

'Een op de drie Nederlanders gelooft in product-as-a-service'

14-06-2018 09:20



31 procent van de Nederlanders verwacht dat particulier bezit gaat afnemen en meer gebruik wordt gemaakt van producten als dienst. Dat blijkt uit het rapport City-as-a-service van ABN Amro, waarvoor 1.354 Nederlanders zijn ondervraagd door GfK.

In het rapport worden zeven servicemodellen beschreven die ontstaan als stadsbewoners geen producten kopen, maar diensten afnemen. Er is onder meer onderzocht in hoeverre consumenten openstaan voor fashion- en food-as-a-service. In het eerste geval gaat het om een service waarbij niet gebruikte kleding wordt opgehaald om te worden hergebruikt en kapotte kleding wordt gerepareerd. 35 procent van de consumenten vindt dat een aantrekkelijk idee. Veruit het grootste gedeelte wil daarbij liever betalen voor elke keer dat de service wordt gebruikt dan via een abonnement. 23 procent van de ondervraagden staat daarnaast positief tegenover persoonlijk kledingadvies op basis van internetgedrag en persoonlijke informatie.

Een abonnement op boodschappen wordt door zestien procent van de consumenten aantrekkelijk gevonden. Dat het percentage relatief laag uitvalt, komt onder meer doordat ze niet willen vastzitten aan een abonnement en best zelf boodschappen willen doen. Dertig procent van de consumenten heeft de afgelopen twaalf maanden al een maaltijdbbox thuis laten bezorgen. Zes procent maakt daar nu nog gebruik van, voornamelijk omdat het gemakkelijk is en er tijd overblijft voor andere dingen.

De overgang naar 'een bezitloze en leefbare stad' slaagt volgens ABN Amro alleen als vaste patronen worden

omgegooid. "Dit lukt als de consument hiervan de voordelen en het gemak ervaart en er in financieel opzicht niet slechter van wordt", aldus head sector research Franka Rolvink Couzy. "Reeds bestaande en succesvolle concepten op het gebied van voeding en kleding wijzen erop dat deze wereld minder ver weg is dan we denken."