

# Onafhankelijk en transparant: crowdbased rankings

CASUS Clemens de Olde

**De opkomst van het internet heeft niet alleen gezorgd voor nieuwe digitale ruimtes, websites herordenen ook de fysieke ruimte. Het fenomeen cityrankings bestaat al een eeuw maar het internet heeft mogelijk gemaakt dat die rankings crowdbased worden. AGORA werpt licht op dit nieuwe ruimte-ordenend medium.**

Internationale ranglijsten vormen al zeker dertig jaar een kleine industrie, of het nu gaat om 'cityrankings', het meten van levenskwaliteit, of de kosten van levensonderhoud. Nieuw is dit 'ranken' dus niet. Al vroeg in de twintigste eeuw verschenen er almanakken over bijvoorbeeld de beste plaats om met pensioen te gaan. Door de opkomst van het globaliseringsparadigma in de jaren zeventig zijn rankings nu echter een modern product geworden. Niet alleen grote consultancybedrijven zoals Mercer en Cushman & Wakefield ontwikkelen allerhande ranking-producten, ook de wetenschap doet mee. Het bekendste voorbeeld is Richard Florida die een hele productlijn heeft gebouwd rondom zijn 'creative cities'.

## **Gebruikers krijgen een 'warm fuzzy feeling' dat ze andere expats geholpen hebben**

De betekenis van deze ranglijsten moet niet onderschat worden. Recruitmentsbedrijven gebruiken ze om de hoogte van de vergoeding voor expats te bepalen. Stedelijke overheden kijken met argusogen naar hoe hun stad zich kan meten met vergelijkbare steden en de pers maakt dankbaar gebruik van de nieuwswaarde van jaarlijks gepubliceerde ranglijstjes. Deze ranglijsten kun je zien als een techniek die de globale ruimte leesbaar maakt.

De afgelopen vijf jaar heeft op ranking-gebied een innovatie plaatsgevonden. Naast de ranglijsten van de grote bedrijven is een aantal websites opgericht dat lijsten publiceert op basis van data die door internetgebruikers wordt aangeleverd. Deze 'crowdbased rankings' leveren allerlei informatie, waaronder miljoenen prijzen van producten in steden over de wereld. Met één druk op de knop kunnen gebruikers talloze steden vergelijken aan de hand van criteria die zij belangrijk vinden. De sites worden druk bezocht en zijn inmiddels ook ontdekt door de pers en bedrijven.

Nieuwsgierig naar dit nieuwe ruimte-ordenend medium skypete AGORA deze zomer afzonderlijk met twee oprichters van crowdbased ranking-websites: Mladen Adamovic van numbeo.com en Gerardo Robledillo van expatistan.com. We vroegen naar hun beweegredenen om te beginnen met een crowdbased ranking, de manier waarop de rankings worden opgesteld en hun visie op deze vorm van data verzameld door de 'crowd'.

### **Transparantie en structuur**

De oprichters worden beiden gedreven door de ondoorzichtigheid van de indexen van de grote bedrijven. Deels omdat deze bedrijven geen inzicht geven in data en methodologie, maar ook omdat de grote bedrijven vertrouwen op panels van op voorhand gescreende gebruikers of direct betalen voor prijsinformatie. Die panels zijn doorgaans homogene groepen waardoor de data flink vertekend kan zijn. Ook fora gericht op expats bieden geen soelaas om betrouwbare informatie te vinden, de informatie is te fragmentarisch of gewoonweg verouderd. Het grote voordeel van crowdbased data is daarentegen dat het altijd actueel en zelfcorrigerend is.

Mladen vertelt in het begin van het interview dat hij zelf van plan was naar het buitenland te verhuizen, maar dat hij nergens officiële informatie over de prijzen wereldwijd kon vinden. Wat is bijvoorbeeld een normaal netto salaris en hoeveel is geld waard? "Ik wilde graag zelf gestructureerde data hebben die ik kon vergelijken en zo kwam ik op het idee. Numbeo is opgericht in 2009 en was de tweede site in zijn soort. De eerste vergelijkingssite voor kosten van levensonderhoud stamt uit 2003, maar die bood geen gestructureerde informatie. Om dit crowdbased te doen leek dan ook de meest logische optie zodat mensen zelf data in kunnen voeren in een gestructureerd format." Hij begon met de kosten voor levensonderhoud, maar ging al snel ook data verzamelen over vastgoed, voedsel, taxiprijzen en hotelprijzen. Over het onderscheid met de traditionele rankings zegt hij: "Het belangrijkste verschil tussen wat ik doe ten opzichte van de traditionele bedrijven die ranglijsten publiceren is de transparantie van de data en methodologie. Zo heb ik gehoord dat niet alle rekruteringsbedrijven blij zijn met numbeo omdat ze denken dat het mensen aanzet om te vragen om loonsverhoging, ook dat is een vorm van transparantie."

Het bleef niet alleen bij prijsinformatie: "Geld is niet alles, informatie over prijzen is belangrijk voor onderdak, voedsel en eerste levensbehoeften, maar daarna zijn andere dingen ook belangrijk. Zoals algemeen welzijn, voel je je welkom? Hoe is het culturele leven? Vind je het klimaat prettig? Er zijn verschillende redenen waarom mensen verhuizen."



De beter betaalde expats zoeken vaak manieren om gezinsleven te combineren met hun veeleisende banen. Omdat ze moeilijker aansluiten bij lokale diensten is privé-dienstverlening een onderdeel van het expat-leven. Foto: Michael Davis-Burchat

Gerardo heeft zijn website eveneens gestart vanuit een concrete vraag, maar ook uit overtuiging:

“Expattistan is gebouwd om een heel specifiek probleem op te lossen: ik verhuis naar die stad, hoeveel geld heb ik dan nodig? Ik ben de website begonnen omdat ik zelf een expat ben, daar komt ook de naam vandaan. De betrouwbaarheid van de data was één van de redenen om de site te beginnen. Mijn grootste probleem toen ik de site begon was dat ik geen gegevens kon vinden die ik zelf kon controleren.” Gebruikers van over de hele wereld voeren prijzen in. Op expattistan zijn gemiddelde prijzen zichtbaar; gebruikers kunnen zelf de informatie interpreteren.”

### Gebruikers, bewoners, expats

Wie gebruiken de sites? De oprichters vertellen dat het in de eerste plaats gaat om professionals die net als zij zelf overwegen in een ander land te gaan werken. De grootste groep gebruikers is echter vooral recreatief, het is erg leuk om te kijken of jouw stad duur of goedkoop is ten opzichte van andere, bijvoorbeeld een vakantiebestemming, en voor je het weet blijf je een uur plakken. Maar de site staat of valt bij mensen die prijzen invoeren. Gerardo stelt dat hij erg verrast was door het

enthousiasme van gebruikers om dat te doen: “Het zijn er duizenden per dag. Dat hangt er ook vanaf of de site die dag in het nieuws verschenen is. Ongeveer één op de honderd bezoekers komt terug naar de site en voert prijzen in. De professionele groep voert meer data in. Zij halen waarschijnlijk waarde uit de site en willen dan ook iets terugdoen.”

De meeste bezoekers van de sites komen uit India en de VS, bij numbeo is India dan ook het land waar de meeste data wordt ingevoerd. Mladen verklaart dat door de zorgen over het prijspeil, de kennis van het Engels en een grote beschikbaarheid van internet in dat land. Voor expattistan komen relatief veel bijdragen uit Zuid- en Centraal Amerika en Oost- en Centraal Europa. Ook Gerardo wijst op taal en culturele factoren als verklaring voor de lage participatie in sommige landen, zoals China. Hij legt ook uit dat niet in elk land de prijzen van precies dezelfde producten relevant zijn. “Daar is bijvoorbeeld rijst in plaats van brood het basisvoedsel. Dat zijn beperkingen waardoor vergelijken soms lastig is.”

Beide oprichters putten uit wetenschappelijk onderzoek om hun prijscategorieën te definiëren. Mladen haalt ze uit sociologisch onderzoek, veel van de universiteit van Milton Keynes, en uit de rapporten van Mercer, dat verklaart waarom de prijsindex van Numbeo zich, net als



Sri Lankaanse expats in Koeweit. Foto: Dimuth Perera

#### Expatistan.com

Opgericht	2009
Oprichter	Gerardo Robledillo, Praag
Aantal prijzen	979.000
Aantal steden	1.845
Aantal gebruikers	271.000
Focus	Cost of Living
Medewerkers	1

#### Numbeo.com

Opgericht	2009
Oprichter	Mladen Adamovic, Belgrado
Aantal prijzen	1.471.075
Aantal steden	4.716
Aantal gebruikers	172.245
Focus	Cost of Living en diverse andere
Medewerkers	2

die van Mercer, verhoudt tot de prijzen in New York. Gerardo richt zich op zijn beurt op OECD-rapporten en indicatoren van nationale statistische bureaus. Ondanks die gezaghebbende bronnen blijft het meten van de kosten voor levensonderhoud erg relatief. De sites richten zich specifiek op expats en er moet een vertaalslag gemaakt worden naar die levenswijze. Gerardo: "Elke stad heeft zijn eigen kleine 'expatistan', zijn eigen hoekje waar expats rondhangen met hun eigen leefstijl die anders is dan die van de locals. De vergelijkingen op de site zijn daarop gebaseerd. Er ontstaat een probleem wanneer mensen die expat-leefstijl extrapoleren naar de doorsnee bewoners. Vooral in de massamedia zie je veel commentaren als 'maar je hóeft toch niet in het stadscentrum te wonen?' of 'je hoeft niet elke dag buiten de deur te lunchen.' Dat is de verwarring tussen het leven van een local en dat van de expat. Expats leven in een andere context. Dat leidt dan tot simpele koppen als 'London is 50 procent duurder dan Berlijn' en daar worden mensen boos over."

#### Gebruik door bedrijven

De data worden niet alleen gebruikt door particulieren, ook bedrijven en de pers weten de crowdbased ranking sites inmiddels te vinden. De oprichters moeten daar rekening mee houden, zo is er de kwestie van eigendom. Mladen: "We publiceren de data gratis onder twee licenties, zowel voor commercieel als niet-commercieel gebruik." Hij maakt zich wel eens zorgen over misinterpretatie, "(...) maar ik probeer data aan te bieden van zo hoog mogelijke kwaliteit en dat zo transparant mogelijk. Er



is ook een bijbedoeling: met de statistieken over verkeer en vervuiling wil ik ook de aandacht vestigen op het brandstofverbruik en gebruik van grondstoffen.”

Ook Gerardo wil dat er verwezen wordt naar de bron van de data als ze door andere partijen wordt gebruikt. Ook al is de data zelf gratis, hij ziet er wel de commerciële waarde van in: “Recent hebben bijvoorbeeld de BBC en de Financial Times gepubliceerd over mijn data. Zo bereikt de data miljoenen mensen die ik alleen nooit had kunnen bereiken. Het gebruik door bedrijven als HSBC en Deutsche Bank zie ik als academisch en dat is mooi omdat het de geloofwaardigheid van mijn data verhoogt.”

#### **Een nieuwe vorm van exploitatie?**

Nu crowdsourcing mainstream begint te worden zwelt ook de kritiek aan. Sommige sociale wetenschappers zijn van mening dat het een nieuwe vorm van uitbuiting vormt. De crowd wordt immers niet betaald voor haar werk maar levert wel een product dat door bedrijven verkocht wordt. Als illustratie wordt vaak het systeem van productrecensies op grote multimediasites als Amazon genomen, door crowdsourcing nemen de klanten dienstverlening over die voorheen door een professionele verkoper geleverd werd.

Deze opvatting is ook bekend bij de ondernemers. Gerardo is het er echter niet mee eens, “Ik vind dat wij als sites die kosten voor levensonderhoud in kaart brengen het concept van crowdsourcing niet misbruiken omdat we onze informatie gratis aanbieden. Mensen helpen ons en elkaar want aan het eind van de rit is de data gratis beschikbaar.”

Er is weliswaar geen beloning voor het bijdragen maar “gebruikers krijgen wel het ‘warm fuzzy feeling’ dat ze andere expats geholpen hebben met hun vergelijking. Dat je iets kunt rechtzetten wat verkeerd was op het internet kan ook een sterke motivatie zijn.”

Ook op numbeo krijgen mensen geen beloning. Mladen kan zich wel inleven in de kritiek, maar wijst ook op de grenzen daarvan: “In mijn optiek is crowdsourcing heel beperkt, niemand gaat natuurlijk van stad naar stad om de allerbeste informatie voor deze site te verzamelen omdat er geen beloning tegenover staat. Ik kan ook niet van gebruikers verwachten dat ze een grote hoeveelheid data invoeren over een langere periode.” Hij probeert soms wel iets terug te doen voor zijn gebruikers: “Sommige gebruikers krijgen een persoonlijk bedankje, als ze bijvoorbeeld een mail hebben gestuurd met uitleg over de prijzen in hun land. Eén erg behulpzame gebruiker heb ik een voetbalshirt van het Servisch nationaal elftal gestuurd, omdat hij die verzamelde. Maar de belasting op het verzenden van artikelen naar het buitenland maakt het onmogelijk om dat op regelmatige basis te doen.”

## **Niet alle rekruteringsbedrijven zijn blij met numbeo**

#### **The place to be**

De lijsten van de grote consultancybedrijven geven al jaren vergelijkbare resultaten. Canadese en Australische steden voeren de top-tien ranglijsten aan en worden vaak aangevuld met Wenen als Europa’s meest aantrekkelijke stad om te leven. Omdat de ondernemers zelf het dichtst op de data zitten vroegen we ze ook om hun mening, op welke plek zouden zij het liefst willen wonen? Gerardo’s antwoord is heel beslist. De steden van Centraal- en Oost-Europa bieden op dit moment een goede mix van een modern stedelijke omgeving, relatief lage kosten voor levensonderhoud en werkgelegenheid. Hij pleit daarbij voor zijn eigen woonplaats: “In die regio zou ik nergens anders willen zijn dan Praag.” Mladen wijst er echter op dat de kosten voor levensonderhoud natuurlijk niet alles zeggen: “Er is zó veel om rekening mee te houden naast prijzen. Immigratiewetgeving, uiteenlopende belastingstelsels, het klimaat en de openheid van de lokale bevolking voor buitenlanders.” Voor hem speelt ook dat Servië nog geen EU-lid is waardoor zijn Europese mobiliteit beperkt blijft. Zijn opmerkingen laten zien dat deze rankings wel gezien kunnen worden als een globaliseringproces maar dat andere scheidslijnen daarmee niet opgeheven zijn.

Ten slotte zijn we nieuwsgierig naar de toekomst. Mladen is voorzichtig, maar Gerardo is enthousiast. Omdat de mobiliteit van mensen nog altijd toeneemt denkt hij dat de interesse in kosten voor levensonderhoud zal stijgen. Voeg dat bij een wereldwijd toenemend internetgebruik en de toekomst voor de crowdbased ranking-websites ziet er stralend uit.

**Clemens de Olde (clemens.deolde@uantwerpen.be) is promovendus aan de Universiteit Antwerpen en redacteur van AGORA.**