

# HOMEBRIDGE

In verbinding met elkaar



Donny Emming

Luuk ten Kleij

Elias Wijnmaalen

Hogeschool van Amsterdam

Lydwine Pijloo

Joort Visser

Hans de Zwart

24-01-2024

## Voorwoord

Voor u ligt het rapport naar aanleiding van de ontwikkeling van een netwerk voor ondernemers, consumenten en bezorgers in de Haarlemmerbuurt. Tijdens de tweede helft van de minor 'Het internet is stuk, maar we gaan het repareren' zijn we bezig geweest met de opdracht van Jef Heyse, co-founder van mobiliteitsbedrijf Automicle. Hij gaf ons het vraagstuk om een netwerk op te zetten in de Haarlemmerbuurt, om zo een alternatief te vormen voor grote spelers als Thuisbezorgd en lokaal winkelen meer te stimuleren.

Het was een uitdagende, maar tegelijkertijd ook heel interessante opdracht. De theorie die we gedurende het eerste blok kregen, konden we gedurende dit blok in de breedste zin van het woord toepassen. Het economische en het juridische gedeelte kwamen terug, maar zeker ook de ict- en design kant van het ontwikkelen van technologie. Uiteraard hebben we daarbij ook rekening gehouden met de publieke waarden.

Hoewel verschillende stakeholders in het project soms wat sceptisch waren, hebben we het contact met hen als zeer prettig ervaren. We willen de ondernemers in de Haarlemmerbuurt in het bijzonder dan ook bedanken voor hun hartelijke feedback, waarmee we ons prototype weer stukken beter hebben kunnen maken. Uiteraard danken we ook onze begeleidende docenten Hans de Zwart, Joort Visser en Lydwine Pijloo voor hun uitstekende feedback en leuke lessen, vooral op donderdagmiddag. Ook willen we Jef Heyse bedanken voor de opdracht, zijn feedback, zijn inzet en het feit dat we hem altijd konden bereiken.

Wij wensen u veel leesplezier toe!

Donny Emming  
Luuk ten Kleij  
Elias Wijnmaalen

Amsterdam, 24 januari 2024

# Inhoud

Voorwoord .....	2
Inleiding.....	4
Management summary.....	5
Analyse Beckn-protocol .....	6
Stakeholderanalyse.....	8
Desk research .....	10
Field research .....	12
Definitief prototype .....	13
Ondernemers.....	13
Consumenten .....	14
Bezorgers.....	14
Promotie.....	15
Eigenaarschap.....	15
Kosten en baten .....	16
Schatting van de kosten .....	17
Algemene voorwaarden.....	18
Public stack-analyse HomeBridge.....	20
Bronnenlijst .....	22
Bijlagen.....	24
Manifest .....	24
Vragen voor ondernemers .....	25
Samenvatting voor ondernemers .....	26

## Inleiding

Steeds meer mensen maken gebruik van grote platformen zoals Thuisbezorgd en Uber Eats, maar ook online webshops als bol.com en Amazon. Kleine ondernemingen in Amsterdamse buurten hebben hier last van. De grote spelers in de markt bepalen de prijs en duwen de authentieke winkels en restaurants langzaam uit het Amsterdamse straatbeeld.

Vanuit de opdrachtgever Automicle hebben wij de opdracht gekregen om een online netwerk op te zetten in de Haarlemmerbuurt, een wijk in Amsterdam waar het straatbeeld gedomineerd wordt door lokale, kleinschalige ondernemingen die geen onderdeel zijn van een grote firma. Door middel van dit netwerk kunnen buurtbewoners, winkels en diensten elkaar gemakkelijk vinden, wat ervoor zorgt dat ondernemingen kunnen blijven bestaan. Samen zorgen ze ervoor dat de buurt authentiek en in verbinding met elkaar blijft.

Bij het opzetten van dit netwerk is het de bedoeling geweest om het Beckn-protocol erbij te betrekken. Dit is een protocol dat lokale ondernemingen stimuleert om samen te werken. Bij het implementeren van Beckn hebben we goed moeten kijken of alles in lijn staat met de publieke waarden.

Het is het doel geweest een netwerk ontwikkelen waardoor producenten lokaal een betere afzetmarkt krijgen en consumenten lokaal makkelijker kunnen inkopen, om op die manier de sociale cohesie in de Haarlemmerbuurt en de Utrechtsestraat te verbeteren en de lokale economie in Amsterdam te versterken. Daartoe is een app ontwikkeld, genaamd HomeBridge, waar ondernemers, consumenten en ook bezorgers samenkomen. Op die manier hoopt ons netwerk de Haarlemmerbuurt meer met elkaar te verbinden.

Al onze bevindingen en ideeën zijn uitgebreid uitgewerkt en te vinden in dit document. Indien u een snel beeld wil krijgen van ons concept, verwijzen wij u graag door naar de management summary op de volgende pagina.

# Management summary

## HomeBridge: In verbinding met elkaar

Verbinden, dat is wat we met HomeBridge willen doen in de Haarlemmerbuurt. Een online plek waarmee de vindbaarheid van ondernemers wordt vergroot, is wat nodig is in de buurt. “De app moet datgene bevatten waardoor consumenten normaliter naar de winkel zouden gaan”, vertelde Joost Baars van Boekhandel De Dolfijn op de Haarlemmerdijk. “Je moet voorkomen dat dit pand een heel duur magazijn wordt.”

Kern van zijn verhaal en hetgeen wat andere ondernemers ons vertelden, was dat zij als kleine, lokale winkeliers weinig tijd en middelen hebben om ook online te gaan ondernemen. Bovendien hechten ze veel waarde aan contact met de klant. Andersom is dat ook nodig; de Haarlemmerbuurt is voor Amsterdamse begrippen een relatief eenzame buurt. Doel van HomeBridge is dan ook om ondernemers, consumenten en bezorgers in verbinding te brengen met elkaar, om de sociale cohesie te bevorderen en de lokale economie te stimuleren. Alle groepen maken gebruik van dezelfde app, waarbinnen zij een eigen omgeving hebben.

Ondernemers kunnen hun producten in de app aanbieden, maar kunnen ook meer zichtbaarheid creëren. Zo is slideshow geïntegreerd waarmee consumenten nieuwe winkels kunnen ontdekken. Consumenten kunnen via de app bestellen, maar worden ook gestimuleerd naar de winkel toe te gaan. Zo kunnen zij zien hoe ver een winkel van hun is verwijderd. Bestellen ze toch, dan wordt de bezorging verzorgd door een fietskoerier.

Alle drie de groepen kunnen communiceren met elkaar via een chatfunctie. Consumenten kunnen middels een pop-up bovendien aangeven of zij tevreden zijn over de bezorging en het product. In het geval zij ontevreden zijn, kunnen zij eerst proberen er met de ondernemer of bezorger zelf uit te komen. Lukt dat niet, dan kan de eigenaar tussenbeide komen.

Eigenaar van HomeBridge wordt de ondernemersvereniging in de Haarlemmerbuurt, die opgaat in een stichting. Zij heeft voornamelijk een coördinerende rol en kan relatief weinig macht uitoefenen. De stichting vraagt subsidies en eventueel een lening aan bij de gemeente Amsterdam, waarmee de opstartkosten worden gefinancierd. Lopende kosten worden opgevangen door een contributie die ondernemers betalen. Zij worden op basis van omzet in drie klassen verdeeld. Per klasse wordt de contributie hoger, waardoor de grootste ondernemers het meest betalen.

Het principe van het Beckn-protocol wordt vooral gewaarborgd door de eigenaar relatief weinig macht te geven en alleen in uiterste gevallen te laten interveniëren. De publieke waarden zijn voornamelijk gewaarborgd door de vrijblijvendheid van het gebruik en het gebrek aan winstafroming voor ondernemers en bezorgers. Ook is er geen sprake van onnodige gegevensopslag. Zo wordt in het geval van consumenten alleen de naam opgeslagen. Bij het aanmaken van een account zullen ook andere gegevens worden opgeslagen, puur en alleen zodat deze herhaald kunnen worden bij een nieuwe bestelling. De klant wordt hiervan duidelijk op de hoogte gesteld bij het aanmaken van een account.

Consumenten hoeven niet per se een account aan te maken, ondernemers en bezorgers uiteraard wel. Voor hen is het netwerk simpelweg ook hun baan en dus zullen zij alle gegevens moeten verstrekken die ook elke andere werknemer wettelijk dient door te geven. Ook deze worden bewaard door de ondernemersvereniging.

## Analyse Beckn-protocol

Om het Beckn-protocol te kunnen implementeren in de Haarlemmerbuurt hebben we gekeken of het protocol voldoet aan de publieke waarden. We hebben de analyse uitgevoerd aan de hand van de verschillende lagen in de public stack.

### Citizen perspective

Als we kijken naar het citizen perspective staat Beckn in lijn met de publieke waarden. Het protocol is bedacht om ervoor te zorgen dat de deelnemers onafhankelijk blijven en zelf een netwerk kunnen creëren. Samenwerking en decentralisatie zijn daarbij belangrijke kernwaarden. Daardoor is er minder concurrentie en competitie, maar juist meer samenwerking en innovatie.

Iedereen kan deelnemen aan de digitale economie die Beckn ontwikkelt. Dan gaat het om zowel overheden, klanten als bedrijven. Zij worden, onafhankelijk van hun grootte of locatie, gelijk behandeld. Daardoor ontstaan nieuwe kansen tussen vakgebieden en regio's, wat de ontwikkeling van de digitale wereld stimuleert. Ondernemers kunnen makkelijker een nieuwe groep klanten aantrekken, consumenten kunnen juist eenvoudiger nieuwe ondernemers ontdekken en hen steunen en overheden kunnen ervoor zorgen dat de opbrengst voor alle stakeholders zo hoog mogelijk is.

### Tech stack

Beckn is een protocol dat gemakkelijk toe te passen is door anderen. Het is zo ingericht dat andere partijen het op een eenvoudige manier kunnen implementeren in hun gewenste technologie, denk hier aan een app of website. Het protocol heeft een 'sand-box' die op aanvraag bekeken kan worden, waarmee andere partijen inzicht krijgen hoe werkende systemen draaien. Hieruit kunnen bevindingen gehaald worden voor het ontwikkelen van nieuwe netwerken.

Deelnemers van Beckn zijn vrij in wat ze doen, zolang ze de waarden van Beckn maar in acht nemen. Beckn zelf zal weinig coördineren en niet snel ingrijpen, zolang de publieke waarden maar worden nagestreefd bij bijvoorbeeld een applicatie of een site. Daardoor hebben deelnemers veel bewegingsruimte en kunnen ze Beckn naar eigen inzicht indelen.

### Design process

Beckn is heel vrij in het designproces. Als je met behulp van Beckn een netwerk wil opzetten, heb je alle vrijheid om dit naar wens te maken. Er zijn geen regels vanuit Beckn hoe zoiets eruit moet zien, zolang het maar voldoet aan de waarden van het Beckn-protocol. Bovendien zijn de mensen achter Beckn bereid te helpen waar nodig wanneer iemand gebruik wil maken van het protocol. Een Teams-meeting is zo geregeld en de ontwikkelaars staan open voor veel vragen.

Beckn zelf heeft geen design en bestaat slechts uit een aantal waarden, zoals onafhankelijkheid en gelijkheid. Deze waarden zijn op alle mogelijke manieren te verwerken in technologie. Het kent weinig specificaties, die ook nauwelijks zichtbaar zijn in ontwerpen. Beckn stimuleert deelnemers juist om het naar eigen wensen te implementeren, zonder daarbij credits voor zichzelf op te eisen.

### Foundation

Beckn is open-source, zo staat op de site. Het wordt onderhouden via een 'community-driven governance model'. Die community bestaat uit individuen, bedrijven en organisaties, die

allemaal actief helpen Beckn te ontwikkelen. Iedereen kan bijdragen aan Beckn; op de site staat een linkje naar hun GitHub. Communicatie met Beckn kan gedaan worden door hun Discord-channel te joinen. Dit is allemaal open-source software.

Om bij te dragen aan Beckn hoef je geen lid te worden en is registratie niet nodig. Het gaat erom dat anderen weer verder kunnen met het werk dat jij erin stopt, en dat jij verder kunt met andermans werk. Zo kan iedereen gemakkelijk zijn steentje bijdragen, mocht men dat willen.

## Conclusie

Het Beckn-protocol voldoet aan alle vier de lagen van de public stack. Beckn is decentraal georganiseerd, zet in op samenwerking in plaats van concurrentie, is transparant en geeft veel vrijheid. Daarnaast heeft het publieke waarden zoals gelijkheid en onafhankelijkheid hoog in het vaandel staan en zijn de mensen achter Beckn altijd bereid om te helpen. Ook kan iedereen bijdragen aan de ontwikkeling van het protocol.

## Stakeholderanalyse

Verschillende stakeholders hebben een relevant belang binnen dit project. Uiteraard zijn de belangen van consumenten en ondernemingen in de Haarlemmerbuurt en de Utrechtsestraat relevant, evenals de belangen van bewoners van deze straten die weinig tot niet consumeren in deze buurt.

Voor consumenten, die zowel van binnen als buiten de Haarlemmerbuurt en Utrechtsestraat kunnen komen, is het van belang dat het lokale netwerk een betere optie wordt dan bekende platforms als Thuisbezorgd en bol.com. Voor hen moet duidelijk zijn wat de voordelen zijn van lokaal consumeren. Denk dan bijvoorbeeld aan een verbeterde sociale cohesie in en een beter contact met de buurt, of het feit dat lokaal consumeren veel duurzamer is. Ook zal het netwerk goed moeten worden aangeprezen, omdat grote platforms veel meer naamsbekendheid hebben.

Hetzelfde zal moeten gebeuren bij ondernemers in de Haarlemmerbuurt en Utrechtsestraat. Ook aan hen zal duidelijk gemaakt moeten worden waarom zij voor een lokaal netwerk moeten kiezen. Een lokaal netwerk zal voor hen makkelijker in gebruik moeten zijn, maar vooral ook financieel voordeliger. Immers, als de bekende platforms hen meer winst opleveren, zullen zij hoogstwaarschijnlijk altijd daar voor kiezen.

Daarnaast zijn bewoners belanghebbende. Consumenten kunnen ook van buiten de buurt komen, bewoners niet. Zij kunnen mogelijk geïnteresseerd zijn in het netwerk, kennen wellicht ondernemers, maar kunnen ook overlast ervaren. In de Haarlemmerstraat zijn al heel veel fietsers, te veel misschien wel, en dat worden er door de fietsbezorgers alleen maar meer.

Die fietskoeriers op basis van CoopCycle hebben dus ook belang bij het project. Een netwerk opzetten heeft geen zin zonder een verbinder die producten aan de deur brengt. In andere woorden: zonder de fietskoeriers kan het project niet slagen. Ook voor hen is vooral het financiële aspect van belang, aangezien hen waarschijnlijk vooral losgeweekt moeten worden bij bedrijven als Thuisbezorgd. Ook is fietskoerier een goed eerste bijbaantje, waardoor jongeren gestimuleerd kunnen worden om te werken en tegelijkertijd goed contact te onderhouden met de buurt.

Ook de gemeente Amsterdam is een belangrijke stakeholder in dit project. Zij wil de lokale economie immers stimuleren, maar heeft weinig kennis op dit gebied in huis. Dit netwerk zou daarvoor een perfecte uitkomst bieden. De gemeente zal vooral geïnteresseerd zijn in de werkzaamheid van het project. Als lokale consumenten en producenten er gretig gebruik van maken, kan het netwerk met hulp van de gemeente wellicht uitgerold worden in andere buurten in de stad, en later ook in andere steden in Nederland.

Uiteraard zijn ook de opdrachtgevers stakeholder in dit project. Automicle is een commercieel bedrijf dat anderhalf jaar geleden is opgericht en het Beckn-protocol wil toepassen in Nederland. Doel van Automicle is vooral om uiteindelijk diensten om het netwerk heen te bouwen. Het bedrijf focust zich vooral op mobiliteit en heeft in die rol vooral belang bij de ontwikkeling van de fietskoeriersdienst, die onderdeel wordt van het netwerk.



De Waag heeft vooral belang bij de werking van Beckn-protocol. Voor hen is het belangrijk te weten of het Beckn-protocol aan de waarden van de public stack voldoet. Ook wil De Waag weten of het uiteindelijke netwerk eventueel toegepast zou kunnen worden in heel Nederland, in samenhang met het ontwikkelen van een digitale publieke infrastructuur.

Een andere stakeholder is het Centre of Digital Public Infrastructure, samen met de Foundation for Interoperability in Digital Economy. Voor hen is vooral belangrijk om te weten of het Beckn-protocol ook in andere landen, dus buiten India, werkt. Als dat het geval is, wordt het voor hen ook makkelijker om hun ideeën verder over de wereld te verspreiden.

Ook de ontwikkelaars van het Beckn-protocol zijn belanghebbenden. Zij willen vooral de lokale economie stimuleren en de vele verschillende mogelijkheden tot shoppen samenbrengen. Daarmee zijn zij eigenlijk de verbindingen tussen alle stakeholders in dit project. Voor hen is het ook belangrijk om er achter te komen hoe het protocol werkt als het breder wordt ingezet.

Tot slot hebben bedrijven als Thuisbezorgd, Uber Eats en bol.com ook belang bij dit project, omdat wij een markt betreden waarin zij al actief zijn. Daardoor neemt de concurrentie voor hen toe. Dat kunnen ze zowel als iets goeds of als iets slechts zien; enerzijds kunnen ze klanten aan ons verliezen, anderzijds kunnen ze juist leren van ons en wellicht veranderingen aanbrengen in hun platforms.

## Desk research

De Haarlemmerbuurt wordt gekenmerkt door een levendig karakter met een groot aantal kleine ondernemers. Grote franchises zijn er niet tot nauwelijks te vinden. In de Haarlemmerbuurt zien we dit beeld vooral in de Haarlemmerstraat. Het begin van deze straat is nog vrij toeristisch, met veel coffeeshops, smartshops en souvenirwinkels. Verderop zien we veel kleine winkels, die eten en drinken verkopen, maar ook bijvoorbeeld tweedehands kleding en foto- en filmmapparatuur.



Vooraf ondernemers in dat laatste deel van de straat kunnen geïnteresseerd zijn in een netwerk. De toeristische winkels zullen dat niet zijn en hebben er ook weinig baat bij, ook omdat bijvoorbeeld cannabisproducten niet online verkocht mogen worden. Toch speelt dit deel van de straat wel een rol; de Haarlemmerstraat heeft een bepaald imago door deze winkels en dat imago is in sommige gevallen niet positief. Daardoor staan consumenten in een wijk waarin de criminaliteit het afgelopen jaar toenam, wellicht wat argwanend tegenover de lokale ondernemingen (AlleCijfers.nl, n.d.).

Aan de andere kant is het aantal ondernemingen in de Haarlemmerbuurt de laatste jaren gestegen. Waren er tien jaar geleden nog 2.000 bedrijven in de buurt, nu zijn dat er 3.000. Ook is het een wijk waar de inwoners, gemiddeld hoogopgeleid, tussen de 25 en 50 jaar oud en autochtoon (hoewel het aandeel van die laatste groep iets afloopt de afgelopen jaren), naar elkaar omkijken, kijkend naar politieke voorkeur. Bij de gemeenteraadsverkiezingen vorig jaar waren de PvdA, GroenLinks, D66 en de Partij voor de Dieren, allemaal relatief sociale en ook groene partijen, de grootste partijen in de buurt. Ook doet twintig procent van de mensen in de buurt aan vrijwilligerswerk, een teken van sociale cohesie (AlleCijfers.nl, n.d.).

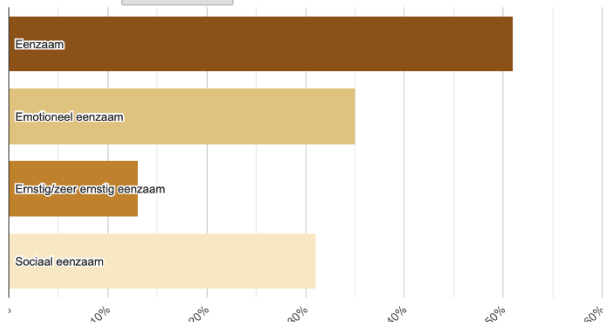


Sowieso kan een netwerk bijdragen aan de sociale cohesie in de buurt. En dat is nodig ook, want liefst vijftig procent van de inwoners van de Haarlemmerbuurt geeft aan zich eenzaam te voelen (Alle Cijfers, n.d.), tegenover een Amsterdams gemiddelde van 38 procent (Gemeente Amsterdam, n.d.). Helemaal voor hen kan een lokaal netwerk erg prettig zijn, zodat de drempel om met de buurt in contact te komen lager wordt. Er liggen zodoende genoeg kansen voor een netwerk in de Haarlemmerbuurt.

### Eenzaamheid

51% van de inwoners van 18 jaar of ouder in de wijk Haarlemmerbuurt voelt zich eenzaam.

Leeftijdsgroep: **18 tot 65 jaar**



Consumenten en ondernemers in de buurt hebben uiteindelijk de meeste baat bij het netwerk, en vooral bij het design ervan. Vooral zij zullen dus betrokken moeten worden bij het designproces, via bijvoorbeeld co-creatie. We zullen de buurt actief mee moeten nemen binnen het project, veel met hen van gedachten wisselen en hun feedback serieus toepassen.

## Field research

De field research is vooral gericht op de 'first users' van het netwerk die wij voor ogen hebben. Deze 'first users' zijn vooral ondernemers die al een webshop hebben, en die zich vooral richten op fast moving consumer goods (FMCG's), specialty goods, beautyproducten en avond- en nacht bezorging. De drempel zal lager zijn voor ondernemers met een webshop en deze vier producten zijn het makkelijkst en interessantst om te bestellen.

Achterin de straat zijn de meeste kleine ondernemers te vinden, die een webshop hebben waar je kunt bestellen en waar het product dan wordt bezorgd door bijvoorbeeld PostNL of DHL. Deze ondernemers hebben al ervaring met een webshop en bezorging en voor hen zal de drempel dus het laagst zijn om naar het netwerk over te stappen. Zij zijn dus de ideale targets om mee te beginnen. Voorin de straat zijn minder geschikte ondernemers te vinden; daar zitten vooral toeristenwinkels, zoals souvenir-, coffee- en smartshops. Ook vinden we daar slotenmakers en wasserettes; leuke, lokale initiatieven, maar geen ondernemers die snel wat zullen bezorgen.

Tijdens het buurtonderzoek bleken veel ondernemers druk, in verband met de destijds aanstaande kerstperiode. Gelukkig waren een aantal ondernemers wel degelijk bereid met ons te praten. Dit gesprek hebben we op gang weten te brengen met een aantal vragen, die in de bijlage staan. Ook in de bijlage aanwezig is het informatieve A4'tje dat we bij ondernemers hebben achtergelaten, zodat zij alle indrukken nog eens na kunnen lezen.

Uit ons buurtonderzoek bleek dat er al eerder verschillende initiatieven voor een online platform zijn gedaan in de Haarlemmerbuurt. Het bekendste en meest genoemde voorbeeld was Peddler. Juist deze initiatieven hebben voor een soort argwaan gevoel gezorgd in de buurt, zo kwam bij ons over. Ondernemers waren niet per se negatief over het idee, maar zagen vooral veel valkuilen. Zo leverde de tijd die ze kwijt waren aan zulke platforms niet genoeg winst op, waardoor het de investering eigenlijk niet waard was. Sommige ondernemers werken in hun eentje, of met een klein team, en hebben simpelweg niet de mogelijkheden om veel tijd te steken in zo'n online platform. Ook niet als ze al een webshop hebben, omdat ze dan alles over zouden moeten zetten.

Andere ondernemers waren ook bang dat een online netwerk de drempel zou verlagen om maar te bestellen in plaats van naar de winkel te gaan. De bedrijfsmanager van een boekhandel wist het treffend te verwoorden door te stellen dat zijn winkel in dat geval niets meer dan een heel duur magazijn zou worden. Hij zou meer zien in een soort etalage voor ondernemers, waar consumenten niet per se wat op kunnen kopen, maar wel makkelijk en overzichtelijk de mogelijkheden in de buurt zien.

Diezelfde boekhandelaar vertelde ook over Libris, een platform om boeken bij boekwinkels uit het hele land te kopen. Hij zei liever ook daarmee te stoppen, maar zag daar in elk geval nog wel iets in. Vooral omdat Libris geen winst afroomt, stelde hij. Libris vraagt slechts contributie aan deelnemende boekhandels. Ook maken ze winst door grote partijen boeken voor meer aan de boekhandels te kopen, dan de prijs waarvoor ze die boeken hebben ingekocht.

Hoewel geen enkele ondernemer echt enthousiast bleek over een online netwerk, hebben we wel waardevolle inzichten op kunnen doen. Vooral de vele valkuilen die door ondernemers werden genoemd, zijn waardevol voor ons project. Deze feedback hebben we dan ook meegenomen in het aanpassen van ons idee.

## Definitief prototype

Na het bijschaven van ons eerste prototype, het testen van dit prototype in de buurt en met docenten en het analyseren van de DEDA-poster, zijn we gekomen tot ons [definitieve prototype](#). De app heeft een geheel ander uiterlijk gekregen, maar veel functies uit het eerste prototype zijn nog steeds aanwezig. Aan de andere kant hebben we ook wat functies laten varen. Zo hebben we ons vooral gefocust op appfunctionaliteiten en niet echt op een site. Ook hebben we ons minder laten leiden door duurzaamheid en juist meer door eenzaamheid.

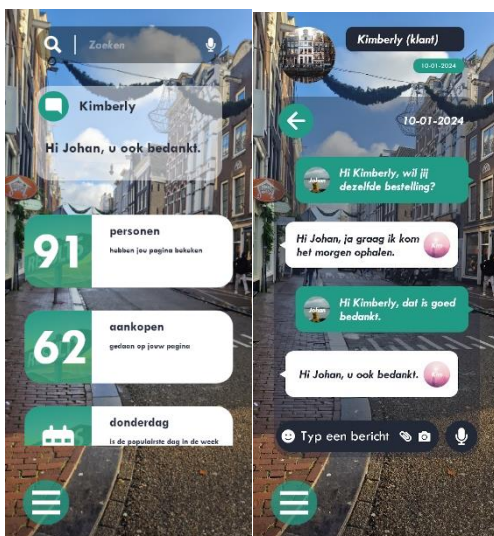
Het unique selling point van dit prototype is immers verbinding. Doel van ons netwerk is om ondernemers, consumenten en bezorgers binnen de Haarlemmerbuurt met elkaar in verbinding te brengen. Dit doen we door ze samen te brengen op één app, waarbinnen zij alle drie hun eigen omgeving hebben.

Verbinding zien we ook terug in de naam van ons netwerk, die we weliswaar wat laat hebben verzonnen, maar waar we wel goed over hebben nagedacht. HomeBridge staat voor een brug tussen de huizen; datgene wat ons netwerk vormt. Bovendien is de afkorting van HomeBridge, HB, ook de afkorting voor de Haarlemmerbuurt.

### Ondernemers

Als je kiest voor de optie ondernemer, dan krijg je direct de inlogpagina te zien. Helaas kunnen ondernemers de app niet anoniem gebruiken, omdat de app onder andere laat zien hoeveel personen een ondernemerspagina hebben bekeken, hoeveel aankopen er zijn gedaan, welke dag het drukst is en welk product het best verkoopt. Bovendien kunnen ondernemers juridisch en economisch gezien helemaal niet anoniem blijven, maar daarover later meer.

Wij stimuleren juist de communicatie tussen de ondernemers, consumenten en bezorgers omdat er aardig wat mensen eenzaam zijn in de Haarlemmerbuurt. Door op de homepagina berichten te laten zien willen we stimuleren dat personen met elkaar communiceren en dat consumenten misschien zelf naar de winkel komen om een product op te halen of een praatje te houden met ondernemers.





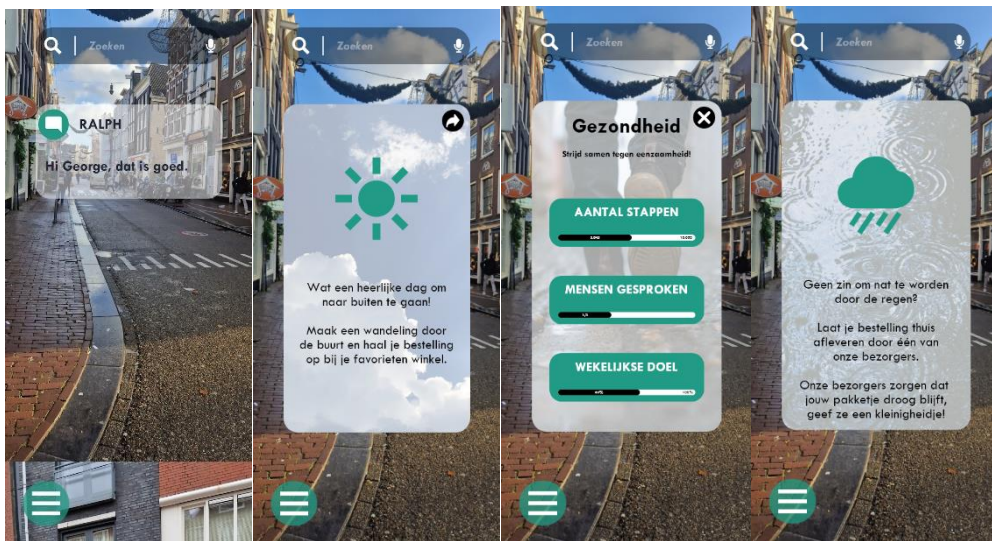
## Consumenten

Wij willen de consumenten het gevoel geven dat het netwerk geen app is, maar echt een open netwerk door middel van een virtuele winkelstraat. Je krijgt een willekeurige volgorde (dus geen algoritme) aan winkels te zien waarbij je naar beneden kan blijven scrollen, door de winkels heen. Als de gebruiker een winkel heeft gevonden die hem of haar aanspreekt, kan die makkelijk naar rechts swipen om te kijken wat voor producten de winkel te bieden heeft. Door op het plusje te drukken voeg je gemakkelijk een product toe aan je winkelwagen. Zie daarvoor het prototype.

Ook willen wij stimuleren dat je als consument langs gaat bij ondernemers, om fysiek in de winkel aanwezig te zijn. Wanneer het bijvoorbeeld mooi weer is, motiveren we consumenten om fysiek naar de winkel te gaan door meldingen in het netwerk te vertonen die vertellen om een aantal stappen te behalen.

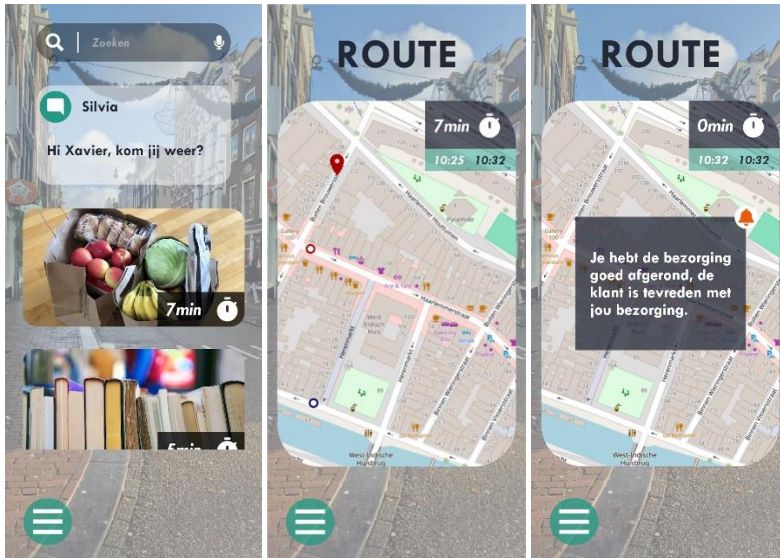
Daarnaast willen we gebruikers stimuleren om anderen te helpen die moeite hebben met het gebruiken van het netwerk, bijvoorbeeld ouderen. Jongeren kunnen hun steentje bijdragen door op bezoek te gaan bij mensen of af te spreken in een van de cafés. Voor ondernemers onderling geldt hetzelfde, elkaar helpen om goed gebruik te kunnen maken van het netwerk zorgt voor meer verbinding.

Om dit gedrag te belonen, bieden wij vanuit het netwerk tien procent korting aan voor de mensen die regelmatig aan dit soort initiatieven deelnemen. Mensen voelen zich hiermee gewaardeerd met het werk wat ze doen voor de wijk. En de ondernemers hebben hier ook profijt van. Immers, als meer ouderen het netwerk gaan gebruiken, zullen ondernemers meer bestellingen binnen krijgen.



## Bezorgers

Als we kijken naar hoe de bezorgers deel uitmaken van dit netwerk, dan willen wij ervoor zorgen dat bezorgers de tijd hebben om een praatje te houden met consumenten om zo de eenzaamheid te verminderen. Door berichten op de homepagina te vertonen, stimuleren wij het online communiceren met consumenten en ondernemers zodat de communicatie onderling echt op de voorgrond staat binnen ons netwerk. Wanneer een bezorgers langs bekende consumenten gaat om boodschappen of bestellingen te bezorgen, hopen wij dat bezorgers fooi krijgen. Dit zal hen stimuleren om meer orders aan te nemen en een praatje te houden met deze consumenten. Consumenten zullen sneller fooi geven wanneer zij een bepaalde band opbouwen met een bezorger.



## Promotie

Met het manifest kunnen bedrijven en ondernemers helpen de app te promoten. Dit zorgt ervoor dat bedrijven zelf ondernemend moeten zijn als het gaat om actief bezig zijn met klanten. Door het manifest in de winkel of buiten op te hangen kunnen mensen die langslopen eventueel een QR-code scannen die hen direct naar HomeBridge brengt. Dit verhoogt betrokkenheid onder de mensen die wonen of winkelen in de Haarlemmerbuurt.

Door dit als marketing te gebruiken vergroot je ook de kans dat meer mensen gebruik gaan maken van het netwerk en Thuisbezorgd of Uber Eats links laten liggen. Daarmee zetten we klantvriendelijkheid en betrokkenheid op één, waarmee we hopen iedereen een veilig en fijn gevoel te geven.

## Eigenaarschap

De ondernemersvereniging is de eerste optie voor ons als eigenaar. We hopen dat zij tijd en wellicht geld willen investeren in het opstarten van het netwerk. Dan gaat het vooral om het hosten van de app en site en het ontwikkelen hiervan. Deze ondernemersvereniging wordt eigenaar van een stichting. Hoewel een stichting door het ontbreken van leden minder democratisch is als bijvoorbeeld een vereniging, is het als start-up makkelijker op te richten dan een vereniging en bovendien handiger voor de publieke waarden. Zo mag een stichting geen winst maken op commercieel vlak; alle winst moet terug geïnvesteerd worden, om zo het doel van de stichting te verwezenlijken. Voor de eigenaar is het ook niet nodig om winst te maken; zolang quitte wordt gedraaid, is het voldoende.

De ondernemersvereniging is ook eigenaar van de gegevens. Hoeveel gegevens zijn verzamelen, hangt af van keuzes van de klant. De klant heeft grofweg twee keuzes: bestellen als gast of bestellen met een account. In het geval van de eerste optie wordt alleen de voor- en achternaam waarmee de klant bestelt opgeslagen. Dit is nodig voor de Belastingdienst, zij moet immers nog tot zeven jaar later kunnen inzien aan wie een ondernemer geld heeft verdiend. Ondernemers mogen deze gegevens niet zelf houden; de ondernemersvereniging slaat deze op en ondernemers kunnen daar aankloppen mochten ze de gegevens nodig hebben.

Als de klant bestelt met een account worden meerdere gegevens opgeslagen. Denk dan aan het adres, de postcode, het e-mailadres, het telefoonnummer en uiteraard de betaalgegevens. Deze gegevens zullen automatisch worden ingevuld bij een volgende

bestelling. Op de naam na is dat ook het enige waar deze gegevens voor worden opgeslagen; slechts de naam blijft tot zeven jaar later opgeslagen bij de ondernemersvereniging. Klanten zal in de app duidelijk worden gemaakt wat er met hun gegevens gebeurt en wat de gevolgen zijn van het aanmaken van een account.

Voor ondernemers en bezorgers geldt dat geverifieerd moet worden of zij echt bestaan en, in het geval van ondernemers, echt een onderneming op de Haarlemmerdijk hebben. Daarvoor zal het BSN-nummer, de IBAN, naam, adres, e-mail en nummer doorgegeven moeten worden. Ondernemers zullen ook hun KvK-nummer moeten doorgeven. Deze gegevens worden opgeslagen door de ondernemersvereniging en worden alleen gebruikt als naslagwerk en om betalingen uit te voeren. IBAN-rekeningen worden uiteraard gebruikt voor uitbetalingen.

Ondernemers worden gewoon betaald voor hun producten, bezorgers per uur. Per uur krijgen zij het minimumloon voor hun leeftijd, op het moment dat zij op de fiets zitten ontvangen zij een beloning van 20 cent per minuut. Het aantal minuten fietsen van de bezorgershut naar de ondernemer naar de bezorglocatie staat in de app en is gebaseerd op de tijd die Open Street Maps aangeeft.

Als er geen orders zijn en de bezorger dus niet onderweg is naar een ondernemer of klant, ontvangt de bezorger geen bonus. Deze bonus wordt betaald door de klant en zijn dus de bezorgkosten die de klant betaalt bovenop het aankoopbedrag. In het geval dat ondernemers grote producten verkopen die moeilijker per fiets bezorgd kunnen worden, kunnen in overleg met de ondernemersvereniging andere tarieven gehanteerd worden. Dit is echter niet meer dan een uitzondering.

Vijf tot tien minuten na het completeren van een order kan een bezorger geen nieuwe order aannemen, waardoor deze eerder een praatje zal maken met de klant. Bij het werven van bezorgers zal deze verbindende functie ook als pré worden aangegeven.

Consumenten, bezorgers en ondernemers kunnen chatten met elkaar. De chats van en met consumenten zonder account worden niet opgeslagen, andere chats wel. Deze zijn end-to-end-encrypted; alleen de mensen die chatten, hebben inzicht in deze chats. Als één gebruiker de chat wil verwijderen, kan dat door de chat langer ingedrukt te houden. De chat wordt dan voor beide chatgebruikers gewist.

## Kosten en baten

De ondernemersvereniging is niet de hoofverantwoordelijke voor de financiering van het project. Daarvoor willen we in eerste instantie aankloppen bij de gemeente Amsterdam, omdat zij hebben gezegd te willen investeren in de lokale economie. De gemeente zou leningen kunnen verstrekken, maar ook subsidies. Zo bestaan binnen de gemeente Amsterdam de Subsidie Economische Structuur en Arbeidsmarktversterking en de Subsidie Gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven. Kijkend naar de voorwaarden zijn deze allebei geschikt voor dit project (Gemeente Amsterdam, n.d.b., Gemeente Amsterdam, n.d.c.). Verder hopen we dat Automicle bereid is geld vrij te maken voor het opstarten van dit project. Zij zijn immers de opdrachtgever. Bovendien zouden we hiermee het aanvragen van een lening kunnen voorkomen, wat altijd prettig is.

Ondernemers spelen bij het opstarten nog geen rol in de financiering. Immers, zij zullen waarschijnlijk niet bereid zijn geld te investeren in een app die nog niet bestaat. Later, wanneer het netwerk echt bestaat, zijn ze daar waarschijnlijk wel bereid toe. Zij zullen dan bijdragen aan het netwerk door het betalen van een contributie.



De hoogte van deze contributie verschilt per ondernemer en is afhankelijk van de omzet van een ondernemer. Ondernemers worden op die manier ingedeeld in drie verschillende klassen. De kleinverdieners komen terecht in categorie 1, de grootverdieners in categorie 3. Bij een toe- of afname van de omzet kunnen ondernemers in een andere categorie terechtkomen. Op deze manier wordt ervoor gezorgd dat de sterkste schouders de zwaarste lasten dragen, wat wel zo eerlijk is. Het woord 'contributie' zal de drempel voor ondernemers om op deze manier bij te dragen waarschijnlijk lager maken dan het woord 'servicekosten'.

Met de contributie staan ondernemers vooral garant voor de lopende kosten van het netwerk. Dan gaat het om bezorg(ers)kosten, (klanten)servicekosten, hostingkosten, onderhoudskosten en kosten voor het aanbieden van de app in de App en Play Store. Kosten voor bezorging worden betaald door de klant, maar de bezorgers zelf moeten ook betaald worden. Daarnaast is een klantenservice nodig om in te springen bij problemen. Ook deze medewerkers hebben een salaris. Hetzelfde geldt voor de mensen die het onderhoud van het netwerk verzorgen, bijvoorbeeld in het geval van storing. Voor de sitehosting en het aanbieden van de app geldt dat jaarlijks een bepaald bedrag moet worden betaald.

De opstartkosten bestaan uit het bestellen van bezorgfietsen, het opzetten en uitrollen van de app, het maken van fysieke aanpassingen en marketingkosten. De bezorgfietsen zijn nodig om de fietskoeriers te laten werken. Voor het opzetten en uitrollen van de app moeten experts worden ingehuurd, die uiteraard een salaris verdienen. Qua fysieke aanpassingen gaat het om het aanbrengen van bijvoorbeeld het manifest in winkels. Dit hoeft niet veel te kosten en het kan ook gedaan worden door ondernemers, maar het hangt samen met C, in de vorm van bijvoorbeeld campagnes. Daarvoor zijn waarschijnlijk wel reclamebureaus nodig, helemaal als het netwerk breed verspreid dient te worden. Ook deze bureaus moeten betaald worden.

## Schatting van de kosten

Voor de lopende kosten is het lastig om een inschatting te geven van de exacte kosten, voor de opstartkosten is dat makkelijker. Qua fietsen geldt dat we elektrische (bak)fietsen willen inzetten. We willen beginnen met tien fietsen, wat bij eventueel succes altijd meer kan worden. Vijf daarvan zijn normale e-bikes, vijf zijn bakfietsen. Een normale e-bike kost, inclusief verven en dergelijke, rond de 1.500 euro (LEKKER, n.d.). De bakfietsen zullen rond de 2.500 euro kosten, ervan uitgaande dat we nog iets van korting krijgen omdat we een grote order maken (Fietsunie, n.d.). In totaal komt dat neer op 30.000 euro.

Voor het ontwikkelen van de app rekenen we ook rond de 30.000 euro. Dit is een hele ruwe schatting, omdat de kosten hiervan nogal uiteenlopen. Het ontwerpen hebben we al gedaan, dus het gaat er puur om dat ons prototype omgezet wordt naar een app. Een bouwtraject begint gemiddeld vanaf 30.000 euro. Daarbij komen natuurlijk lopende kosten, zoals het werkend houden van de app. Dat kost rond de 250 euro per maand (We Build Apps, n.d.). Dit gaat dan bijvoorbeeld om de hosting en het aanbieden van de app. Voor de reclamecampagne rekenen we 300 euro per maand (StartPlatform, n.d.). Het onderhoud van de app kost tussen de 15 en 30 procent van de bouwkosten van de app (5Pro, n.d.). Daarbij gaan we voor nu uit van 20 procent. Dan gaat het dus om 6.000 euro per jaar, wat dus neerkomt op 500 euro per maand.

Qua klantenservice willen we in eerste instantie drie mensen in dienst nemen. Kijkend naar het gemiddelde salaris voor een klantenservicemedewerker (Direct Klantcontact, 2022) komt dit uit op 6.750 euro per maand. Zij zijn ook verantwoordelijk voor de moderatie. Bezorgkosten komen uit op 8.750 euro per maand. We willen in het begin twintig parttime bezorgers aannemen. Het gemiddelde salaris van een fietskoerier bedraagt tussen de 1.500 en 2.000 euro per maand (YoungCapital, n.d.). Daardoor gaan we nu uit van 1.750 euro. Dat

keer twintig is 35.000 euro, maar omdat onze bezorgers gemiddeld waarschijnlijk tien in plaats van veertig uur werken, moet dat bedrag nog gedeeld worden door vier.

We willen 150.000 euro subsidie aanvragen. Het minimumbedrag om te lenen is 100.000 euro, het maximum 500.000 euro. Maar elke euro die we krijgen als subsidie, moeten we ook zelf investeren (Gemeente Amsterdam, n.d.b.). Daarom lenen we ook 150.000 euro. De vaste kosten bedragen 60.000 euro, waardoor we daarna 240.000 euro overhouden voor de lopende kosten. Dat wordt aangevuld met contributie. De hoogte daarvan kunnen we simpelweg niet bepalen, omdat dit afhankelijk is van de hoeveelheid deelnemende ondernemers. Wel is het zo dat de contributie niet meer mag zijn dan nodig.

Onderstaand hebben we de kosten overzichtelijk onder elkaar gezet.

<i>Kosten (in euro's)</i>	<i>Baten (in euro's)</i>
<b>Fietsen</b> 30.000	<b>Subsidies</b> 150.000 + 3.300
<b>App</b> 30.000	<b>Contributie</b> n.n.b.
<b>Plug-ins en hosting</b> 250 (per maand)	<b>Lening</b> 150.000
<b>Marketing</b> 300 (per maand)	
<b>App-onderhoud</b> 500 (per maand)	
<b>Klantenservice en moderatie</b> 6.750 (per maand)	
<b>Bezorging</b> 8.750 (per maand)	

## Algemene voorwaarden

Deel van ons prototype zijn de algemene voorwaarden van het netwerk, waarin de regels voor ondernemers, consumenten, bezorgers en andere stakeholders zijn opgenomen. Deze voorwaarden zijn duidelijk zichtbaar in het prototype en luiden als volgt:

- Wanneer de opdrachtgever, opdrachtnemer en/of gemeente voor de wet niet noodzakelijke data wil verzamelen, moet deze groep de mogelijkheid hebben om het doorgeven van deze data te weigeren. Het verzamelen van data kan niet worden afgedwongen. Indien data wordt verzameld zonder goedkeuring, kan aangifte volgen.
- Ondernemers dienen consumenten altijd een wettelijke retourtermijn van veertien dagen aan te bieden, tenzij het om houdbare producten als voedsel of hygiënische producten als sokken en onderbroeken gaat. Retours worden afgehandeld door de fietskoeriers.
- Ondernemers kunnen, binnen bepaalde richtlijnen en geldende regelgeving, zelf hun eigen voorwaarden opstellen die duidelijk vindbaar moeten zijn op het netwerk. Consumenten moet duidelijk gemaakt worden dat dit het geval is.
- In eerste instantie kunnen alleen consumenten, ondernemers en fietskoeriers woonachtig (of werkzaam in het geval van de laatste twee) binnen de grenzen van de Haarlemmerbuurt en Utrechtsestraat deelnemen aan het project.
- Consumenten en ondernemers moeten de mogelijkheid krijgen het netwerk, binnen bepaalde richtlijnen en kaders, naar wens in te richten, zodat de gebruiksvriendelijkheid individueel zo groot mogelijk wordt.
- Ondernemers dienen naargelang hun inkomen contributie te betalen om deel te nemen aan het netwerk.
- Ondernemers mogen alle opbrengsten die zij verdienen aan het netwerk zelf behouden.
- Het project is er uiteindelijk voor de buurt. Zij zal dan ook ten alle tijde betrokken moeten worden bij de uitvoering van het project.
- Het eigenaarschap van het netwerk zal bij de ondernemersvereniging in de Haarlemmerbuurt liggen.
- De ondernemersvereniging zal als eigenaar aanspreekpunt nummer één zijn bij geschillen tussen bijvoorbeeld consumenten en ondernemers. Omdat ondernemers

hun eigen voorwaarden stellen, zal de ene casus anders zijn dan de ander, waardoor maatwerk noodzakelijk is.

- De ondernemersvereniging dient als stichting alle door hen gemaakte winst terug te investeren in het netwerk.

## Public stack-analyse HomeBridge

Om ons specifieke netwerk te kunnen implementeren in de Haarlemmerbuurt hebben we ook gekeken of het netwerk voldoet aan de publieke waarden. We hebben de analyse wederom uitgevoerd aan de hand van de verschillende lagen in de public stack.

### Citizen perspective

Onze toepassing van het Beckn-protocol staat net als Beckn zelf in lijn met de publieke waarden als het gaat om het citizen perspective. Gebruikers van HomeBridge, consumenten, bezorgers en ondernemers, blijven onafhankelijk en kunnen hun app-beleving veelal zelf indelen. Doordat de ondernemersvereniging daar als het ware boven zweeft en zelf geen tot weinig invloed heeft, is het netwerk erg decentraal georganiseerd.

Doordat we niet werken met aanbevolen producten en ondernemers hun prijs maar één keer per maand mogen veranderen, voorkomen we dat gebruikers met elkaar gaan concurreren. We hopen juist dat zij meer met elkaar in contact komen en elkaar verder helpen, zoals dat ook voor consumenten en bezorgers geldt.

Ook is iedereen uit de Haarlemmerbuurt welkom op het netwerk, zolang je er maar woonachtig bent of er een bedrijf hebt. Kleine spelers krijgen daarbij voordelen, zodat ze makkelijker kunnen groeien. Zo betalen zij minder contributie dan de grote spelers. Bovendien kan elke ondernemer zichtbaarheid creëren door de op TikTok gebaseerde slideshow in de app. Daardoor blijft het speelveld in evenwicht en heeft iedereen gelijke kansen.

### Tech stack

Gegevens van gebruikers worden alleen verzameld als dat noodzakelijk is, bijvoorbeeld voor de Belastingdienst en betalingen. Mocht een consument een account aanmaken, dan zal er hooguit meer opgeslagen worden zodat deze gegevens herhaald kunnen worden bij een volgende bestelling. De klant zal hier duidelijk van op de hoogte worden gebracht. Gegevens worden beheerd door de ondernemersvereniging, die hier verder niks mee kan en zal doen.

De ondernemersvereniging zal alleen interveniëren als gebruikers onderling ergens niet uit komen, bijvoorbeeld bij een conflict. Leidraad daarbij zijn de algemene voorwaarden, die in de app duidelijk te vinden zijn. Deze zijn helder omschreven en moeten vooral als naslagwerk gelden, bijvoorbeeld als gebruikers vragen hebben over retourtermijnen of gegevensverzameling. Verder hebben ondernemers de vrijheid aanvullende of andere voorwaarden te hanteren, mits zij dit duidelijk communiceren.

### Design process

HomeBridge kent een duidelijke scheiding tussen de drie gebruikswijzen van het netwerk. Consumenten, ondernemers en bezorgers staan natuurlijk in verbinding met elkaar, maar hebben elk wel een eigen omgeving binnen de app. Dat maakt de werking voor iedereen overzichtelijker en dus gemakkelijker.

Daarnaast kunnen gebruikers de app naar eigen wens indelen en personaliseren. Zo kunnen consumenten aangeven dat ze bepaalde productcategorieën niet of juist heel graag willen zien en kunnen ze eenvoudig direct naar een product zoeken in plaats van de slideshows bekijken wanneer zij één specifiek iets willen kopen. Daarmee kan iedereen de app gebruiken zoals hij of zij dat het liefst wil.

Specifiek voor ondernemers geldt dat de webshop in de app door het Beckn-protocol is verbonden met bijvoorbeeld Shopify en WooCommerce. Ondernemers die al een eigen webshop hebben via zo'n platform, kunnen deze webshop eenvoudig integreren in HomeBridge. Zo zijn zij geen zeeën van tijd kwijt aan het overzetten of dupliceren van hun online voorraad.

## Foundation

Zoals in de algemene voorwaarden staat, is HomeBridge er voor de Haarlemmerbuurt en deze buurt zal dus ook ten alle tijden betrokken moeten zijn bij de ontwikkeling van het netwerk. Ondernemers, bezorgers en consumenten moeten inspraak kunnen hebben in alle fases van het netwerk. Dit zal verlopen via de ondernemersvereniging, die bijvoorbeeld inspraakavonden kan organiseren. Ook kunnen buurtbewoners zich aanmelden om te werken voor HomeBridge, bijvoorbeeld als bezorger of klantenservicemedewerker.

De ondernemersvereniging zal uiteindelijk een partij aanwijzen die de app daadwerkelijk zal maken en uitrollen. Het prototype van HomeBridge zoals die nu staat, zal volledig worden overgedragen aan die partij. Op die manier kan die partij makkelijk verder met het werk wat wij hebben neergezet.

## Conclusie

HomeBridge voldoet aan alle vier de lagen van de public stack. Het netwerk is decentraal geregeld en gaat concurrentie tegen. Iedereen die woon- of werkzaam is in de Haarlemmerbuurt is welkom op het netwerk en hun gegevens worden alleen verzameld als dat voor de wet noodzakelijk is. Gebruikers worden hiervan en van andere richtlijnen op de hoogte gesteld door duidelijk zichtbare algemene voorwaarden. De app is gebruiksvriendelijk doordat iedereen een eigen, personaliseerbare omgeving heeft en ondernemers kunnen hun al bestaande webshops eenvoudig integreren. Daarnaast kan iedere gebruiker makkelijk een steentje bijdragen aan het netwerk en zal ons prototype volledig worden overgeleverd aan de partij die de app zal maken en uitrollen.

## Bronnenlijst

5Pro (n.d.). Wat kost een app?

Geraadpleegd op 21 januari 2024, van

<https://5pro.nl/wat-kost-een-app/#:~:text=Het%20onderhouden%20van%20een%20app,de%20bouwkosten%20van%20een%20app.>

AlleCijfers.nl (n.d.). Statistieken wijk Haarlemmerbuurt.

Geraadpleegd op 22 november 2023, van

<https://allecijfers.nl/wijk/haarlemmerbuurt-amsterdam/>.

Direct Klantcontact (2022, 19 april). Hoeveel kost het om de klantenservice uit te besteden?

Geraadpleegd op 21 januari 2024, van

[https://www.directklantcontact.nl/blog/hoeveel-kost-het-om-de-klantenservice-uit-te-besteden/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_previous=google.com](https://www.directklantcontact.nl/blog/hoeveel-kost-het-om-de-klantenservice-uit-te-besteden/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_previous=google.com).

Fietsunie (n.d.). Vogue Journey | Black-Black.

Geraadpleegd op 21 januari 2024, van

[https://www.fietsunie.nl/vogue-journey-elektrische-bakfiets-zwart-zwart?srsId=AfmBOoobwf0RV3bKvSHU9IQDWt\\_VkTGEuDttDEA0yLstgS1RPdpA5aWFXmg&gclid=Cj0KCQiAnrOtBhDIARIsAFsSe52LdJ5jBDCM4cFxa42eKY\\_TRI8JTZ1v4XJMpj93414asJgbjcT8JDwaAp3dEALw\\_wcB](https://www.fietsunie.nl/vogue-journey-elektrische-bakfiets-zwart-zwart?srsId=AfmBOoobwf0RV3bKvSHU9IQDWt_VkTGEuDttDEA0yLstgS1RPdpA5aWFXmg&gclid=Cj0KCQiAnrOtBhDIARIsAFsSe52LdJ5jBDCM4cFxa42eKY_TRI8JTZ1v4XJMpj93414asJgbjcT8JDwaAp3dEALw_wcB).

Gemeente Amsterdam (n.d.a). Eenzaamheid.

Geraadpleegd op 23 november 2023, van

<https://www.amsterdam.nl/zorg-ondersteuning/ondersteuning/eenzaamheid/>.

Gemeente Amsterdam (n.d.b.). Subsidie Economische Structuur en Arbeidsmarktversterking.

Geraadpleegd op 18 december 2023, van

<https://www.amsterdam.nl/subsidies/subsidieregelingen/subsidie-economische-structuur/#1>.

Gemeente Amsterdam (n.d.c.). Subsidie Gebiedsgebonden ondernemersinitiatieven.

Geraadpleegd op 18 december 2023, van

[https://www.amsterdam.nl/subsidies/subsidieregelingen/subsidie-ondernemersinitiatieven/#:~:text=Ondernemersverenigingen%20\(waaronder%20BIZ%2Dverenigingen\),economisch%20functioneren%20van%20het%20gebied.](https://www.amsterdam.nl/subsidies/subsidieregelingen/subsidie-ondernemersinitiatieven/#:~:text=Ondernemersverenigingen%20(waaronder%20BIZ%2Dverenigingen),economisch%20functioneren%20van%20het%20gebied.)

LEKKER (n.d.). Amsterdam+ eBike.

Geraadpleegd op 21 januari 2024, van

[https://lekkerbikes.com/nl/products/amsterdam-plus-ebike?variant=46701916291397&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=20676539683&utm\\_content=&utm\\_term=&bg\\_source=ga&bg\\_campaign=20676539683&bg\\_kw=-mi-255923224-pi-10071035-ppi-&bg\\_source\\_id=&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQiAnrOtBhDIARIsAFsSe517DfwnTHKZ6qwQ\\_ZxNCwIKSDG8jhRkyz-aiz8o4eUfOdnjpDL71Y\\_4aAuYQEALw\\_wcB](https://lekkerbikes.com/nl/products/amsterdam-plus-ebike?variant=46701916291397&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=20676539683&utm_content=&utm_term=&bg_source=ga&bg_campaign=20676539683&bg_kw=-mi-255923224-pi-10071035-ppi-&bg_source_id=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAnrOtBhDIARIsAFsSe517DfwnTHKZ6qwQ_ZxNCwIKSDG8jhRkyz-aiz8o4eUfOdnjpDL71Y_4aAuYQEALw_wcB).

StartPlatform (n.d.). Wat kost een online platform?

Geraadpleegd op 21 januari 2024, van

<https://start-platform.com/wat-kost-een-online-platform>.

We Build Apps (n.d.). App ontwikkelen die impact maakt? Kosten, tips en uitleg.

Geraadpleegd op 21 januari 2024, van

<https://webuildapps.com/app-ontwikkelen-kosten#:~:text=App%20ontwikkeling%20kosten&text=Laten%20we%20dan%20ook%20direct,zowel%20de%20ontwerp%2D%20als%20realisatiefase.>

Young Capital (n.d.). Fietsbezorger.

Geraadpleegd op 21 januari 2024, van

[https://www.youngcapital.nl/werken-in/logistiek/fietsbezorger#.](https://www.youngcapital.nl/werken-in/logistiek/fietsbezorger#)

OPEN

#BACKN

**NETWERK**

VOOR

IEDEREEN

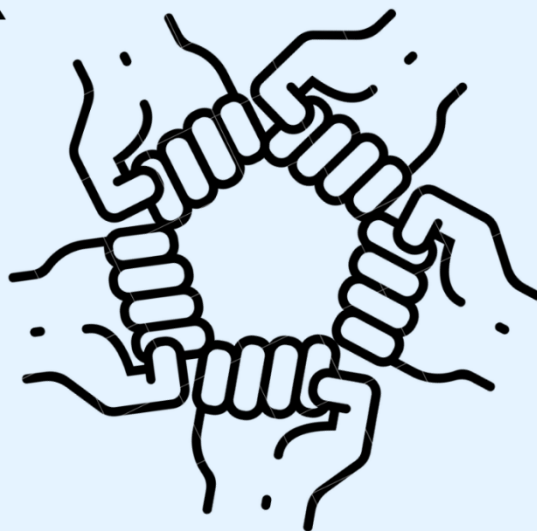
KLANTVRIENDELIJK

ONAFHANKELIJK

ONDERNEMEND

BETROKKEN

LOYAAL



IN **VERBINDING** MET ELKAAR  
VOOR DE HAARLEMMERBUURT



## Vragen voor ondernemers

### Vragen buurt

1. Maakt u al gebruik van een online webshop/omgeving?
2. Hebben jullie behoefte aan een online netwerk? Zo ja, hoe zou dat er volgens u uit moeten zien?
3. Wat vinden jullie van huidige platforms zoals Thuisbezorgd, Uber Eats en bol.com?
4. Maken jullie gebruik van deze platforms?
5. Hebben jullie een bezorgservice, bijvoorbeeld voor klanten uit de buurt?
6. Hebben jullie veel binding met de buurt?
7. Wanneer zouden jullie ervoor kiezen mee te doen aan zo'n netwerk?
8. Hoe houden jullie de voorraad bij? Is dat digitaal, of met de hand? En zou dat verwerkt kunnen worden in een online omgeving?
9. Houden jullie contact met klanten? Zo ja, hoe?
10. Zou je een chat in een app checken?
11. Wat vindt u van ons design?

## Samenvatting voor ondernemers

### Een online netwerk voor uw producten

*For English, turn the page*

Thuisbezorgd, Uber Eats, bol.com: grote bedrijven waar u als ondernemer wellicht wel gebruik van maakt. Grote platformen ook waar u als ondernemer een plek in de spotlight krijgt, maar waar u wel een deel van uw winst moet afdragen. Dat kan anders, vinden wij. Daarom willen wij een netwerk opzetten in de Haarlemmerbuurt, waar u zich vrijwillig bij kunt aansluiten. De voordelen: u krijgt een eigen plek binnen een groter geheel, waardoor u meer aandacht kunt krijgen dan via uw eigen webshop. En alle winst mag u zelf houden!

Maar hoe moet zo'n netwerk er nou uitzien? Daarvoor zijn twee opties. De eerste optie is dat de klant, zoals bij Thuisbezorgd, een overzicht ziet van alle ondernemers in de buurt, op willekeurige volgorde. De klant kan een ondernemer kiezen en vervolgens het aanbod zien, op de manier waarop u dat zelf kunt indelen.

De tweede optie heeft een net iets andere volgorde. Klanten kunnen bij deze optie zoeken op een product, denk aan een kookboek, een ring, een speelgoedauto of een stukje vlees. Vervolgens ziet de klant alle ondernemers die dit product aanbieden en kan de klant een keuze maken. Belangrijk om te vermelden is dat ondernemers bij beide opties in willekeurige volgorde worden gesorteerd, en dus niet op prijs of nabijheid.

Als de klant een product heeft gekozen en deze heeft besteld en betaald, moet het product uiteraard nog bij de klant bezorgd worden. Dit willen we doen door middel van fietsbezorging. Deels omdat duurzaamheid een belangrijke rol speelt in de buurt en lokale fietsbezorging in die zin een goede keuze is, deels omdat we bezorgers willen inzetten om de hoge eenzaamheid in de buurt tegen te gaan.

We willen dat service boven snelheid staat. Bewoners moeten een 'vaste' bezorger kunnen kiezen, die bij meerdere bestellingen van die bewoner de bezorging regelt. Ook moeten bezorgers de tijd hebben om een praatje te maken met de klant, zodat er meer sociaal contact ontstaat en de band met en tussen de buurt sterker wordt.

Uiteraard heeft u inspraak bij de ontwikkeling van dit project. Het gaat er immers om dat het netwerk voor u zo perfect mogelijk is. Feedback is dan ook altijd zeer welkom, vragen kunt u altijd stellen. Onderstaand vindt u onze contactgegevens.

**Elias Wijnmaalen** [elias.wijnmaalen@hva.nl](mailto:elias.wijnmaalen@hva.nl)

**Donny Emming** [donny.emming@hva.nl](mailto:donny.emming@hva.nl)

**Luuk ten Kleij** [luuk.ten.kleij@hva.nl](mailto:luuk.ten.kleij@hva.nl)

## **An online network for your products**

*Zie andere zijde voor de Nederlandse tekst*

Thuisbezorgd, Uber Eats, bol.com: big companies that you, as an entrepreneur, might be using. These are major platforms where you, as a business owner, can gain visibility, but you have to give up a part of your profit. We think that can be done differently. That's why we want to establish a network in the Haarlemmerbuurt, which you can voluntarily join. The benefits: you get your own space within a larger framework, allowing you to attract more attention than through your own webshop. And you get to keep all the profit!

But what should such a network look like? There are two options for that. The first option is that the customer, as with Thuisbezorgd, sees an overview of all entrepreneurs in the area, in random order. The customer can choose an entrepreneur and then see the offerings, arranged in the way you can set up.

The second option has a slightly different sequence. Customers can, with this option, search for a product, such as a cookbook, a ring, a toy car, or a piece of meat. The customer then sees all the entrepreneurs offering this product and can make a choice. It is important to mention that entrepreneurs in both options are sorted in random order, not by price or proximity.

Once the customer has chosen and ordered a product and made the payment, the product of course needs to be delivered to the customer. We want to do this through bike delivery. Partly because sustainability plays a significant role in the neighbourhood, and local bike delivery is a good choice in that sense, partly because we want to use delivery personnel to combat the high level of loneliness in the neighbourhood.

We want service to prioritize over speed. Residents should be able to choose a 'regular' delivery person, who does the delivery of multiple orders of that resident. Delivery personnel should also have time to chat with the customer, fostering more social contact and strengthening the bond within and between the community.

Of course, you have a voice in the development of this project. After all, the aim is to make the network as perfect as possible for you. Feedback is always very welcome, and you can always ask questions. Below, you can find our contact information.

**Elias Wijnmaalen** [elias.wijnmaalen@hva.nl](mailto:elias.wijnmaalen@hva.nl)

**Donny Emming** [donny.emming@hva.nl](mailto:donny.emming@hva.nl)

**Luuk ten Kleij** [luuk.ten.kleij@hva.nl](mailto:luuk.ten.kleij@hva.nl)