

## **Croqger: Betaal, ruil of vind een vrijwilliger voor je klus**

*In onze snel veranderende maatschappij, wordt bezit steeds minder belangrijk. Waar het om gaat is dat men ergens de beschikking over kan krijgen op het moment dat het nodig is, of het nu gaat om spullen, klussen of diensten. Croqger voorziet in die behoefte. Drukke of hulpbehoevende mensen kunnen via Croqger een klus of dienst onderbrengen bij mensen in hun eigen buurt.*

### **1. Inleiding**

Croqger is een landelijk dekkend en in de wijk geïmplementeerd buur-tot-buurnetwerk van 'echte mensen' die elkaar helpen. Dit gebeurt vrijwillig, als ruilklus (jij doet de heg, ik bak een taart) of tegen een bescheiden vergoeding.

Iedereen is heel veel online. Tegelijkertijd hebben mensen een groeiende behoefte aan sociale binding, liefst zo dicht mogelijk in de buurt. In buurten en wijken is veel hulp en ondersteuning beschikbaar, maar vaak kunnen bewoners die middelen maar lastig vinden. Croqger biedt uitkomst, met een digitaal en gemakkelijk te vinden platform.

### **2. Principes**

Croqger heeft als missie: 'Het verbinden van mensen bij elkaar in de buurt om sociale en economische waarden te creëren'. Beide waarden zijn relevant en van belang. In maart 2015 is Croqger gecertificeerd als *benefit corporation*. Om hiervoor in aanmerking te komen wordt gekeken naar People, Planet en Profit.

In de voorbereiding van het initiatief 'Croqger' moest er direct verschil worden gemaakt om subsidie te verkrijgen. Stichting Doen gaf daarin de voorzet. De vraag 'wat maakt jullie anders dan al die anderen' zorgde voor een specifieke focus op 'de buurt'. Aan het normen- en waardenpaper van Croqger werden daarom zestig bladzijden toegevoegd met de inhoud: 'de buurt is ons ankerpunt'. Een duidelijke focus op de sociale waarden.

In de praktijk van Croqger komen de twee hoofdprincipes duidelijk terug. Uit een onlangs uitgevoerd onderzoek blijkt dat geldelijk gewin pas op de 8e plaats komt in dit soort platformen. Van de 28 uitkomsten, staat op de eerste plek: 'Ik vind het leuk om mensen te helpen'. Op de tweede plaats komt: 'Ik krijg voldoening vanuit de positieve reflectie die anderen op mij geven'. Anderen onbaatzuchtig helpen is bij de gemiddelde gebruiker dus meer waard dan de euro's die hij ervoor krijgt. Andere gebruikers gaven aan dat ze een 'kaal AOW'tje' hebben en het daardoor erg prettig vinden om wat extra's te verdienen. Zodoende snijdt het mes aan twee kanten.

De helft van alle klussen op Croqger zijn betaalde klussen, de andere helft valt onder ruilen of vrijwilligerswerk. Ook het aanbod accentueert de twee principes: sociaal en economisch.

### **3. Ontwerp**

De ontwikkeling van Croqger is nog in volle gang. De livegang van het initiatief vond plaats in 2013, de week na Prinsjesdag. Toen stond het eerste verdienmodel klaar.

Het idee ontstond bij initiatiefnemer Rob van de Star, geïnspireerd door de drukte van zijn eigen gezin. Zowel man als vrouw werken, kinderen gaan naar school en op zaterdag zijn de ouders een veredeld taxibedrijf. Op deze manier blijven veel klusjes liggen, terwijl een buurtgenoot het graag zou oplossen. Dat is de drijfveer geweest om dit initiatief te starten. Ondertussen is Croqger ook gestart in België en Italië.

Als er gesproken wordt over ontwikkelen dan kan Croqger een moment aanwijzen waarop ze bewust hebben bijgestuurd. Door te kijken naar Task Rabbit ([www.taskrabbit.com](http://www.taskrabbit.com)) zijn de oorspronkelijke ideeën bijgeschaafd. Omdat Croqger momenteel in drie landen (Nederland, België en Italië) en 25 regio's actief is, wordt er op evenzoveel plekken geïnnoveerd. Dat zorgt voor een sterke groeibasis.

### **4. Waardepropositie**

Croqger onderscheidt zich op twee punten, in vergelijking met Task Rabbit.

1. Degene die de oproep plaatst, is de baas. De baas bepaalt of hij wil betalen, ruilen of een vrijwilliger zoekt. Op dit punt is Croqger uniek in Nederland, omdat zij als enige dit drieluik aanbiedt. Er zijn wel betaalwebsites (bijv. [werkspot.nl](http://werkspot.nl) en [marktplaats.nl](http://marktplaats.nl)), en websites die zich alleen op vrijwilligers richten (bijv. [zorgvoorelkaar.nl](http://zorgvoorelkaar.nl)), en er is een aantal ruilplatformen.

2. Een klus is pas klaar als er een wederzijdse beoordeling heeft plaats gevonden. Bij betaalde klussen eist Croqger een betaling vooraf via Ideal, Creditcard, Bitcoin e.d. Croqger fungeert dan als een kluis. De kluis betaalt uit wanneer beide partijen 'de duim omhoog' doen. Van de betaling is 80% voor de klusser, 20% voor Croqger. Als een van de duimen niet omhoog gaat, kan er gedoe ontstaan. Dat gebeurt ongeveer één op de honderd keer. Croqger stelt zich dan als onafhankelijke partij op en kan in geval van nood bemiddelen.

Directe betrokkenen bij de opzet, ontwikkeling en realisatie van Croqger zijn de aandeelhouders, financiers (bijv. Stichting Doen), alle communitymanagers en de gebruikers. Daarnaast zijn er veel partners die Croqger geholpen hebben, onder andere in het afdekken van risico's.

### **5. Community**

Er zijn een paar basisprincipes die de onderlinge relaties tussen Croqger-gebruikers bepalen.

1. Iedereen helpt elkaar en is gelijkwaardig;

2. Degene die de oproep plaatst is de baas. Deze bepaalt (vanuit de vraagkant) of hij wil betalen, ruilen of een vrijwilliger zoekt.
3. De klus is pas klaar als er wederzijds een beoordeling heeft plaatsgevonden.

Iedereen die zich inschrijft of werkzaam is bij Croqger, is lid van de community. Er is sprake van een macrocommunity en een microcommunity.

Alle leden die zich inschrijven zijn lid van de macrocommunity, dat is de gehele community. Alle geplaatste klussen in Nederland zijn zichtbaar. In principe kan een Croqger uit Amsterdam ervoor kiezen om een klus in Groningen te klaren.

Een van de doelstellingen van Croqger is het verbeteren van de sociale cohesie en het verbinden van buurtgenoten om klussen te klaren. Per regio is er een communitymanager die als bemiddelaar en aanspreekpunt dient. De communitymanager draagt zorg voor het onderhouden van zijn of haar community. Croqgers kunnen onderverdeeld worden in regio's, deze kunnen beschouwd worden als microcommunities.

De samenstelling van de community kan zeer divers zijn. In principe kan iedereen zich inschrijven bij Croqger en starten met het aannemen of plaatsen van klussen. De voornaamste groepen zijn: stellen (25-40 jaar) met kinderen die woonachtig zijn in een Vinex-wijk; expats; vijftigplussers; zelfstandig ondernemers; herintreders op de arbeidsmarkt; studenten en werklozen.

Communicatie tussen de Croqgers gebeurt hoofdzakelijk via de website. Ook als de klus geplaatst is en Croqgers elkaar gevonden hebben, is het van belang om het contact via de website te onderhouden. Dit is belangrijk om te voorkomen dat gebruikers (geldelijke) transacties buiten Croqger om kunnen voltooien. Hierdoor loopt Croqger de provisie mis en kan het platform zijn toegevoegde waarde verliezen.

In het geval van een meningsverschil of een conflict tussen 'baas' en 'klusser' kan Croqger als bemiddelaar functioneren. Het is wel het streven om zo weinig mogelijk betrokken te worden bij conflicten.

De betrokken partijen (stakeholders) bij het ontwerp van Croqger zijn Stichting Doen, de aandeelhouders, communitymanagers, de ontwerpers en partners.

## **6. Resultaten**

Croqger creëert verschillende waarden: sociale, financiële en materiële waarde.

De sociale waarde heeft te maken met het gevoel van voldoening dat mensen krijgen als ze buurtgenoten helpen. Andere mensen kunnen helpen, is voor sommigen genoeg om een klus te doen. Het kan mensen ook uit hun sociale isolement halen omdat ze zich weer nuttig voelen. Het aannemen van klussen kan eenzaamheid verminderen en de sociale band tussen buurtgenoten versterken.

De financiële waarde is dat het slim uitbesteden van je klussen, en het gebruik maken van de middelen of diensten dichtbij, goedkoper kan zijn. Doordat niet alle klussers alleen gemotiveerd worden door financieel gewin, kunnen prijzen lager uitvallen dan wanneer het door een vakman of commerciële organisatie wordt gedaan.

Het klaren van klussen zorgt ervoor dat dingen simpelweg gedaan worden. Dat is de materiële waarde van Croqqr. Zaken die voorheen bleven liggen, kunnen makkelijker uitbesteed worden. Een vers geveerde muur of een nieuw betegelde tuin is iets tastbaars.

De kracht van Croqqr is het stapelen van verschillende waarden. De voldoening die de gebruiker krijgt door het helpen van anderen, het aanbieden van een goedkopere (of gratis) optie, het met elkaar in contact brengen van buurtgenoten en het benutten van diensten dicht bij huis, vormen de gecombineerde waarderealiserende waarde.

## 7. Conclusie

Bij Croqqr is sprake van een NBM. Dat blijkt uit de volgende punten:

Croqqr heeft veel sociale impact (people), doordat zij met dit initiatief de sociale cohesie in de buurt verhogen. Op dit punt zijn ze ook vernieuwend, omdat geen enkel platform zo gericht is op de lokaliteit van de deelnemers.

Daarnaast geeft Croqqr om duurzaamheid (planet). Op de website wordt dit als volgt weergegeven:

- o local for local: hulp door buurtgenoten die lopend of op de fiets komen versus de Werkspot ZZP'er die 's ochtends om 6:30 zijn bus start om dan 90 km te rijden naar de klus (lees hier vergelijk Croqqr en Werkspot);
- o verlenging levensduur: door reparatie van apparaten i.p.v. deze weg te gooien (ook in samenwerking met het Repair Café);
- o consuminderen: de Croqqr neemt vaak klusmateriaal en/of gereedschap mee zodat niet alles zelf (vaak voor eenmalig gebruik) aangeschaft hoeft te worden;
- o met de Croqqr Klus Brigade: in een lang weekend een buurt- of verenigingshuis een tweede leven geven;
- o interne verplaatsingen: door zoveel mogelijk gebruik van elektronische middelen als video-conferencing, Whatsapp en e-mail;
- o gebruik van Open Source software componenten.

Een derde sterk punt van Croqqr is de profit. Door 20% te innen van alle transacties staan ze aan de zijlijn. Daarnaast is uit onderzoek gebleken (interview) dat mensen met een uitkering of pensioen het geweldig vinden om op deze manier te kunnen bijverdienen.

Croqqr is sinds maart 2015 gecertificeerd als B Corp. B Corps zijn belangrijke initiatieven in de transitie naar een nieuwe economie, omdat zij andere bedrijven inspireren om niet alleen de beste van de wereld te worden, maar juist het beste voor de wereld te zijn.

Ondertussen zijn er meer dan 1200 gecertificeerde B Corporations, verdeeld over meer dan 60 industrieën en in meer dan 32 landen. Gecertificeerde B Corporations leggen de lat hoog als het gaat om sociale en ecologische impact, transparantie en verantwoordelijkheid.

**Adres:** Veldbeemd 82  
3829 BS Hooglanderveen  
**Telefoon:** +31 (0) 6 42 71 96 27  
**E-mail:** [hallo@croqger.com](mailto:hallo@croqger.com)  
**Website:** <http://www.croqger.com>  
**Youtube:** <https://www.youtube.com/watch?t=15&v=LHI5y5mCgo0>

**Casusauteur:** Frans de Koeijer, student Bedrijfskunde MER, Hogeschool Utrecht