mensen, smaken, culturen te leren kennen]	203	2,70	1,38
G-use[Omwille van het gemak]	203	2,69	1,32
G-use[Omdat het me niet zoveel tijd kost]	203	2,61	1,21
G-use[Om ideeën op te doen]	203	2,59	1,30
G-use[Omdat het gemakkelijker is dan iets te verkopen of te verhuren als zelfstandige of via het klassieke circuit]	203	2,56	1,35
G-use[Omdat ik nieuwsgierig ben naar de nemers]	203	2,46	1,33
G-use[Omdat het goedkoper is dan mijn spullen weg te gooien]	203	2,43	1,36
G-use[Omdat de technologie (GSM, app) van het deelplatform zeer makkelijk is]	203	2,41	1,35
G-use[Uit een soort passie]	203	2,36	1,27
G-use[Omdat ik denk dat men die zaken die ik geef/deel niet in de klassieke winkels vindt]	203	2,31	1,24
G-use[Omwille van eigenbelang]	203	2,14	1,12
G-use[Omdat iedereen het doet, het is het nieuwe normaal]	203	1,89	1,06
G-use[Omdat ik er een extra centje mee verdien]	203	1,87	1,14
G-use[Omdat ik de platformeigenaar (initiatiefnemer) ken en die een plezier wil doen]	203	1,65	1,08
G-use[Omdat uitlenen/delen een soort verslaving geworden is voor mij]	203	1,61	0,95
G-use[Omdat ik momenteel krap bij kas zit, ik ben wel genooddaakt uit te lenen of te verhuren]	203	1,60	0,93
G-use[Omdat de meeste van deze initiatieven ratings hebben (review, beoordelingen, sterren) wat een belangrijke bron van informatie voor me is]	203	1,56	0,98
G-use[Als opstap naar een carrière, ik bekijk of ik daar later mijn beroep van kan maken]	203	1,36	0,79
G-use[Omdat ik zoveel mogelijk goede ratings en recensies wil krijgen]	203	1,34	0,76
G-use[Omdat ik zoveel mogelijk geld wil verdienen]	203	1,32	0,72
Valid N (listwise)	203		

Table 54

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Sq Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
	1	6,258	20,186	20,186	6,258	20,186	20,186
2	4,002	12,910	33,096	4,002	12,910	33,096	3,167
3	2,702	8,715	41,811	2,702	8,715	41,811	2,853
4	1,672	5,394	47,205	1,672	5,394	47,205	3,699
5	1,405	4,533	51,738	1,405	4,533	51,738	2,897
6	1,280	4,129	55,867				
7	1,133	3,654	59,521				
8	1,043	3,364	62,885				
9	,980	3,161	66,046				
10	,915	2,952	68,998				
11	,856	2,762	71,759				
12	,798	2,576	74,335				
13	,757	2,443	76,778				
14	,720	2,323	79,100				
15	,681	2,196	81,297				
16	,670	2,161	83,458				
17	,631	2,035	85,493				
18	,551	1,777	87,270				
19	,463	1,494	88,764				
20	,460	1,484	90,248				
21	,425	1,371	91,619				
22	,414	1,336	92,955				
23	,374	1,208	94,163				
24	,358	1,154	95,316				
25	,291	,940	96,256				
26	,274	,883	97,139				
27	,241	,776	97,915				
28	,221	,712	98,627				
29	,187	,603	99,230				
30	,151	,488	99,718				
31	,088	,282	100,000				

Table 55 Extraction Method: Principal Component Analysis. a. When components are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix ^a	1	2	3	4	5
G27-use[Om nieuwe mensen, smaken, culturen te leren kennen]	,796	-,079	-,208	,032	,125
G18-use[Omdat ik er veel nieuwe kennissen en zelfs vrienden dr maak]	,779	-,046	,104	,042	-,098
G4-use[Om een nieuwe ervaring op te doen]	,751	-,085	-,047	-,008	-,046
G2-use[Omwille van de samenhangigheid en sociale cohesie binnen zo een groep]	,749	-,045	,173	,213	-,092
G19-use[Omdat ik nieuwsgierig ben naar de nemers]	,743	,111	,054	-,128	-,037
G24-use[Om ideeën op te doen]	,663	-,060	-,277	-,077	,061
G3-use[Om iets authentieks te geven en te laten beleven]	,605	-,134	-,184	-,041	-,152
G1-use[Omwille van de coöperatie en het collaboratieve]	,518	,068	,153	,346	-,023
G28-use[Omdat de meeste initiatieven ratings hebben (review, beoordelingen, sterren) wat een belangrijke bron van info voor me is]	,371	,170	-,364	-,125	-,031
G-use[Omdat het me niet zoveel tijd kost]	-,080	,882	,118	-,029	-,108
G-use[Omdat het me niet zoveel moeite/inspanning kost]	-,124	,848	,147	-,011	-,163
G-use[Omwille van het gemak]	-,126	,742	-,209	-,009	,007
G-use[Omdat het gemakkelijker is dan iets te verkopen of te verhuren als zelfstandige of via het klassieke circuit]	,079	,536	-,334	,169	,044
G-use[Omdat het goedkoper is dan mijn spullen weg te gooien]	,087	,460	-,204	-,113	,286
G-use[Omdat ik er een extra centje mee verdien]	-,096	,121	-,765	-,077	,028
G-use[Omdat ik zoveel mogelijk geld wil verdienen]	-,148	,054	-,679	-,135	-,206
G-use[Omdat ik momenteel krap bij kas zit, ik ben wel genoodzaakt uit te lenen of te verhuren]	,084	-,038	-,649	,104	,002
G-use[Omwille van eigenbelang]	,001	,125	-,541	-,017	-,071
G-use[Omdat ik denk dat men die zaken die ik geef/deel niet in de klassieke winkels vindt]	,282	,117	-,501	,084	,248
G-use[Als opstap naar een carrière, ik bekijk of ik er later mijn beroep van kan maken]	,139	-,039	-,457	-,030	-,123
G-use[Omdat ik zoveel mogelijk goede ratings en recensies wil krijgen]	,201	-,066	-,399	-,220	-,355
G-use ^R [Om andere mensen (de nemers) te helpen of te steunen]	,224	,195	,334	,297	,006
G-use[Omwille van een soort wederkerigheid: ik geeft iets, ik krijg iets]	,069	,049	-,281	,204	-,095
G-use[Omdat ik tg de wegwerpmentaliteit en/of massaproductie ben]	-,119	-,062	-,043	,884	-,002
G-use[Om de ecologische voetafdruk te verkleinen]	-,108	-,043	-,026	,865	-,034
G-use[Omdat ik in een betere wereld geloof waar ieder deelt, als gelijken]	,228	-,026	,026	,704	-,057
G-use[Omdat uitlenen/delen een soort verslaving geworden is voor mij]	-,170	,075	-,180	,200	-,665
G-use[Uit een soort passie]	,160	-,173	-,242	,157	-,571
G-use[Omdat de technologie (GSM, app) van het deelplatform zeer makkelijk is]	,056	,430	-,009	-,187	-,503
G-use[Omdat iedereen het doet, het is het nieuwe normaal]	,164	,237	,009	,102	-,494
G-use[Omdat ik de platformeigenaar (initiatiefnemer) ken en die een plezier wil doen]	,208	-,020	,025	-,115	-,325

Table 56 Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization. Rotation converged in 22 iterations

Cronbach's α scores werden berekend op de voorgestelde structuur (nadat een enkel item diende omgekeerd gecodeerd te worden). De Cronbach's α analyses tonen een betrouwbaarheidsscore voor de constructen tussen .72 en .88, met een uitzondering voor de factor 'Nieuwe Normaal', die een betrouwbaarheid of interne consistentie heeft van .52. We zetten 'omdat de technologie (GSM, app) van het deelplatform zeer makkelijk is' i.p.v. bij de Factor 5 (Nieuwe Normaal) bij Factor 2 (Gemak), omdat hij daar logisch het meest past en ook hoog op laadt (rode vak, 2^e kolom, 3^{de} laatste item). Tevens stijgt de Cronbach's α daardoor lichtjes op Factor 2 (van .77 naar .78). Op Factor 5 daalt hij wel door deze ingreep (van .59 naar .52). Verdere analyses worden gedaan op de geaggregeerde scores horend bij de desbetreffende factoren.

Op de geaggregeerde scores zien we dat het Ecologisch motief om te geven meest doorweegt, bij **alle subgroepen**. Daarna volgt de Sociale component (bij **LET'Sers** en **Jongeren**) of de Gemak component (bij **Jongeren** en de **Heterogene** groep).

	N of items	Cronbach's α	Entire N203	Youth N10	LET'S N103	Heterogene N90
Sociaal	9	.88	2.77	2.92	3.03	2.45
Gemak	6	.78	2.57	2.93	2.32	2.81
Financieel	9	.72	1.90	2.57	1.97	1.74
Ecologie	3	.81	4.17	3.43	4.38	4.02
N Normal	4	.52	1.88	2.15	1.87	2.04

3.7.3. Verbanden tussen *demo- en sociographics* en motieven om te Geven

Geslacht	Entire N203	Youth N10	LET'S N103	Heterogene N90
Sociaal	F(1,201)=1.06; ns	F(1,8)=2.51; ns	F<1	F<1
Gemak	F(1,201)<1; ns	F<1	F<1	F<1
Financieel	F(1,201)=1.17; ns	F<1	F<1	F<1
Ecologie	F(1,201)<1; ns	F<1	F(1,101)=1.75; ns	F<1
N Normal	F(1,201)<1; ns	F<1	F<1	F<1

Leeftijd	Entire N203	Youth N10	LET'S N103	Heterogene N90
Sociaal	r(201)= .15; p=.03		r<.10; ns	r<.10; n.s
Gemak	r(201)= -.20; p=.004		r<.10; ns	r<.10; n.s
Financieel	r(201)= -.05; ns	r(8)=.35; ns	r(101)=-.12; ns	r(88)=.11; n.s
Ecologie	r(201)= .24; p=.001	r(8)=-.38; ns	r<.10; ns	r(88)=.14; n.s
N Normal	r(201)= -.03; ns		r<.10; ns	r<.10; n.s

Hoe ouder men is (over **gans** de sample), hoe meer Sociale en Ecologische motieven spelen (te wijten aan de oudere **LET'S** groep en de eerder bedrijfskundige **jongeren** groep) en hoe minder men Geveer is omwille van het Gemak dat dat met zich meebrengt. Deze bevindingen komen niet (significant) tot uiting in de meer **heterogene** (en representatieve) subsample.

Urbanisatie	Entire N203	Youth N10	LETS N103	Heterogene N90
Sociaal	r(201)=-.12; p=.09	r(8)=-.14; ns	r(101)=-.13; ns	r(88)=.35; p=.001
Gemak	r(201)<.10; ns	r(8)=.43; ns	r(101)=.19; p=.05	r<.10; ns
Financieel	r(201)<.10; ns	r(8)=.41; ns	r<.10; ns	r<.10; ns
Ecologie	r(201)<.10; ns	r(8)=-.68; p=.03	r<.10; ns	r(88)=.26; p=.013
N Normal	r(201)<.10; ns	r(8)=-.35; ns	r(101)=-.22; p=.02.	r(88)=.14; ns

Hoe stedelijker **Jongeren** wonen, hoe minder ze omwille van het milieu (Ecologie) Geven zijn¹⁰, wat tegengesteld is aan de **Heterogene** groep, waar geldt: hoe stedelijker, hoe Ecologischer en Socialer de motieven zijn om te Geven. Bij de **LETS** groep vinden we dat de meer stedelijke LETSers meer Geven omwille van het Gemak dat dat met zich meebrengt en minder omwille van het feit dat 'iedereen dat doet' of uit een soort deelverslaving of –passie (Nieuwe Normaal).

SES_perc	Entire N203	Youth N10	LETS N103	Heterogene N90
Sociaal	r(201)= -.26; p=.000	r<.10; ns	r(101)=-.26;p=.008	r(88)=-.18; ns
Gemak	r(201)= .02; ns	r(8)=-.39; ns	r<.10; ns	r<.10; ns
Financieel	r(201)= -.18; p=.01	r(8)=.31; ns	r(101)=-.39;p=.000	r<.10; ns
Ecologie	r(201)= -.26; p=.000	r<.10; ns	r(101)=-.27;p=.007	r(88)=-.15; ns.
N Normal	r(201)= -.07; ns	r(8)=.77; p=.009	r(101)=-.14; ns	r(88)=-.17; ns.

Hoe *rijker men zich voelt* of percipieert hoe minder men (**algemeen**) Geven is omwille van het Sociale, het Financiële en het Ecologische. Dit geldt ook voor de **LETSers**. Hoe rijker **Jongeren** zich voelen, hoe meer ze Geven omwille van 'het Nieuwe Normaal'¹¹.

SES income	Entire N203	Youth N10	LETS N103	Heterogene N90
Sociaal	r(174)= -.21; p=.005	r(4)=.59; ns	r(88)=-.30; p=.004	r(78)<.10; ns
Gemak	r(174)= .15; p=.05	r(4)=.29; ns	r<.10; ns	r(78)=.14; ns
Financieel	r(174)= -.10; ns	r(4)=.63; ns	r(88)=-.25; p=.02	r(78)<.10; ns
Ecologie	r(174)= -.19; p=.013	r(4)=-.24; ns	r<.10; ns	r(78)=-.12; ns
N Normal	r(174)= -.05; ns	r(4)=.86; p=.05	r(88)=-.24; p=.02	r(78)<.10; ns

Hoe *rijker men is*, hoe minder men geeft omwille van Sociale en/of Ecologische motieven, en hoe meer omwille van het Gemak dat dat met zich meebrengt (**ganse** sample). Bij de **LETSers** geldt: hoe rijker men is, hoe minder men Geeft omwille van het Sociale aspect, het Financiële aspect en omdat Geven een soort passie of Nieuwe Normaal is.

Diploma	Entire N203	Youth N10	LETS N103	Heterogene N90
Sociaal	r(201)<.10;n.s.	r(8)=.34; ns	r(100)=-.11; ns	r(87)=.19; p=.08
Gemak	r(201)=.11;n.s.	r(8)=.44; ns	r<.10; ns	r<.10; ns
Financieel	r(201)<.10;n.s.	r(8)=.45; ns	r<.10; ns	r<.10; ns
Ecologie	r(201)<.10;n.s.	r(8)=-.73; p=.02	r<.10; ns	r<.10; ns
N Normal	r(201)<.10;n.s.	r<.10; ns	r(100)=-.12; ns	r<.10; ns

Hoe hoger het diploma in de zeer homogene **Jongerengroep**, hoe minder ze Geven omwille van het milieu (Ecologisch motief)¹². Hoe hoger het diploma in de **Heterogene** groep, hoe meer men Geeft omwille van Sociale motieven.

¹⁰ Merk op, dit geldt voor een groep van slecht 10 personen

¹¹ Merk op, dit geldt voor een groep van slecht 10 personen

¹² Merk op, dit geldt voor een groep van slecht 10 personen

Tenslotte, en **algemeen**, hoe meer men actief of passief deelneemt aan het verenigingsleven, hoe meer men Gever is omwille van de Sociale component, wat niet geldt voor de Jongerengroep, maar wel voor de andere subsamples; hoe meer omwille van de Ecologische en Financiële componenten en hoe meer omwille van de passie om te delen of omdat het ‘het Nieuwe Normaal’ is. M.b.t. de **Jongerengroep**, geldt, dat hoe actiever ze lid zijn van meerdere verenigingen, hoe *minder* ze Geven omwille van de Sociale component, de Financiële component en omwille van het Gemak dat dat met zich meebrengt.¹³

Passief Actief lid	Entire N203	Youth N10	LETS N103	Heterogene N90
Social	$r(198)=.27; p=.000$ P $r(198)=.32; p=.000$ A	$r(8)=-.56; p=.09$ P $r<.10; ns$ A	$r(101)=.27; p=.007$ P $r(101)=.24; p=.01$ A	$r(85)=.26; p=.02$ P $r(85)=.31; p=.004$ A
Gemak	$r<.10; ns$ P $r<.10; ns$ A	$r(8)=-.24; ns$ P $r(8)=-.59; p=.07$ A	$r<.10; ns$ P $r<.10; ns$ A	$r(85)=-.13; ns$ P $r<.10; ns$ A
Financieel	$r(198)=.13; p=.07$ P $r<.10; ns$ A	$r(8)=-.24; ns$ P $r(8)=-.89; p=.001$ A	$r<.10; ns$ P $r<.10; ns$ A	$r(85)=.22; p=.04$ P $r(85)=.22; p=.04$ A
Ecologie	$r(198)=.22; p=.001$ P $r(198)=.27; p=.000$ A	$r(8)=.24; ns$ P $r(8)=.60; p=.07$ A	$r<.10; ns$ P $r<.10; ns$ A	$r(85)=.28; p=.01$ P $r(85)=.34; p=.001$ A
N Normal	$r(198)=.15; p=.04$ P $r(198)=.22; p=.001$ A	$r(8)=-.20; ns$ P $r(8)=-.16; ns$ A	$r<.10; ns$ P $r(101)=.24; p=.02$ A	$r(85)=.20; p=.07$ P $r(85)=.28; p=.009$ A

Deze motieven correleren ook met bepaalde factoren van de *Big Five*, de *Social Attitude Scale* en de *Voluntary Scale* scores:

- Extraverte mensen Geven meer omwille van Financiële motieven en omwille van het Nieuwe Normaal
- Aangename mensen Geven meer omwille van Ecologische motieven
- Nauwgezette mensen Geven minder omwille van Sociale en Nieuwe Normaal motieven
- Open mensen Geven meer omwille van Sociale motieven
- Mensen die meer gekenmerkt worden door attitudes van angst en risico aversie, wantrouwen en zelfzucht, hebben minder Ecologische en Sociale motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Gever. Financiële motieven spelen een mindere rol naarmate men echt altruïstisch is/zou zijn indien men deelneemt aan de deeleconomie. Voorts spelen bij de meer altruïstische mensen die voor gelijkheid zijn, en prosociaal zijn, meer Ecologische, Sociale én Nieuwe Normaal motieven een rol.

Correlations

		G_social	G_gemak	G_financial	G_ecology	G_NN
Extraversie	Correlation	,089	,026	,118	-,058	,130
	Sig. (2-tailed)	,207	,711	,094	,411	,065
	N	203	203	203	203	203
EmoStab	Correlation	-,009	,040	-,026	,031	-,093
	Sig. (2-tailed)	,897	,574	,709	,663	,186
	N	203	203	203	203	203

¹³ Merk op, dit geldt voor een groep van slecht 10 personen

Aangenaam	Correlation	,042	-,010	-,040	,122	-,108
	Sig. (2-tailed)	,553	,887	,574	,082	,126
	N	203	203	203	203	203
Conscientieus	Correlation	-,140*	-,039	-,111	,045	-,192**
	Sig. (2-tailed)	,047	,578	,116	,523	,006
	N	203	203	203	203	203
Openess	Correlation	,124	,062	,083	,089	,067
	Sig. (2-tailed)	,077	,376	,239	,209	,339
	N	203	203	203	203	203
SAS_equality	Correlation	,100	-,018	,070	,235**	,130
	Sig. (2-tailed)	,164	,806	,330	,001	,069
	N	196	196	196	196	196
SAS_selfish	Correlation	,060	,239**	,346**	-,319**	,170*
	Sig. (2-tailed)	,404	,001	,000	,000	,017
	N	197	197	197	197	197
SAS_fear	Correlation	-,128	,089	,128	-,158*	,015
	Sig. (2-tailed)	,071	,209	,071	,026	,832
	N	199	199	199	199	199
SAS_distrust	Correlation	-,060	,093	,115	-,232**	,113
	Sig. (2-tailed)	,404	,194	,107	,001	,113
	N	198	198	198	198	198
SAS_altruism	Correlation	,303**	,009	-,017	,512**	,187**
	Sig. (2-tailed)	,000	,894	,810	,000	,008
	N	199	199	199	199	199
VS_proself_pos	Correlation	,595**	,296**	,499**	,042	,453**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,556	,000
	N	203	203	203	203	203
VS_prosocial	Correlation	,244**	-,014	-,128	,560**	,152*
	Sig. (2-tailed)	,000	,840	,068	,000	,030
	N	203	203	203	203	203
VS_proself_neg	Correlation	,312**	,113	,360**	-,114	,272**
	Sig. (2-tailed)	,000	,107	,000	,107	,000
	N	203	203	203	203	203

Table 57 * Correlation is significant at the 0.05 or ** .01 level (2-tailed).

Deze motieven om als Gever deel te nemen aan deelplatformen correleren op de volgende manier met het **totaal aantal verschillende soorten platformen** waar iemand lid van is¹⁴. **Algemeen**: hoe meer het Sociale, het Financiële en het Ecologische motief speelt voor de Gever, hoe meer platformen hij/zij gebruikt. Bij de **Heterogene** groep geldt dit m.b.t. het Sociale, het Financiële en het New Normal motief, bij de **LETsers** m.b.t. het Ecologische motief.

		Correlations			
som soort platformen		Entire	Youth	Lets	Heterogene
Sociaal	Pearson Correlation	,180*	-,238	,028	,343**
	Sig. (2-tailed)	,010	,508	,778	,001
	N	203	10	103	90
Gemak	Pearson Correlation	,012	-,061	-,038	,140
	Sig. (2-tailed)	,861	,866	,700	,188
	N	203	10	103	90
Financieel	Pearson Correlation	,130	,449	-,090	,271**
	Sig. (2-tailed)	,065	,193	,368	,010
	N	203	10	103	90
Ecologie	Pearson Correlation	,189**	-,109	,264**	,156
	Sig. (2-tailed)	,007	,764	,007	,143
	N	203	10	103	90
NewNormal	Pearson Correlation	,100	,240	-,072	,264*
	Sig. (2-tailed)	,156	,503	,467	,012
	N	203	10	103	90

Table 58 * Correlation is significant at the 0.05 or ** .01 level (2-tailed).

3.7.4. Samenvattend

De **top redenen** om deel te nemen aan de deeleconomie als Gever zijn van Ecologische en Sociale aard: bv., omdat men tegen een wegwerpcultuur is, om de ecologische voetafdruk te verkleinen, voor de sociale cohesie, voor het cooperatieve, om mensen te helpen, omdat men in een wereld gelooft waar mensen delen, ... (waarden >3 op een 5-puntenschaal).

De **factoren** die meest doorwegen bij Gevers zijn het Ecologisch motief, bij alle subgroepen. Daarna volgt de Sociale component (bij LETsers en jongeren) of de Gemak component (bij Jongeren en de Heterogene groep).

¹⁴ Merk op, in deze analyse zijn Gever en Nemer samen genomen onder de variabele 'lid zijn van een of meer platformen'.

	N of items	Cronbach's α	Entire N203	Youth N10	LETS N103	Heterogene N90
Sociaal	9	.88	2.77	2.92	3.03	2.45
Gemak	6	.78	2.57	2.93	2.32	2.81
Financieel	9	.72	1.90	2.57	1.97	1.74
Ecologie	3	.81	4.17	3.43	4.38	4.02
N Normal	4	.52	1.88	2.15	1.87	2.04

Table 59

Volgende significante verbanden zijn te bespeuren tussen de onafhankelijke variabelen en de motieven om deel te nemen aan de deeleconomie als Gever:

- **(totale sample)** Hoe **ouder** men is, hoe meer Sociale en Ecologische motieven een rol spelen voor de Gever, en hoe minder Gemak motieven.
- **Urbanisatie**: hoe stedelijker, hoe meer het Sociale motief en het Ecologische motief speelt in de **Heterogene** groep; hoe meer Gemak en hoe minder New Normal bij **LETSers** en hoe minder het Ecologische motief bij **Jongeren**.
- **(totale sample)** Hoe **rijker** men zich voelt, hoe minder het Sociale en Ecologische motief speelt en hoe minder het Financiële motief en dat komt terug bij de **LETSers**.
- Bij **jongeren**; hoe **rijker men zich voelt**, hoe meer het New Normal argument geldt om als Gever op te treden (slechts 10 personen).
- **(totale sample)**: hoe **rijker men is**, hoe minder het Sociale en Ecologische motief een rol speelt en hoe meer het Gemak een argument is om te geven. Bij **LETSers** speelt dan het Sociale, Financiële en New Normal een mindere rol.
- Hoe hoger het diploma, hoe meer Sociale motieven een rol spelen bij de **Heterogene** groep, en hoe minder Ecologische motieven een rol spelen bij de **Jongeren**.
- **(totale groep)** In hoe meer **verenigingen** men zit, zij het actief, zij het passief, hoe groter de Sociale, Financiële, Ecologische en New Normal motieven een rol spelen, wat ook terug komt in de **Heterogene** groep. De meest actieve **Jongeren** gaan net minder Geven omwille van Sociale, Gemak en Financiële motieven. De meest actieve **LETSers** gaan meer Geven omwille van Sociale motieven en omwille van het Nieuwe Normaal.
- Mensen die meer gekenmerkt worden door attitudes van angst en risico aversie, wantrouwen en zelfzucht, hebben minder Ecologische en Sociale motieven om deel te nemen aan *the sharing economy* als Gever. Financiële motieven spelen een mindere rol naarmate men echt altruïstisch is/zou zijn indien men deelneemt aan de deeleconomie. Voorts spelen bij de meer altruïstische mensen die voor gelijkheid zijn, en prosociaal zijn, meer Ecologische, Sociale én Nieuwe Normaal motieven een rol.
- Hoe meer platformen men gebruikt¹⁵, hoe meer het Sociale, het Ecologische en het Financiële motief speelt (als Gever). Bij de LETSers is deze positieve correlatie of verband enkel van toepassing m.b.t. het Ecologische motief, bij de Heterogene groep geldt dit verband m.b.t. het Sociale, Financiële en New Normal motief.

In onderstaande analyses wordt dieper ingegaan op de Gevers en Nemers van non-profit versus profit georiënteerde platformen.

¹⁵ Merk op, in deze analyse zijn Gever en Nemer samen genomen onder de variabele 'lid zijn van een of meer platformen'

4. Focus op de Nemers

4.1. Beschrijvende analyses

Jongeren – LETS – Heterogene groep

	Ganse	Jongeren	LETS	Heterogene
Gever	203	10	103	90
Nemer	274	51	101	122
Non-user	126	65	0	61
Total	603	126	204	273

Merk op dat men meerdere motieven kon beantwoorden: eens als Gever en eens als Nemer, en dat er dus meer antwoorden zijn (N=603), dan respondenten (N=433).

We zien duidelijk dat bij de Nemer, en **algemeen** (groene balken), **Ideologische** motieven (aangaande ecologie en sociale contacten/cohesie) doorslaggevend zijn. Dan komt **Nieuwsgierigheid** (nieuwe culturen, nieuwe mensen, nieuwe zaken uitproberen) daarna komt **Gemak** als leidmotief. Bij de **Jongerengroep** merken we dat Nieuwsgierigheid en Gemak primeren boven Ideologie. Het Nieuwe Normaal/passie/verslavend en Financiële voordelen zijn geen motieven bij de Nemers, **althoewel 'omdat ik er een centje mee uitspaar' het top antwoord is!** Enkel, de andere items bij deze factor (ik moet wel, ben financieel genoodzaakt, om zoveel mogelijk gratis te krijgen, om door te verkopen, uit eigenbelang) scoren absoluut niet hoog.

Entire	N274
	5
Ideologie	3,07
Nieuwsgierigh	2,72
Gemak	2,53
Financieel	2,18
New Normal	1,62

Jongeren	N51	LETS	N101	Heterogene	N122
	5		5		5
Nieuwsgierig	3	Ideologie	3,8	Ideologie	2,72
Gemak	2,72	Nieuwsgierig	2,68	Nieuwsgierig	2,64
Ideologie	2,48	Gemak	2,38	Gemak	2,58
Financieel	2,4	Financieel	2,17	Financieel	2,08
New Normal	1,78	New Normal	1,59	New Normal	1,57

Descriptive Statistics	N	Mean
		5
Omdat ik er geld mee uitspaar	274	3,63
Omdat ik tegen de wegwerpmentaliteit en/of massaproductie ben	274	3,60
Om de ecologische voetafdruk te verkleinen	274	3,40
Omdat ik in een betere wereld geloof waar iedereen deelt, als gelijken	274	3,33
Om iets authentieks te beleven of krijgen	274	3,26
Omwille van het gemak	274	3,20
Omwille van de coöperatief en het collaboratieve	274	3,17
Om iets unieks te ervaren	274	3,01
Omwille van de samenhang en sociale cohesie binnen zo een groep	274	2,99
Om nieuwe mensen, smaken, culturen te leren kennen	274	2,96
Om andere mensen (de gevers) te helpen of te steunen	274	2,88
Omdat de technologie (GSM, app) van het deelplatform zeer makkelijk is	274	2,83
Omwille van een soort wederkerigheid: ik krijg iets, ik geef iets	274	2,80
Om ideeën op te doen	274	2,76
Omwille van eigenbelang	274	2,54
Omdat ik er veel nieuwe kennissen en zelfs vrienden door maak	274	2,43
Omdat het gemakkelijker is dan iets te kopen in de winkel	274	2,38
Omdat ik die zaken/diensten die ik nodig heb niet in de klassieke winkels vind	274	2,30
Omdat ik nieuwsgierig ben naar de gevers	274	2,27
Omdat het me veel moeite/inspanning bespaart	274	2,27
Omdat het me veel tijd bespaart, i.v.m. een zoektocht via klassieke winkels	274	2,18
Omdat de meeste van deze initiatieven ratings hebben (review, beoordelingen, sterren) wat een belangrijke bron van informatie voor me is	274	2,08
Omdat iedereen het doet, het is het nieuwe normaal	274	1,86
Omdat ik geen plaats heb om alle spullen zelf te stockeren	274	1,75
Omdat ik zoveel mogelijk (gratis) wil krijgen	273	1,75
Omdat ik genooddaakt ben op dit platform te gaan omdat ik weinig geld heb	274	1,73
Omdat ik de platformeigenaar ken en die een plezier wil doen	274	1,59
Omdat lenen/krijgen/kopen op dit platform een soort verslaving geworden is	274	1,41
Omdat ik de gekregen/gekochte spullen later zelf doorverkoop	274	1,23

Table 60

Betalende (profit) versus niet-betalende (non-profit) transacties

De Nemers vulden de motieven om te nemen in, met een eigen gekozen platform in het achterhoofd. Omdat Nemers binnen verschillende platformen slechts een keer hun motieven zouden moeten invullen, mochten ze zelf een platform naar keuze ingeven.

Indien we de Nemers opsplitsen in sector/industrietak/platform en de opsplitsing betalend versus niet-betalend maken, dan zijn er 83 Nemers die betalen (bv., bij Airbnb, Uber) voor hun genomen goed, dienst of product versus 168 Nemers die daar niet voor betalen (bv., bij LETS, Peerby, Facebook)¹⁶. Tabel 61 toont over welke platformen de respondenten hun motieven aanvinkten: Bij de profit initiatieven gaat het overwegend over Airbnb, bij de non-profit overwegend over LETS en daarna over Facebook weggeefgroepen.

¹⁶ 23 respondenten vulden wel de motieven in en gaven te kennen Nemer te zijn, maar gaven geen platform op, waardoor we niet kunnen uitmaken of het een profit dan wel non-profit initiatief betreft dat ze bespraken.

Profit	Airbnb	59
	Flavr	5
	Uber	5
	Oogstgoed / samentuinen	3
	Auto (andere dan Uber)	2
	Joinus2eat (voeding)	2
	2 ^{de} hands platform	2
	Fiets	1
	Thuisafgehaald (voeding)	1
	HomeHandi (voeding)	1
	Listminut	1
	kleding	1
		N=83
Non-profit	LETS	109
	Facebook	45
	Peerby / Surrounthings	10
	Couchsurfing	4
		N=168
	Vulden de motieven in als Gever, maar gaven geen specifiek platform in dat ze voor ogen hadden	N=23
		Total=274

Table 61

Vergelijkingen tussen deze Nemers in een profit platform (N83) en **alle andere respondenten** (kolom 3 en 4 van onderstaande Tabel 62, N433-83=350) en met **alle andere Nemers** (laatste 2 kolommen van onderstaande tabel, N168) resulteert in volgende significante verschillen: mensen die gebruik maken van **betalende** diensten van deelinitiatieven, als Nemer (die dus betalen voor hun goed of dienst):

- zijn beduidend **jonger** dan die die de niet-betalende initiatieven gebruiken;
- zijn **rijker** en voelen zich ook zo;
- hebben een **hoger diploma** behaald dan die groep die de niet-betalende platformen gebruikt als Nemer;
- zijn minder lid van '**het verenigingsleven**', zowel als gewoon lid (passief) alsook als vrijwilliger (actief), dan die groep die Nemer is van non-profit platformen;
- zijn significant minder **Aangenaam**, meer **Selfish** en minder **Altruïstisch** dan de Nemers binnen non-profit initiatieven, maar even (on)Aangenaam en (on)Altruïstisch als de ganse sample (waar ook veel non-users tussen zitten);
- verschillen in **motivatie**: ze scoren hoger op de factoren Nieuwsgierigheid, Gemak en minder op Ideologische motieven dan de ganse sample en dan de Nemers van non-profit platformen¹⁷.

Merk echter op, dat er tussen de Nemers van non-profit initiatieven veel LETSers zaten ... en die hadden net deze specifieke kenmerken, dat ze ouder en minder rijk en meer in het verenigingsleven zitten, hoger scoren op Aangenaamheid en Altruïsme, etc. (zie 3.1.7., 3.2.4.).

¹⁷ Deze vergelijkingen gebeurden op 191 respo's, want veel non-users en non-nemers vulden geen motieven in om te Nemen; of op de 168 respo's die ook een platform meegaven waarvoor ze invulden.

	Nemer profit N=83	Rest all N=350		Nemer non-profit N=168	
Geslacht	♂ 25 ♀ 58	♂ 104 ♀ 246	19%-81% 19%-81% $\chi^2 < 1$	♂ 38 ♀ 130	40% -60% 31% -69% $\chi^2 < 2$; ns
Leeftijd ** and **	33.61	40.31	F(1,431)=13.95; p=.000	46.00	F(1,249)=49.93; p=.000
Urbanisation	3.02	2.99		3.07	
SES perc ** and **	3.53	3.22	F(1,431)=8.39; p=.004	3.04	F(1,249)=16.89; p=.000
SES inc *and **	5.84	5.23	F(1,358)=4.88; p=.03	4.69	F(1,221)=15.09; p=.000
Education ** and **	5.37	4.36	F(1,429)=17.18; p=.000	4.39	F(1,248)=14.88; p=.000
Member P **	2.87	3.10	F<2	3.39	F(1,241)=8.06; p=.005
Member A **	2.79	3.09	F(1,416)=2.54; p=.11	3.49	F(1,241)=12.99; p=.000
Extraversie	3.25	3.15	F<2	3.20	F<1
Emot. Stability	3.30	3.22	F<1	3.27	F<1
Agreeableness **	3.99	4.00	F<1	4.16	F(1,249)=7.40; p=.007
Conscientiousness	3.66	3.66	F<1	3.69	F<1
Openess	3.65	3.58	F<2	3.63	F<1
SAS equality	3.62	3.57	F<2	3.68	F<1
SAS selfish b and **	2.35	2.20	F(1,416)=3.69; p=.06	2.03	F(1,242)=15.56; p=.000
SAS fear	2.67	2.72	F<1	2.58	F<1
SAS distrust	2.24	2.34	F<2	2.11	F=2
SAS altruism	3.90	3.89	F<1	4.12	F(1,242)=10.34; p=.001
VS proself+ ** and **	3.07	2.82	F(1,430)=6.76; p=.01	2.77	F(1,249)=9.16; p=.003
VS prosocial ** and **	3.47	3.71	F(1,430)=5.64; p=.02	3.98	F(1,249)=27.70; p=.000
VS proself-	1.84	1.83	F<1	1.73	F=1
	N=83	N=191		N=168 ^a	
N_Ideology ** and **	2.21	3.45	F(1,272)=127.38; p=.000	3.59	F(1,249)=187.00; p=.000
N_conven. ** and **	2.83	2.40	F(1,272)=17.90; p=.000	2.40	F(1,249)=17.21; p=.000
N_curiosity ** and **	3.04	2.58	F(1,272)=15.75; p=.000	2.61	F(1,249)=13.71; p=.000
N_financial	2.23	2.15	F<1	2.17	F<1
N_newnormal	1.64	1.61	F<1	1.61	F<1

Table 62: * p<.05; ** p<.01; b p<.10 (marginal significant). Note: sample size Takers profit = 83; rest Total = 350; Takers in non-profit = 168 ^a 23 missing data on profit or non-profit platform.

4.2. Samenvattend

We zien duidelijk dat ook bij de Nemer **Ideologische** motieven (aangaande ecologie en sociale contacten/cohesie) doorslaggevend zijn. Dan komt Nieuwsgierigheid (nieuwe culturen, nieuwe mensen, nieuwe zaken uitproberen) daarna komt het Gemak als leidmotief. Bij de jongerengroep merken we dat Nieuwsgierigheid en Gemak primeren boven Ideologie. Financiële voordelen/noodzaak zijn **geen** motieven bij de Nemers, algemeen, **althoewel 'omdat ik er een centje mee uitspaar' het top antwoord is !** Enkel, de andere items bij deze factor (ik moet wel, ben financieel genooddaakt, om zoveel mogelijk gratis te krijgen, om door te verkopen, uit eigenbelang) scoren absoluut niet hoog. Dat financiële motieven zo laag scoren, zowel bij profit als non-profit initiatieven, is niet conform bevindingen in de literatuur (zie [punt 7](#)).

De bevinding dat het **Ideologische**, in deze analyse een combinatie van sociale cohesie, samenhang, altruïsme en duurzaamheid en ecologie, zo belangrijk is bij Nemers, althans in de

LETsgroep en in de Heterogene groep, komt wel overeen met bevindingen in de literatuur. We verwijzen naar [punt 7](#). voor een uitgebreide terugkoppeling met bevindingen in de literatuur.

Splitsen we de groep Nemers in 2 groepen, dan zijn er 83 deelnemers aan de deeleconomie als Nemers, van een goed of dienst bij iemand die daar geld voor ontvangt (profit platformen) en 168 Nemers van een goed of dienst bij iemand die daar geen geld voor ontvangt (non-profit platformen), dan bekomen we volgende zaken.

Mensen die gebruik maken van betalende diensten van deelinitiatieven zijn beduidend **jonger** dan die die de niet-betalende gebruiken; ze zijn **rijker** en voelen zich ook zo en hebben een **hoger diploma** behaald dan die groep die vooral de niet-betalende platformen gebruikt als Nemer en dan de totale sample (ook non-users). Ze zijn minder lid van '**het verenigingsleven**', zowel als gewoon lid alsook als vrijwilliger en helper (actief lid), dan die groep die Nemer is van non-profit platformen. Merk echter op, dat er tussen dergelijke Nemers veel LETSers zaten ... en die hebben nu net veel van de andere kenmerken: ouder, minder rijk, meer lid van meerdere verenigingen.

Nemers van betalende platformen zijn significant minder **Aangenaam**, meer **Selfish** en minder **Altruïstisch** dan de Nemers binnen non-profit, maar even (on)Aangenaam en (on)Altruïstisch als de ganse sample (wat toch nog steeds 3.99 behaalt op een 5 puntenschaal). Ook dit kan weer te wijten zijn aan de grote vertegenwoordiging van LETSers bij de non-profit Nemers (4.16/5).

Tenslotte verschillen Nemers die betalen voor hun goed/dienst in **motivatie**: ze scoren hoger op de factoren Nieuwsgierigheid en Gemak en minder op Ideologische motieven dan de ganse sample en dan de Nemers van non-profit platformen.

Kortom: de groep die Nemer is van betalende platformen – met Airbnb op kop – is jonger (gemiddeld 33), is rijker, behaalde (al) een hoger diploma, zit in minder verenigingen en reist via (of besprak in deze enquête) Airbnb. Deze groep is zelfzuchtiger en minder altruïstisch dan de Nemers van goederen of diensten waar men niet voor betaalt (met traditioneel geld). Deze laatste groep wordt gedomineerd door LETSers en mensen die krijgen via gratis Facebookgroepen of lenen via Peerby, die zich kenmerken in het tegenovergestelde profiel: altruïstisch, gemiddeld 13 jaar ouder, minder rijk, met een lager diploma en een veel socialer verenigingsleven.

5. Focus op Gevers¹⁸

5.1. Beschrijvende analyses

Jongeren – LETS – Heterogene groep

	Ganse	Jongeren	LETS	Heterogene
Gever	203	10	103	90
Nemer	274	51	101	122
Non-user	126	65	0	61
Totaal	603	126	204	273

Merk op dat men meerdere motieven kon beantwoorden: eens als Gever en eens als Nemer, en dat er dus meer antwoorden zijn (N=603), dan respondenten (N=433).

We zien duidelijk dat Ecologische motieven doorslaggevend zijn, gevolgd door Sociale motieven (zowel op mesoniveau: sociale cohesie, als op microniveau: vrienden maken). Dan komt het Gemak motief. Dat het Sociale motief in de **ganse** sample voor Gemak komt, heeft mede te maken met de grote groep **LETSeers** die tussen de Gevers zit (103 van de 203) en dié vinden de Sociale component (sociale cohesie, coöperatie) belangrijk. Bij **Jongeren** en bij de meer **Heterogene** sample primeert Gemak boven Sociale cohesie/contacten. Financiële voordelen/noodzaak en het feit dat delen het Nieuwe Normaal of passie/verslavend is, zijn *geen* motieven bij de Gevers.

Entire	N203
	5
Ecologisch	4,17
Sociaal	2,77
Gemak	2,57
Financieel	1,9
New Normal	1,88

Jongeren	N10	LETS	N103	Heterogene	N90
	5		5		5
Ecologisch	3,43	Ecologisch	4,38	Ecologisch	4,02
Gemak	2,93	Sociaal	3,03	Gemak	2,81
Sociaal	2,92	Gemak	2,32	Sociaal	2,45
Financieel	2,57	Financieel	1,97	New Normal	2,04
New Normal	2,15	New Normal	1,87	Financieel	1,74

¹⁸ Delen hiervan zijn gepresenteerd op het MIC congres te Venetië. Malfliet, N., Franssen, V., Bonne, K., De Maeyer, C., & Michels, M. (25/05/2017) Business models in the Sharing Economy: a study on entrepreneurship (of platform owners) and micro-entrepreneurship (of prosumers). *Oral Presentation of the MIC Conference 2017 Challenges in the digital era (May 24-27th)* <http://www.mic.fm-kp.si/> en <http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-7023-12-1.pdf> (p44)

Descriptive Statistics	N	Mean
		5,00
G-use[Omdat ik tegen de wegwerpmentaliteit en/of massaproductie ben]	203	4,34
G-use[Om de ecologische voetafdruk te verkleinen]	203	4,18
G-use[Omdat ik in een betere wereld geloof waar iedereen deelt, als gelijken]	203	4,00
G-use[Omwille van de coöperatie en het collaboratieve]	203	3,56
G-use[Omwille van de samenhang en sociale cohesie binnen zo een groep]	203	3,36
G-use[Omwille van een soort wederkerigheid: ik geef iets, ik krijg iets]	203	3,06
G-use[Om een nieuwe ervaring op te doen]	203	2,93
G-use[Om iets authentieks te geven en te laten beleven]	203	2,93
G-use[Omdat ik er veel nieuwe kennissen en zelfs vrienden door maak]	203	2,84
G-use[Omdat het me niet zoveel moeite/inspanning kost]	203	2,72
G-use[Om nieuwe mensen, smaken, culturen te leren kennen]	203	2,70
G-use[Omwille van het gemak]	203	2,69
G-use[Omdat het me niet zoveel tijd kost]	203	2,61
G-use[Om ideeën op te doen]	203	2,59
G-use[Gemakkelijker is dan iets te verkopen/verhuren als zelfstandige of via het klassieke circuit]	203	2,56
G-use[Omdat ik nieuwsgierig ben naar de nemers]	203	2,46
G-use[Omdat het goedkoper is dan mijn spullen weg te gooien]	203	2,43
G-use[Omdat de technologie (GSM, app) van het deelplatform zeer makkelijk is]	203	2,41
G-use[Uit een soort passie]	203	2,36
G-use[Omdat ik denk dat men die zaken die ik geef/deel niet in de klassieke winkels vindt]	203	2,31
G-use[Omwille van eigenbelang]	203	2,14
G-use[Om andere mensen (de nemers) te helpen of te steunen]	203	2,08
G-use[Omdat iedereen het doet, het is het nieuwe normaal]	203	1,89
G-use[Omdat ik er een extra centje mee verdien]	203	1,87
G-use[Omdat ik de platformeigenaar (initiatiefnemer) ken en die een plezier wil doen]	203	1,65
G-use[Omdat uitlenen/delen een soort verslaving geworden is voor mij]	203	1,61
G-use[Omdat ik momenteel krap bij kas zit, ik ben wel genoodzaakt uit te lenen of te verhuren]	203	1,60
G-use[... deze initiatieven ratings hebben wat een belangrijke bron van informatie voor me is]	203	1,56
G-use[Als opstap naar een carrière, ik bekijk of ik daar later mijn beroep van kan maken]	203	1,36
G-use[Omdat ik zoveel mogelijk goede ratings en recensies wil krijgen]	203	1,34
G-use[Omdat ik zoveel mogelijk geld wil verdienen]	203	1,32

Table 63

Betalende (profit) versus niet-betalende (non-profit) transacties

De Gevers vulden de motieven om te geven in, met een eigen gekozen platform in het achterhoofd. Omdat Gevers binnen verschillende platformen maar een keer de motieven zouden moeten invullen, mochten ze er zelf een aangeven. We merken dat er slechts 9 profit platformen gekozen werden, tegenover 176 non-profit platformen (waaronder 112 LETS en 38 Facebookgroepen). 18 Respondenten vulden wel hun motieven in, maar niet hun platform waar ze Gever op/van zijn. We zijn dus maar van 9 personen echt zeker dat ze iets van geld of vergoeding verdienen aan hun gift. Deze platformen zijn Airbnb, CozyCar, Drivy, Thuisafgehaald en 2 platformen waar men kledij 2^{de} hands doorverkoopt.

Profit	Airbnb	4
	CozyCar	1
	Drivy	1
	Thuisafgehaald	1
	2 ^{de} hands	2
		N=9

Non-profit	LETS	112
	Facebook	38
	Peerby	12
	(Facebook) groep met burens/straat	4
	Couchsurfing	3
	Surrounthings	2
	Ander platform (N=1)	5
		N=176
	Vulden in als Gever maar noemden geen specifiek platform	N=18
		Total=203

Table 64

De profielen van deze 9 profit Gevers staan hieronder opgesomd

- Man, stedelijk, Nederlandse vader, 66 jaar, samenwonend, geen kinderen, netto inkomen 5000-7000 €, Licentiaat/Masterdiploma, we hebben over, maar zijn ook niet rijk, (Airbnb)
- Vrouw, landelijk, samen met een Nederlander, 38 jaar, samenwonend met kinderen: 2, 5000-7000€, Licentiaat/Masterdiploma, we hebben over, maar zijn ook niet rijk, (Airbnb)
- Vrouw, voorstedelijk, 53, alleenstaand met kinderen; 2, 4000-5000€, Licentiaat/Masterdiploma, eerder rijk, (Airbnb)
- Vrouw, landelijk, 45, samenwonend met kinderen: 3, 5000-7000€, Licentiaat/Masterdiploma, eerder rijk, (Airbnb)
- Vrouw, stedelijk, 34, samenwonend met kinderen: 2, wou het inkomen niet meedelen, Licentiaat/Masterdiploma, middenklasse/gemiddeld, (CozyCar)
- Vrouw, voorstedelijk, 33, samenwonend zonder kinderen, 4000-5000€, Licentiaat/Masterdiploma, middenklasse/gemiddeld, (Drivy)
- Vrouw, stedelijk, 70, alleenstaande, alleenwonend, geen kinderen, 3000-4000€, Licentiaat/Masterdiploma, we hebben over, maar zijn ook niet rijk, (thuisafgehaald)
- Vrouw, afgelegen, 47, samenwonend/gehuwd met kinderen, 2500-3000€, middelbare school, we hebben niet over, maar zijn ook niet arm, (2^{de} hands kledij)
- Vrouw, stedelijk, 20, studente, 2.500-3000€, professionele bachelor, we hebben over, maar zijn ook niet rijk, (2^{de} hands)

Vergelijkingen tussen deze Gevers in een profit platform (N9) en **alle andere respondenten** (kolom 3 en 4 van onderstaande tabel, 433-9=N424) en met **alle andere Gevers** (laatste 2 kolommen van onderstaande tabel, N176) resulteert in volgende significante verschillen: mensen die Gever zijn op betalende platformen (en er dus geld voor krijgen):

- voelen zich welgestelder en zijn dat ook, gelet op hun gezamenlijk netto inkomen,
- hebben een hoger diploma (allen behaalden ze een master).
- ze zijn ongeveer even oud als de Gevers binnen non-profit initiatieven.

Dit geldt niet voor die Gevers binnen 2^{de} handsverkoop platformen.

Ze verschillen niet significant in waarden m.b.t. globale **karaktertrekken** en niet van de anderen inzake **sociale attitudes**. **Als de 2 profit Gevers van 2^{de} handskledij buiten beschouwing worden gelaten, dan verschillen de profit-gevers hoogstens *marginiaal significant* van de anderen in die zin dat ze minder reputatie angst hebben (om scheef bekeken te worden dat ze Gever zijn binnen een platform) en ze hebben minder wantrouwen in de medemens (inclusief dus wellicht de afnemer van huis of goed).**

Enkel hun motieven als Gever verschillen **significant** van de rest van de Gevers in de non-profit *sharing* sector¹⁹, ze zijn meer Financieel gedreven en minder Ecologisch gedreven dan de Gevers binnen non-profit platformen (ze geven dat dus eerlijk toe).

	Gever profit N=9	Rest all N=424		Rest Gevers N=176	
Geslacht	♂1 ♀ 8	♂128 ♀ 296	1%-99% 3%-97% $\chi^2 < 2$	♂40 ♀ 136	2% -98% 6% -94% $\chi^2 < 1$
Leeftijd ^b	45.11	38.90	F<2	47.25	F<1
Urbanisatie	3	3	F<1	3.16	F<1
SES perc ^{b and *}	3.77	3.27	F(1,431)=2.96; p=.09	3.04	F(1,183)=5.83; p=.02
SES inc ^{b and **}	6.75	5.32	F(1,358)=3.48; p=.06	4.67	F(1,159)=7.68; p=.006
Education ^{* and *}	6.11	4.52	F(1,429)=5.40; p=.02	4.52	F(1,181)=6.49; p=.02
Member P	3.00	3.06	F<1	3.40	F<1
Member A	3.25	3.03	F<1	3.48	F<1
Extraversion	3.26	3.17	F<1	3.19	F<1
Emot. Stability	3.58	3.23	F~2	3.30	F<2
Agreeableness	4.01	4.00	F<1	4.14	F<1
Conscientiousness	3.56	3.66	F<1	3.69	F<1
Openness	3.69	3.59	F<1	3.65	F<1
					F<1
SAS equality	3.71	3.57	F<1	3.64	F<1
SAS selfish	2.00	2.24	F<2	2.00	F<1
SAS fear	2.46	2.71	F<2	2.57	F<1
SAS distrust	1.97	2.33	F~2	2.10	F<1
SAS altruism	3.98	3.89	F<1	4.11	F<1
VS proself+	3.01	2.87	F<1	2.72	F<2
VS prosocial	3.72	3.66	F<1	4.01	F<2
VS proself-	1.50	1.84	F<2	1.75	F<1
		N=194		N=176 ^a	
G_social	2.67	2.77	F<1	2.77	F<1
G_conven. ^{b and *}	3.09	2.54	F(1,201)=3.25; p=.07	2.50	F(1,183)=3.86; p=.05
G_financial ^{** and **}	2.48	1.87	F(1,201)=10.72; p=.001	1.88	F(1,183)=11.11; p=.001
G_ecology ^{** and **}	3.41	4.21	F(1,201)=7.42; p=.007	4.27	F(1,1831)=9.10; p=.003
G_newnormal	2.08	1.87	F<1	1.87	F<1

Table 65: * p<.05; ** p<.01; b p<.10 (marginal significant) Note: sample size Givers profit = 9; rest Total = 424; Givers non-profit = 176, ^a= 18 missing data whether profit or non-profit

¹⁹ Deze vergelijkingen gebeurden op 194 respo's, want veel non-users en non-gevers vulden geen motieven in om te Geven; of op de 176 respo's die ook een platform meegaven waarvoor ze invulden

5.2. Samenvattend

We zien duidelijk dat **Ecologische** motieven doorslaggevend zijn. Gevolgd door **Sociale** motieven (zowel op mesoniveau: sociale cohesie, als op microniveau: vrienden maken). Dan komen de **Gemak** motieven. Dat de Sociale motieven voor **Gemak** komen, heeft mede te maken met de grote groep LETSers die tussen de Gevers zit (103 van de 203). Bij jongeren en bij de meer heterogene sample primeert **Gemak** boven Sociale cohesie/contacten. Financiële voordelen/noodzaak en het feit dat delen het Nieuwe Normaal/passie/verslavend is, zijn geen motieven bij de Gevers. We verwijzen naar [punt 7](#). voor een uitgebreide terugkoppeling met bevindingen in de literatuur.

Kijken we specifiek naar de Gevers waarbij Financiële motieven normaliter wel een rol zouden moeten spelen, dus bij die die Gever zijn op een deelinitiatief **met betaling** voor dienst of goed, dan zien we dat er **maar 9** respondenten voldoen aan dat criterium. Ze blijken ouder te zijn dan de rest van de totale groep (maar niet ouder dan de Gevers binnen non-profit platformen), ze voelen zich welgestelder en zijn dat ook, gelet op hun gezamenlijk netto inkomen, en hebben een hoger diploma (allen behaalden ze een master, behalve de 2 verkopers van 2^{de} handskledij).

Qua karakter of **persoonlijkheid** verschillen ze niet significant van de anderen of van de delers van non-profit platformen. Ze verschillen wel (ze zijn meer Extravert, meer Emotioneel Stabiel, minder Aangenaam, minder Nauwgezet, en even Open), maar de verschillen bereiken **geen significantie**, vermoedelijk te wijten aan het klein aantal profit Gevers.

Tenslotte weegt bij de **profit** Gevers het **Financiële** inderdaad significanter door als motief en het Ecologische significant minder door als motief.

Kortom: de groep die Gever is van betalende platformen verschilt in niet veel van de Gevers van gratis platformen: ze zijn ouder, welgestelder en hebben een hoger diploma, althans, die 9 die voldoen aan dit criterium. Ze verschillen niet in karakter, noch in attitudes jegens sociale oriëntatie of jegens *sharing* of de verschillen bereiken geen significantie. Voor hen weegt het Financiële motief wel meer door en het Ecologische minder dan voor de Gevers die geen geld krijgen voor het geven of uitlenen van goed of dienst.

6. Focus op de Heterogene groep N=208

Hoewel onderstaande gegevens ook gerapporteerd zijn en te distilleren zijn uit de voorgaande analyses, focussen we in dit deel kort *enkel* op de **meest representatieve, zuivere en veralgemeenbare** subsample: de **Heterogene** groep.

6.1. Kenmerken heterogene sample

Demografische kenmerken (Personalialia) (zie 3.1.)

De heterogene groep, bestaande uit 208 respondenten, heeft volgende kenmerken:

- 25% man, 75% vrouw,
- gemiddeld 42 jaar,
- 40% woont in een stad, 28% in een voorstad, 30% in een dorp/landelijk,
- de subjectief ervaren rijkdom is scheef verdeeld (naar de meer welgestelde kant op): 48% situeert zichzelf in de 'middenklasse' en 36% 'heeft over maar is ook niet rijk',
- de objectief meetbare (indien correct meegegeven) rijkdom (het netto gezamenlijk inkomen) lijkt normaal verdeeld, met 50% van de sample die tussen de 3000 en 5000€ verdient,
- voor 9% is het hoogst behaalde diploma een diploma secundair onderwijs, 30% behaalde een bachelor of hogeschool diploma, 43% behaalde een master of licentiaat en 11% behaalde een doctoraat. We kunnen spreken over een eerder hoog geschoolde 'heterogene' groep.
- men is gemiddeld 'eerder niet actief' tot 'tussenin' in het verenigingsleven: noch actief, noch passief ($M \sim 2.80$). LETSers zijn bijvoorbeeld veel actiever in het verenigingsleven, zowel als lid, als ook als vrijwilliger.

Persoonlijkheidskenmerken, Sociale en Vrijwilligers Attitudes (zie 3.2.)

De Heterogene groep is gemiddeld meer Aangenaam (meegaand, samenwerkend, empathisch, beleefd, vriendelijk) en Consciëntieus (nauwgezet, ordelijk, stipt) dan Open/Intellect (abstract, openstaand voor nieuwe ervaringen, creatief), Emotioneel Stabiel (een voldoende hoog zelfbeeld en zelfvertrouwen hebben, niet veel angsten kennen) en Extravert (sociaal, joviaal, uitbundig, opvallend, praatgraag). Daarmee zitten ze op gelijke hoogte qua Extraversie als de Jongeren en LETSers, en zitten ze tussen de Jongeren en LETSers qua Openheid, Emotionele Stabiliteit en Aangenaamheid. Qua Nauwgezetheid scoren ze hoger dan de Jongeren, maar even hoog als de LETSers.

Ze hebben meer affiniteit met altruïstische attitudes (helpgedrag vertonen, eerlijkheid tussen personen nastreven, sociaal welzijn voor iedereen willen) en attitudes rond gelijkheid en rechtvaardigheid, dan dat ze een soort reputatie-angst hebben (mochten ze goed doen) of risicomijdend zijn of wantrouwen in de medemens hebben. Minst van al vereenzelvigen ze zich met *selfish* gedrag of attitudes (hebzucht, competitie, vinden dat men meer rechten heeft dan een ander, ...). Ze verschillen hierbij niet van de LETS of Jongerengroepen.

Big Five		SAS		VS	
Aangenaamheid	3.99	Altruïsme	3.90	Prosocial	3.87
Consciëntieusheid	3.72	Rechtvaardigheid	3.57	Proself+	2.71
Openheid	3.61	Angst/RA	2.68	Proself-	1.66
Emotionele Stabiliteit	3.19	Wantrouwen	2.26		
Extraversie	3.17	Zelfzucht	2.17		

Mocht men aan delen doen, of indien men al deelt (als Gever) op deelplatformen, dan zou men dat het meest omwille van echt altruïstische en prosociale motieven doen (echt goed doen, onbaatzuchtig), en in veel minder mate om er zelf wel bij te varen (als try-out, omdat het goed staat op het cv, ...) en in geen enkel geval om zijn miserie te vergeten (zich minder eenzaam te voelen, zich beter te voelen over zichzelf, problemen te ontvluchten). Ook hierin verschilt de Heterogene groep niet van de LETS of Jongeren.

De heterogene groep heeft nog volgende eigenschappen:

- Vrouwen zijn Aangenamer, meer voor gelijkheid en prosocialer,
- Mannen zijn Opener, zelfzuchtiger en hebben meer wantrouwen,
- Ouderen zijn Emotioneel Stabieler, minder zelfzuchtig en hebben minder angst/risico aversie,
- (Voor)stedelijken zijn Opener en meer proself+,
- Personen die zich rijker voelen zijn Extraverter, Opener en minder proself+,
- Zij die rijker zijn, zijn eveneens Extraverter,
- Hoger opgeleiden zijn Extraverter, Openen, meer voor gelijkheid en meer sociaal, en hebben minder angst/RA en minder wantrouwen,
- Veel actiever zijn in het sociale leven, verenigingsleven, gaat gepaard met hogere Extraversie, Aangenaamheid, Openheid, minder angst/RA en meer altruïsme, sociaal zijn en proself+ attitudes.

6.2. De Heterogene groep en *sharing*

De meeste personen uit de Heterogene groep zijn lid van minstens één soort initiatief dat onder te brengen is onder de brede term 'deconomie'. 30% is noch Gever, noch Nemer binnen dergelijke platformen. 35% is Nemer en Gever, 24% is enkel Nemer en 11% enkel Gever (zie 3.3.2 en 3.3.3.).

Is men lid van sharing initiatieven	%	Som aantal soorten platformen	%
Non-user	30%	0	29%
Enkel Gever	11%	1	26%
Enkel Nemer	24%	2	17%
Gever en Nemer	35%	3	14%
		...	
		8	1

Als men lid is van een deelplatformen, dan is de Heterogene groep het meest lid van Accommodatie platformen als Nemer en van publieke en privé weggeef Facebookgroepen als Nemer en Gever en als enkel Gever. De onderstaande tabel geeft weer van welk soort platformen hoeveel % van de totale Heterogene subsample Nemer, Gever of beide is (zie ook 3.3.1.)

Soort	Meest	Als
Verblijven	36%	Nemer
Facebook publiek	23%+11%	NG en Gever
Facebook privé burens	17%+6%	NG en Gever
Voeding	9%	Nemer
Goederen lenen	11%	NG
Ritten auto	10%	Nemer

Verder zijn volgende verbanden te vinden tussen de *demographics* en *psychographics* en het feit dat men op minstens 1 platform actief is ([zie 3.4.1.](#)), en op het aantal soorten platformen men actief is ([zie 3.4.2.](#)):

- Mannen zijn meer non-user en vrouwen zijn meer Nemer én Gever of enkel Gever dan mannen
- Non-users (30%) zijn gemiddeld 44 jaar en hebben een hogere educatie of scholing gehad. Ze hebben meer wantrouwen in de medemens
- Nemers zijn gemiddeld 41 jaar, zijn hoger geschoold, hebben minder wantrouwen (om te Nemen?)
- Gever+Nemer en Gever zitten vooral op weggeefgroepen op Facebook (gratis krijgen dus), zijn gemiddeld 42 jaar, kenden de laagste educatie; zijn meest Aangenaam, Altruïstisch en Prosociaal en ze zijn actiever in het verenigingsleven, althans als helper of dus als actieve medewerker.
- De non-users zijn iets ouder (44 jaar) dan de users (41-42 jaar),
- Users wonen meer in de (voor)steden,
- Opleiding: Non-users en Nemers zijn hoger opgeleid, Gevers en Nemer+Gever zijn lager opgeleid
- Nemer+Gever en Gevers zijn ook offline ook meer lid van het verenigingsleven dan Nemers en Non-users,
- Nemer+Gever en Gevers zijn Aangenamer, altruïstischer, prosocialer
- Non-users en Gevers hebben meer wantrouwen dan Nemers en NG
- **Vrouwen**, mensen uit de **(voor)steden** en mensen die **actief** zijn in het verenigingsleven (als helper) gebruiken significant *meer verschillende soorten deelplatformen*. Mensen die het iets minder breed hebben (SES percieved en SES income) gebruiken meer verschillende soorten deelplatformen, maar dit verband bereikt geen significantie.
- Mensen die hoger scoren op **Aangenaamheid**, **Extraversie**, en **Openheid** en die meer altruïstisch, prosocial+ en prosociaal zijn, frequenteren *meer* verschillende soorten deelplatformen
- Mensen die meer wantrouwen hebben en hoger scoren op **Nauwgezetheid**, zijn van *minder* soorten platformen lid.

6.3. Belemmeringen/hefbomen om niet/wel deel te nemen

Zie 3.5, 3.6 en 3.7.

Belemmeringen non-users		Hefbomen Nemers		Hefbomen Gevers	
Volgorde factoren					
	N61	Heterogene	N122	Heterogene	N90
Vrijheid		Ideologie		Ecologisch	
Ongemak		Nieuwsgierig		Gemak	
Gewoonte		Gemak		Sociaal	
Bezorgdheden		Financieel		New Normal	
Imago		New Normal		Financieel	

TOP antwoorden		
Non-user (>3/5)		
Geen behoefte		
Te veel mails of meldingen op mijn smartphone/app/pc		
Beperking om te gaan en staan waar ik wil		
Ik sta op mijn vrijheid		
Het kost te veel werk		
Ik doe niet aan de economie uit gewoonte		
Het kost te veel tijd		
Het lijkt me een rompslomp		
Bezorgd om eventuele schade		
Nemer (>3/5)		
Ik spaar er geld mee uit		
Ik ben tegen de wegwerpmentaliteit en massaproductie		
Om iets authentieks te beleven of krijgen		
Omwille van het gemak		
Omdat de technologie makkelijk is		
Om iets unieks te ervaren		
Gever (>3/5)		
Omdat ik tegen de wegwerpmentaliteit en massaproductie ben		
Om de ecologische voetafdruk te verkleinen		
Omdat ik in een betere wereld geloof waar iedereen deelt, als gelijken		
Omwille van de coöperatie/collaboratieve		
Omdat het me niet zoveel moeite en inspanning kost		
Verbanden		
Hoe stedelijker, hoe meer men non-user is omwille van elk motief behalve het Vrijheidsmotief. Hoe hoger het diploma, hoe meer men non-user is omwille van het Ongemak.	Hoe rijker, hoe minder het Ideologische motief speelt als Nemer. Hoe hoger het diploma, hoe meer Gemak en Nieuwsgierigheid als motief voor de Nemer.	Hoe stedelijker, hoe meer Ecologische en Sociale motieven, als Gever.

Table 66

7. Samenvatting en aanbevelingen

Dit rapport behandelt een kwantitatieve studie (enquête) waar gepeild wordt naar de **motieven** om wel of niet deel te nemen aan de deeleconomie en deelinitiatieven, naar de **persoonlijkheden** die zich er wel of niet toe lenen en naar bepaalde **profielen** (demografische kenmerken).

De enquête is verstuurd naar persoonlijke connecties en naar allerlei sociale media groepen en naar bepaalde deelplatformen, en is in de loop van 2 maand ingevuld door 433 Vlaamse volwassenen (17-82 jaar).

7.1. Beschrijving van de steekproef

De totale sample (N=433) bleek een paar sterk uitgesproken profielen te kennen, die verder behandeld zijn als subgroepen, waarop de verwerkingen zijn gebeurd. Jongeren, LETSers en een meer heterogene groep.

- **Jongeren** (N=118) zijn (uiteraard) jonger, de verdeling tussen man en vrouw zat in deze groep tamelijk evenredig, ze wonen meest landelijk/in een dorp en ze behoren tot de middenklasse of zitten er boven.
- **LETSers** (N=107) vormen de oudste groep, waar $\frac{3}{4}$ van de respondenten vrouw is, ze leven meest voorstedelijk, schatten in dat ze behoren tot de middenklasse of er net onder, hebben ook een lager inkomen, zijn gemiddeld lager geschoold (*mogelijks door de leeftijd, omdat men vroeger niet massaal 'verder' studeerde ?*) en zijn meest actief in het verenigingsleven, zowel als gewoon lid alsook als actieve helper.
- De gemiddelde leeftijd van de **Heterogene** groep (N=208) was 42 jaar, met een $\frac{3}{4}$ overwicht aan vrouwen, die vooral stedelijk wonen, tot de middenklasse behoren of er net boven en een hogere educatie genoten.
- Een uitvoerigere beschrijving van de subgroepen is te vinden in [3.1.7](#).

	Jongeren	LETS	Heterogene
	N=118	N=107	N=208
leeftijd	21 jaar	53 jaar	42 jaar
m/v	44%-56%	24%-76%	24%-76%
urbanisation	dorp (51%)	voorstad (50%)	stad (40%)
SES	middenklasse+	middenklasse-	middenklasse+
education	-	M=4.35	M=5.55

	Jongeren	LETS	Heterogene
Passief member	2.81	3.67	2.89
Actief member	2.58	3.79	2.87

De **karaktertrek** waar alle groepen meest op scoren is **Aangenaamheid**, gevolgd door **Nauwgezetheid** of **Openheid**. Men scoort lager op Emotionele Stabiliteit en op Extraversie. Qua **sociale attitudes** blijkt men meest belang te hechten aan **altruïsme** (prosociaal gedrag) en aan **rechtvaardigheid**, zowel t.o.v. zichzelf (*don't wanne be the victim*) als t.o.v. de ander (*don't wanne have to much benefits*). Dit wordt ook weerspiegeld in de Voluntary Scale. **LETSers scoren hier overall hoger** op dan de andere subgroepen.



Geaggregeerde score	Jongeren	LETS	Heterogene
Extraversie	3.16	3.19	3.17
Emotionale Stabiel	3.06	3.33	3.29
Agreeableness	3.89	4.15	3.99
Conscientiousness	3.47	3.74	3.72
Openness / Intellect	3.51	3.65	3.61



Geaggregeerde score	Jongeren	LETS	Heterogene
Rechtvaardigheid	3.53	3.64	3.57
Selfish	2.65	1.91	2.17
Fear	3.02	2.41	2.68
Distrust	2.69	2.03	2.26
Prosocial/Altruïsm	3.67	4.13	3.90



Geaggregeerde score	Jongeren	LETS	Heterogene
Proself +	3.20	2.80	2.71
Prosocial	3.34	4.02	3.67
Proself -	2.18	1.77	1.66



Verder (en algemeen gezien, over de subsamples heen, een gedetailleerdere analyse is te vinden op [3.2.5.](#)):

- **Vrouwen zijn meer Aangenaam, meer Nauwgezet, minder Emotioneel Stabiel, minder Open,** meer sociaal en minder *selfish* (hebzuchtig, competitief, ...) dan mannen. Dit komt grotendeels overeen met globale bevindingen in de literatuur rond geslachtsverschillen en persoonlijkheid (uit (Weisberg, DeYoung, & Hirsh, 2011)):
 - *“For example, women are often found to be more **Agreeable** than men (Feingold, 1994; Costa et al., 2001). This means that women, on average, are more nurturing, tender-minded, and altruistic more often and to a greater extent than men. Agreeableness comprises traits relating to altruism, such as empathy and kindness. Agreeableness involves the tendency toward cooperation, maintenance of social harmony, and consideration of the concerns of others (as opposed to exploitation or victimization of others). Women consistently score higher than men on Agreeableness and related measures, such as tender-mindedness (Feingold, 1994; Costa et al., 2001).”*
 - *“Women have been found to score higher than men on **Neuroticism** as measured at the Big Five trait level, as well as on most facets of Neuroticism included in a common measure of the Big Five, the NEO-PI-R (Costa et al., 2001). Additionally, women also score higher than men on related measures not designed specifically to measure the Big Five, such as indices of anxiety (Feingold, 1994) and low self-esteem (Kling et al., 1999). The one facet of Neuroticism in which women do not always exhibit higher scores than men is Anger, or Angry Hostility (Costa et al., 2001).”*
 - *“**Conscientiousness** describes traits related to self-discipline, organization, and the control of impulses, and appears to reflect the ability to exert self-control in order to follow rules or maintain goal pursuit. Women score somewhat higher than men on some facets of Conscientiousness, such as order, dutifulness, and self-discipline (Feingold, 1994; Costa et al., 2001).”* Integraal uit (Weisberg, DeYoung, & Hirsh, 2011)

- **Ouderen** zijn **meer Emotioneel Stabiel, meer Aangenaam en meer Nauwgezet**, minder *selfish*, en kennen minder reputationele angst en risico aversie dan jongeren.
 - De bevinding dat jongeren minder **Neurotisch** (meer Emotioneel Stabiel) worden met de jaren, en meer **Aangenaam** (meer conformerend, meer pro-groep denken, meer empathie krijgen en minder op zichzelf gericht zijn), komt overeen met klassieke bevindingen rond persoonlijkheid en ontwikkeling daarvan doorheen de levensjaren (Howard & Howard, 2000, 2010) (Roberts, Walton, & Viechtbauer, 2006) (Wikipedia, 2017). Zie ook [Figuur 3 op p27](#).
- **(voor)Stedelingen** zijn **Opener**, meer *prosocial with benefits* (proself+) dan mensen 'op den buiten'.
 - Dat men hoger scoort op **Openheid** naarmate men (nog) stedelijker woont, is een bevinding die ook uit een studie in London naar voor komt: hoe dichter bevolkt de stad is, des te Opener zijn de mensen die er wonen. *"The most clustered personality trait the researchers found was "openness to experience", which is concentrated in the center of London. Openness to experience, according to a wide body of psychological studies, is associated with creativity, innovation and entrepreneurship. This type is concentrated in higher density neighborhoods, with higher housing prices, more ethnic and religious diversity and higher crime rates."* In (Florida, 2015). Zie ook [Figuur 3 op p27](#)
- Echt **rijker zijn** (*SES income*, o.b.v. inkomen), gaat gepaard met **minder Aangenaam** zijn, minder pro sociaal zijn, meer *selfish*, minder ook altruïstisch zijn om voordelen te ervaren of om nadelen te omzeilen (proself+ en proself-) (*ze hebben dat misschien minder nodig, die voordelen?*) en meer **Extravert** (enkel bij de Heterogene groep).
 - **Aangenaamheid** is doorgaans gelinkt met jobs die lagere lonen uitbetalen (bv., verpleegkundigen, onderwijs, sociale sector). Voorts is het ook zo dat hoe Aangenamer iemand is (gedienstig, groepsmens, geen neen zeggen, minder over lijken gaan) geassocieerd met minder *"career success (Boudreau et al., 2001), including lower wages (Nyhus & Pons, 2005)"*. Deze relatie wordt echter niet overal en altijd gevonden (Seibert & Kraimer, 2001). In (Sutin, Costa, Miech, & Eaton, 2009), maar dus blijkbaar wel bij ons.
 - *"Extraverts fare better, obtaining more promotions (Boudreau et al., 2001; Seibert & Kraimer, 2001) and higher positions in management (Moutafi et al., 2007). Extraversion, however, has been found to be positively related (Gelissen & de Graaf, 2006), negatively related (Nyhus & Pons, 2005), and unrelated (Boudreau et al., 2001) to income"*. In (Sutin, Costa, Miech, & Eaton, 2009). Wij bekwamen wel zo een relatie.
- En wie zich **rijker voelt** (*SES perceived*) is daarenboven – naast **meer Extravert** – ook **meer Open** (heterogene groep); kent minder wantrouwen (LETS groep); of is **Aangenamer** (Jongeren groep).
- Een hogere **opleiding genieten**, gaat gepaard met (of is weggelegd voor) meer **Extraverte en Nauwgezette** jongeren; een hogere opleiding *genoten hebben*, gaat gepaard met minder wantrouwen (bij de LETS groep) en minder wantrouwen, reputatie angst en risico aversie, meer **Extraversie en Openheid**, meer voor gelijkheid/rechtvaardigheid zijn en meer pro sociaal zijn (in de Heterogene groep).
 - Dat meer **Nauwgezette** mensen hogere diploma's halen (en meer slagen op school) wordt vaak gevonden (Hakimi, Hejazi, & Lavasani, 2011). *"A large pile of studies show a positive association between academic achievement and conscientiousness (Komarraju et al. 2009; Conard, 2009)"*. In (Hakimi, Hejazi, & Lavasani, 2011)
 - Ook Openess/Intellect (Paunonen & Ashton, 2001) en Openheid en Extraversie zijn al eerder aangetoond een rol te spelen. *"Academic performance is positively associated with **Openness to experience, Agreeableness and Extraversion** and negatively associated with **Neuroticism** (Laidra et al. 2007; Lounsbury et al. 2003a)." in (Hakimi,*

Hejazi, & Lavasani, 2011)

- **Extraversie** wordt echter niet altijd positief gelinkt met academische prestaties. *“Extraversion is one of the Big Five Personality factors having the most interesting relationship with academic performance. Although Melissa, Sampo & Panonon (2007) found a negative relationship between these two variables; Chomoro & Furnham (2003a) reported the reverse. Based on previous studies, Dunsmore (2005) relates higher levels of extroversion to higher academic achievement among elementary school students (especially among those under 11), and to lower academic performance at higher educational levels. Furnham, Zhang, & Chamoro, (2006) found a negative relationship between extroversion and achievement at higher education; they believed students' interpersonal as well as intrapersonal skills accounted for this negative relationship; in other words, highly extroverted students are more likely to spend their time on social and extra-curricular activities in comparison to less extroverted students.”* In (Hakimi, Hejazi, & Lavasani, 2011)
- Meta analyses tonen enkel of vooral het effect van **Conscientiousness**, dat sterkst correleert met graden en punten. *“De Raad and Schouwenburg (1996) suggested that Big Five factors of **Conscientiousness, Openness to Experience and Extraversion** are most relevant in educational setting and each of these factors were positively correlated with academic success.”* in (Ibrahim, Yusof, Razak, & Norshahidi, 2014).
- Mensen die meer van socio-culturele **verenigingen** lid zijn (als lid of helper) zijn **algemeen** en m.b.t. de Jongeren en Heterogene groepen: **Aangenamer** (geldt voor alle subgroepen), **Emotioneel Stabieler, Opener en Extraverter**. Ze zijn ook meer prosociaal/altruïstisch, meer pro gelijkheid/rechtvaardigheid, minder zelfzuchtig, minder angstig en risico avers en hebben ze minder wantrouwen in de medemens.

7.2. Gever, Nemer of Non-user ?

Hoeveel % van de subgroepen enkel-Geeft, enkel-Neemt, Neemt en Geeft of non-user is wordt in onderstaande tabel samengevat. Ook het gemiddeld aantal soorten platformen men hierbij frequenteert, is opgenomen in deze tabel.

- **Jongeren** zijn vooral non-user of Nemer en als se lid zijn, zijn ze dat (gemiddeld) van slechts één soort deelinitiatieven.
- **LETsers** zijn Nemer en Gever en lid van gemiddeld 3 soorten deelinitiatieven.
- De **Heterogene** groep – de meest representatieve – toont dat er 35% Nemers en Gevers zijn, 30% non-users en 24% enkel-Nemers. Gemiddeld doet men dit via 2 soorten deelplatformen.

	Jongeren	#	LETs	#	Heterogene	#
Gever	1%	1.0	5%	2.2	11%	2.1
Nemer	32%	1.7	1%	4.0	24%	1.5
Nemer/Gever	12%	3.3	93%	3.2	35%	3.0
Non-user	56%	0	-	-	30%	0
Gemiddeld aantal platformen		.94		3.15		1.69

7.2.1. Is men Gever / Nemer op minstens één platform (zie ook [3.4.1.](#))?

- **Heterogene en ganse groep: vrouwen** zijn meer lid van minstens 1 *sharing* initiatief zij het als Gever, zij het als Nemer, dan mannen, waar veel meer non-users zijn (en dit is van toepassing op de Heterogene groep, dus de vertekening van studenten die mannelijker waren en non-users zijn is in feite weggewerkt). Vrouwen blijken ook in de studie van (Böcker & Meelen, 2017) meer ecologisch gericht. Het feit dat vrouwen meer begaan zijn met het milieu en *sharing idealists* zijn, wordt ook elders gevonden (Hellwig et al., 2015; in (Böcker & Meelen, 2017)). Mogelijks ligt dit aan de basis waarom vrouwen meer delen, ook in onze studie..
- **Heterogene groep: ouderen** (44) zijn iets meer non-user dan jongeren (42), of anders gesteld, non-users zijn gemiddeld iets ouder dan users. Dit beeld ziet er anders uit als we de **ganse sample** bekijken: non-users en enkel nemers zijn jong (33 jaar gemiddeld, naar beneden getrokken door de vele studenten die non-user zijn), en de Gevers zijn beduidend ouder, te wijten aan de oudere groep LETSers, die massaal geven en delen.
- Hoe **stedelijke** men woont, hoe meer men deelnemer is van de deeleconomie (**Heterogene en ganse groep**).
- **Totale sample:** mensen die een **lager inkomen** hebben en/of dit zo aanvoelen, zijn meer én Gever én Nemer binnen de deeleconomie. Dit effect wordt niet terug gevonden *binnen* de subsamples, en is dus wellicht te wijten aan een kenmerk *tussen* de groepen. De LETS groep is én Gever en Nemer zijn, én heeft een lager inkomen in dit onderzoek.
- **Heterogene groep:** de enkel-Nemers zijn meest geschoold, gevolgd door de groep non-users. De Gevers (enkel-Gevers en Gevers én Nemers) zijn **laagst geschoold** in de heterogene groep.
- **Heterogene groep:** actief lid zijn binnen het verenigingsleven gaat gepaard met vaker lid zijn van minstens 1 deelplatform.

- **Totale sample:** in het algemeen zijn mensen die Gever zijn meer **Emotioneel Stabiel**. Mensen die Gever en Nemer zijn, zijn het meest **Open**. Wellicht wordt dit veroorzaakt door de LETS groep, die én ouder zijn, wat gepaard gaat met hogere Emotionele Stabiliteit, én Gever zijn. Ze worden ook gekenmerkt met de grootste Openheid (zie ook 3.2.1.).
- **Heterogene groep:** Gevers scoren hoger op de persoonlijkheidsfactor **Aangenaamheid** dan non-users, en die hoger dan personen die enkel Nemen, in deze heterogene groep. *Enkel-Nemers zijn eigenlijk de minst Aangename persoonlijkheden, evenwel misschien niet verwonderlijk: ze nemen wel, maar geven niks*. Dit geldt niet voor de Jongerengroep, waar de non-user significant minst Aangenaam blijkt.
- **Heterogene + totale + LETS groep:** Non-users en mensen die enkel (weg)Geven hebben meer wantrouwen (distrust) in de medemensen dan Nemers en Nemers en Gevers (NG). *Blijkbaar staat wantrouwen in de medemens niet in de weg om iets weg te geven, maar staat het wel in de weg om iets aan te nemen*.
- **Heterogene groep:** Gevers en Nemers en Gevers (NG) hebben meer altruïstische en prosociale attitudes dan non-users en enkel-Nemers. Dit komt overeen met de prosociale factor van de vrijwilligersschaal (VS): Gevers en Nemers en Gevers (NG) zouden meer omwille van echt altruïstische en prosociale redenen delen, dan non-users en enkel-Nemers. Dit geldt ook voor de **jongeren** groep.
- M.b.t. de **jongeren:** Gevers zouden meer weggeven om negatieve emoties rond het zelf te vermijden, als neveneffect, zoals om 'weg te lopen van de eigen problemen' en om 'zich minder eenzaam te voelen'.

7.2.2. Op hoeveel soorten platformen is men dan actief (zie ook [3.4.2.](#))?

- **Vrouwen** zitten op meer verschillende soorten platformen. Dit is zo bij de **algemene en totale sample** als ook bij de **heterogene** groep. Bij de **LETS** groep gebeurt het omgekeerde: daar participeren **mannen** in meer verschillende soorten deelinitiatieven.
- **Algemeen** nemen de jongeren significant minder deel aan verschillende soorten deelinitiatieven dan **ouderen**, en binnen de oudere groep merken we **een lichte omgekeerde U-curve m.b.t. leeftijd en aantal verschillende soorten platformen** men gebruikt, met een optimum bij 30-60, vooral te wijten aan de oudere, delende LETSers. Bij de heterogene groep zien we een optimum bij 30-40 jarigen. **Dat LETSers een wat ouder publiek trekt is conform de getuigenis van een geïnterviewde LETSer, voorafgaand aan dit onderzoek. En er zouden bij LETS niet zo veel jongeren aan deelnemen: "omdat je tijd moet hebben en daarom vermoed ik dat er meer ouderen LETSers zijn, ouderen en mensen met en uitkering, vermoed ik."** (geïnterviewde LETSer, zie Rapport 1).
- **Algemeen**: hoe **stedelijker** men woont, op hoe meer deelplatformen men actief is. Dit geldt niet voor de **LETS**-groep, daar geldt het omgekeerde: hoe **landelijker**, hoe meer soorten deelinitiatieven men frequenteert, al bereikt deze trend slechts marginaal significantie.
- **Algemeen**: hoe **rijker** men *is* of hoe rijker men zich *voelt*, hoe minder soorten platformen men gebruikt. Bij de **jongerengroep** ligt dat iets anders: hoe rijker men zichzelf beschouwt, hoe meer soorten platformen men gebruikt ... **maar meestal als Nemer!**
- **Algemeen**; hoe actiever men is als **actief of passief lid** binnen het verenigingsleven, hoe meer deelinitiatieven men gebruikt. Dit geldt vooral bij de **LETS** groep en bij de **Heterogene** groep.
- Bij de **jongeren** geldt vervolgens: hoe hoger men scoort op **Aangenaamheid** (karaktertrek) en hoe hoger men altruïsme in het vaandel draagt (attitude), hoe groter de participatie aan meer verschillende soorten deelplatformen.
- Bij de **LETS** leden: hoe hoger men scoort op **Aangenaamheid, Nauwgezetheid en Openheid** (karaktertrekken), en hoe meer altruïstische attitudes men heeft, hoe meer verschillende soorten platformen men gebruikt.
- De **heterogene** groep vertoont volgend patroon: meer **Extravert zijn, Aangenaam zijn en Open zijn**, gaat gepaard met meer verschillende soorten platformen, maar meer **Nauwgezet zijn** gaat gepaard met *minder* verschillende soorten deelinitiatieven frequenteren.
- Hoe meer **wantrouwen** men heeft in de medemens, hoe minder platformen men gebruikt. Hoe meer **altruïstische** attitudes, hoe meer platformen men gebruikt. Mocht men aan sharing doen, dan zouden die die nu meer soorten platformen gebruiken, dit meer doen omwille van echt prosociale redenen, maar ook omwille van de positieve neveneffecten op het zelf dat dergelijk sharing gedrag teweegbrengt (zoals nieuwe vrienden vinden, goed op het cv staan, ervaringen opdoen).

Per subgroep geeft dit het volgende (zie ook [3.4.3.](#)):

Jongeren:

- Zijn vooral **non-user** (56%, of 54% is op geen enkel platform actief) of **Nemer** (32%).
- Zijn meest Nemer van **accommodatie** (27%), **ritten** (9%) of **Facebook** weggeefgroepen (16% a 19%).
- Zij die zichzelf **rijker** voelen, gebruiken *meer verschillende deelplatformen*.
- Als ze **Gever** zijn, scoren ze hoger op **Aangenaamheid** en altruïsme, maar, zijn ze ook iets meer proself- gemotiveerd (*prosocial with benefits*).

LETsers:

- Zijn massaal **Gevers+Nemer** (5% is enkel Gever, 94% is Gever en Nemer), of 99% is op zeker een platform lid (uiteraard: LETS).
- Ze doen dat als Gever van **timesharing** (93%), maar ook van **Facebook** weggeefgroepen (21 a 35%), van lenen van **goederen** (32%) en van **gratis accommodatie** (14%).
- Gevers die enkel geven (slechts 5 personen) hebben minder wantrouwen in de medemens dan die ene Nemer en het gros van de Nemer en Gevers.
- M.b.t. **diploma** en **leeftijd** geldt een (omgekeerde) U-curve: die met het laagste of hoogste diploma zijn van meer soorten platformen lid, de jongste en de oudste LETsers zijn van minder platformen lid. *Deze vaststelling komt overeen met de impressie die één van de geïnterviewde personen heeft en ons vertelde op een eerder moment, tijdens ons vooronderzoek (zie Rapport 1). De 'gevers' en 'nemers' binnen de LETS beweging zouden iets meer divers zijn, aldus de geïnterviewde LETS bezieler, dan wat men doorgaans vindt bij andere deelplatformen. Er zouden zowel hoger opgeleiden 'geven' als werklozen of leefloners.*
- Mannen, mensen van 'op de buiten' en die mensen die actiever zijn in het verenigingsleven als actief lid, zitten op *nog meer deelplatformen. Dit is eigenlijk anders dan de bevinding algemeen en bij de Heterogene groep: waar vrouwen en stedelingen meer deelnemen aan the sharing economy.*
- LETsers die nog hoger scoren op **Aangenaamheid**, **Nauwgezetheid** en **Openheid**, die altruïstischer en prosociaal zijn, frequenteren nog *meer verschillende soorten platformen*.

Heterogene groep:

- 30% is **non-users** (of 29% is op geen enkel platform lid); 24% is Nemer; 35% is **Nemer en Gever**; 11% is Gever.
- Zijn vooral Nemer van **accommodatie** (36%), voeding (9%) en ritten (10%); zijn Nemer en Gever van **Facebook** weggeefgroepen (22% a 34%).
- **Vrouwen** zijn meer Gever of Nemer+Gever dan mannen
- **Non-users** (30%) zijn gemiddeld **44 jaar** en hebben een **hogere educatie** of scholing gehad.
- **Nemers** zijn gemiddeld 41 jaar, zijn hoger geschoold, hebben minder wantrouwen (om te Nemen?).
- **Gever+Nemer en Gever** zitten vooral op weggeefgroepen op Facebook (gratis krijgen dus), zijn gemiddeld 42 jaar, kenden de **laagste educatie**; zijn meest **Aangenaam**, altruïstisch en sociaal en ze zijn actiever in het verenigingsleven, althans als helper of dus actieve medewerker.
- **Vrouwen**, mensen uit de **(voor)steden** en mensen die actief zijn in het verenigingsleven (als helper) gebruiken significant *meer verschillende soorten deelplatformen*.
- Mensen die hoger scoren op **Aangenaamheid**, **Extraversie**, en **Openheid** en die meer Altruïstisch, Proself+ en Prosociaal zijn, frequenteren *meer verschillende soorten deelplatformen*.
- Mensen die meer wantrouwen hebben en hoger scoren op nauwgezetheid, zijn van *minder soorten platformen* lid.

M.b.t. het verband tussen **diploma** en Gever/Nemer/non-user zijn binnen de **Heterogene** groep, lijkt iets eigenaardigs aan de hand te zijn: hoewel er een verband was tussen diploma en er meer prosociale en pro-rechtvaardigheid-attitudes op nahouden (zie 3.2.4.), worden die attitudes niet in praktijk gebracht, althans niet m.b.t. het Geven binnen deelplatformen.

Ook lijkt het erop dat de 'slimsten' en de 'rijksten' opportunistischer zijn en meer Nemen of non-user zijn, dan Geven, niet enkel binnen de **Jongere groep**, maar ook binnen de **Heterogene** groep.

Misschien heeft het feit dat de minder welgestelden meer Geven en minder Nemen te maken met **vraagschroom**²⁰, die mogelijks (nog) groter is bij de minder welgestelden, en durven ze niet te Nemen omwille van de gêne die ermee gepaard gaat dat ‘men’ hun Nemen zou toeschreven aan noodzaak i.p.v. aan eigen keuze. Er is misschien een verschil in ‘Nemen’ al naargelang men die daad kan attribueren aan ‘omdat het kan’ versus dan ‘omdat het moet’, net zoals men minder gêne ervaart als ‘welgestelde’ bij een 2^{de} hands aankoop, ‘omdat men leuke spulletjes wilt op de kop tikken’ en/of er ‘omwille van duurzaamheid’, of omdat men er dus zelf voor kiest versus als ‘minder welgestelde’ die daar (niet) naartoe gaat ‘uit noodzaak’ en ‘omdat het moet omdat het veel minder kost’.

Een andere reden kan te maken hebben met **tijd**. Mogelijks hebben de rijkere een drukker job en daardoor geen tijd om te fungeren als Gever.

Anderzijds, kan dit verschil in Nemen als meer welgestelde versus als minder welgestelde met de industrietak of **sector** te maken hebben: mensen mét voldoende geld kunnen meer gebruik maken van Airbnb of Flavr of betalende initiatieven, waar men meer fungeert als Nemer dan als Gever. Verder onderzoek, hetzij met een veel groter aantal respondenten per sector of industrietak en per verdienmogelijkheid voor de Gever (betaalplicht voor de Nemer), hetzij via enkele diepgravende interviews, zou hier uitsluitel kunnen in brengen.

7.2.3. Motieven om *niet* deel te nemen (non-user te zijn)

Onderstaande analyses betreffen 126 respondenten die de motieven invulden om niet deel te nemen aan de *sharing economy*, om hun belemmeringen of angsten daaromtrent te scoren. Per sub-sample levert dit volgende cijfers op: 65 jongeren en 61 uit de heterogene sub-sample zijn non-user.

De **top redenen** om *niet* deel te nemen aan de deelinitiatieven zijn: **geen behoefte aan hebben, op z’n vrijheid staan, te veel meldingen op de gsm/app vrezin, beperkingen vrezin om zelf te gaan en te staan waar men wilt en ‘uit gewoonte’** (waarden >3 op een 5-puntenschaal).

De **factoren** die het meest doorwegen om niet deel te nemen aan de deeleconomie zijn:

- gesteld zijn op zijn (bewegings)vrijheid en privacy;
- **gewoonte** en het klassieke aanbod gebruiken;
- de **ongemakken** dat delen met zich meebrengt.

Dat is zo bij zowel de jongeren als de heterogene groep

	Ganse N126	Jongeren N65	LETS N0	Heterogene N61
Vrijheid	3.36	3.46	-	3.26
(financieel) Imago	2.07	2.06	-	2.08
Bezorgdheden	2.76	2.86	-	2.66
Gewoonte	3.34	3.48	-	3.20
Ongemak	3.23	3.21	-	3.26

Table 67

Zie [3.5](#) voor de uitgebreide analyses en een meer gedetailleerd besluit.

²⁰ Vraagschroom werd erkend/gemeld door een aantal leden van de adviescommissie (15/09/2016), zie Deelrapport 1: *The Sharing Personality*: synthese van de deskresearch en interviews.

7.2.4. Motieven om deel te nemen als Nemer

Onderstaande analyses betreffen 274 respondenten die de motieven invulden om deel te nemen aan de *sharing economy* als Nemer. Per sub-sample levert dit volgende cijfers op: 51 jongeren en 101 LETSers en 122 uit de heterogene sub-sample zijn Nemer (al dan niet énkél Nemer of Nemer én Gever).

De **top redenen** om deel te nemen aan de deeleconomie als Nemer zijn: **geld uitsparen, ecologische motieven** (tegen de wegwerpmaatschappij zijn, de ecologische voetafdruk verlagen), **cohesie** (een betere wereld willen, coöperatief en collaboratief zijn), **gemak en uniciteit** (om iets authentieks of unieks te bekomen) (waarden >3 op een 5-puntenschaal).

De **factoren** die het meest doorwegen om te Nemen zijn:

- Bij de LETSers en Heterogene groep **Ideologie** (ecologie en cohesie) en **Nieuwsgierigheid**,
- bij de Jongeren **Nieuwsgierigheid en Gemak**.

	Gense N274	Jongeren N51	LETS N101	Heterogene N122
Ideologie (ecologie/cohesie)	3.07	2.48	3.80	2.72
Gemak	2.53	2.72	2.38	2.58
Nieuwsgierig	2.72	3.00	2.68	2.64
Financieel	2.16	2.40	2.17	2.08
Nieuwe Normaal	1.62	1.77	1.59	1.57

Table 68

Zie [3.6](#) en [4.](#) voor de uitgebreide analyses en een meer gedetailleerd besluit

Samengevat komt het hierop neer:

- Hoe **ouder** men is, hoe meer **Ideologische** motieven een rol spelen voor de Nemer (men neemt omwille van het milieu of omwille van sociale contacten en sociale cohesie) en hoe minder men Gemak, Financiën, Nieuwsgierigheid of New Normal als leidmotief heeft. [Dat jongeren meer economische gedreven zijn dan ouderen, als Nemer, wordt ook gevonden in de recente studie van \(Böcker & Meelen, 2017\).](#)
- Hoe **stedelijker**, hoe meer **Ideologisch** men neemt.
- Hoe **rijker** men is en/of men zich zo voelt, hoe **minder het Ideologische** motief speelt om te Nemen. [M.b.t. Socialisatie \(een van de sub-facetten binnen deze ideologische factor\) komt dit overeen met de bevindingen van \(Böcker & Meelen, 2017\).](#)
- Bij **LETSers** zien we het volgende: hoe **armer** men is, hoe **meer het Financiële** motief een rol speelt. [Dat rijkeren minder economisch/financieel gedreven zijn, is congruent met een bevinding van \(Böcker & Meelen, 2017\), al vonden zij dit bij de ganse steekproef en o.b.v. intentie om deel te nemen en wat de motieven daarbij zouden zijn, als Nemer. Wij vinden dit enkel, m.b.t. het economische motief, binnen de LETS groep](#)
- Hoe hoger de **educatie**, hoe **meer Gemak en Nieuwsgierigheid** een rol speelt, en hoe **minder het Ideologische** motief om te Nemen (heterogene groep). [Dat hoger diploma leidt tot minder sociaal en ecologisch gedreven motieven is 'onverwacht' \(o.b.v. de meeste literatuur, zie Rapport 1\), maar ligt wel in lijn met \(Böcker & Meelen, 2017\).](#)
- Bij de **LETSers**: hoe hoger het diploma, hoe minder het Financiële motief en hoe minder het Nieuwsgierigheidsmotief.
- In hoe meer **verenigingen** men zit, zij het actief, zij het passief, hoe groter alle motieven een rol spelen, behalve het Financiële motief.
- Hoe Ideologischer (als Nemer), hoe meer platformen men gebruikt als Nemer

We zien duidelijk dat ook bij de Nemer **Ideologische** motieven (aangaande ecologie en sociale contacten/cohesie) doorslaggevend zijn. Dan komt Nieuwsgierigheid (nieuwe culturen, nieuwe mensen, nieuwe zaken uitproberen) daarna komt het Gemak als leidmotief. Bij de jongerengroep merken we dat Nieuwsgierigheid en Gemak primeren boven Ideologie. Financiële voordelen/noodzaak zijn geen motieven bij de Nemers, algemeen, **althoewel ‘omdat ik er een centje mee uitspaar’ het top antwoord is !** Enkel, de andere items bij deze factor (ik moet wel, ben financieel genoodzaakt, om zoveel mogelijk gratis te krijgen, om door te verkopen, uit eigenbelang) scoren absoluut niet hoog.

Dat algemeen **Financiële** redenen of voordelen eerder onbelangrijk zijn bij de Nemers (tenzij dan dat centje mee uitsparen, wat het allerbelangrijkste is), komt **niet helemaal overeen met andere bevindingen in de literatuur:**

- ‘Saving money’ was bijvoorbeeld het top antwoord als gepeild werd naar de voordelen in een studie in de VS in 2012 (Campbell Mithun & Carbonview Research, 2012).
- Ook een onderzoek uit 2013 (Hamari, Sjolint, & Ukkonen, 2015) naar de motieven om te delen bij leden van Sharetribe, toonde aan dat economisch gewin (maar ook duurzaamheid en intrinsieke motivatie) belangrijk is.
- In een studie uitgevoerd door (van de Glind, 2013) in 2013, met 20 geïnterviewde, **effectieve** deelnemers aan de deeleconomie en 1330 geënquêteerde **potentiele** deelnemers aan de deeleconomie, in Amsterdam, staat te lezen ook dat men is gestart met het gebruiken van deze platformen omwille van een extrinsieke motivatie (praktisch nut, financieel gewin, *likes* krijgen) én sociale motieven (andere mensen ontmoeten, mensen helpen) of ecologische motieven. O.b.v. de grotere enquête vond (van de Glind, 2013) dat de motieven om **potentieel** te willen of zouden deelnemen aan deelinitiatieven de volgende zijn: het uitsparen of verdienen van geld, andere mensen ontmoeten, bijdragen tot een gezondere en milieubewustere omgeving, recommandaties kunnen zien/krijgen en algemeen sociale attitudes t.o.v. de maatschappij of de buurt.
- Ook een studie uitgevoerd aan de San Francisco University of California Transportation Center (2014) m.b.t. het delen van ritten en vervoer geeft te kennen dat de voornaamste motieven voor *carpooling/ride-sharing* bij de Nemer de volgende zijn: minder voertuigen in het verkeer brengen (ecologisch motief) en het delen van de vervoerskosten (economisch motief). Ook kwam ‘het is goedkoper’ bij een van de 4 voornaamste redenen om aan *ride-sourcing* –waar de chauffeur en de passagier meestal niet dezelfde eindbestemming hebben – te doen (voor zowel chauffeurs als passagier) (Rayle, Shaheen, Chan, Dai, & Cervero, 2014).
- In een studie van ING (ING, 2015)²¹ kwam ‘geld uitsparen’ op nummer 2 te staan, bij de redenen mogelijks (**potentieel**) te participeren in de deeleconomie. Bij zij die **effectief** het afgelopen jaar gedeeld hadden, speelden echter vooral het financiële: ‘geld besparen’ (als ontleners) en ‘bijverdienen’ (als uitleners).
- Een studie uitgevoerd in 2015 in Duitsland naar de motivaties om duurzaam gedrag te stellen toonde aan dat deelnemers aan deelinitiatieven gedreven worden door een triade van economische, ecologische en sociale motieven. De sterkste motieven zijn ‘besparen’ en ‘gemak’ – aan de praktische zijde, en voldoening halen en milieubewustzijn – aan de sociale en ideologische zijde. (Schiel, 2015).
- Een studie in Nederland in 2016 (Felix, 2016) bij **effectieve en potentiele** gebruikers aan de deeleconomie resulteerde in de volgende motieven om deel te nemen aan de deeleconomie: om kosten te besparen, omwille van de duurzaamheid / het milieu.

²¹ Cijfers m.b.t. België stonden tot mei 2017 op deze site, die nu helaas offline gehaald is: <https://about.ing.be/Over-ING/Press-room/Press-article/Deeleconomie-kent-groot-groeipotentieel-in-Belgie-2.htm>

- Een internationale studie van o.a. Test Aankoop in 2016 (Altroconsumo, DECO-Proteste, OCU, Test Aankoop, 2016) toont dat ‘om geld te besparen’ het top antwoord was bij zowel ritten/vervoer, accommodatie als goederen *delen*.
- Tenslotte toont een recente studie uit 2017 (Böcker & Meelen, 2017) dat de bedrijfstak of de sector/context belangrijk is m.b.t. de motivaties. De motivaties people/sociale – planet/ecologische – profit/financiële zijn aan elkaar gewaagd (*well balanced*) zowel bij **potentiele** nemers als bij **potentiele** gevers. Al spelen economische redenen een grotere rol bij accommodatie platformen dan in de andere sectoren. Ook Tussyadiah toonde in 2015 en 2016 aan dat economische drivers belangrijk zijn in *accommodation sharing*. Bij deelplatformen voor mobiliteit (ritten of auto’s delen) spelen eerder ecologische beweegredenen een rol en bij voedsel delen spelen eerder sociale redenen een rol (bij zowel nemers als gevers). Tevens blijkt het ook dat de Nemers van *the sharing economy* doorgaans meer economisch gemotiveerd zijn dan de Gevers van die platformen: economische motieven zouden hoger eindigen mocht men accommodatie huren/krijgen via *sharing* platformen dan mocht men zelf accommodatie verhuren/verlenen. Sociale en milieu-gerelateerde motieven spelen een even belangrijke rol bij Gevers en Nemers.

De bevinding dat het **Ideologische**, in deze analyse een combinatie van sociale cohesie, samenhangigheid, altruïsme en duurzaamheid en ecologie, zo belangrijk is bij Nemers, althans in de LETSgroep en in de Heterogene groep, komt wel overeen met bevindingen in de literatuur:

- Het sociale motief werd eerder aangehaald in (van de Glind, 2013) (ING, 2015), althans, als motief bij potentiële gebruikers ‘welk motief **zou** voor u van belang zijn mocht u deelnemen aan ...’ (Schiel, 2015) (Bellotti, et al., 2015) (vooral bij de platformeigenaar en –beheerder) en in (Böcker & Meelen, 2017).
- Het Ecologische motief werd ook gerapporteerd in de onderzoeken van (Hamari, Sjöklint, & Ukkonen, 2015) en (ING, 2015) m.b.t. potentiële deelnemers aan de deeleconomie, (van de Glind, 2013), (Rayle, Shaheen, Chan, Dai, & Cervero, 2014), (Schiel, 2015) (Bellotti, et al., 2015) (vooral bij de platformeigenaar en –beheerder), (Felix, 2016) en in (Böcker & Meelen, 2017).

7.2.5. Motieven om deel te nemen als Gever

Onderstaande analyses betreffen 203 respondenten die de motieven invulden om deel te nemen aan de *sharing economy* als Gever. Per sub-sample levert dit volgende cijfers op: (slechts) 10 jongeren en 103 LETers en 90 uit de heterogene sub-sample zijn Gever (al dan niet énkél Gever of Nemer én Gever).

De **top redenen** om deel te nemen aan de deeleconomie als Gever zijn van **ecologische en sociale** aard: bv., **omdat men tegen een wegwerpcultuur is, om de ecologische voetafdruk te verkleinen, voor de sociale cohesie, om mensen te helpen, omdat men in een wereld gelooft waar mensen delen**. De **factoren** die meest doorwegen bij Gevers zijn het **Ecologisch** motief, bij alle subgroepen. Daarna volgt de **Sociale** component (bij LETSers en Jongeren) of de **Gemak** component (bij Jongeren en de Heterogene groep).

	Gense N203	Jongeren N10	LETS N103	Heterogene N90
Social	2.77	2.92	3.03	2.45
Gemak	2.57	2.93	2.32	2.81
Financieel	1.90	2.57	1.97	1.74
Ecologie	4.17	3.43	4.38	4.02
NewNormal	1.88	2.15	1.87	2.04

Table 69

Zie [3.7](#) en [5.](#) voor de uitgebreide analyses en een meer gedetailleerd besluit.

Samengevat komt het hierop neer:

- Hoe **ouder** men is, hoe meer **Sociale en Ecologische** motieven een rol spelen voor de Gever, en hoe **minder Gemak** motieven. Deze primeren bij de jongeren. [Dit is conform het verband met leeftijd en Ideologische motieven als Nemer \(zie 7.2.4.\)](#).
- Hoe **stedelijker**, hoe meer het Sociale en Ecologische motief speelt (enkel m.b.t. de **Heterogene** groep). [Ook dit is conform de bevinding m.b.t. Nemers \(zie 7.2.4\)](#)
- Hoe **rijker** men is of zich voelt, hoe **minder het Sociale, het Ecologische en het Financiële** motief spelen, en dat algemeen en bij de LETS-groep Gevers. [Dit is congruent aan de bevindingen bekomen bij \(Böcker & Meelen, 2017\) waar niet specifiek gefocust werd op LETSers, maar waar Amsterdammers gevraagd werden naar motieven en intenties.](#)
- **Algemeen:** hoe **rijker** men is, hoe meer het **Gemak** een argument is om te Geven.
- In hoe meer **verenigingen** men zit, zij het actief, zij het passief, hoe groter de Sociale, Financiële, Ecologische en New Normal motieven een rol spelen, zeker in de Heterogene groep.
- Hoe **meer platformen** men gebruikt, hoe meer het **Sociale, het Ecologische en het Financiële** motief speelt (als Gever). Bij de LETSers is deze positieve correlatie of verband enkel van toepassing m.b.t. het Ecologische motief, bij de Heterogene groep geldt dit verband m.b.t. het Sociale, Financiële en New Normal motief.

We zien duidelijk dat Ecologische motieven doorslaggevend zijn. Gevolgd door Sociale motieven (zowel op mesoniveau: sociale cohesie, als op microniveau: vrienden maken). Dan komen de Gemak motieven. Dat de Sociale motieven voor Gemak komen, heeft mede te maken met de grote groep LETSers die tussen de Gevers zit (103 van de 203). Bij jongeren en bij de meer heterogene sample primeert Gemak boven Sociale cohesie/contacten. Financiële voordelen/noodzaak en het feit dat delen het Nieuwe Normaal/passie/verslavend is, zijn geen motieven bij de Gevers.

[Dat het Financieel voordeel onbelangrijk \(geen motief\) is bij de Gevers, niet enkel bij de LETS groep, maar ook bij de Heterogene sample en de Jongeren sample, is niet congruent met bevindingen in de literatuur \(zie ook 7.2.4. voor een overzicht van dergelijke onderzoeken\). Uit de literatuur blijken Financiële motieven toch wel een substantiële rol spelen.](#)

Mogelijks heeft deze incongruentie te maken met volgende zaken:

- Door de aard van het onderzoek, waarbij via sociale media gepoogd werd respondenten te vinden, waar zelfselectie een belangrijke rol speelt, deden mogelijks de meest prosociale en helpende Gevers of Delers mee aan deze enquête, en niet de meest *selfish ones*.
- Deze die invulden als Gever, blijken vooral te geven in non-profit platformen, eerder dan in profit initiatieven. En aangezien men daar geen financiële compensatie krijgt, kan Financieel gewin geen motief zijn.

Dit *kan* echter ook gewoon een weerspiegeling zijn van onze maatschappelijke realiteit en representatief zijn m.b.t. de Vlaamse/Belgische burger, waar –in tegenstelling tot bv. de VS– een sterkt financieel vangnet voorzien wordt voor de burger, en dat de noodzaak om terug te vallen op *the sharing economy* omwille van Financiële redenen, veel minder groot is. Misschien is er nu (nog) geen financiële noodzaak om op deelplatformen te gaan, in casus als Gever. Echter, sommige geïnterviewden²² gaven melding van het bestaan van een Financiële noodzaak, bij bijvoorbeeld eenoudergezinnen of mensen die hun huis willen houden na een echtscheiding. Een aantal gescheiden personen verhuren tweewekelijks hun huis of geregeld een deel van hun huis via Airbnb om een zelfde levensstandaard te kunnen genieten als tijdens het samenwonen. De volgende printscreens (uit een

²² Deelrapport 1: *The Sharing Personality*: synthese van de deskresearch en interviews.

discussie op een Facebookgroep, geanonimiseerd) illustreert het groeiend besef dat men een extraatjes kan bijverdienen of het extra geld nodig heeft door te verhuren via Airbnb.



Figure 5: Post Facebookgroep 'GENT ALS COMMONSSTAD VAN DE TOEKOMST' van 4/8/2017

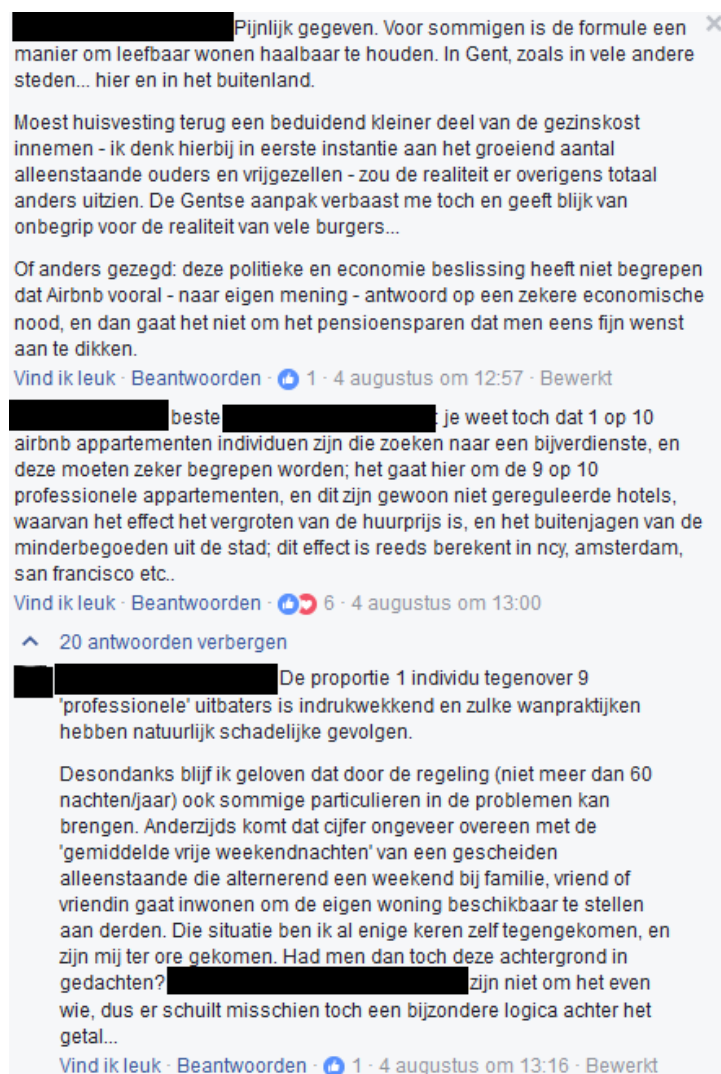


Figure 6: Discussie Facebookgroep 'GENT ALS COMMONSSTAD VAN DE TOEKOMST' van 4/8/2017

De bevinding dat het **Ecologische** zo belangrijk is bij elke subsample, komt wel overeen met bevindingen in de literatuur van (Hamari, Sjoikint, & Ukkonen, 2015) en (ING, 2015) m.b.t. potentiële deelnemers aan de deeleconomie, (van de Glind, 2013), (Rayle, Shaheen, Chan, Dai, & Cervero, 2014), (Schiel, 2015) (Bellotti, et al., 2015) (vooral bij de platformeigenaar en –beheerder), (Felix, 2016) en in (Böcker & Meelen, 2017).

Gemak (om van je goederen vanaf te geraken) en dus een soort eigenbelang of gewin, is een belangrijk motief bij Jongeren en de Heterogene groep. Dit soort motivaties zijn ook terug te vinden in (Hall & Krueger, 2015) (van de Glind, 2013) (Rayle, Shaheen, Chan, Dai, & Cervero, 2014) en (Bellotti, et al., 2015).

Bij de LETS groep primeert eerder het **Sociale** motief. Dit motief werd eerder aangehaald in de literatuur: (van de Glind, 2013) (ING, 2015), althans, als motief bij potentiële gebruikers ‘welk motief **zou** voor u van belang zijn mocht u deelnemen aan ...’ (Schiel, 2015) (Bellotti, et al., 2015) (vooral bij de platformeigenaar en –beheerder) en in (Böcker & Meelen, 2017).

7.2.6. Vergelijking Gevers en Nemers m.b.t. het economisch/financiële

Blijkbaar speelt het economische of financiële bij Gevers een kleinere rol (gemiddeld 1.90/5) dan bij Nemers (gemiddeld 2.16/5). Dit is congruent aan een recent onderzoek in Amsterdam waar men de intentie of *willingness* onderzocht om deel te nemen aan de *sharing economy* van allerlei zaken (goederen, huisvesting, ritten, ...) als Nemer (user) of als Gever (provider) (Böcker & Meelen, 2017). De onderzoekers baseerden zich op het Triple-P model: Profit, Planet en People argumenten voor motivaties (i.p.v. onze 5 soorten motieven of hefbomen). Naast deze triple-P motieven namen ze ook socio-demografische variabelen in rekening in 5 sectoren (huisvesting, ritten, auto’s, voedsel, goederen). “*Economic motivations are less important for the provision than for the use of shared assets.*” (Böcker & Meelen, 2017). Dit komt -volgens deze auteurs- ook overeen met een exploratief onderzoek van (Bellotti, et al., 2015), waar de Nemers vooral instrumenteel gedreven zijn ‘*to get the service/thing*’ en de Gever vooral Sociaal en Intrinsiek gedreven is (maar toch ook, op de 2^{de} plaats Financieel gedreven), in dat onderzoek.

In *ons* onderzoek is het Ecologische (en Sociale) de grootste motivator, voor zowel Nemers als Gevers. Gevolgd door Gemak, dat een even grote rol speelt voor Nemer en Gever. New Normal is ook even onbelangrijk voor Nemer en Gever en de laagste motivator. Het Financiële motief scoort niet hoog, maar beduidend hoger voor de Nemer dan voor de Gever. Zie Tabel 70.

	Nemer	Gever
Ecologische (en Sociale)	3.07	4.17
Sociale		2.77
Nieuwsgierigheid	2.72	
Gemak	2.53	2.57
Financiële	2.18	1.9
New Normal	1.62	1.88

Table 70

7.3. The Sharing Personality ?

De belangrijkste bevinding m.b.t. welke karaktertrekken of persoonlijkheden er mogelijks ten gronde liggen aan het al dan niet deelnemen aan de deeleconomie zijn (rekening houdend met en een verband op 'lid zijn van minstens één platform' en een verband op 'aantal platformen' en rekening houdend met het feit dat we die karaktertrek weerhouden als deze én op de totale sample én op minstens een subsample gevonden wordt):

- met stip **Aangenaamheid**: Gevers scoren globaal en in alle subgroepen hoger op Aangenaamheid dan Nemers of non-users (bij de LETS groep zijn het allemaal Gevers, die allemaal sowieso hoogst scoren op Aangenaamheid).
- **Openheid** speelt ook een rol, indien we de ganse sample in beschouwing nemen en de relatie 'hoe opener hoe meer platformen' in bijna elke sample.
- **Extraversie**: Extraverte personen zijn van meer platformen lid dan Introverte personen (ganse sample en heterogene sample)

	Ganse	#	Jongeren	#	LETS	#	Heterogene	#
Extraversie		+						+
Aangenaamheid	NG>G>N>non	+	G>NG>N>non	+		+	GN>G>non>N	+
Conscientieusheid						+		-
Emo. Stabiliteit	G>NG>N>non	+						
Openheid/Intellect	GN>N>G>non	+				+		+

De motivaties (gereduceerd tot 5 factoren) om te **Nemen** (als taker of consument) correleren als volgt met bepaalde karaktertrekken:

- Mensen die Extravertter zijn, zijn meer door Nieuwsgierigheid (enthousiasme, zie onder) en Financiële voordelen (assertiviteit) gedreven dan meer Introverte personen;
- Hoe Aangenamer, hoe meer Ecologische en Sociale motieven spelen (Ideologie)
- Mensen die hoger scoren op Openness/Intellect zijn meer Ideologisch gedreven en gedreven door het nieuwe en Nieuwsgierigheid (openstaan voor nieuwe ervaringen)

NEMER	Ideologie	Gemak	Nieuwsgierig	Financieel	New Normal
Extraversie			+	+	
Aangenaamheid	+				
Conscientieusheid					-
Emo. Stabiliteit					
Openheid/Intellect	+		+		

De motivaties (gereduceerd tot 5 factoren) om te **Geven** (als giver of prosument) correleren als volgt met bepaalde karaktertrekken:

- Mensen die Extravertter zijn, zijn meer door Financiële voordelen (assertiviteit) en 'omdat het de Nieuwe Normaal' is gedreven dan meer Introverte personen;
- Hoe Aangenamer, hoe meer Ecologische motieven spelen;
- Mensen die hoger scoren op Openness/Intellect zijn meer Sociaal gedreven
- De meest Nauwgezette Gevers, ervaren minder het Sociale en the New Normal als drijfveren, t.o.v. Gevers die minder Nauwgezet zijn.

GEVER	Ecologie	Gemak	Sociale	Financieel	New Normal
Extraversie				+	+
Aangenaamheid	+				
Conscientieusheid			-		-
Emo. Stabiliteit					
Openheid/Intellect			+		

Verskillende onderzoeken naar **kennis delen** toonden aan dat **Nauwgezetheid** een predictor is om deze kennis te delen, mede omdat nauwgezette mensen meer kennis documenteren en dat dat een voorwaarde is om ze te *kunnen* delen. Ook **Aangenaamheid** is een belangrijk kenmerk om kennis te delen. Openess, een karaktertrek die ook onderzocht werd in de studies, blijkt van geen predicatieve waarde te zijn om wel/niet te delen, althans, niet in het domein van kennis delen (Manaf, Armstrong, & Lawton, 2011) en (Matzler, Renzl, Mooradian, von Krogh, & Mueller, 2011).

Een recente studie die peilt naar welke persoonlijkheden gebruik maken van **Airbnb** als **nemer**, resulteerde in de volgende bevindingen (Pezenka, Weismayer, & Lalicic, 2017): Airbnb Nemers scoren significant hoger op **Conscientiousness** (Nauwgezetheid), **Extraversion** (Extraversie), **Agreeableness** (Aangenaamheid) en **Openness** (Openheid) dan niet-users van Airbnb. Er werd geen verschil gevonden tussen users en non-users op vlak van Neuroticisme. Onze resultaten liggen in lijn met deze recente studie, althans wat Extraversie, Openheid en Aangenaamheid betreft. Ons onderzoek is uitgebreider omdat we en Gevers en Nemers onderzochten, en – door omstandigheden – meer non-profit platform gebruikers enquêeerden, dan Airbnb gebruikers. Tevens waren de respondenten in de studie van (Pezenka, Weismayer, & Lalicic, 2017) allen rond de 25 jaar, zowel de Nemers als de non-users. Onze steekproef bereikt een range van 17 tot 82 jaar (=65 jaar).

Dat Airbnb gebruikers (Nemers) hoger scoren op **Openness** dan niet-gebruikers, schrijft men in deze studie toe aan het feit dat deze mensen meer innovatief zijn, op zoek zijn van het onverwachte, nieuwe zaken prefereren, ... kenmerken die ook gebruikt werden om het wel/niet gebruik van social media in het vorige decennium te verklaren (Correa et al., 2010 en John & Srivastava, 1999, in (Pezenka, Weismayer, & Lalicic, 2017)). Dat Airbnb users hoger scoren op **Extraversie** dan van non-users, verklaren de onderzoekers d.m.v. eigenschappen als authenticiteit nastreven, graag bij andere mensen zijn, *outgoing* zijn, houden van menselijke contacten en interacties (ook Guttentag, 2015; Oskam & Boswijk, 2016; Tussyadiah & Pesonen, 2015 in Pezenka, 2017). Mensen die hoger scoren op **Aangenaamheid** zijn coöperatiever, hebben meer vertrouwen in de medemens, hebben een goede inborst, ... kenmerken die belangrijk zijn om te delen, zo ook in ons onderzoek. Zo blijkt vertrouwen een significante barrière te zijn om niet deel te nemen aan Airbnb (John & Srivastava, 1999 in (Pezenka, Weismayer, & Lalicic, 2017)).

7.4. Tips en aanbevelingen

Mochten we een aantal tips mogen geven aan platformeigenaars of providers of startups die 'iets' in *the sharing economy* willen opzetten, dan zouden we o.b.v. dit onderzoekgedeelte, de volgende aandachtspunten meegeven²³:

- Op basis van deze **demografische** factoren die van belang bleken om al dan niet deel te nemen aan de deeleconomie kunnen volgende tips gegeven worden:
 - Focus op **vrouwen**. Vrouwen zijn meer prosociaal, altruïstisch en scoren hoger op de persoonlijkheidsfactor Aangenaamheid (empathischer, gediensstiger, coöperatiever), en ze zitten op beduidend *meer* (verschillende) deelinitiatieven.
 - Focus op mensen uit de **(voor)steden** voor veel initiatieven (dit geldt niet per se voor LETSers).
 - Focus op **35-50 jarigen** voor de meeste Ecologische initiatieven. Ouderen zijn ook in de studie van (Böcker & Meelen, 2017) meer Ecologisch en Sociaal gemotiveerd en minder Economisch gemotiveerd, zelfs als de gegevens gecorrigeerd en gecontroleerd werden voor inkomen (wat ouderen doorgaans meer hebben dan jongeren).
 - Focus op de meer **welgestelden** voor bepaalde platformen (bv. als je Gevers wilt voor duurdere assets) op de **minder welgestelden** voor andere platformen (bv. als je Nemers wilt voor time banking of andere – altruïstische – zaken).
 - Focus op jongeren, als Nemer, voor duurdere zaken die ze nog niet zelf bezitten. M.b.t. vakantieverblijven zal Airbnb moeilijk van de troon te stoten zijn en ligt daar misschien niet direct een aan te snijden markt. Autodeelinitiatieven zijn er ook al legio. Maar misschien zijn er andere zaken/diensten waar vooral jongeren bedreven, op zoek, vragende partij voor zijn die nog ontsloten kunnen worden, mocht je je op jongeren richten.
 - Zeker indien je je op (meer **selfish**) jongeren als Nemer richt, benadruk ook *what's in for them*, niet enkel financieel, maar ook allerlei andere *benefits* (goed voor het cv, je krijgt er vrienden door, het is een try-outs naar ...). Werk bv., met getuigenissen op je platform waar een 'gelijke' (eerlijk) vertelt hoe deelnemen (als Gever) op het platform of aan het initiatief hem/haar heeft geholpen op allerlei vlak.
 - Indien je jongeren wilt betrekken, als Gever, denk '**wat hebben zij in overvloed**'. Ze hebben nog geen auto of huis te verhuren of te delen, dus kunnen ze daar moeilijk als Gever fungeren. Misschien hebben ze wel kennis te delen (onder elkaar), of kunnen ze elkaar helpen met (studenten)taken, of delen ze graag hun fiets, waveboard, snowboard, muziekinstrument, dj'ing of een (kot- of repeteer-)ruimte ?
 - Misschien wel de meest pragmatische tip: werf participanten in het offline socio-culturele **verenigingsleven** ! Mensen die daar naartoe gaan, zijn meer *into sharing*.

- Op basis van de psychografische factoren: Men scoorde algemeen al hoog(st) op Aangenaamheid, en blijktbaar zijn mensen die lid zijn van deelinitiatieven nóg **Aangenamer**, zeker als ze daarbij Gever zijn. Deze bevinding houdt geen vertekening in veroorzaakt door de vele super Aangename LETSers, maar ze werd in elke subsample gevonden (bij de Jongeren, de Heterogene groep en de ganse sample). **Openheid** lijkt de 2^{de} karaktercomponent die aan de grondslag ligt voor *het al dan niet deelnemen* aan de deeleconomie.

²³ In dit rapport wordt de discussie uit de weg gegaan of dergelijke (profit) platformen wel zo een goede, maatschappelijk verantwoord en morele zaak is, mede omdat ze er eigenlijk toe leidt dat de rijkere nog rijker worden net omdat ze veel assets, zoals huizen, hebben. Ook wordt er in dit rapport niet ingegaan of het wel zo wenselijk is om meer 'klanten' te hebben binnen de deeleconomie en zo te kannibaliseren op traditionele (sociaal onderhandelde) arbeidsovereenkomsten en disruptief te zijn m.b.t. de klassieke markt.

Karaktertrekken zijn blijkbaar ook van (een groter) belang als we kijken naar het *aantal verschillende soorten platformen* waar men al dan niet actief op is: daar zijn **Extraversie, Openheid en Aangenaamheid** van belang (correleren positief) bij de ganse sample en bij (de meest relevante) subsample: de Heterogene groep.

- Men zou als platformeigenaar hierop kunnen attenderen door bv. bepaalde kenmerken die meer gelinkt zijn aan de betreffende karaktertrekken meer in de verf zetten, in de **communicatie** over (de doeleinden van) het platform (pull strategie), om zo meer Gevers of Nemers te winnen voor z'n platform. Men zou ook zelf actief en selectief kunnen gaan **'werven'** bij bepaalde evenementen, hobby's, verenigingen, activiteiten, ... of groepen, waarvan men weet dat daar bepaalde mensen/karakters sneller op afkomen (push strategie). Mensen die hoog scoren op Openess vindt men al sneller op een debat, een lezing, een tentoonstelling of in het artistieke milieu; Mensen die hoog scoren op Aangenaamheid vindt men sneller terug in een jeugdbeweging, een verzorgingstehuis, een buurtwerking, ... Extraverte personen herkent men aan hun eerder uitbundig, sociaal, assertief en luidruchtig gedrag, gaan naar plaatsen waar veel mensen komen, praten graag. Karaktertrekken zijn *niet maakbaar*: mensen meer Aangenaam, Extravert of Open maken, zal niet lukken. De communicatie afstemmen op dergelijke profielen en/of zelf actief die gelegenheden frequenteren die deze persoonlijkheden meer aantrekken kan wel.
- Bepaalde **Sociale Attitudes** bleken zoals verwacht samen te gaan met bepaalde type mensen (LETSErs), met karaktertrekken en met het al dan niet Geven op deelplatformen. Grosso modo kan gesteld worden dat Gevers (en per definitie dus LETSErs) (nog) meer prosociale attitudes hebben (pro gerechtigheid en gelijkheid, altruïsme, echt prosociaal gedrag, ...) en dat jongeren en/of non-users iets meer (toegeven) *selfish* attitudes te hebben (zelfzucht, hebzucht, vinden dat je rechten hebt op van alles, ...). Geen grote verrassingen daar, maar meer dan karaktertrekken – die je toch niet echt kan veranderen – kunnen inzichten in de attitudes (vooral bij non-users, zie volgende punt) – waar men wél kan op inspelen en verandering kan in nastreven – gebruikt worden in het krijgen van meer leden voor een bepaald platform en in de promotie/pr daarrond.
- Zo kan men bv. **wantrouwen, angst en risico aversie wegwerken of verminderen**. Veel non-users hebben meer wantrouwen, en dat hindert hen mogelijks om zaken/diensten te ontvangen van peers/particulieren of om zaken/diensten te ontlenen aan anderen/onbekenden. Werk dat wantrouwen, die angst en de aversie voor risico's weg, bv. via ratings en comments op gevers en nemers, via extra verzekeringen, via de zekerheid dat wat kapot gaat ook vergoed zal worden, via getuigenissen van peers/particulieren die geloofwaardig overkomen, die getuigen over deze oplossingen. Informeer dat duidelijk op je platform. Zie ook het volgende punt.
- De **motieven** die we zelf aanmaakten en waaruit 5 factoren gedistilleerd werden, zijn misschien wel de meest (promotioneel) werkbare instrumenten, voor providers of platformeigenaars.
- Non-users die vooral *uit gewoonte* of *geen behoefte* niet deelnemen aan de deeleconomie, kan je een gratis proef aanbieden (indien dit van toepassing is). Deze tip wordt bijvoorbeeld sinds kort toegepast door auto deel platformen in Beveren-Waas (Twitter communicatie 18/09/2017, zie Figuur 7).



Figure 7: Tweet van Autodelen.net op 18/09/2017 ivm try-out periode om autodelen uit te proberen.

- Zij die de vrijheid vrezen 'om te gaan en te staan waar ze willen' indien ze bv hun auto wegdoen, kan je een garantie geven dat ze *altijd* een auto ter beschikking zullen krijgen of kan je informeren over het percentage van de leden een match vindt binnen een bepaalde tijdsspanne.
- Indien men teveel meldingen op de app of smartphone vreest, biedt daar support voor, zorg dat men de meldingen kan uitzetten, informeer hoe men dit kan doen.
- Vreest men te veel schade, communiceer actief tot welk bedrag men verzekerd is of biedt een extra verzekering aan. Werk hier met getuigenissen van personen die hierdoor al geholpen werden.
- Vreest men teveel rompslomp of dat men niet in orde zou zijn 'met de belastingen': ga (pro)actief zorgen dat men in orde zal zijn, bv. door een voorheffing af te houden en door te storten aan de belastingen, of biedt support m.b.t. deze fiscale issues. Zo zullen 9 erkende Belgische dienstenplatformen 10% van de transacties op hun platform rechtstreeks doorstorten aan de belastingdienst, en zorgen ze voor een correct formulier voor de Gevers binnen hun profit platform²⁴.
- Ervaren de meeste non-user vraagschroom om Gever te worden, denk er misschien aan om toch naar een profit versie of platform over te schakelen i.p.v. non-profit te blijven.
- Omgekeerd, indien je te weinig Gevers krijgt binnen een non-profit platform, kan je er aan denken om toch een symbolisch bedrag te laten vragen. Zo stond in de Knack van 5 juli 2017 te lezen dat economische experimenten -beschreven in the New Scientist- uitwijzen dat het voor een groep voordeliger is dat mensen spullen die weinig gebruikt worden, zoals

²⁴ De erkende platformen die gebruik zullen maken van de programmawet 1 juli 2016 en wiens Gevers dus slechts aan 10% zullen belast worden (gunsttarief) op het bruto inkomen uit de deeleconomie, als en slechts als ze minder dan 5100 € verdienen aan de geleverde diensten in 2017 (Aanslagjaar 2018) zijn: Listminut, Flavr, Menu Next Door, Bringr, Conceptz, Heetch, PWIIC en Branpont.

tenten en kettingzagen, van elkaar kunnen lenen tegen een klein bedrag dan wel gratis ter beschikking te stellen. Als spullen gratis zijn, zullen weinig mensen geneigd zijn ze uit te lenen, waardoor er in een groep te veel gekocht wordt. Door een lichte prijs voor een uileenbeurt te vragen, kan die ongunstige situatie doorbroken worden. Een lichte economische stimulans kan altruïstisch gedrag efficiënter maken in een gemeenschap (Knack, 5/7/2017, p71).

- Tenslotte, hou in gedachten dat non-users ook weigerachtig kunnen staan t.o.v. deelinitiatieven om te fungeren als Gever (en verdiener), wegens een soort kapitaalschroom. Handleidingen en houvast geven m.b.t. het terugvloeiën naar de belastingen, kunnen ook hier ‘soelaas’ bieden. Niks mis met geld verdienen via deelplatformen, als je daar billijk belastingen op betaalt.
- Benadruk te allen tijde – ongeacht het goed/dienst, de platformoriëntatie of *profitability*, de doelgroep of het initiatief – het **Ecologische** aspect van je dienst of platform. Daarna het Sociale, Gemak, en het inspelen op het Nieuwe en de Nieuwsgierigheid (nieuwe culturen, gerechten, reisbestemmingen, mensen, ... leren kennen). Blijkbaar moet er minst gewezen worden op Financiële motieven, op basis van het huidig onderzoek.
- Al merkten we o.b.v. de interviews (bij sommige platformeigenaars en deelnemers) een spagaat tussen non-profit en prosociale motieven versus profit en proself motieven, onderzoek toont aan dat het vaak niet om een dichotomie of spreidstand gaat, maar dat het om een combinatie gaat. Het is niet *of Planet, of People, of Profit* is maar men heeft een triade aan motieven die zelfs met de loop der tijd kunnen veranderen of in elkaar kunnen overvloeien²⁵. Echter, zelfs als monetair gewin een (hoofd)reden is, kunnen milieu en sociale bekommernissen binnen *the sharing economy* nog een grote(re) rol (gaan) spelen, zeker bij de Gevers, en althans in Vlaanderen. Financiële motieven zijn in de huidige studie en sample, ook bij die 9 Gevers van de profit platformen slechts de voorlaatste motivator !
- Als je het Financieel profijt toch wilt aanklaarten, doe dat eerder m.b.t. de Nemers dan voor Gevers. Nemers zijn daar gevoeliger aan dan Gevers, althans, aldus hun zelfrapporteringen en in deze steekproef.
- Speel eventueel in op de verschillende motieven die significant hoger liggen bij bepaalde persoonlijkheden: Aangenaamheid gaat gepaard met hogere Ideologische motieven om op te treden als Nemer, Extraversie met Financiële motieven en uit Nieuwsgierigheid (zie onderstaande Tabel).

	Nemer	Gever
Aangenaamheid	Ideologie	Ecologie
Extraversie	Financieel – Nieuwsgierigheid	Financieel – Nieuwsgierigheid
Openheid	Nieuwsgierigheid – ideologie	Sociale

²⁵ Zie rapport 1, te vinden op

7.5. Verder onderzoek ? Anders aanpakken ?

Vooreerst dient opgemerkt dat deze studie geenszins strikte causaliteit tussen demografische variabelen, persoonlijkheid, motivatoren etc. en het al dan niet deelnemen als Gever of Nemer binnen deelinitiatieven tot uiting brengt of nastreefde. De relaties (die gevonden worden) tussen deze variabelen zijn eerder als associaties en indicaties te interpreteren, dan als oorzaak-gevolg verbanden.

Desalniettemin, mochten wij (of iemand anders na ons) dit specifieke onderzoek verder zetten of anders aanpakken, dan zouden we volgende adviseren, o.b.v. het proces dat doorlopen is en het product dat we presenteren:

- Gebruik een kortere enquête, waar de *demographics*, de Big Five items en de motivaties, maar slechts *enkele* attitudes in opgenomen worden. De enquête mag substantieel ingekort, om eventuele *fatigue* tegen te gaan, en aangezien de globale vragenstructuur m.b.t. de sociale attitudes mee onderzocht en gevalideerd werd in het huidig onderzoek. In de toekomst zou dat laatste kunnen overgeslaan worden, waardoor er slechts een paar items opgenomen kunnen worden, i.p.v. de ganse batterij. Niet dat de lengte van de enquête in het huidig onderzoek de invullers parten speelde (men vulde congruent in tot op het einde van de enquête) maar, mogelijk hebben er veel startende invullers voortijdig afgehaakt omwille van de subsantiële lengte.
- Hiermee samenhangend: gebruik een andere tool dan Google Forms. Een tool waar men kan zien wie waar afhaakte doorheen de enquête, lijkt ons – net omwille van de lengte van de gebruikte enquête – interessanter. Uiteindelijk hebben we geen zicht op of informatie over het feit dat de enquête te lang was of niet voor het gros van de mensen, en waar men eventueel afhaakte.
- De vragen die gesteld zijn m.b.t. Openess lijken ons achteraf gezien mogelijks te veel cognitief getint (abstracte ideeën, rijke woordenschat, vol van ideeën) i.p.v. interesses en creativiteit en echte openheid naar andere culturen/domeinen/problemen. Deze opmerking kan gelden voor elk van de persoonlijkheidsfactoren. Misschien zou de enquête kunnen herdaan worden met de 10 factoren gerapporteerd in (Weisberg, DeYoung, & Hirsh, 2011), waar de 5 factoren opgesplitst worden in 2 sub-factoren.
 - Extraversie: Enthusiasm (enthousiasme) and Assertiveness (assertiviteit)
 - Neuroticisme: Volatility (boosheid) and Withdrawal (droefheid/minderwaardigheid)
 - Nauwgezetheid: Industriousness (bedrijvigheid) and Orderliness (orde/planmatig)
 - Openheid: Intellect and Openness
 - Aangenaamheid: Compassion (mededogen) and Politeness (beleefdheid)
- Een hiaat in dit onderzoek is dat de resultaten en antwoorden op 3 vlakken vertekend zijn, door de specifieke werving van de respondenten(groepen).
 - De respondenten mochten in de laatste fase van de vragenlijst de motieven m.b.t. een **platform naar keuze** bespreken, zodat ze maar één platform als Nemer en/of één platform als Gever moesten bespreken. De meeste respondenten bespraken een non-profit en pro sociaal gedreven platform. Een vervolgstudie zou misschien beter focussen op één bepaald platform, in plaats van het respondent-gestuurd te maken. Hoewel het de bedoeling was zoveel mogelijk verschillende soorten platformen te (pakken te) krijgen, zie puntje 3, is ons dat niet gelukt.
 - De jongeren die deelnamen waren vertekend doordat ze ofwel Bedrijfsmanagement studeren ofwel Grafisch Design en Multimedia. Beide groepen hebben eigenlijk meer mannelijke, meer 'rechtse', meer economische, meer profit, meer industriële en meer 'opportunistische' karakteristieken dan de gemiddelde jongere in Vlaanderen. Extra opleidingen hierbij betrekken en een heterogenere jongerenpopulatie aanspreken

(met verpleegkundigen, sociaal werkers, leraren, criminologen, ...) zou een meerwaarde betekenen m.b.t. deze subgroep.

- Slechts één deelplatform deed massaal (en onverwacht) mee: de LETSers. Zij stuurden van 3 verschillende hoeken massaal door aan elkaar. Een persoonlijke vriendin via LETS Lokeren, een geïnterviewde via LETS *Pollekesland* (Puurs/Bornem), en een grote groep LETS Brugge. Die groep vertekent evenwel de totale steekproef, net omwille van hun zeer sociaal, altruïstisch, Aangenaam en vrijwilligers karakter. De andere bestaande Vlaamse deelinitiatieven hebben (al dan niet) de link van de enquête wel op hun Facebookpagina geplaatst, maar konden hun leden niet stimuleren om de enquête in te vullen. Daardoor hebben we te weinig divergente antwoorden t.o.v. soort platform (profit-non-profit), sector en goed of dienst. Het zou een meerwaarde betekenen mocht het ganse deellandschap gedekt worden door *alle* soorten platformen, of mocht ons onderzoek gerepliceerd worden bij *andere* soorten platformen.

Aan de twee laatstvernoemde vertekeningen is verholpen door de 'rest'groep, die niet bestond uit de jongeren of uit de LETSers, de **heterogene** groep, apart te analyseren, maar hier kan in de toekomst misschien beter op geanticipeerd worden. Desgewenst kan deze survey afgenomen worden bij andere en diversere doelgroepen dan deze die hier primeren en domineren, zij het via een Bachelorproef, zij het via contractwerk door de onderzoekers binnen Entrepreneurship 3.0²⁶.

Ondanks de vernoemde hiaten, merken we toch dat de meeste gegevens m.b.t. *demographics*, *psychographics* en motieven congruent/conform (met) de bevindingen in de literatuur zijn. Behalve de bevindingen m.b.t. de jongeren, en het geringe belang van Financiële motieven, komen de andere bevindingen ook tot uiting in (zeer recent) onderzoek.

Wij houden ons graag aanbevolen indien de lezer zich geroepen voelt extra bedenkingen of aanvullingen mee te delen of mee te schrijven, specifiek rond dit onderzoek en dit rapport, of algemeen rond *the sharing personality*.

²⁶ Mail hier gerust naar Vicky.Franssen@arteveldehs.be of Karijn.Bonne@arteveldehs.be voor een concrete afspraak voor dergelijke dienstverlening en contractwerk.

Verwijzingen

- Altroconsumo, DECO-Proteste, OCU & Test Aankoop . (2016). Opgehaald van Collaboration or Business? Collaborative consumption: from value for users to a society with values.: <https://consumersinternational.blogspot.be/2016/05/collaborative-consumption-from-value.html> en <https://www.slideshare.net/AmayaApestegua/collaboration-or-business-collaborative-consumption-from-value-for-users-to-a-society-with-values-ocu>
- Ashton, M., & Lee, K. (2009). The HEXACO–60: A Short Measure of the Major Dimensions of Personality. *Journal of Personality Assessment*, *91*(4), 340–345.
- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demkova, K., & Carroll, J. (2015). A Muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1085-1094.
- 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.
- Campbell Mithun & Carbonview Research. (2012, 02 08). *National Study Quantifies the "Sharing Economy" Movement*. Opgehaald van prnewswire.com: <http://www.prnewswire.com/news-releases/national-study-quantifies-the-sharing-economy-movement-138949069.html>
- Campbell, W., Bonacci, A., Shelton, J., Exline, J., & Bushman, B. (2004). Psychological Entitlement: Interpersonal Consequences and Validation of a Self-Report Measure. *Journal of Personality Assessment*, *83* (1), 29-45. Opgehaald van <http://wkeithcampbell.com/wp-content/uploads/2013/01/Campbelletal2004-JPA-PES.pdf>
- Clary, E., Snyder, M., Ridge, R., Copeland, J., Stukas, A., Haugen, J., & Meine, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, *74*, 1516-1530. Opgehaald van http://fetzer.org/sites/default/files/images/stories/pdf/selfmeasures/HELPING_OTHERS.pdf
- Cornelis, I., Van Hiel, A., & De Cremer, D. (2013). Volunteer work in youth organizations: predicting distinct aspects of volunteering behavior from self- and other-oriented motives. *Journal of Applied Psychology*, *42*, 456-466.
- Felix, M. (2016). *De deeleconomie: Wat zijn de motieven om deel te nemen aan de deeleconomie? De deeleconomie als oplossing voor het verminderen van milieuschade die wordt aangericht door het consumptiegedrag van de mens*. Wageningen: Wageningen University & Research (ook <http://edepot.wur.nl/395139>). Opgehaald van <http://edepot.wur.nl/395139>
- Florida, R. (2015, 01 15). *What Your Personality Has to Do With Your Neighborhood*. Opgehaald van [www.citylab.com](http://www.citylab.com/equity/2015/01/what-your-personality-has-to-do-with-your-neighborhood/384462/): <https://www.citylab.com/equity/2015/01/what-your-personality-has-to-do-with-your-neighborhood/384462/>
- Goldberg, L. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, *4*, 26-42. Opgehaald van <http://ipip.ori.org/newBigFive5broadKey.htm>
- Haesevoets, T., Reynders Folmer, C., Bostyn, D., & Van Hiel, A. (submitted). Behavioral Consistency in the Prisoner's Dilemma Game: The Interplay between Personality and Situation.
- Hakimi, S., Hejazi, E., & Lavasani, M. (2011). The Relationships Between Personality Traits and Students' Academic Achievement. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, *29*, 836-845.
- Hall, J., & Krueger, A. (2015). *dataspace.princeton.edu*. Opgehaald van An Analysis of the Labor Market for Uber's Driver-Partners in the United States: <http://dataspace.princeton.edu/jspui/bitstream/88435/dsp010z708z67d> en https://newsroom.uber.com/wp-content/uploads/2015/01/BSG_Uber_Report.pdf
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The Sharing Economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, (in press). Opgehaald van <http://juhohamari.com/publications>
- Hoekstra, H., Ormel, H., & De Fruyt, F. (z.d.). *NEO-FFI • NEO Five Factor Inventory*. Opgehaald van www.unifr.ch: <https://www.unifr.ch/ztd/HTS/inftest/WEB-Informationssystem/nl/4nl001/46bab1570e2a46d5be7e698d95c6b0c3/hb.htm>

- Howard, P., & Howard, J. (2000, 2010). *The Owner's manual for Personality at Work: How the Big Five Personality Affect: Performance, Communication, Teamwork, Leadership & Sales*. Bard Press.
- Ibrahim, N., Yusof, N., Razak, N., & Norshahidi, N. (2014). A meta-analysis of the relationship between BIG FIVE Personality Traits and students Academic Achievement. *ICSSR E-Journal of School Science Research, Vol. 2*, 15-22.
- ING. (2015). *economics.org*. Opgehaald van ING international survey/sharing economy 2015: https://www.economics.com/ing_international_surveys/sharing_economy_2015/
- Kasser, T., & Ryan, R. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin, 22*, 280-287. Opgehaald van <http://faculty.knox.edu/TKasser/aspirations.html>
- Krekels, G., & Pandelaere, M. (2015). Dispositional greed. *Personality and Individual Differences, 74*, 225-230. Opgehaald van https://pure.uvt.nl/portal/files/13518221/Seuntjens_Psychology_21_10_2016.pdf
- Mandrik, C., & Bao, Y. (2005). Exploring the Concept and Measurement of General Risk Aversion. *Advances in Consumer Research, 32*, 531-539. Opgehaald van [http://d-scholarship.pitt.edu/20203/1/Abbarno_\(2013\)_The_Behavioral_Consequences_of_Political_Tolerance_ETD_\(final\).pdf](http://d-scholarship.pitt.edu/20203/1/Abbarno_(2013)_The_Behavioral_Consequences_of_Political_Tolerance_ETD_(final).pdf)
- Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L., & Malle, B. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology, 67 (4)*, 741-763. Opgehaald van https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/3207711/Sidanius_SocialDominanceOrientation.pdf?sequence=1
- Rayle, L., Shaheen, S., Chan, N., Dai, D., & Cervero, R. (2014). *uctc.net*. Opgehaald van App-Based, On-Demand Ride Services: Comparing Taxi and Ridesourcing Trips and User Characteristics: <http://uctc.berkeley.edu/research/papers/UCTC-FR-2014-08.pdf>
- Roberts, B. W., Walton, K. E., & Viechtbauer, W. (2006). Patterns of mean-level change in personality traits across the life course: A meta-analysis of longitudinal studies. *Psychological Bulletin, 132*, 1-25.
- Rushton, J., Chrisjohn, R., & Fekken, G. (1981). the altruistic personality and the self-report altruism scale. *Person. Individ. Diff. (2)*, 293-302. Opgehaald van <http://philipperushton.net/wp-content/uploads/2015/02/personality-prosocial-rushton-personality-individual-differences-1981.pdf>
- Schiel, F. (2015). *The Phenomenon of the Sharing Economy in Germany: Consumer Motivations for Participating in Collaborative Consumption Schemes [Master Thesis]*. Twente: UTwente.
- Schmitt, M., Baumert, B., Gollwitzer, M., & Maes, J. (2010). The Justice Sensitivity Inventory: Factorial validity, location in the personality facet space, demographic pattern, and normative data. *Social Justice Research, 23*, 211-238. Opgehaald van https://www.researchgate.net/publication/225575479_The_Justice_Sensitivity_Inventory_Factorial_Validity_Location_in_the_Personality_Facet_Space_Demographic_Pattern_and_Normative_Data
- Solomon, D., & Kandall, A. (1979). *Children in classrooms*. New York: Praeger.
- Solomon, D., Watson, M., Battistich, V., Schaps, E., & Delucchi, K. (1996). Creating classrooms that students experience as communities. *American Journal of Community Psychology, 24*, 719-748.
- Sutin, A., Costa, P., Miech, R., & Eaton, W. (2009). Personality and Career Success: Concurrent and Longitudinal Relations. *European Journal of Personality, 23(2)*, 71-84.
- Trapmann, S., Hell, B., Hirn, J., & Schuler, H. (2007, 01). *Meta-Analysis of the relationship between the Big Five and academic success at university*. Opgehaald van www.researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/30014089_Meta-Analysis_of_the_relationship_between_the_Big_Five_and_academic_success_at_university
- van de Glind, P. (2013). *The consumer potential of collaborative consumption: Identifying the motives of Dutch collaborative consumers & measuring the consumer potential of collaborative*

- consumption within the municipality of Amsterdam*. Utrecht: Utrecht University Faculty of Geosciences. Opgehaald van <https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/280661/Master%20thesis%20SDEG%20-%20Pieter%20van%20de%20Glind%20-%203845494%20-%20The%20consumer%20potential%20of%20Collaborative%20Consumption%20-%20August%202013.pdf?sequence=1>
- Van Hiel, A., Vanneste, S., & De Cremer, D. (2008). Why did they claim too much, or too little? The role of causal attributions in explaining level of cooperation in commons and anticommens dilemmas. . *Journal of Applied Social Psychology*, 38, 173-197.
- Weisberg, Y., DeYoung, C., & Hirsh, J. (2011). Gender Differences in Personality across the Ten Aspects of the Big Five. *Frontiers in Psychology*, 2, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3149680/>.
- Wikipedia. (2017, 05 23). *wikipedia.org*. Opgehaald van Big Five Personality Traits: https://en.wikipedia.org/wiki/Big_Five_personality_traits
- Xie, X., Yu, Y., Chen, X., Chen, X., & Chen, X. (2006). The measurement of cooperative and competitive personality. *Acta Psychologica Sinica*, 38, 116-125. Opgehaald van <https://www.psy.pku.edu.cn/Upload/pubs/xiexiaofei/14-2013-IJP-Cooperativeness%20and%20competitiveness%20as%20two%20distinct%20constructs.pdf>
- Yamagishi, T. (1988). The provision The provision of a sanctioning system in the United States and Japan. . *Social Psychology Quarterly.*, 265-271.