VISTA ANALYSE

RAPPORT

2016/45

Delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi – i dag og i fremtiden

Simen Pedersen, Oscar Haavardsholm og Haakon Vennemo

VISTA ANALYSE AS

Dokumentdetaljer

Vista Analyse AS	Rapport nummer 2016/45
Rapporttittel	Delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi – i dag og i fremtiden
ISBN	978-82-8126-302-4
Forfattere	Simen Pedersen, Oscar Haavardsholm og Haakon Vennemo
Dato for ferdigstilling	07.10.2016
Prosjektleder	Simen Pedersen
Kvalitetssikrer	Steinar Strøm
Oppdragsgiver	Kommunal- og moderniseringsdepartementet
Tilgjengelighet	Offentlig etter avtale med oppdragsgiver
Publisert	www.vista-analyse.no
Nøkkelord	Delingsøkonomi, IKT, realøkonomiske virkninger, norsk økonomi, usikkerhetsanalyse og økonomisk prognose

Forord

Vista Analyse har på oppdrag fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet (KMD) kartlagt alle eksisterende delingsøkonomiske initiativer i Norge og vurdert delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi i dag (2015) og i fremtiden (2025). Utredningsarbeidet har pågått sommeren og høsten 2016.

Vi benytter anledningen til å takke alle som har stilt seg til disposisjon for intervjuer og på andre måter har bidratt med kunnskap og nyttig informasjon inn i prosjektet. Vår kontaktperson i KMD har vært Nils Ø. Gulbrandsen. Vi har fått innspill fra en rekke personer i departementene og blant de delingsøkonomiske initiativene. En fullstendig liste med informanter og bidragsytere er gitt i vedlegg A.

Simen Pedersen, Oscar Haavardsholm og Haakon Vennemo, alle i Vista Analyse, har gjennomført det meste av arbeidet med utredningen og ført rapporten i pennen. Geir Engdal (daglig leder i Snapsale), Marika Lüders (førsteamanuensis UiO) og Steinar Strøm (Vista Analyse) har kommet med faglige råd i løpet av utredningsprosessen og kvalitetssikret sluttrapporten.

Takk til alle som har bidratt!

Simen Pedersen

Prosjektleder

Vista Analyse AS

Innhold

Forord **1**

Sammendrag og konklusjoner **4**

1. Innledning **7**

1.1 Bakgrunn for oppdraget 7

1.2 Problemstillinger 7

1.3 Leseveiledning 8

2. Definisjon og kategorisering av delingsøkonomien **9**

2.1 Definisjon 9

2.2 Kategorisering av delingsøkonomiske initiativer 14

3. Teoretisk gjennomgang av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi 15

3.1 Delingstjenestenes fortrinn i markedet 15

3.2 Betydningen av lavere kostnader 16

3.3 Betydningen av bedre kvalitet 18

3.4 Den samlede betydningen av effektivitet og kvalitet 18

3.5 Betydningen for norske forhold 20

3.6 Delingsøkonomiens negative sider 22

4. Oversikt over delingsøkonomiske initiativer i Norge i dag **24**

4.1 Bolig og eiendom 25

4.2 Bil og transport 28

4.3 Tjenester 38

4.4 Øvrige initiativer 42

5. Vurdering av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi i dag **47**

5.1 Metodisk tilnærming og sentrale forutsetninger 47

5.2 Hovedresultater fra usikkerhetsanalysen 47

5.3 Fordeling av omsetningen 48

6. Vurdering av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi i fremtiden 50

6.1 Metodisk tilnærming og sentrale forutsetninger 50

6.2 Hovedresultater fra usikkerhetsanalysen 51

6.3 Fordeling av omsetningen 53

6.4 Spesielt om markedet for overnatting og markedet for persontransport med sjåfør 53

Referanser 55

Vedlegg A – Informanter i prosjektet 57

Vedlegg B – Liste med identifiserte delingsøkonomiske initiativer 59

Vedlegg C – Dokumentasjon av forutsetninger i usikkerhetsanalysen.....61

VC.1 Usikkerhetsanalyse for betydningen av delingsøkonomien i dag (2015) 61

VC.2 Usikkerhetsanalyse for betydningen av delingsøkonomien i fremtiden (2025) 68

Figurer:

Figur S.1 Oversikt over delingsøkonomiinitiativene i de ulike kategoriene 5

Figur S.2 S-kurve for delingsøkonomiinitiativenes omsetning i 2025 6

Figur 2.1 Ulike sirkler i delingsøkonomien 12

Figur 2.2 Kategorisering av de delingsøkonomiske initiativene 14

Figur 3.1 Virkningen av lavere kostnader på tjenestene som tilbys 17

Figur 3.2 Virkning av høyere kvalitet på tjenestene som tilbys 18

Figur 3.3 Virkning av lavere kostnader og høyere kvalitet på tjenestene som tilbys 19

Figur 3.4 Delingsøkonomien: Tilfellet med liten fortrengning 21

Figur 4.1 Oversikt over delingsøkonomiinitiativene i de ulike kategoriene 24

Figur 4.2 Omfang av Airbnb sin virksomhet i verden 27

Figur 5.1 S-kurve for delingsøkonomiinitiativenes omsetning i 2015 48

Figur 5.2 Fordeling av forventet omsetning i 2015 på hovedkategorier av delingsøkonomiinitiativene 49

Figur 5.3 Fordeling av forventet omsetning i 2015 på underkategorier av delingsøkonomiinitiativene 49

Figur 6.1 Kategorisering av delingsøkonomien i 2025.....50

Figur 6.2 S-kurve for delingsøkonomiinitiativenes omsetning i 2025 52

Figur 6.3 Tornadodiagram over usikkerhetsfaktorene 52

Figur 6.4 Fordeling av forventet omsetning i 2015 på hovedkategorier av delingsøkonomiinitiativene 53

Sammendrag og konklusjoner

Vi kartlegger delingsøkonomiske initiativer i Norge, og anslår delingsøkonomiens økonomiske betydning i 2015 og om ti år. Vi har identifisert i underkant av 50 initiativer innen segmentene bolig og eiendom, transport, tjenester, og «annet». De fleste initiativene er grunnlagt de siste to-tre årene. Vårt beste anslag er at delingsøkonomien omsatte for 500 millioner kroner i 2015. Fremover venter både aktørene selv og observatører en høy vekst. På usikkert grunnlag anslår vi en omsetning på 42 milliarder kroner i 2025. Det innebærer henimot 60 prosent vekst i året.

Begrepet delingsøkonomi er nytt i Norge – og i verden. Søkeordet «the sharing economy» på Google ble først tatt i bruk i noe omfang i 2013. Wikipedias oppslag Delingsøkonomi ble opprettet i januar 2016. Men fra en sped begynnelse har delingsøkonomien fanget verdens oppmerksomhet med eksplosiv vekst. Selskapet Airbnb er i september 2016 verdsatt til 30 milliarder dollar. Det er en vekst på fem milliarder dollar - siden januar. Her hjemme er det satt ned et offentlig utvalg under ledelse av professor Tommy Staahl Gabrielsen med mandat å vurdere om reguleringen av delingsøkonomiske initiativer er hensiktsmessig.

Kunnskapen om delingsøkonomien i Norge er mangelfull. Hvor mange delings-økonomiske initiativer finnes? Hvem er aktørene? Hvor mye omsetter de for? Og hva kan delingsøkonomien tenkes å bety i fremtiden? Det er spørsmål som mangler svar. I denne utredningen besvarer vi disse spørsmålene så langt det lar seg gjøre.

Digital plattform, ledige ressurser og privatpersoner er kjennetegn ved delingsøkonomien

En kartlegging og oversikt av den typen vi gjør, må starte med en definisjon av delingsøkonomi. Det er forbausende lite enighet i litteraturen om hva delingsøkonomi egentlig er, men de fleste er enige om at initiativer som Airbnb og Uber er en del av denne økonomien. Delingsøkonomiske initiativer kan være firmaer eller ideelle nettsteder. Vi legger til grunn at et delingsøkonomisk initiativ må møte følgende kriterier:

- Det som omsettes er en tjeneste fra realkapital eller kompetanse. Overføring av eierrettigheter omfattes ikke.
- Digitale plattformer – applikasjoner – er en sentral del av tjenesten, som formidlingsarena mellom kjøper og selger, og/eller som en kvalitet ved tjenesten
- Initiativet er opprettet for å utføre tjenestene i første kulepunkt ved hjelp av teknologien i andre kulepunkt

Disse kriteriene er pragmatisk basert, men søker å fange opp det vi kan kalle kjernen i delingsøkonomien. I denne kjernen befinner de nye delingsøkonomiske firmaene og initiativene seg. Delingsøkonomi slik vi beskriver det, omfatter handel mellom personer og/eller firmaer (juridiske personer). Begrepet er riktignok forbundet med handel mellom privatpersoner, men firmaer er i økende grad tilstede som kjøpere og/eller selgere, og det er ikke hensiktsmessig å begrense seg til privatpersoner. Når det gjelder tjenesten som formidles tar vi med kompetanse, som også kalles humankapital. Våre kriterier omfatter med andre ord real- og humankapital.

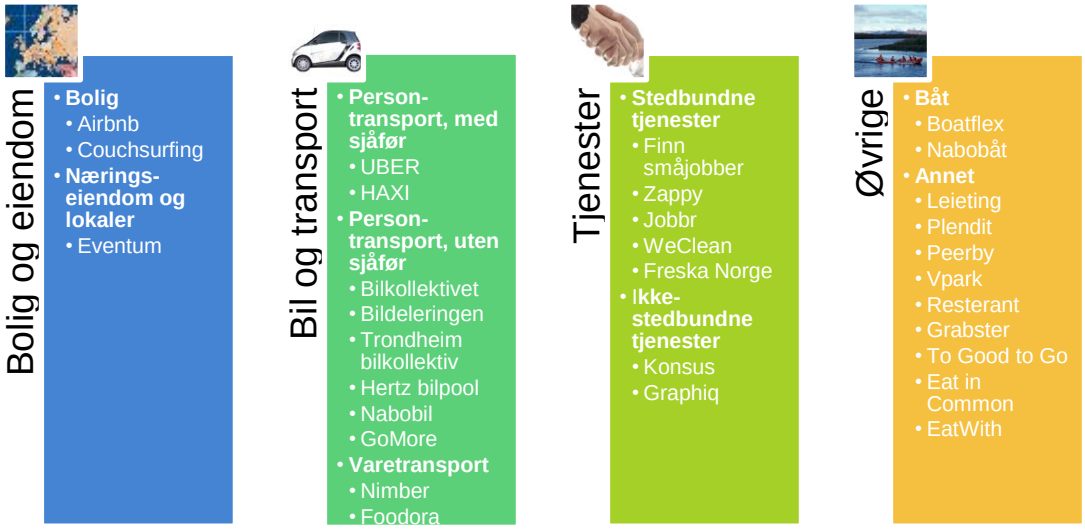
Det er flere og flere firmaer fra den gamle økonomien som utvikler digitale plattformer og møter konkurransen fra delingsøkonomi-initiativene. Disse kunne vært inkludert, noe som ville økt det økonomiske omfanget av delingsøkonomien betydelig, men vi har ikke gjort det. Det er noen grunner for å holde dem utenfor, blant annet har de gjennom-gående ikke de regulatoriske utfordringene som Gabrielsen-utvalget skal se på. Vår

avgrensning betyr at vi ikke inkluderer i delingsøkonomien formidling av finanskapital og formidling/strømming av lyd og bilde. Her skiller vi oss fra en kjent kartlegging utført av PwC (2014ab).

Omtrent 50 delingsøkonomiske initiativer i Norge

Vi har funnet nesten 50 delingsøkonomiske initiativer i Norge som er aktive per september 2016. Dette er på nivå med identifiserte initiativer i Storbritannia. Listen er kanskje ikke komplett, men den utgjør summen av alle initiativer som vi og ressurspersoner vi har spurt, kjenner til. Figur S.1 gir en oversikt over de om lag 30 initiativene vi har kommet i dialog med og/eller har funnet informasjon om på internettet.

Figur S.1 Oversikt over delingsøkonomiinitiativene i de ulike kategoriene



Kilde: Vista Analyse.

De fleste av initiativene er små. Ett firma har registrert seks transaksjoner i 2015. Men 12 firmaer hadde mer enn 5 millioner kroner i omsetning i 2015. Firmaet med størst omsetning kom opp i over 200 millioner kroner.

Mellom 440 og 570 millioner kroner i 2015

Delingsøkonomien utgjorde etter våre beregninger mellom 440 og 570 millioner kroner i omsetning 2015. Vårt beste anslag er 500 millioner kroner, tilsvarende 0,16 promille av totaløkonomien (BNP) i 2015. Anslaget fordeler seg på bolig og eiendom (45 prosent), bil og transport (39 prosent), tjenester (12 prosent) og øvrige (4 prosent). Den største omsetningen finner vi altså innen bolig og eiendom, fulgt av bil og transport.

Mellom 28 og 57 milliarder kroner i 2025

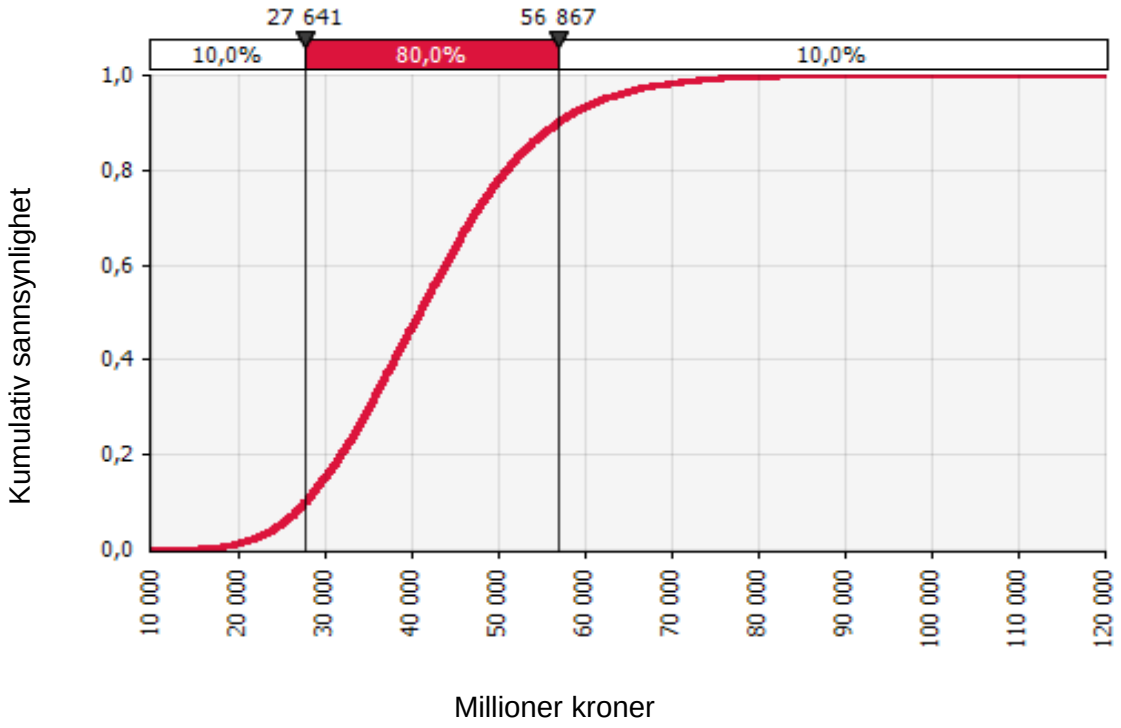
Delingsøkonomien vil etter våre beregninger utgjøre mellom 28 og 57 milliarder i omsetning i 2025. Vårt beste anslag er 42 milliarder kroner. Det betyr med andre ord at delingsøkonomien beregnes å vokse henimot 60 prosent (nøyaktig tall er 56 prosent) hvert år i 10 år fremover. Det største potensialet ser vi innen bolig og eiendom, men også bil og transport har stort potensial. Dessuten tror vi at delingsøkonomien vil spre seg til nye områder, for eksempel helse og omsorg. Størstedelen av veksten skyldes markeds-vekst, men delingsøkonomi-initiativene vil også kunne ta markedsandeler fra etablerte aktører. Selv om potensialet er stort, innebærer anslaget likevel at delingsøkonomien

bare vil utgjøre en drøy prosent av totaløkonomien (BNP) i 2025. Anslaget ville blitt høyere med en utvidet definisjon, det gjelder også anslaget for 2015.

Så tidlig i løpet vil et anslag for delingsøkonomiens størrelse ti år fra nå, selvsagt være usikkert. Det er mange forhold som kan påvirke: teknologisk utvikling, det regulatoriske rammeverket, urbanisering, holdninger til delingsøkonomi og dens alternativer (f.eks. til bilen som statussymbol). Delingsøkonomien, eller i hvert fall deler av den, er dessuten preget av at nytten og funksjonaliteten øker desto flere som er med, jf. bildeling. Det gir ulike muligheter for fremtiden: enten tar dette av, eller det gjør det ikke.

Vi har gjennomført en *usikkerhetsanalyse* for å sette tall på usikkerheten. I tillegg til drivere som teknologi og reguleringer, som kan påvirke hele bransjen i mer eller mindre samme grad, er det usikkerhet om hvert segment: boligutleie, næringseiendomsutleie, persontransport med sjåfør osv. Slik spesifikk usikkerhet er også blitt diskutert og tallfestet. For å fastlegge tallene samlet vi et utvalg spesialister med ulike perspektiver fra bransjen, fra offentlig sektor og fra akademia, i tillegg til Vista Analyse. Analysen er subjektiv i den forstand at den bygger på forsamlingens subjektive vurderinger, men det viser seg nyttig å bryte den store usikkerheten ned i deler og så utarbeide konsensus-anslag om usikkerheten rundt hver del. Utfallet av analysen er en S-kurve, se figur S.2.

Figur S.2 S-kurve for delingsøkonomiinitiativenes omsetning i 2025



Kilde: Vista Analyse.

S-kurven har fått navn etter sin form, og er en statistisk fordelingsfunksjon. Gitt analysens forutsetninger kan vi uttale oss statistisk presist om usikkerheten. Utsagnet om at delingsøkonomien vil utgjøre mellom 28 og 57 mrd. kroner i 2025 gjelder for eksempel med 80 prosent sannsynlighet. Det er, slik vi ser det, 10 prosent sannsynlig at omsetningen vil være under 28 milliarder, og 10 prosent sannsynlig at den vil være over 57 milliarder. Med andre ord er det 80 prosent sannsynlig at den vil være mellom 28 og 57 milliarder. Omsetningen kan ikke gå under null, slik at oppsiden er større enn nedsiden.

1. Innledning

1.1 Bakgrunn for oppdraget

Regjeringen har oppnevnt et offentlig utvalg som skal utrede hvordan delingsøkonomien kan gi mer effektiv ressursbruk. Tommy Staahl Gabrielsen, professor i økonomi ved Universitetet i Bergen, leder utvalget. Utvalgets mandat omfatter følgende hovedpunkter:

- Vurdere om reguleringer bør justeres for å oppnå større grad av symmetri mellom delingsøkonomien og tradisjonelle virksomheter, og vurdere om det eksisterer reguleringer som enkelte aktører bør unntas fra.
- Vurdere mulige virkninger av delingsøkonomien for arbeidslivet, herunder for arbeidstakere og oppdragstakere. Utvalget skal vurdere konsekvensene av at det kan bli flere selvstendig næringsdrivende, og om det er behov for endringer i reglene for denne gruppen.
- Undersøke reguleringer i enkeltmarkeder der delingsøkonomiaktører er særlig fremtredende, og vurdere om det er behov for endringer av reguleringene som følge av ny teknologi eller nye forretningsmodeller.
- Vurdere om det er behov for å endre reguleringer på tvers av markeder, innbefattet forbrukerrettigheter og krav til standarder.

Utvalget har frist til 1. februar 2017 med å legge frem sin innstilling. Utvalgets sekretariat ledes av Finansdepartementet og har medlemmer fra Arbeids- og sosialdepartementet, Barne- og likestillingsdepartementet, Kommunal- og moderniseringsdepartementet, Samferdselsdepartementet og Nærings- og fiskeridepartementet. Utvalgets sluttprodukt blir en NOU (Norges offentlige utredninger).

1.2 Problemstillinger

Som en del av arbeidet i utvalget var det behov for å kartlegge omfanget av og potensialet for delingsøkonomien i Norge. Vår kartlegging skal derfor svare på følgende problemstillinger:

A. Kartleggingen skal gi en oversikt over hvilke delingsøkonomiske initiativer som finnes i Norge i dag.

Oversikten skal inneholde relevant informasjon om initiativene, slik som:

- Hvilke markeder de driver innenfor.
- Når er de etablert og av hvem.
- Om de er kommersielt eller ikke-kommersielt innrettet.
- I hvilken skala virksomhetene driver (inntjening, omsetning, markedsandeler).
- Hvilke ambisjoner/vekststrategier virksomheten bak hvert enkelt initiativ har.
- Om de er lokalt basert, nasjonale eller internasjonale.
- Hvilken konkurranseflate virksomhetenes har mot eksisterende aktører.

B. Det skal gis en vurdering av hva delingsøkonomien betyr for norsk økonomi i dag.

Vurderingen baseres blant annet på oversikten fra punkt 1 og kunnskap om tilsvarende aktivitet i andre land. Estimatene skal så langt det er mulig tallfestes for eksempel i omsetningstall, samtidig som usikkerhetsmarginene må beskrives.

C. Det skal gis en vurdering av hva delingsøkonomien vil kunne komme til å bety for norsk økonomi i fremtiden.

Vurderingene baseres blant annet på fremskrivninger basert på oversikten fra punkt A, og kunnskap om veksttall fra sammenlignbare/representative bransjer/initiativer innenlands og utenlands. Vi vil også bruke faglig økonomisk skjønn med utgangspunkt i at delingsøkonomi er en måte å redusere transaksjonskostnader og øke produktiviteten (kanskje særlig kapitalproduktiviteten) i utvalgte tjenestenæringer. Vi kobler denne erkjennelsen med kunnskap om næringsvridninger under økonomisk vekst. Estimatene skal så langt det er mulig tallfestes for eksempel i omsetningstall, samtidig som usikkerhetsmarginene beskrives.

1.3 Leseveiledning

Rapporten er delt inn i seks kapitler. I kapittel 2 gis en gjennomgang av definisjon av delingsøkonomien og kategorisering av delingsøkonomiinitiativene. Kapittel 3 omfatter en teoretisk gjennomgang av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi. I kapittel 4 svarer vi på problemstilling A og beskriver delingsøkonomiske initiativer som opererer i Norge i dag, og hva som kjennetegner dem og hvilke ambisjoner/vekststrategier de har etc. Basert på de identifiserte initiativene og innsamlede/anslåtte omsetningstall vurderer vi betydningen av de delingsøkonomiske initiativenes betydning i dag i kapittel 5. For å vurdere betydningen av delingsøkonomien for norsk økonomi i fremtiden har vi gjennomført et usikkerhetsseminar med eksperter, dokumentert i vedlegg A. Resultatene og det overordnede rasjonale bak forutsetningene som er lagt til grunn for usikkerhetsanalysen, er dokumentert i kapittel 6. Alle forutsetningene for usikkerhetsanalysen er dokumentert i vedlegg C.

2. Definisjon og kategorisering av delingsøkonomien

2.1 Definisjon

Hvordan man definerer delingsøkonomi vil være svært viktig for resultatene av vår analyse. Det er en glidende skala av initiativer som *kan* regnes som en del av delingsøkonomien avhengig av hvilke avgrensninger man bruker, men det er en kjerne av initiativer som «alle» regner som en del av delingsøkonomien. Vi finner det nyttig å gruppere delingsøkonomiske initiativer etter nærhet til delingsøkonomiens kjerne.

Ulike definisjoner i litteraturen

I mandatet til utvalget som skal utrede delingsøkonomien beskrives delingsøkonomi på følgende måte:

> «Ny teknologi endrer økonomien. Kombinasjonen av internett, smarttelefoner og metoder for å samle og bearbeide store datamengder gir nye eksempler på dette, bl.a. ved å senke kostnadene ved å inngå avtaler og gjennomføre transaksjoner på stadig nye områder. En del av denne IKT-drevne utviklingen omtales ofte som delingsøkonomi, men har anvendelse utover nye muligheter for å erstatte eie av realkapital, for eksempel bil, med leie av tjenester. «Formidlingsøkonomi» eller «plattformsøkonomi» er også begreper som brukes, gjerne for å tydeliggjøre at kjøp og salg gjøres via IKT i nett. Delingsøkonomien skaper nye markedsmuligheter og forretningsmodeller. Bedre utnyttelse av eiendeler som hus, bil og verktøy, eller nye former for kobling av selger og kjøper av arbeidskraft, kan gjøre bruken av de samlede ressursene mer effektiv. Det kan også være bedrifter som tilbyr tjenester og ledige ressurser gjennom delingsplattformer til andre bedrifter.»[1]

Dette er kanskje ingen klar definisjon, men peker på karakteristika for å kjenne igjen delingsøkonomien når man ser den, for eksempel kjøp og salg via IKT i nett, bedre utnyttelse (enn før) av eiendeler eller nye former for koblinger mellom selger og kjøper av arbeidskraft.

Oppdragsbeskrivelsen til oppdraget fra KMD fanger formelt sett opp de viktigste trekkene fra omtalen i mandatet til utvalget ved å uttale:

> «Følgende er en vanlig definisjon av delingsøkonomi: Kobling mellom enkeltpersoner og/eller juridiske personer gjennom digitale plattformer som legger til rette for ytelse av tjenester og/eller deling av eiendeler/eiendom, ressurser, kompetanse eller kapital uten å overføre eierrettigheter.»[2]

IKT er blitt til digitale plattformer, bedrifter er blitt til juridiske personer og arten av tjenester som kan inkluderes i begrepet er presisert, men definisjonen er ellers en ganske konsis gjengivelse av de definerende karakteristika i den lengre omtalen i mandatet.

Samtidig kan tonen i det KMD kaller en vanlig definisjon sies å være en annen enn i mandatets omtale. Det nevnes ikke at tjenesten skal være ny og grensesprengende, kanskje fordi dette er vanskelig å måle. Tas den siterte definisjonen på alvor, må man

---

[1] https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/dep/fin/pressemeldinger/2016/utvalg-skal-utrede-delingsokonomien/mandat-for-utvalget/id2478227/

[2] https://www.doffin.no/Notice/Details/2016-315571

inkludere Oslo Taxi på linje med Uber. Oslo Taxi har som kjent en applikasjon til å formidle taxiturer, og en drosjetur er ikke noe annet enn en midlertidig bruksrett til en bil med sjåfør «uten å overføre eierrettigheter». Strengt tatt må man også inkludere kollektivbilletter formidlet via Ruters applikasjon, for en bussbillett gir bruksrett til den tjenesten som en buss formidler, bussen er en kapitalgjenstand, busselskapet er en juridisk person, og den reisende har intet ønske om å kjøpe bussen.

Slike konsekvenser aktualiserer delingsøkonomiens avgrensingsproblem. Kronikken «Delingsøkonomi uten deling» i Dagbladet i januar i år (Pettersen, 2016) hevder at det egentlig ikke er store forskjellen på Uber og Oslo Taxi, de bare oppfattes forskjellig. Hva med formidling av utleie på FINN.no versus Airbnb? Hvor stopper delingsøkonomien og hvilke kriterier er det som plasserer noe innenfor og noe utenfor? Svaret på disse avgrensningsspørsmålene er ikke bare av akademisk interesse (skjønt det også), men de er viktige for problemstillingene i denne utredningen.

Ulike forslag til definisjon av delingsøkonomi sirkler rundt begrepene enkeltperson, digitale plattformer og kapital. Skatteetaten har for eksempel denne definisjonen[3]:

> Delingsøkonomi er en forretningsmodell der privatpersoner selger tjenester eller leier ut eiendeler direkte eller ved hjelp av formidlingsselskaper.

Her åpnes det for salg av tjenester, men lukkes på den annen side for juridiske personer. Det står ingenting om digitale plattformer, derimot formidlingsselskaper. Et notat av Juel (2016) legger til grunn omtrent samme definisjon som Skatteetaten, men tar med digitale plattformer:

> Delingsøkonomi forbindes først og fremst med at enkeltpersoner bruker digitale plattformer til å selge ledig kapasitet i kapitalvarer de eier, eller egen arbeidskraft, i et åpent marked. Begrepet kan også brukes når mange bedrifter kobles sammen via digitale løsninger for å effektivisere distribusjon/ produksjon av produkter.

Vekten er igjen på enkeltpersoner. I tillegg hevder Juel at begrepet brukes når mange bedrifter kobles sammen via digitale løsninger, men det har vi ikke sett andre steder.

Hva med utenlandske definisjoner? Wikipedias oppslag The Sharing Economy slår fast at det finnes en rekke forsøk på å avgrense begrepet delingsøkonomi, fra snevre til vide:

> A variety of definitions exist. "The people who share" is one of the broadest definitions, which encompasses the on-demand economy, the gig economy, social media, and a great deal else. Academic definitions tend to be narrower, limiting the sharing economy to only peer-to-peer transactions, and sometimes further limiting the definition to only peer to peer transactions that relate to the temporary exchange of physical goods.[4] Another set of narrow definitions used by free culture activists, members of the co-operative movement and similar, excludes for-profit companies from the sharing economy, even if they facilitate just peer to peer transactions. Sometimes called the "real" or "true" sharing economy, organisations that operate within such definitions are mostly small and localist, run by volunteers on a cooperative basis, though sometimes also by governments and municipal authorities. They can include some organisations that operate without online transactions, such as bike kitchens. The "true" sharing economy does include some large internationally available web sites however, such as Freecycle.

«Mennesker som deler» er altså ifølge Wikipedia den vide definisjonen, mens transaksjon mellom privatpersoner, og leie av fysiske goder/kapital er elementer i en

[3] www.skatteetaten.no/delingsøkonomi

[4] Her viser Wikipedia til en rapport av Goudin (2016).

snever definisjon. En enda snevrere definisjon kutter ut transaksjoner som formidles av en «for profit» aktør.

Organisasjoner, bevegelser, nettsteder og bloggere er opptatt av delingsøkonomi og har i den anledning foreslått definisjoner. Ouishare presenterer seg selv som «The think and be-thank for a collaborative society», og definerer The collaborative economy som følger[5]:

> The collaborative economy is defined as initiatives based on horizontal networks and participation of a community. It is built on "distributed power and trust within communities as opposed to centralized institutions" (R. Botsman), blurring the lines between producer and consumer. These communities meet and interact on online networks and peer-to-peer platforms, as well as in shared spaces such as fablabs and coworking spaces.

Denne teksten er oversatt og brukt som definisjon av delingsøkonomi i den norske utgaven av Wikipedia. Den legger vekt på digitale plattformer og medvirkning der man det ene øyeblikket er produsent («utleier») og det andre øyeblikket er konsument («leietager»).

En annen organisasjon eller bevegelse kaller seg The people who share, med målsetting «to mainstream the sharing economy worldwide». Nettstedet legger en meget vid definisjon av delingsøkonomi til grunn[6]:

> The Sharing Economy is a socio-economic ecosystem built around the sharing of human, physical and intellectual resources.

Videre:

> A Sharing Economy enables different forms of value exchange and is a hybrid economy. It encompasses the following aspects: swapping, exchanging, collective purchasing, collaborative consumption, shared ownership, shared value, co-operatives, co-creation, recycling, upcycling, re-distribution, trading used goods, renting, borrowing, lending, subscription based models, peer-to-peer, collaborative economy, circular economy, on-demand economy, gig economy, crowd economy, pay-as-you-use economy, wikinomics, peer-to-peer lending, micro financing, micro-entrepreneurship, social media, the Mesh, social enterprise, futurology, crowdfunding, crowdsourcing, cradle-to-cradle, open source, open data, user generated content (UGC) and public services.

Vi antar at ecosystem signaliserer et system der aktørene, først og fremst enkelt-personer, er avhengig av hverandre og kan skifte mellom produsent- og konsumentroller. Det skilles ikke mellom eie og leie.

Delingsøkonomi er også tema for bøker. Gansky (2010) er innom mange av momentene som er gjengangere i senere definisjoner når hun sier:

> 1. The core offering is something that can be shared, within a community, market, or value chain, including products, services, and raw materials. 2. Advanced Web and mobile data networks are used to track goods and aggregate usage, customer, and product information. 3. The focus is on shareable physical goods, including the materials used, which makes local delivery of services and

[5] http://ouishare.net/en/about/collaborative_economy

[6] Definisjonen er ført i pennen av Benita Matofska, som har tittelen Chief Sharer i The People Who Share. Hun innleder sin artikkel på følgende vis: “I’m frequently asked to define the Sharing Economy and decided it was high time to pen the definitive answer.”

> products—and their recovery—valuable and relevant. 4. Offers, news, and recommendations are transmitted largely through word of mouth, augmented by social network services.

Endelig tar vi med Stephany (2015), som kort og godt sier

> The sharing economy is the value in taking underutilized assets and making them accessible online to a community, leading to a reduced need for ownership of those assets.

Fra delingsøkonomiens kjerne til dens ytterkant

Vår oppsummering av definisjonene over er at de alle graviterer rundt de tre første punktene til Gansky, altså arten av gjenstander og tjenester som deles, karakteristika ved de som deler dem, og bruken av digitale plattformer for å formidle deling.

En mulig måte å tenke på i praktisk sammenheng er å dele aktivitetene i delingsøkonomien inn i kategorier eller sirkler, se figur 2.1.

Figur 2.1 Ulike sirkler i delingsøkonomien

Kilde: Vista Analyse.

I innerste sirkel finner vi aktører som alle er enige om er sentrale i delingsøkonomien. De er kjennetegnet ved sin *nye forretningsmodell* som er *kritisk avhengig* av digitale plattformer og som formidler *realkapitaltjenester* mellom *privatpersoner*. Formidleren kan

imidlertid være en juridisk person (Airbnb, Uber). I disse aktivitetene kjenner man igjen delingsøkonomien når man ser den.

I nest innerste sirkel plasserer vi formidling av tjenester utenom realkapital, ikke minst *kompetansearbeidskraft*. Et eksempel er WeClean, som formidler vaskehjelp. Se mange flere eksempler i delkapittel 4.3. I denne sirkelen legger vi også aktiviteter med *juridiske personer* på tilbuds- og/eller etterspørselssiden.

I tredje sirkel plasserer vi *eldre bedrifter* som tar i bruk nye teknologiske plattformer. Her er det mange eksempler: Finn.no, de etablerte taxiselskapene, bilutleiefirmaer osv. Aktiviteter der det offentlige er sentral på tilbudssiden er også i denne sirkelen. Det inkluderer for eksempel bysykkelordningene vi har i storbyene.

I fjerde sirkel har vi bedrifter som formelt sett møter en definisjon av delingsøkonomi, men som ikke er en del av vår forståelse av delingsøkonomien, for eksempel fordi de i for stor grad er dominert av juridiske personer, de er for gamle og tradisjonelle, og de er ikke kritisk avhengig av en ny IKT-applikasjon. Eksempler kan være Ruter, hotels.com og nettbasert kurs og undervisning (inklusive massive open online courses, MOOCs).

Vi konsentrerer oss om de to innerste sirklene

I vår kartlegging av delingsøkonomiske initiativer i Norge i dag, deres nåværende og fremtidige omfang, konsentrerer vi oss om de to innerste sirklene. Det betyr at vi studerer initiativer som

- Formidler tjenester fra realkapital eller kompetanse
- Formidler tjenester mellom privatpersoner og/eller juridiske personer
- Er kritisk avhengig av digital plattform

En praktisk grunn til å inkludere juridiske personer er at initiativer som tidligere formidlet tjenester mellom privatpersoner, over tid har fått større innslag av juridiske personer på selger og kjøpersiden. For eksempel er det flere og flere firmaer som aksepterer overnatting via Airbnb og transport med Uber på reiseregningen.

Vår avgrensing til de to innerste sirklene innebærer bortvalg som ikke er opplagte. Blant annet ekskluderer vi delingsøkonomiinitiativer i regi av etablerte, gamle firmaer. Begrunnelsen for dette er ikke strengt prinsipiell, men den har å gjøre med at etablerte firmaer av mange ikke oppfattes som initiativer innen delingsøkonomien. Videre er det ofte vanskelig å beregne hvor stor del av omsetningen i etablerte firmaer som er avhengig av den teknologiske plattformen. Dette er jo firmaer som hadde omsetning før plattformen kom. De regulatoriske forholdene som interesserer Gabrielsen-utvalget, er mer avklart for de eldre bedriftenes del.

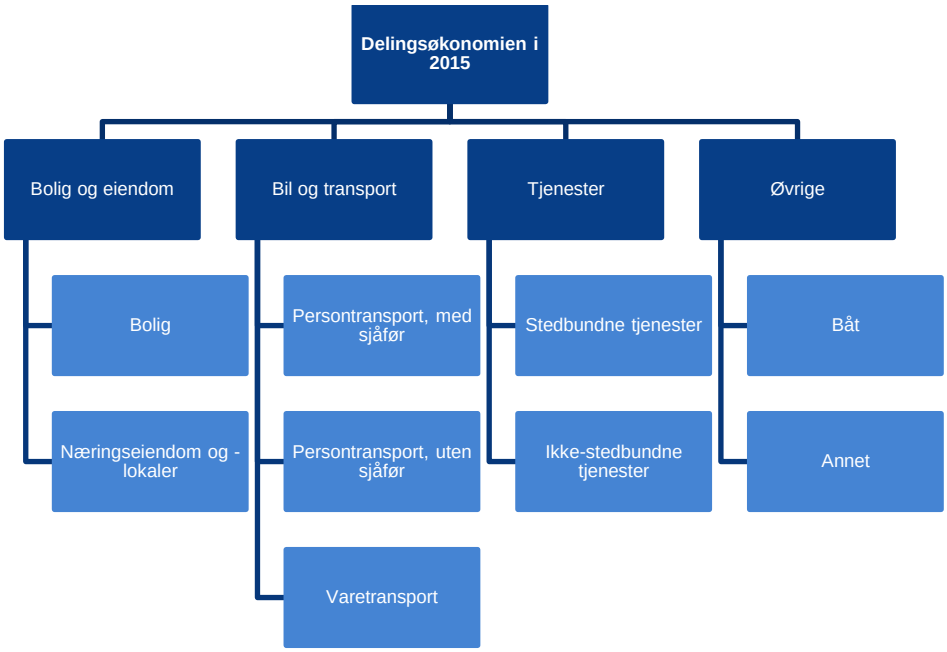
Avgrensningen til tjenester basert på realkapital, og kompetanse, innebærer at vi ekskluderer formidling av tjenester innen finanskapital, ikke minst «peer-to-peer» og «crowdfunding» finans. PWC (2014ab), som beregner omfanget av den globale delings-økonomien i 2025, har med disse formidlingstjenestene av finanskapital. PWC har dessuten med strømmetjenester for musikk og video, som faller utenfor i vårt opplegg siden det ikke er snakk om tjenester basert på realkapital og det også er å strekke definisjonen hvis man skulle kalle det tjenester basert på kompetanse. Bibliotekenes tjenester rammes av samme avgrensning, og her er det i tillegg en offentlig aktør på tilbudssiden.

2.2 Kategorisering av delingsøkonomiske initiativer

Vi finner det hensiktsmessig å dele tjenester fra realkapital inn i hovedkategoriene bolig og eiendom på den ene siden og bil på den annen side. I tillegg har vi personlige tjenester, og en restkategori for øvrige tjenester. Kapittel 4 går gjennom delings-økonomiske initiativer i Norge i dag, og gir i den forbindelse mange eksempler.

Det viser seg også fornuftig å dele hovedkategoriene i underkategorier. Bolig og eiendom deles for eksempel i bolig og næringseiendom. Bil deles i biltjenester med sjåfør og biltjenester uten sjåfør. Her er det mulig å dele videre opp i tjenester rettet mot persontransport og tjenester rettet mot varetransport. Personlige tjenester deles i stedbundne og ikke stedbundne tjenester. Stedbundne tjenester kan for eksempel være vaktmestertjenester og vask, ikke stedbundne kan være grafisk design. Gruppen for øvrige tjenester omfatter en lang rekke aktiviteter, som leie av båt, små kapital-gjenstander, parkeringsplasser osv. Figur 2.2 viser grupperingen.

Figur 2.2 Kategorisering av de delingsøkonomiske initiativene



Kilde: Vista Analyse.

3. Teoretisk gjennomgang av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi

I dette kapitlet drøfter vi delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi. Formålet er først og fremst å begrunne måleindikatorer som kan brukes når vi senere skal beregne den økonomiske betydningen (omfanget) av delingsøkonomien i Norge. Kapitlet kan dessuten være nyttig som bakgrunn for å forstå delingsøkonomiens virkemåte og potensiale. Vi drøfter også kort negative virkninger av delingsøkonomien.

3.1 Delingstjenestenes fortrinn i markedet

Vår drøfting av delingsøkonomiens betydning i norsk økonomi tar utgangspunkt i delingstjenestenes fortrinn i markedet. Kort oppsummert er disse fortrinnene

- Pris: Delingstjenestene tilbys gjennomgående i markedet til lav pris, som gjør dem til interessante alternativer for kundene.
- Kostnader: Den lave prisen har sin kjernebegrunnelse i at delingstjenestene er kostnadseffektive, eller på godt norsk billige å produsere. For eksempel bidrar de til bedre utnyttelse av realkapital med lav alternativverdi.
- Kvalitet: Delingstjenestene er i mange kunders øyne mer bekvemme og bedre enn tradisjonelle alternativer. Tjenestene baserer seg på applikasjoner (digitale plattformer) som mange finner attraktive, med mulighet for å evaluere den andre parten i transaksjonen, med god oversikt over tilgjengelig tilbud, med enkel betalingsløsning osv.
- Kultur: For enkelte kunder er delingstjenestenes kulturelle konnotasjoner av betydning. Kundene liker at delingstjenestene kan bidra til lavere miljøbelastning, at de utfordrer næringer som oppfattes som monopoler med dårlig service, at de bidrar til å viske ut skillet mellom konsument og produsent, og fremmer en følelse av fellesskap.
- Transaksjonskostnader: Applikasjonene har ikke bare som funksjon å fremme kvaliteten på tjenestene. En minst like viktig funksjon for applikasjonene – sammen med infrastruktur som betalingsløsninger, smarttelefoner osv. – er å gjøre flere transaksjoner praktisk mulig. Leverandører med underutnyttet kompetanse eller kapital kan ved hjelp av appene møte kunder med udekkede behov. Dette gjør det mulig å levere effektive tjenester til lav pris og høy kvalitet/kultur, altså de fire første kulepunktene.
- Smitteeffekter: Fordi delingsøkonomien utfordrer den tradisjonelle økonomien kan tekniske og kostnadseffektive løsninger for kontakt mellom kjøpere og selgere i delingsøkonomien (Uber) bli tatt i bruk også i den tradisjonelle økonomien (Oslo Taxi).

Ser vi nøyere på kulepunktene, legger vi merke til at punktet om pris og kostnader egentlig er det samme. Vi kaller det kostnader fra nå av. Kultur kan slås sammen med kvalitet siden begge handler om attributter ved tjenestene som gjør dem attraktive. Transaksjonskostnader handler om at teknologien gjør det mulig å realisere tjenester til lav kostnad og høy kvalitet. Smitteeffektene følger av delingsøkonomiens innovasjoner

av kvalitet og kostnad basert på teknologi.[7] Sagt på en annen måte er det kostnad og kvalitet som er det viktige for den økonomiske betydningen av delingsøkonomi.

3.2 Betydningen av lavere kostnader

Det er nyttig å isolere de to effektene lavere kostnader og høyere kvalitet fra hverandre. Vi ser først på effekten av lavere kostnader, og antar da for enkelhets skyld at kvaliteten er den samme. Vi antar altså nå at delingstjenestene er kvalitetsmessig til forveksling like tradisjonelle tjenester i markedet, men delingstjenestene er billigere å frembringe. I delingstjenestenes kostnader inngår vederlag til formidleren, altså Airbnb, Uber osv., i tillegg til vanlige kostnader ved utleie. Alternativkostnaden av arbeidstid inngår også i kostnadene. Siden alle produserer til forveksling like tjenester, finnes det én pris i dette markedet.

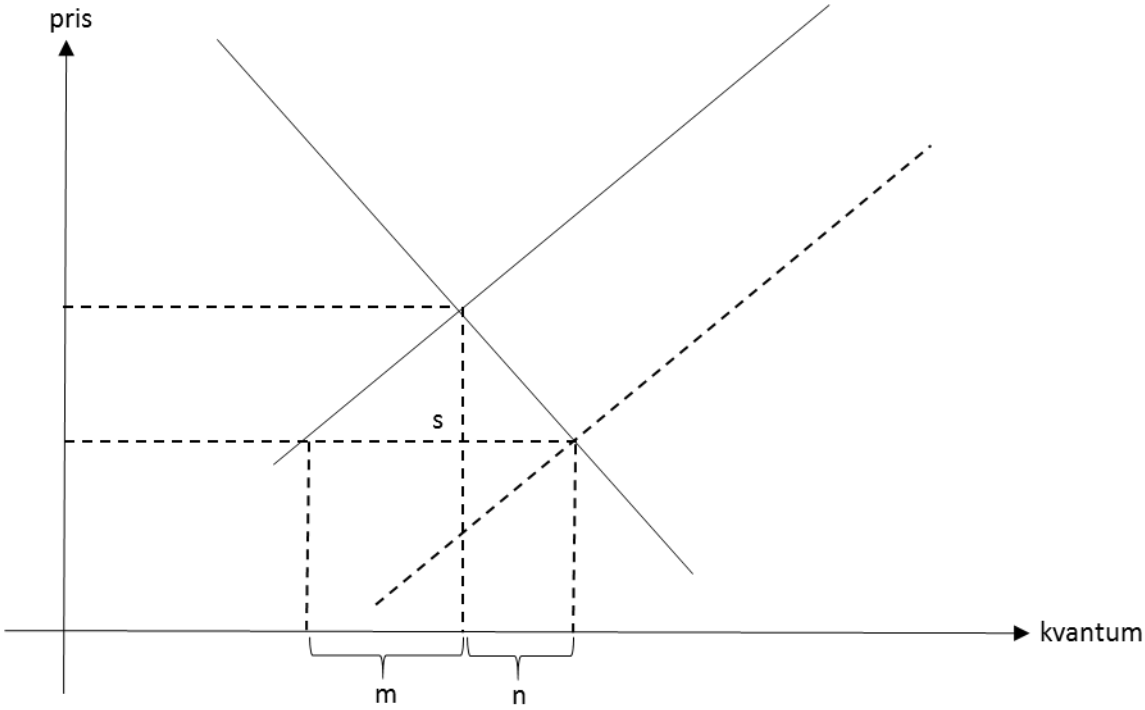
I en teoretisk modell for dette vil nye aktører i markedet, som kan tilby en tjeneste til lavere pris, føre til et skift nedover i tilbudskurven.[8] Etterspørselskurven endrer seg ikke siden de nye aktørene tilbyr den samme tjenesten som tidligere aktører.

Skiftet i tilbudet fører til lavere pris og større mengde som omsettes. Den nye aktøren vil til dels ta markedsandeler fra de etablerte aktørene, tilsvarende størrelsen *m* i figur 3.1, og til dels generere ny aktivitet, tilsvarende området *n*. Størrelsesforholdet vil avhenge av helningen på de ulike kurvene.

[7] Smitteeffektene er økonomisk sett en ekstern virkning som kan ses som en selvstendig kilde til velferd og verdiskaping, men er svært vanskelig å tallfeste. Våre mål på delingsøkonomiens omfang og betydning omfatter ikke dette momentet.

[8] Et skift nedover i tilbudskurven innebærer at *samme* kvantum tilbys ved en lavere pris, og dette er tilfelle for *alle* kvanta. Forskjellen i pris er i figuren størrelsen s. Et skift i tilbudskurven må ikke forveksles med en bevegelse langs tilbudskurven, som er at *mindre* kvantum tilbys ved lavere pris.

Figur 3.1 Virkningen av lavere kostnader på tjenestene som tilbys



Kilde: Vista Analyse.

En viktig prediksjon fra denne modellen er altså at prisen går ned i markedet. Dette har vært situasjonen i mange byer etter at Uber og andre drosjeliknende tjenester er blitt introdusert: De nye tjenestene har bydd ned prisen. Etablerte aktører som ikke kan levere til den prisen blir tvunget ut av markedet. Samtidig har volumet økt, men de nye tjenestene sitt volum har økt mer.

Modellen predikerer også forholdet mellom prisreduksjon, volumøkning og kostnadsbesparelser. Kostnadsbesparelsene stammer fra det forhold at de nye tjenestene kan utnytte ledig realkapital og kompetanse til å tilby tjenester billigere. I figuren er produktivitetsøkningen målt ved størrelsen *s* målt vertikalt mellom de to tilbudskurvene. *s* forteller hvor mye billigere de nye tjenesteleverandørene kan levere tjenesten. Som figuren viser, reduseres prisen i markedet, men ikke så mye som *s*. Det betyr at produktivitetsøkningen *s* per enhet blir delt mellom konsumenter (som får billigere tjenester) og produsenter som kan ta noe av sin høyere produktivitet ut i overskudd.

I delingsøkonomien er det en del tjenester som gis bort, byttes eller selges til lavere pris enn markedspris.[9] Figuren kan tilpasses disse situasjonene. Spesielt vil figuren kunne beskrive en situasjon der en tjeneste gis bort, med den endringen at det ikke er pris, men marginal betalingsvilje (hvilken pris man er villig til å betale) på y-aksen. Betydningen av tjenesten kan i dette tilfellet indikeres av marginal betalingsvilje multiplisert med kvantum (skjønt det spiller også en rolle hvordan tjenestene deles ut). Utfordringen i en slik situasjon er å kalkulere hva marginal betalingsvilje er.

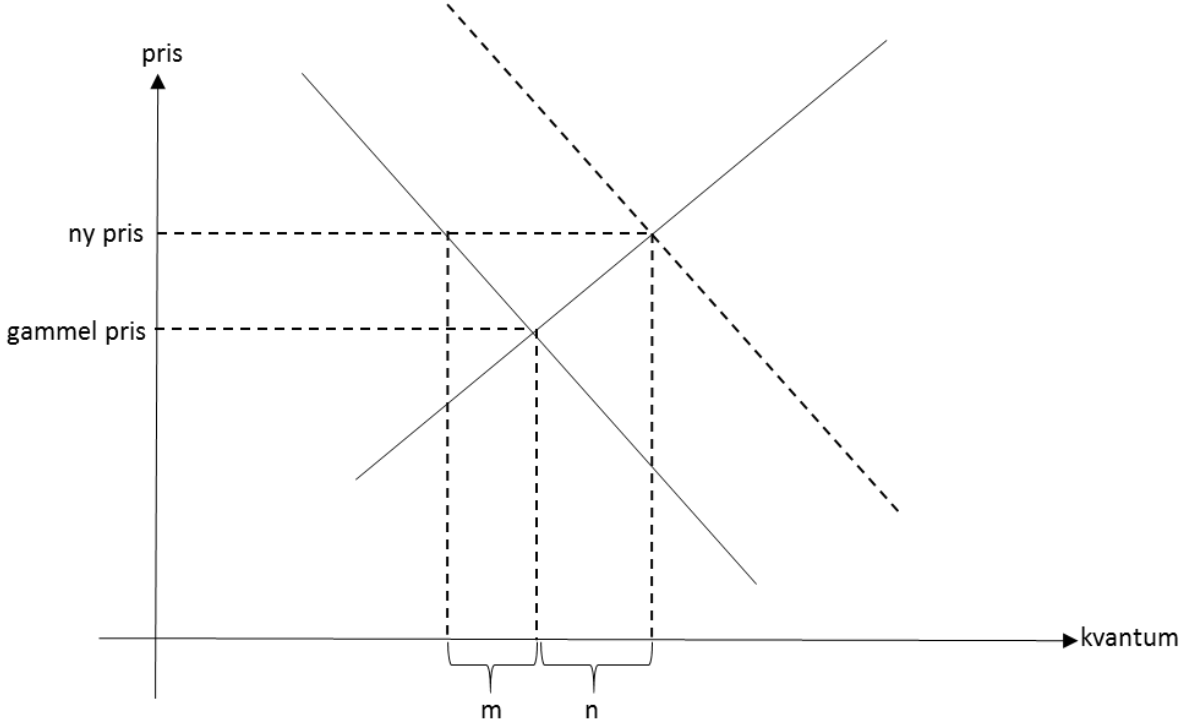
[9] Coyle (2016) legger vekt på dette.

3.3 Betydningen av bedre kvalitet

Vi snur nå på situasjonen fra forrige avsnitt, og antar at nye delingstjenester produksjonsteknisk sett er likeartet med tradisjonelle tjenester. De nye tjenestene har med andre ord samme kostnader, og samme tilbudskurve, som de gamle. Derimot oppfattes de nye tjenestene jevnt over som bedre enn de gamle. Til enhver pris etterspørres det da mer enn før siden kvaliteten er høyere.

Dette gir en situasjon som indikert av figur 3.2. Som i tilfellet med kostnadsbesparelse er prediksjonen at kvantum går opp. Kvantum går imidlertid mindre opp enn den nye tjenestetilbyderens kvantum, slik at eksisterende tilbydere taper.

Figur 3.2 Virkning av høyere kvalitet på tjenestene som tilbys



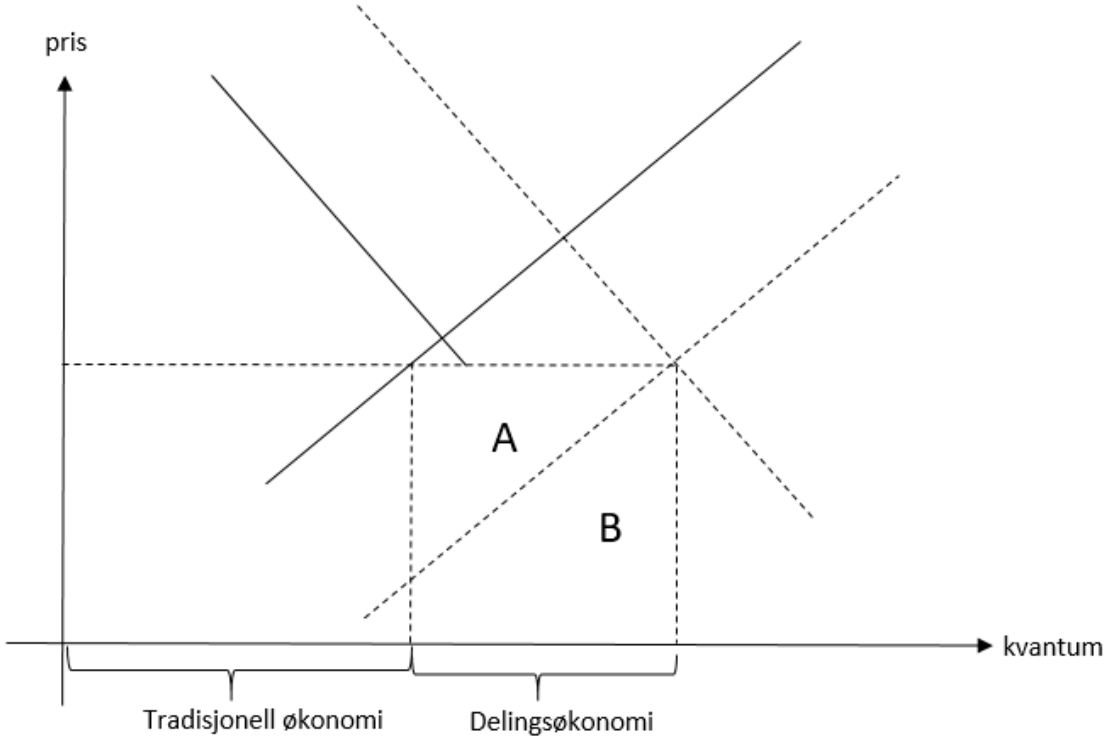
Kilde: Vista Analyse.

Mange av momentene fra forrige avsnitt gjør seg gjeldende i denne situasjonen, i tilpasset grad. Økningen i betalingsvilje blir delt mellom konsumenter (økt nytte) og produsenter (økt overskudd) og det er størrelsen på prisøkningen som avgjør denne fordelingen.

3.4 Den samlede betydningen av effektivitet og kvalitet

Neste skritt er selvsagt å sette sammen de to effektene vi har omtalt, lavere kostnader, og bedre kvalitet. Da fremtrer et bilde som i figur 3.3.

Figur 3.3 Virkning av lavere kostnader og høyere kvalitet på tjenestene som tilbys



Kilde: Vista Analyse.

Det viktige å ta med seg fra denne figuren er at virkningene på pris (ned i tilfellet med lavere kostnader, opp i tilfellet med høyere kvalitet) har en tendens til å utlikne hverandre slik at det ikke nødvendigvis skjer mye med prisen. Virkningene på kvantum har en tendens til å legge seg oppå hverandre slik at det skjer mye med kvantum. Slik vi har tegnet figuren går prisen alt i alt litt ned. Det betyr at enkelte eksisterende tjeneste-leverandører i den eksisterende økonomien presses ut. (Merk at prisutslaget er en god indikator på fortrengningen). Men i hovedsak lever de nye tjenesteleverandørene side om side med de gamle.

Omsetningen i delingsøkonomien er lik med området A+B i figuren. Verdiskapingen i delingsøkonomien er lik med området A. Verdiskapingen er lik med omsetningen minus kostnadene B.

Dersom prisen er uendret skjer det ingenting i resten av økonomien og omsetningen A+B i delingsøkonomien viser seg som en like stor økning i landets brutto produksjons-verdi. Verdiskapingen A i delingsøkonomien viser seg som økning i BNP. Dersom prisene går litt opp eller ned skjer det bevegelser i resten av økonomien som gjør at sammenhengen mellom delingsøkonomi og BNP og brutto produksjonsverdi ikke blir eksakte.

Utslaget på pris har altså sammenheng med virkningen av kostnad i forhold til virkningen av kvalitet. Om utslaget av kostnad og kvalitet virkelig er like store, vil trolig variere fra tjeneste til tjeneste. Noen delingstjenester får først og fremst et marked på grunn av kostnader, andre på grunn av kvalitet og dette inngår i ulike blandingsforhold fra marked til marked.

Utslaget på kvantum har altså sammenheng med summen av utslaget av kostnad og utslag av kvalitet. De store økonomiske effektene på omsetning av delingsøkonomiens

inntreden får vi i markeder der både tilbuds og etterspørselskurve er flate, dvs. begge reagerer mye på pris. Dersom begge er bratte, dvs. de reagerer lite på pris, blir utslaget mindre.

3.5 Betydningen for norske forhold

I drøftingen over, inkludert den samlede drøftingen i forrige avsnitt, er det uklart om delingsøkonomi gir høyere eller lavere pris. I Norge er vårt inntrykk at delingsøkonomiens virkning på kostnader er viktigere enn virkningen på kvalitet. Med andre ord fører delingsøkonomiske initiativer jevnt over til lavere pris i markedet. Det er for eksempel tilfelle for de store initiativene innen bil og eiendom. Dersom det var kvalitet som dominerte, ville delingsinitiativene gitt høyere pris i markedet. Formidling av restaurantmåltider kan kanskje være et eksempel på at dette skjer i praksis, men slike eksempler er i mindretall.

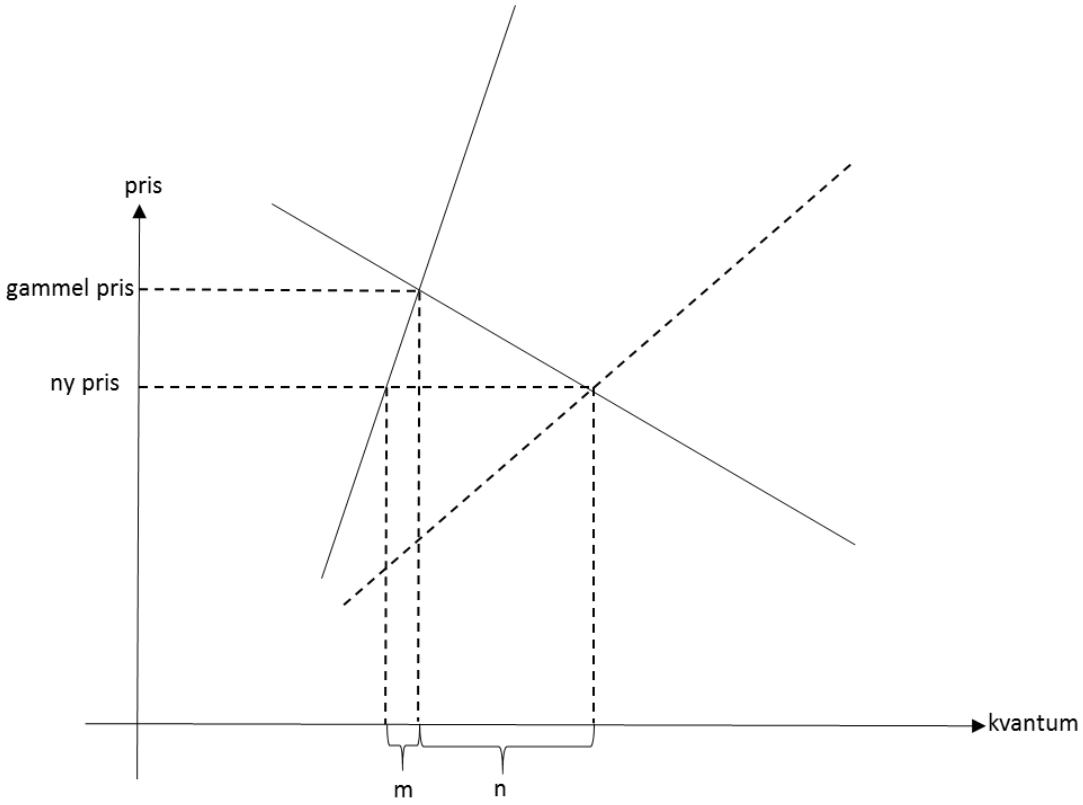
I tillegg til pris gir drøftingen over prediksjoner om virkningen på kvantum, og spesielt om samlet kvantum øker like mye som delingsøkonomiens kvantum, slik at det ikke oppstår fortrengning. Drøftingen sier at fortrengningseffekten av delingsøkonomien henger sammen med prisvirkningen. Når prisen går ned må deler av det eksisterende markedet fortrenges. Alt annet like fortrenges mer av det eksisterende markedet desto mer prisen går ned. Aktører i delingsøkonomiens uttaler i intervjuer med oss at fortrengningseffekten er liten fordi delingsøkonomien skaper nye markeder og når frem til nye kunder. Aktører i den tradisjonelle økonomien kan nok være uenig i dette. Innen det teoretiske rammeverket er delingsaktørenes utsagn en påstand om at etterspørselskurven er slak, eller elastisk, med hensyn på prisen. Dersom etterspørselen er slak vil en imidlertid vente liten nedgang i prisen, og vi er tilbake til det forholdet at alt annet like fortrenges mer av det eksisterende markedet desto mer prisen går ned. Hvis vi holder virkningen på pris fast er det en bratt (uelastisk) tilbudskurve fra de tradisjonelle aktørene som må til for å unngå fortrengning (Figur 3.4).

Spørsmålet som avgjør fortrengning er derfor dels hvorvidt prisene går mye ned, og dels hvor bratt, uelastisk, tilbudskurven er. Vi kjenner ikke til empiriske estimater for hvor bratt tilbudskurven er for eksempel i det tradisjonelle taximarkedet eller utleiemarkedet og hotellmarkedet i Norge. Vi vil forvente at den er brattere på kort sikt enn på lang sikt. På kort sikt er det mange av aktørene på tilbudssiden, for eksempel hotelleiere og taxisjåfører, som fortsetter omtrent som før selv om inntektene går ned. På lengre sikt vil man tilpasse seg; la være å bygge ut hoteller, droppe å kjøre tradisjonell taxi.

En annen faktor, som har betydning både for størrelsen på delingsøkonomien og den tradisjonelle økonomien, er økonomisk vekst. Med økonomisk vekst øker etterspørselen i gjennomsnittsmarkedet av seg selv og det ser ut som det er rom både for tradisjonell økonomi og delingsøkonomi, med andre ord ingen fortrengning. Men likevel vil det være fortrengning etter linjene beskrevet over i forhold til situasjonen uten delingsøkonomi. Det vil arte seg som at tradisjonell økonomi ellers ville vokst mer.

Delingsøkonomien er kjennetegnet ved at den har nettverksvirkninger. Det vil si at nytten avhenger av andres bruk og tilbud ved hjelp av tjenesten. Det kan være nettverksliknende virkninger knyttet til at en aktør har hele markedet ved at alle er på samme markedsplass. Dette handler om hvorvidt markedet er i stand til å ta ut nettverkseffektene. Det er grunn til å tro at nettverkseffektenes betydning er forskjellig fra marked til marked.

Figur 3.4 Delingsøkonomien: Tilfellet med liten fortrengning



Forklaring: I figuren har vi antatt at etterspørselskurven ikke skifter siden utslaget på pris ser ut til å dominere. Men vi har antatt slak, elastisk etterspørselskurve. Gitt virkningen på pris blir da fortrengningen mindre desto brattere den opprinnelige tilbudskurven er i omegnen rundt det tidligere markedspunktet (altså når den dreies rundt dette punktet).

I den empiriske analysen i kapittel 6 trekker vi opp flere faktorer som påvirker markedsutviklingen for delingsøkonomi:

- **Preferanser/holdninger.** Preferanser/holdninger til moderne delingsøkonomi påvirker omfanget av hele delingsøkonomien. Dette arter seg som et skift i etterspørselskurven og fører altså til økt etterspørsel (men også til at aktørene kan ta økt pris, jf. avsnitt 3.3.)
- **Teknologisk utvikling.** Teknologisk utvikling av delingsplattformer påvirker omfanget av hele delingsøkonomien. Dette påvirker størrelsen *s* i Figur 3.1. Med stor teknologisk utvikling vil *s* i fremtiden bli et stort tall og tilbudskurven vil skifte mer enn om den teknologiske utviklingen er liten.
- **Offentlige reguleringer.** Offentlige reguleringer av delingsøkonomien og markedene de opererer i påvirker omfanget av hele delingsøkonomien. Dersom delingsaktørene blir hardere regulert, vil det trolig redusere størrelsen *s* i Figur 3.1 siden aktørene mister noe av sin kostnadsfordel.
- **Arbeidsledighet og ulikhet.** Arbeidsledighet og ulikhet i samfunnet påvirker omfanget av hele delingsøkonomien. Arbeidsledighet reduserer alternativ-kostnaden av å tilby sin arbeidskraft og kompetanse i delingsøkonomien. Det er med andre ord en faktor som øker *s*. Ulikhet vil, alt annet likt, kunne øke omfanget av individer som er avhengig av å økonomisere med ressursene. Disse vil kunne øke delingsøkonomien både gjennom skift i tilbudskurven og skift i etterspørselskurven. I Norge er arbeidsløsheten lav og ulikheten liten, men dette vil kunne endre seg som følge av immigrasjon, utdanning, systemet

for lønnsforhandlinger, skattesystemet og den alminnelige samfunns-utviklingen.

- **Urbanisering.** Graden av urbanisering påvirker omfanget av delings-økonomien innenfor bolig og eiendom, og bil og transport. Både etterspørsel-kurven (gjennom tilgjengelighet av biler mv) og tilbudskurven (gjennom tilgjengelighet av kunder mv) vil kunne skifte utover. En artikkel av Cohen og Kietzmann (2014) er opptatt av dette innen transportmarkedet. I Norge bor vi forholdsvis spredtbygd sammenliknet med andre land, men urbaniseringen øker også her. Det kan over tid øke markedet for delingstjenester.

3.6 Delingsøkonomiens negative sider

Som varslet i innledningen til kapitlet er det også en del av «betydningen for norsk økonomi» at delingsøkonomiske initiativer kan gi negative virkninger. Negative virkninger har å gjøre med at delingsøkonomiens aktører unngår gjeldende regelverk, eller uthuler gjeldende regelverk. Ulike delingsøkonomiske initiativ kan potensielt påvirke

- arbeidsrettigheter og forbrukerrettigheter
- skattebetaling
- beskyttelse av personinformasjon

Over har vi lagt vekt på at delingsinitiativer ofte kan produsere til lavere kostnader enn etablerte konkurrenter. En god grunn til det er at delingsinitiativer betjener seg av ledig eller underutnyttet realkapital og kompetanse. Det kan imidlertid også være at delingsinitiativer fortoner seg billige fordi aktører i initiativene unndrar seg beskatning, eller fordi initiativene ikke følger regelverk for konkurranse, rettigheter eller beskyttelse av informasjon.[10]

Særlig i de innledende faser av et delingsøkonomiinitiativ kan det være et problem at regelverk ikke følges. Med tiden må man regne med større oppmerksomhet fra regulator. Den skattemessige behandlingen av Uber-sjåfører og andre taxiliknende tjenester er fortsatt ikke avklart, så vidt vi skjønner. Når det gjelder boligutleie tillater regelverket betydelig utleie i egen bolig uten at det utløser skatteplikt, men den som leier ut hele boligen, faller inn under strengere regler. Allment er det blitt påpekt at delingstjenester betales med betalingskort, som i prinsippet bør gjøre transaksjonene mulig å skattlegge.

Så langt er også delingsinitiativer lettere regulert enn tradisjonelle konkurrenter. Mens hoteller gjerne har krav til brannsikring, rømningsveier, sprinkleranlegg osv., har en vert på Airbnb ikke andre krav enn de som gjelder til boliger. Mens det i mange byer og land er krav til drosjesjåførers utdanning, kommunikasjonsutstyr i bilen, barnesete og handikaptilpasning, kan en Uber-sjåfør klare seg uten utdanning og utstyr.

Hvorvidt lettere regulering er en negativ virkning av delingsinitiativene eller ikke, kommer an på om reguleringene er velbegrunnet eller ikke. Hvis man synes de er velbegrunnet så representerer delingsinitiativenes unntak en negativ virkning. Hvis man synes de er unødvendige så representerer delingsøkonomiens unntak ikke noe negativt, kanskje snarere tvert om. Vårt inntrykk er at i mange byer og land fører den regulatoriske ulikheten mellom nye og gamle aktører til en velkommen debatt om hvilke reguleringer som egentlig er nødvendige og hensiktsmessige, slik Gabrielsen-utvalget er et tegn på.

[10] Et arbeidsnotat av Einav m.fl. (2016) drøfter noen av momentene i dette avsnittet nærmere.

En hypotese er at det ut av denne debatten vil komme en likere behandling av nye og gamle aktører, men at noen av dagens reguleringer antagelig kan oppheves. For eksempel er det ikke sikkert det er nødvendig med taksametre i taxier i fremtiden når en ser hvor godt nye taxiliknende initiativer klarer seg uten.[11]

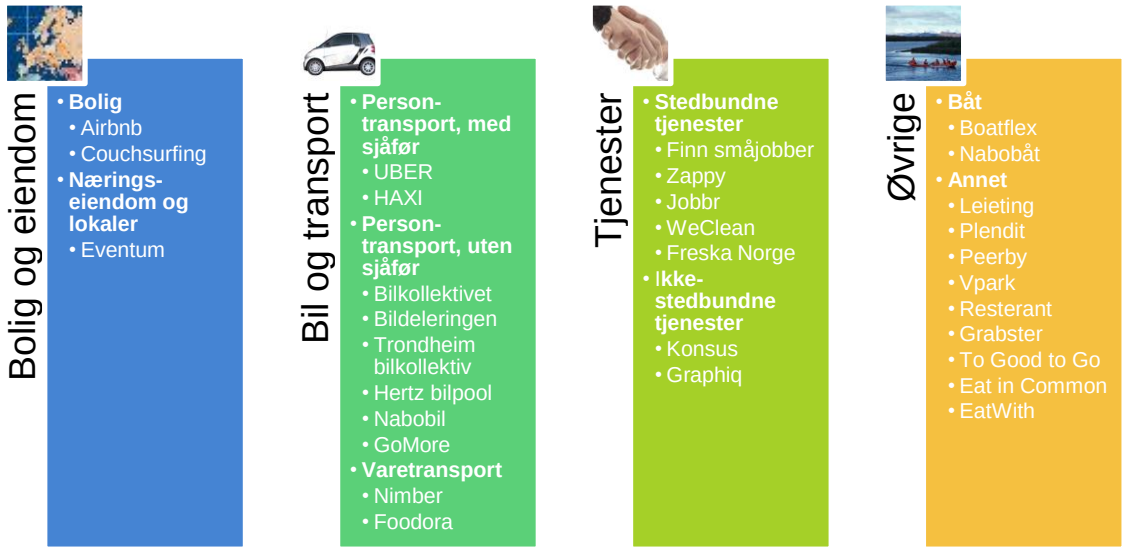
[11] Forskrift om krav til taksametre trådte til orientering i kraft 1. januar 2010, med 21 paragrafer. https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2009-10-01-1226

4. Oversikt over delingsøkonomiske initiativer i Norge i dag

I dette kapittelet presenterer vi en oversikt over de delingsøkonomiske initiativene i Norge i dag.

Vi har funnet nesten 50 delingsøkonomiske initiativer i Norge som er aktive per september 2016. Dette er på nivå med antall initiativer identifisert i Storbritannia, se Office for National Statistics (2016). Listen er kanskje ikke komplett, men den utgjør summen av alle initiativer som vi og ressurspersoner vi har spurt, kjenner til. Figur 4.1, og vedlegg B, gir en oversikt over de om lag 30 initiativene vi har kommet i dialog med og/eller har funnet informasjon om på internettet. Listen vil kunne ha mangler, særlig er det svært mange internasjonale delingsøkonomiske aktører som kan tenkes å ha aktivitet i Norge, men vi gir ikke en fullstendig oversikt over disse.

Figur 4.1 Oversikt over delingsøkonomiinitiativene i de ulike kategoriene



Kilde: Vista Analyse.

Basert på listen intervjuet vi sentrale person i initiativene. Vi gjennomførte også en litteraturstudie for å identifisere relevante studier av delingsøkonomien og eventuelle funn som kan være nyttige for prosjektet. Hensikten med intervjuene og litteraturstudien var å få svare på følgende spørsmål:

i. Innenfor hvilke markeder operer initiativene?
ii. Når er de etablert og av hvem?
iii. Om de er kommersielt eller ikke-kommersielt innrettet?
iv. I hvilken skala virksomhetene driver (inntjening, omsetning, markedsandeler)?
v. Hvilke ambisjoner/vekststrategier virksomheten bak hvert enkelt initiativ har?
vi. Er de lokalt basert, nasjonale eller internasjonale?
vii. Hvilke konkurranseflater har initiativene mot eksisterende aktører?

Omtalene av initiativene i delkapittel 4.1 til 4.4 dokumenterer ikke svar på alle disse spørsmålene. Det skyldes enten at vi ikke har fått aktørene i tale eller at aktørene ikke har gitt oss tilstrekkelig informasjon.

4.1 Bolig og eiendom

Bolig

I Norge er det i dag to delingsøkonomiaktører av betydning som formidler bolig og overnatting, Airbnb og Couchsurfing. Disse formidler kortidsutleie eller lån av hele eller deler av boliger mellom verter og gjester over digitale plattformer. Dette er en deling av kapitalressursen bolig mellom i hovedsak privatpersoner, ved hjelp av teknologiske plattformer. Vi har valgt å se bort ifra tradisjonell boligutleie, også den som formidles over digitale plattformer som Finn.no.

Vi har også identifisert en rekke initiativer som har etablert seg i andre land, men som vi er usikre på om har etablert seg i Norge. Vi har identifisert ti initiativer som ligner på Airbnb, disse er: FlipKey, HomeAway, VRBO, Roomorama, OneFineStay, Wimdu, 9flats, Travelmob, Cancelon og Travelzoo. Og fire initiativer som ligner på Couchsurfing; Global freeloaders, HospitalityClub, Stay4Free og BeWelcome. Disse 14 initiativene antas å være små i både omsetning og transaksjoner. Vi omtaler ikke disse aktørene, men anerkjenner at de eksisterer og i hovedsak ligner Airbnb/Couchsurfing - selv om det vil være enkelte ulikheter.

Airbnb er kommersielt innrettet og har en forretningsmodell hvor både vertene som leier ut over deres plattform og Airbnb selv tjener penger på denne aktiviteten. Couchsurfing startet som ikke-kommersielt innrettet og har et ideelt formål. Couchsurfing ble et for-profittforetak i 2011 og tjener på blant annet reklame på sin plattform, men vertene tar ikke betalt for overnattingene som skjer gjennom Couchsurfing.

Denne typen aktivitet kan potensielt ha to virkninger. For det første kan man tenke seg at Airbnb og Couchsurfing får en økt aktivitet som følge av at overnattingsgjestene som vanligvis leier seg inn på hotell- og andre overnattingstilbud heller velger å bo hos privatpersoner. For det andre kan man tenke seg at det nye overnattingstilbudet, som følge av lave priser og en annen type tilbud (mer sosial interaksjon med vert etc.), bidrar til mer reising og følgelig overnatting. Spørsmålet er hvor stor andel av denne aktiviteten skjer over disse plattformene som er ny aktivitet, og hvor mye av den er tatt fra tradisjonell hotellvirksomhet.

Airbnb. Airbnb er en delingstjeneste av rom og boliger. Det er en teknologisk plattform som setter personer som ønsker å leie ut hele eller deler av boligen sin i kontakt med folk som ønsker å leie den. Airbnb driver en komplett markedsplass med mulighet til å legge ut, søke etter, oppdage og bestille overnattinger over hele verden. Airbnb er en tjeneste som tilbyr formidling av både korttids- og langtidsutleie. Noen utleiere kan imidlertid tenkes å bruke et korttidsopphold til å vurdere leietager og senere, etter opprettet kontakt, leie ut til den samme personen – uten behov for å organisere utleieforholdet gjennom Airbnb.

Personer som ønsker å bli vert på Airbnb kan legge ut sine rom på Airbnb sin internettside med en beskrivelse og pris. Potensielle gjester kan finne frem til og booke disse rommene, gjennom kontakt med og godkjenning fra utleier. Plattformen har funksjoner som sørger for en best mulig kobling i form av sted, pris og standard. I tillegg har både vertene og gjestene profiler hvor andre brukere som har vært i kontakt med dem kan gi en vurdering og skrive anbefalinger. Vertenes bolig er beskyttet med en

forsikring, kalt vertsgaranti, som dekker skader opp mot 7 mill. kroner. Airbnb håndterer hele transaksjonen mellom vert og gjest. Airbnb tar en tjenesteavgift på 6-12 prosent av leieprisen fra gjestene og et tjenestegebyr på 3 prosent av leieprisen fra vertene.[12]

Airbnb ble etablert i 2008 av Joe Gebbia, Brian Chesky og Nathan Blecharczyk. Airbnb er basert i San Fransisco, California i USA. Det har hatt en solid vekst siden oppstarten og fått svært mye støtte fra investorer.[13]

Airbnb har ikke ønsket å gå ut med detaljert informasjon om deres omsetning og omfanget av den økonomiske aktiviteten som formidles over deres plattformer. Men de har publisert noen nøkkeltall for deres aktivitet i Norge i 2015. Basert på denne og annen informasjon, samt våre egne vurderinger har vi laget et anslag for den økonomiske aktiviteten som er generert over Airbnb sin plattform i Norge i 2015. Dette er den desidert største aktøren innen bolig og overnatting i delingsøkonomien i Norge, men det er fortsatt en liten andel av tradisjonell hotell- og overnattingsvirksomhet i Norge.

Airbnb konkurrerer mot tradisjonell hotell- og overnattingsvirksomhet. Det blir ofte hevdet at Airbnbs aktivitet i liten grad går på bekostning av vanlig hotellaktivitet. Det er utfordrende å kvantifisere om dette er tilfelle, men det finnes en studie fra USA som hevder at Airbnb har hatt en negativ innvirkning på inntjeningen til tradisjonell hotellvirksomhet i studieområdet, Austin Texas. Virkningen er anslått til å være lik 8-10 prosent (Zervas m.fl., 2016). Dette må sees i forhold til hvor mye aktivitet Airbnb genererte totalt sett. Det er viktig å presisere at dette ikke er direkte overførbart til andre steder, da det kan være spesielle forhold på studiestedet og -tiden som forklarer anslaget. Airbnb sin omsetning er fortsatt svært liten i forhold til tradisjonell hotellvirksomhet på verdensbasis.

Airbnb har hatt svært rask vekst, og har en stor brukergruppe (Airbnb, 2016). Samtidig har de møtt på juridiske utfordringer i flere byer relatert til lovligheten av utleien over plattformen og annen motstand i relatert til skattelegging og gentrifisering – det vil si at lokalbefolkningen blir presset ut av sine nabolag på grunn av høyere boligpriser som følge av mulighet for å leie ut på Airbnb (Schneiderman, 2014).[14] Airbnb har imidlertid gjort undersøkelser for å synliggjøre de positive ringvirkningene av Airbnb aktivitet for et nabolag (Airbnb action, 2016). I de tilfeller hvor Airbnb presser opp boligprisene kan man se på tradisjonelle langtidsutleieformidling, eksempelvis Finn.no, som en konkurrent.

---

[12] https://www.airbnb.no/help/article/104/what-are-guest-service-fees
https://www.airbnb.no/help/article/63/what-are-host-service-fees

[13] https://en.wikipedia.org/wiki/Airbnb

[14] http://www.aftenposten.no/verden/Turist_-det-er-du-som-er-terrorist-Spanjoler-har-fatt-nok-av-ferierende-utlendinger-400739b.html
http://www.aftenposten.no/bolig/Vil-begrense-Airbnb-utleie-789705_1.snd
http://www.aftenposten.no/okonomi/Airbnb-og-Uber-trenger-ikke-a-betale-skatt-i-Norge-29369b.html

Figur 4.2 Omfang av Airbnb sin virksomhet i verden

Kilde: https://www.airbnb.no/about/about-us

Couchsurfing. Couchsurfing er en tjeneste som setter medlemmer i kontakt med et globalt nettverk av reisende. Plattformen kan brukes til å komme i kontakt med andre medlemmer for å overnatte hos dem. Det er ingen krav til å stille sin egen bolig til disposisjon for å kunne overnatte hos andre. Det er et ideelt foretak som ønsker å sette folk i kontakt med hverandre og legge til rette for reising og opplevelser. Medlemmene lager brukerprofiler, hvor andre medlemmer kan vurdere og skrive anbefalinger, for å øke tilliten og sørge for bedre kobling av medlemmer. Plattformen legger ikke kun til rette for overnattinger, men også annen interaksjon mellom medlemmene som arrangementer og kunnskapsutveksling.

Couchsurfing ble grunnlagt i 2004 av Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan og Leonardo Bassani da Silveira. Det startet som et lite ideelt prosjekt, men vokste raskt og ble en bedrift i 2011.

Couchsurfing er internasjonale og har over 12 millioner medlemmer i over 200 000 byer. Basert på deres medlemstall og popularitet i form av konsept og kulturelt fenomen er det grunn til tro at det er ganske mange overnattinger som genereres over deres plattform. Ifølge deres nettside er det 1315 verter i Norge per september 2016.

Couchsurfing har en visjon om å gjøre verden bedre gjennom reiser og kontakt mellom mennesker. Medlemmer deler livene sine med menneskene de møter og fostrer kulturell utveksling og gjensidig respekt. De har en plattform som gjør det enkelt for folk å melde seg inn og oppfordrer til det.

Deres konkurranseflate er til dels mot tradisjonelle overnattingstilbud. Det er allikevel en kultur for gratis overnatting og interaksjon mellom medlemmer som gjør at de er bedre egnet for visse segmenter. Couchsurfing vil for eksempel antagelig ikke konkurrere om markedet for forretningsreiser.

Næringseiendom og -lokaler

I Norge er det i dag kun et delingsøkonomiinitiativ som driver med formidling av eiendommer og lokaler som ikke er til privat overnatting. Eventum formidler utleie av

lokaler til ulike formål over sin plattform. Det finnes en rekke utenlandske aktører som formidler deling av lokaler til lignende type arrangementer og annen forretnings-virksomhet over digitale plattformer. Breather, CoPass, HiRise, Liquidspace, Peer-Space, PivotDesk, SHareDesk, Storefron og WeWork er alle eksempler på dette. Det er mulig at disse allerede kan ha noe aktivitet i Norge som vi ikke kjenner til. Aktiviteten er i så fall marginal. Vi vil ikke omtale alle initiativene, men ser at dette er et område som vokser frem i utlandet og kan potensielt bli stort i Norge i fremtiden.

Eventum. Eventum er en plattform for utleie av lokaler for selskaper, arrangement, møter og konferanser. Konseptet har blitt omtalt som Airbnb for selskap og arrangementer. Brukere kan legge ut og finne lokaler som kan bookes over plattformen. Det er funksjoner for søk på kategori, antall deltagere, pris, tid, lokasjon og andre tilhørende tjenester. Brukerne settes i kontakt med hverandre, men selve transaksjonen går ikke over plattformen.

Tjenesten ble lansert i 2014 og sysselsetter syv personer. Eventum er basert i Oslo, men formidler utleie av lokaler over hele landet. De har ambisjoner om å vokse i Norge, og ser på mulighetene utenlands.

Eventum har i dag flere profesjonelle aktører på tilbudssiden som også kan tilby flere tjenester i tillegg til selve lokalet, som servering, catering og vasking. I Norge har de ingen direkte konkurrenter. Ifølge Eventum er dette tradisjonelt et marked hvor aktører har måttet finne frem til utleiere gjennom søk i telefonkatalog eller ulike lister over lokaler til utleie.

4.2 Bil og transport

Som nevnt i delkapittel 2.2 har vi valgt å kategorisere bil og transport inn i tre segmenter; persontransport med sjåfør, persontransport uten sjåfør og varetransport. I det følgende gir vi en beskrivelse av identifiserte initiativer innenfor de tre segmentene.

Persontransport, med sjåfør

I Norge er det i dag to delingsøkonomiaktører som tilbyr formidling av persontransport med sjåfør. Disse er Uber og Haxi. Begge aktørene er kommersielt innrettet. De to aktørene formidler persontransport med sjåfør over deres plattform. Brukere som ønsker å bli kjørt en strekning kan bestille dette over plattformen og vil bli matchet med en av aktørenes sjåfører.

Markedet for persontransport med sjåfør i Norge er preget av lovverket rundt drosjevirksomhet. Det har vært mye diskusjon om lovligheten av Uber og Haxi med tanke på at de ikke tilfredsstiller kravene til taxinæringen da deres sjåfører ikke har taxiløyve.[15] Ingen sjåfører fra noen av tjenestene har til nå blitt funnet skyldig i brudd på yrkestransportloven, og en sak som involverte sjåfører tilknyttet Haxi ble frikjent i høyesterett der de også ble frikjent. Aktørene har også vært under kritikk for at deres sjåfører ikke blir regnet som ansatte og dermed ikke får de tilhørende rettighetene.[16] Dette er imidlertid ikke ulikt dagens drosjesystem når det gjelder at løyvehavere er selvstendig næringsdrivende og kan ansette sjåfører på provisjonskontrakter.

[15] http://www.online.no/delingsoekonomi/uber.jsp

[16] http://www.bt.no/btmeninger/debatt/Uber-er-ikke-delingsokonomi-309536b.html

Ifølge Econ Pöyry (2009) kan man kategorisere det tradisjonelle drosjemarkedet i fire delmarkeder; spotmarked, oppringing[17], definerte ruter og langsiktige avtaler. Ut fra samtaler med delingsinitiativene er det største konkurranseflater mot spot og oppringningsmarkedet, men også definerte ruter (spesielt på ruter til/fra flyplasser). På de definerte rutene er det også eksempler på at delingsøkonomiinitiativene og deres sjåfører konkurrerer mot andre offentlige transporttilbud, som buss og tog. Uber og Haxi og deres sjåfører konkurrerer imidlertid per i dag ikke om de langsiktige avtalene med helseforetak, kommuner etc. Delingsøkonomiinitiativene selv mener at de og deres tilknyttede sjåfører er en sterk konkurrent til ordinær privatbilisme og pirattaxivirksomhet.

Så langt har ikke Uber og Haxi vært i direkte konkurranse med hverandre da Uber foreløpig kun har hatt virksomhet i Oslo, mens Haxi har fokusert på andre deler av landet. Begge plattformene formidler tjenester som kan konkurrere mot tradisjonell taxivirksomhet på pris. I tillegg har disse plattformene noen funksjonaliteter som taxiene ikke har. Dette er til dels endret da flere taxiselskap har utviklet applikasjoner i møte med den nye konkurransen. Ifølge Uber og Haxi selv har de i liten grad har tatt markedsandeler fra taxinæringen og i stedet generert ny virksomhet. Data fra SSB viser at omsetningen i drosjemarkedet i Oslo har holdt seg på cirka samme nivået fra 2014 til 2015. Vi vet imidlertid ikke hvilket nivå omsetningen i drosjemarkedet hadde vært på dersom Uber ikke hadde vært på markedet.[18]

Flere mener at Uber og Haxi har tatt over markedet for pirattaxi. Dette gjelder også de som kjører venner på kveldstid som skjer i rotasjon eller i bytte mot betaling. Disse plattformene tilbyr en måte å organisere koblingen av tilbydere og folk som etterspør denne typen tjeneste.

Uber. Uber er en online plattform som formidler kjøreoppdrag mellom passasjerer og Uber-tilknyttede sjåfører over deres digitale plattform og applikasjon. Brukerne må ha en smarttelefon for å bruke tjenesten, da plattformen bruker informasjon om deres lokasjon til sentrale deler av plattformens funksjoner. Kvalifiserte sjåfører laster ned en applikasjon som kan brukes til å motta oppdrag, mens passasjerene bruker en annen applikasjon som kan brukes til å forespørre transport fra tilgjengelige sjåfører.

Sjåførene bruker sine egne biler til transporten. Uber formidler flere typer tjenester. Uber POP er persontransport med vanlige biler hvor sjåførene bruker sine egne biler til transporten, mens UberBLACK er en limousine-service med finere biler, og ligner mest på tradisjonell taxivirksomhet. UberBLACK bilene har alle selskapsvognløyve og sjåførene har kjøreseddel utstedt av politiet, og UberBLACK opererer dermed innenfor det nåværende lovverket. Selskapsvognløyve kan tildeles biler som har en eksklusiv standard som brukes til forhåndsbookede tjenester. De kan ikke plukke opp kunder i gatemarkedet men kan forhåndsbestilles via nett telefon eller en applikasjon, og det er derfor ikke noe krav om taksameter i bilen, kjøreplikt for løyvehaver, eller kjentmannsprøve for sjåførene. Antallet selskapsvognløyver i Oslo er meget sterkt begrenset og er per i dag 90 løyver. I Oslo har Uber også lansert UberEL for elektriske biler og UberXXL for større biler med turvognløyve.

[17] Det finnes også eksempler på drosjesentraler som har tatt i bruk bestillingsapper og betaling via vipps. Oslo Taxi er et eksempel på det.

[18] https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=drosje&CMSSubjectArea=transport-og-reiseliv&checked=true

I USA har Uber lansert tjenestene Uber RUSH for varelevering og Uber EATS for levering av mat fra restauranter, men disse er ikke enda kommet til Norge. Et av de største vekstproduktene til Uber er tjenesten UberPOOL, som baserer seg på at biler plukker opp flere passasjerer som alle skal i samme retning. Dette produktet representerer nå 40 prosent av alle Uber-turer i San Francisco og Los Angeles, som er to av Ubers første markeder. Ifølge Uber har de allerede spart amerikanske byer for millioner av trafikkilometer og tusenvis av tonn med CO2 utslipp som følge av suksessen til UberPOOL.

Brukerne av tjenesten har brukerprofiler og både passasjer og sjåfør gir hverandre vurderinger etter hver tur. Uber håndterer transaksjonene som går over deres plattform og tar en andel på 20 prosent av prisen i betaling. En algoritme kalkulerer prisene basert på medgått tid og distanse. Betalingen går automatisk over plattformen.

For å balansere tilbud og etterspørsel bruker Uber, som i dag kun opererer i Oslo, et system de kaller dynamisk prising (eller surge). Dynamisk prising vil si at en algoritme kan midlertidig oppjustere prisen i et område der det skulle være for stor etterspørsel i forhold til antallet biler. Dette har en dobbel effekt, først og fremst at tilgjengelige sjåfører kjører mot området der det er mye etterspørsel, ettersom de får ekstra betalt for turer i det området. I tillegg velger enkelte potensielle passasjerer å vente til prisene går ned igjen før de forespør en bil. Når dynamisk prising er aktivert kommer dette tydelig frem i applikasjonen.

Det finnes lite tall om Ubers nåværende størrelse i Oslo, men de skriver at i august 2016 ble det gjennomført 39 000 kjøreoppdrag av cirka 500 unike sjåfører, som i gjennomsnitt gir 78 kjøreoppdrag per sjåfør.

Det stilles en rekke krav til sjåfører som ønsker å bruke tjenesten UberPOP. For å bli sjåfør starter man med å melde sin interesse gjennom Ubers internettside. For å få tilgang til kjøreoppdragapplikasjonen må vedkommende dokumentere god vandel gjennom en vandelsattest, være over 20 år, hatt førerkortet i minst ett år og ha tilgang på en bil som er yngre enn 10 år. I tillegg sjekker Uber vognkort og forsikrings-dokumentasjon for sjåførene. I tillegg må man komme på et informasjonsmøte hos Uber i Oslo hvor potensielle sjåfører får opplæring i applikasjonen og kan stille spørsmål til selskapet.

Uber ble grunnlagt i 2009 av Travis Kalanick og Garret Camp. Uber har hovedkvarter i San Fransisco, USA. De har hatt rask vekst og fått stor investorstøtte. Uber ble lansert i Norge i 2014.

Ifølge The Economist (2016) formidler Uber tjenesten i 425 byer i 72 land over hele verden. De har ambisjoner om videre vekst. De er også langt frem i utviklingen av selvkjørende biler og begynte å teste sine selvkjørende biler i Pittsburgh USA i september 2016.[19]

Uber hadde en samlet inntjening på 1,5 mrd. USD i 2015.[20] I Norge hadde de ifølge Brønnøysundregisteret registrerte driftsinntekter på 5,7 millioner i 2015. Disse driftsinntektene fanger ifølge Uber kun opp en andel av de 20 prosentene av transaksjonene som går til Uber. De ønsket ikke å være konkrete på denne andelen.

[19] https://www.ft.com/content/bd0f43fe-7a2a-11e6-ae24-f193b105145e
[20] https://en.wikipedia.org/wiki/Uber_(company)

I fremtiden har Uber ambisjoner om å rulle ut tilbudet sitt til andre norske byer, i tillegg til Oslo. De ønsker å starte med de store byene og etter hvert tilby tjenester over hele landet. De ønsker å bli regulert på lik linje med andre aktører i økonomien, men at slik regulering skal holdes på et minimum og åpne for å bruke teknologi for å sørge for forbrukersikkerhet og trygghet for brukerne av plattformen.

Haxi. Haxi formidler transportoppdrag mellom sine brukere over deres plattform. Det er en markedsplass hvor passasjerer og sjåfører kobles sammen. Personer som har bil og ønsker å være sjåfør kan melde seg på plattformen. Passasjerer kan finne frem til en sjåfør eller legge ut et en strekning de ønsker å bli kjørt på plattformen, for så å bli kontaktet av sjåfører som ønsker å kjøre dem. Kommunikasjon og betaling mellom passasjer og sjåfør skjer over plattformen. Alle brukerne har profiler med vurderinger fra andre brukere som har vært i kontakt med dem over plattformen.

Haxi skiller seg fra Uber ved at de ikke er innblandet i prissetting eller reiseplanlegging. Dette avtales mellom brukerne som er kommet i kontakt over Haxi sin plattform. Haxi faller inn under definisjonen samkjøring og ikke drosjevirksomhet ifølge Aleksander Soender, direktør i Haxi Norge.

Haxi ble opprettet i 2013 av Aleksander Soender, Joonas Kirsebom and Robert Daniel Nagy, en gruppe ingeniører fra Finland, Norge og Danmark. De jobbet tidligere med et delingssystem for lange reiser, men det var vanskelig å etablere en kritisk masse. Etter å ha undersøkt andre muligheter oppdaget de at det på mange steder var høy pris på og dårlig tilgang til taxier. Dermed utviklet de Haxi som ble raskt tatt i bruk. Tjenesten bygger videre på såkalt kompiskjøring hvor personer avtaler å kjøre hverandre over sosiale medier.

Ifølge Aleksander Soender har Haxi 8300 registrerte sjåfører i Norge, mens taxinæringen har rundt 8600.

Haxi finnes i Norge, Sverige og Island, men er størst i USA. Mens Uber har fokusert på tett befolkede byer har Haxi rette seg inn på markedet i områder som er tynnere befolket. Haxi er til dels konkurrerende med tradisjonell taxivirksomhet. Ifølge Aleksander Soender har Haxi fokusert på et marked som taxinæringa ikke dekker og fungerer sånt sett som marketsutvidende.

Persontransport, uten sjåfør

I Norge er det i dag ni delingsøkonomiaktører som tilbyr formidling av persontransport uten sjåfør. Aktørene driver med formidling av bildeling, samkjøring eller bilutleie over digitale plattformer.

Bilkollektivene i Norge – Bilkollektivet (med hovedbase i Oslo), Bildeleringen (med hovedbase i Bergen) og Trondheim bilkollektiv – har alle en organisering som baserer seg på felles eierskap og deling av biler. De har eksistert i Norge siden midten av 1990-tallet og var inspirert av bilkollektiv i Sveits, Tyskland og Østerrike. Bilkollektivene gir mulighet til booking av bil over digitale plattformer og formidler deling av biler mellom privatpersoner, og en mindre andel bedrifter. Personer blir medlemmer ved å kjøpe en eierandel samt betale depositum og årsavgift. Har de tilgangen kan de booke og bruker bilene som kollektivet disponerer, og betaler kun en times- og kilometerpris for den faktiske bruken av bilene. Bilene står på faste plasser hvor medlemmene henter og levere bilene innenfor tiden de har booket den. Bilkollektivene eier og leaser bilene som er tilgjengelige for sine medlemmer og har noen få ansatte som tar seg av den generelle driften av bilene og plattformen. Alle medlemmene har stemmerett ved årlig generalforsamling og kan påvirke valg om drift og utvikling av kollektivet og tjenestene.

Hertz Bilpool og Move About er private aksjeselskaper som eier og drifter biler som kunder kan benytte seg av gjennom en abonnementsordning som i stor grad ligner den hos bilkollektivene. Medlemmene betaler depositum og månedsavgift for tilgang bilene og betaler en times- og kilometerpris for den faktiske bilbruken. Forskjellen er at de ikke er medeiere og har ikke det samme ansvaret eller innflytelsen som medlemmene av bilkollektivene har. Ifølge Hertz Bilpool har de også et større tjenestetilbud enn bilkollektivene.

Aktørene som driver med bildeling ser på mangelen på egnede parkeringsplasser som deres største utfordring. De mener kommunene må inkludere parkeringsplasser til bildeling inn i byplanleggingen dersom man skal kunne realisere potensiale for bildeling. De peker på studier som er gjort av TØI som viser at bildeling reduserer den totale bilparken og mener det ikke er noen regulatoriske utfordringer knyttet til disse aktørene.

Nabobil, GoMore og Avamera er alle selskaper som organiserer bilutleie mellom privatpersoner. Organiseringen foregår over digitale plattformer som formidler kontakt mellom personer som ønsker å leie ut bilen sin og personer som ønsker å leie en bil. Selskapene eier ingen biler selv, men driver kun med kobling av brukere. Brukerne har profiler med beskrivelse av bilen og/eller personen, og det er mulig for andre brukere å gi vurderinger og skrive anbefalinger. Det er funksjoner på plattformene for å finne bil etter lokalisering, pris og type, samt booke for spesifikke perioder. Hele transaksjonen går gjennom plattformen. Det er også noen initiativer som formidler utleie av flere ting, inkludert biler. Disse aktørene har ikke biler som sitt hovedfokus, og blir derfor omtalt i delkapittel 4.4. GoMore organiserer i tillegg samkjøring, det vil si at de setter personer med ledig plass i bilen i kontakt med personer som ønsker å kjøre samme retning.

Aktørene som driver med privat bilutleie ønsker å bli anerkjent som legale og samfunnsnyttige foretak. De ønsker å få bedre rutiner for skattlegging for å forenkle privatbilutleie. De ser ingen regulatoriske utfordringer knyttet til privatbilutleie. Tradisjonelle bilutleieselskaper stiller seg kritiske til dette og mener det er ulike konkurranseforhold.

Transfercar4u/Returbil er et initiativ som formidler kontakt mellom aktører som har biler de ønsker kjørt fra et sted til et annet med personer som er villig til å gjøre det for dem. Dette kan typisk være et leiebilselskap som skal ha en bil fra en by til en annen og en person som ønsker å reise den strekningen og bruker denne bilen som fremkomstmiddel. På denne plattformen listes biler som skal kjøres med et referansenummer, tidspunkt for når de skal kjøres samt hvilken by den skal kjøres fra og til.

Alle disse aktørene tilbyr en plattform for kobling mellom tilbydere og etterspørre av biler uten sjåfør. Noen vil mene at denne virksomheten er i konkurranse med tradisjonell bilutleie og privat bileierskap/-bruk. Sammenlignet med størrelsen på tradisjonell bilutleie, som var på anslagsvis over én milliard i 2015, har delingsøkonomiinitiativene en meget liten markedsandel. Disse aktørene ser likevel ikke på tradisjonell bilutleie som sin hovedkonkurrent, men privatbilismen.

Argumentasjonen for bildeling er at bilen er underutnyttet. Det gjelder i størst grad for privateide biler som i gjennomsnitt står ubrukt 95 prosent av tiden (American Planning Association, 2005). Tradisjonell bilutleie har en høyere dekningsgrad og kan, med en bredere klassifisering enn det vi har brukt her, regnes som en form for delingsøkonomi. Inntrykket er at aktørene ikke ser på verken hverandre eller tradisjonell bilutleie som konkurrenter, og mener at det er et stort marked å ta av dersom man kan få flere som eier biler til å gå over til bildeling, samkjøring og eller bilutleie. Dette kan være å gå fra å eie to til å eie en bil, eller fra å eie en til ingen bil. Potensialet for dette vil avhenge av brukervanene og bilbehovet til ulike grupper, men også kvaliteten og omfanget av

alternativ transportmuligheter som kollektivtilbud, gang- og sykkelmuligheter, bildeling, samkjøring og bilutleie. Sammenlignet med privat bileierskap er denne delen av delingsøkonomien svært liten. Det er 2,6 millioner privateide biler i Norge i dag.[21]

Bilkollektivet. Bilkollektivet ble etablert i 1995. Deres mål er å kunne erstatte behovet for å eie egen bil for sine medlemmer. Medlemmene skal ha mulighet til å låne bil når de trenger det, mens andre i kollektivet kan bruke bilen mens de selv ikke gjør det. Dermed deler medlemmene på utgiftene ved kjøp og vedlikehold av bilene, og kan ha tilgang til flere typer biler.

Bilkollektivet er et samvirkeforetak, det vil si at det er eid av medlemmene og er ikke kommersielt innrettet. De ønsker ikke en høyest mulig avkastning på innskuddene, men et best mulig biltilbud for sine medlemmer. I den grad de går i overskudd skal det gå tilbake i bedriften for å finansiere investeringer eller lavere priser.

I 2015 hadde Bilkollektivet 35 millioner kroner i driftsinntekter. Dette gjenspeiler inntekter fra innbetaling av depositum, årsavgift, timespris og kilometerpris ved leie av biler for medlemmene og er sånt sett et mål på omfanget av den økonomiske aktiviteten fra dette initiativet. Bilkollektivet er den største av bilkollektivene i Norge og utgjør en betydelig andel av persontransport uten sjåfør i delingsøkonomien. Sett i forhold til tradisjonell bilutleie og privatbileierskap utgjør de en svært liten andel av markedet.

Bilkollektivet har nærmere 6 000 brukere og nærmere 4 000 andelseiere. En andelseier kan ha registrert flere sjåfører/brukere. Det er hovedsakelig privatpersoner og en liten andel bedrifter. Det er cirka 160 andelseiere som er registrert som bedrift. I tillegg er det en del enkeltmannsforetak hvor andel og kontingent betales privat, men som viderefakturerer den delen av utleien som går til bedriftsbruk, dette gjelder cirka 40 medlemmer. Bilkollektivet har ikke hatt noe markedsføringsbudsjett tidligere, men planlegger å drive markedsføring fremover. Økningen i medlemmer og omsetning de første 15 årene var i gjennomsnitt 20 prosent i året. De siste årene har økningen i medlemmer vært det samme, med en netto økning på cirka 400 medlemmer årlig. Direktøren i Bilkollektivet venter at veksten vil være noe større når de øker synligheten av Bilkollektivet.

Bilkollektivet har biler i Oslo, Kristiansand, Stavanger og Tromsø. I tillegg har de avtaler med Bildeleringen i Bergene og Trondheim bilkollektiv. Ifølge daglig leder i Bilkollektivet har de ikke mål om å bli landsdekkende, men ønsker å være tilstede der det er naturlig grunnlag for det. Ekspansjonen utenfor Oslo er gjennom kommunale eller lokale initiativ som ønsker å ha dem der.

Bilkollektivet ser ikke tradisjonelle bilutleieselskap eller nye delingsøkonomiske aktører som direkte konkurrenter. TØI gjorde en undersøkelse av Bilkollektivets medlemmer i 2011 og 2012, om bruksmønster, motiv og effekt. Undersøkelsene kommer frem til at bildeling fører til færre biler på veien og mindre bilbruk, se TØI(2011) og TØI(2012).

Bildeleringen. Bildeleringen driver i likhet med Bilkollektivet innenfor markedet bil-utleie/bildeling i Bergen kommune. De har for øvrig samarbeid med Bilkollektivet i Oslo og Trondheim bilkollektiv. Bildeleringen ble etablert i 1996. Det ble startet av 7 stykker

[21] http://ssb.no/transport-og-reiseliv/statistikker/bilreg

og ledet av Susanne Urban som var inspirert av bildeling i Østerrike og ønsket et lignende tilbud i Bergen.[22]

Bildeleringen er et samvirkeforetak, det vil si at det er eid av medlemmene og er ikke kommersielt innrettet. De ønsker ikke en høyest mulig avkastning på innskuddene, men et best mulig biltilbud for sine medlemmer.

I 2015 hadde Bildeleringen driftsinntekter på cirka 19 millioner. Med dette er de blant de største aktørene i persontransport uten sjåfør i delingsøkonomien, men svært liten sett i forhold til tradisjonell bilutleie og privatbileierskap.

Bildeleringen ønsker å vokse. De driver ikke aktiv markedsføring, men skal få nytt bestillingssystem og er i en omstillingsfase. De ønsker å være tryggere på at alt er på plass før de går offensivt ut. De har hatt stabil vekst på 10-15 prosent årlig og har i dag rundt 1 550 medlemmer. Det er høyt gjennomtrekk av medlemmer hvor cirka en tredjedel av medlemmene skiftes ut hvert år. Det kan ifølge initiativet selv henge sammen med at det er mange utenlandske som er i Bergen i en periode og at bildeling egner seg spesielt godt i noen livsfaser.

Bildeleringen ser på seg selv som en konkurrent til privatbilismen, og har et ideelt formål om å redusere den totale bilbruken i samfunnet. De ser konkurranseflaten mot tradisjonelle bilutleiefirmaer som liten. Andre bildelingsaktører er konkurrenter, men Bilkollektivet har tro på at det er god plass til dem og nok av privatbilisme å ta av.

Trondheim Bilkollektiv. Trondheim Bilkollektiv ble etablert i 1996, og driver innenfor markedet bilutleie/bildeling i Trondheim by og omegn. De har etablert samarbeid med Bilkollektivet i Oslo og Bildeleringen i Bergen. Trondheim Bilkollektiv er et samvirkeforetak, det vil si at det er eid av medlemmene og er ikke kommersielt innrettet.

I 2015 hadde Trondheim Bilkollektiv driftsinntekter på 7,5 millioner. De er mindre enn både Bilkollektivet og Bildeleringen, men har fortsatt en moderat andel av persontransport uten sjåfør i delingsøkonomien.

Trondheim Bilkollektiv har 860 medlemmer og cirka 1 300 brukere tilknyttet. De vokser med 20 prosent i året og har hatt 100 nye medlemmer netto hvert år. De ønsker organisk vekst og ser at veksten øker med antall medlemmer og tror på fortsatt 20 prosent vekst fremover.

Daglig leder i Trondheim bilkollektiv mener fokuset på delingsøkonomi burde gi dem fordeler og er ikke bekymret for konkurrenter. «Vårt bidrag er at vi bidrar til færre privatbiler. Vi bidrar til å få ned bilparken og bilbruken.» - Leif Tore Anderssen, daglig leder i Trondheim Bilkollektiv.

Hertz Bilpool. Hertz Bilpool driver innenfor markedet bilutleie/bildeling i hovedsak i Oslo, men er også tilstede i Bergen, Trondheim, Stavanger, Kristiansand og Lillehammer. Oslo Bilpool ble etablert i 2004 etter initiativ fra flere bla Selvaag Forvaltning og Avantor, begge store eiendomsutviklere. Hertz overtok Oslo Bilpool 1 juli 2010 og har hatt ansvaret for den videre driften siden det.[23]

Hertz Bilpool er kommersielt innrettet og er en del av virksomheten Hertz Norge. Ettersom det drives under samme selskap er ikke driftsinntektene til Hertz Bilpool

[22] http://www.ba.no/byutvikling/bil/okonomi/som-om-jeg-spurte-folk-om-de-ville-dele-kone/s/5-8-368089

[23] https://www.hertzbilpool.no/om-oss/

spesifisert. Basert på driftsinntektene til Hertz Norge for øvrig og andelen av bilparkene deres som brukes til Bilpool, kan man få et anslag på omfanget, som er brukt i kartleggingen i kapittel 5. Basert på dette anslaget har de en moderat andel av markedet for persontransport uten sjåfør i delingsøkonomien.

Hertz Bilpool har hatt en rask vekst siden de startet opp, men den kunne vært betydelig større dersom de hadde hatt tilgang til mer og bedre parkeringsplasser ifølge leder i Hertz Bilpool. De ønsker også å vokse fremover.

Hertz har vært ledende i Norge på bilutleie og ønsket å være tidlig i markedet og lage en ordning for bildeling. Prismodellen og metoden for å få tilgang til bil er lik som for bilkollektivene, men tjenesten er forskjellig. Bilkollektivene er selveide, non-profit og medlemmene har mer ansvar. Ifølge Hertz Bilpool har de nyere bilflåte og er et differensiert tilbud med et fullservicekonsept. Hertz Bilpool har dialog med bilkollektivene og andre aktører innenfor bildeling for å hjelpe til med å skape det nye markedet for slike tjenester.

Nabobil. Nabobil ble etablert i 2015, er et kommersielt rettet aksjeselskap og driver innenfor markedet bilutleie/bildeling i hele landet. Nabobil.no er en markedsplass som kobler privatpersoner som trenger en bil med personer som leier ut en bil. Aktiviteten i ulike deler av landet avhenger av brukere som ønsker å leie ut og leie bil over deres plattform. De har naturlig nok størst aktivitet i de store byene i tråd med befolknings-størrelsen og komplementerende transporttilbud. Plattformen har funksjoner for valg av biler basert på tid, lokasjon, pris og attributter ved bilen. Alle biler som leies over Nabobil er forsikret gjennom If som har en samarbeidsavtale med Nabobil. I tillegg er det brukerprofiler hvor brukerne gir hverandre vurderinger og anbefalinger. Brukerprofilene skal sikre at folk har tillit til hverandre og dermed vil benytte seg av tjenesten.

Nabobil har vært tilbakeholdne med detaljert informasjon om deres aktivitet i oppstarts-fasen. Etter ett år rapporterer de å ha over 50 000 registrerte brukere, 3 000 biler og 13 000 leietransaksjoner.[24] Driftsinntektene til Nabobil gjenspeiler ikke den økonomiske aktiviteten som genereres på deres markedsplass fordi kun en andel av utleiesummen går som betaling til Nabobil. De har hatt en rask vekst og hovedvekten av aktiviteten har dermed i skjedd i senere tid. Basert på et estimat på gjennomsnittlig pris på utleiebiler og nøkkeltall som de har gått ut med, omsatte de for omkring 20 millioner kroner i løpet av deres første år. Av omsetningen tjener Nabobil cirka 20 prosent i provisjon.

Nabobil utgjorde antagelig en liten andel av markedet for persontransport uten sjåfør i delingsøkonomien i 2015, men vokser raskt. Per i dag utgjør Nabobil kun 1,1 promille av alle registrerte kjøretøy i Norge. Nabobil er nasjonalt basert og har utleiere i stadig flere steder i landet. Nabobil har ambisjoner om å kapre Norge med god margin. Deretter vil det bli svært aktuelt å se på Norden, og deretter Europa, ifølge Even Heggernes i Nabobil.[25]

Nabobil har konkurranseflate mot tradisjonell bilutleie, men de ser på privatbilmarkedet som et stort marked og tror de vil utvide omfanget av privat bilutleie og i mindre grad ta kunder fra tradisjonell bilutleie.

GoMore. GoMore er et kommersielt rettet aksjeselskap og driver innenfor markedet bilutleie/bildeling i hele landet med hovedvekt av aktiviteten i de store byene. GoMore er

[24] http://www.dn.no/grunder/2016/09/09/0807/Delingskonomi/nabobil-er-ett-r--slik-har-det-gtt

[25] http://www.dn.no/privat/dnBil/2015/09/11/1244/Grndervirksomhet/0100-p-sekunder-for-privat-leiebil

en markedsplass for privatbilutleie og har i stor grad de samme funksjonene som Nabobil på sin plattform. GoMore er et dansk selskap som startet opp i Norge i 2015, og har i tillegg operasjoner i Sverige, Frankrike og Spania. GoMore har konkurranseflate mot tradisjonell bilutleie, men opplever at deres kunder får behov som ikke ble dekket av tradisjonell bilutleie og at de dermed er med på å utvikle et ikke tidligere eksisterende marked.

GoMore er i likhet med Nabobil forsiktige med å gå ut med informasjon om deres aktivitet i oppstartsfasen da dette kan være sensitiv informasjon. De har også i likhet med Nabobil opplevd rask vekst i nyere tid. I tillegg til utleie av privatbiler fasiliteter GoMore samkjøring ved hjelp av plattformen og leasing av biler ved hjelp av en kommersiell partner.

Øvrige initiativ i segmentet persontransport, uten sjåfør. I tillegg til de omtalte initiativene er det noen initiativer som er etablert i nyere tid eller som vi ikke har fått snakket med. Vi vil presentere de i korthet i det følgende.

Move About driver innenfor markedet bilutleie/bildeling i Oslo i Norge, men opererer i tillegg i Sverige, Danmark og Tyskland. Move About er et kommersielt rettet aksjeselskap som ble etablert i 2007. De driver med bildeling på lignende måte som Hertz Bilpool hvor de eier og drifter bilparken. Til forskjell fra de andre bildelingsinitiativene har Move About kun elbiler. Move About omsatte for 5,5 mill. kroner i 2015. Dette utgjør en moderat andel av markedet for persontransport uten sjåfør i delingsøkonomien. Move About opererer både med offentlig bildeling og bildelingstjenester og lukkede systemer for bedriftskunder. Forretningsmodellen deres er designet slik at den kan bli implementert i flere byer over hele verden, og de leter stadig etter lokale partnere for å spre bildelingssystemet deres. Konkurranseflaten er, i likhet med de andre bildelingsinitiativene, i størst grad mot privat bileierskap.

Avamera driver innenfor markedet bilutleie/bildeling i hele landet. Avamera er en online markedsplass der brukere kan leie en bil av en privatperson i nærheten eller leie ut sin egen bil når de ikke bruker den. Avamera ligner Nabobil og GoMore og har i stor grad de samme funksjonene på sin plattform. Avamera er et kommersielt rettet aksjeselskap som ble etablert i 2015. Avamera er i likhet med Nabobil og GoMore forsiktige med å gå ut med informasjon om deres aktivitet i oppstartsfasen da dette kan være sensitiv informasjon. De har også i likhet med Nabobil og GoMore opplevd rask vekst i nyere tid., Ifølge Even Heggernes, i Nabobil, har Avamera har nylig lagt ned driften sin.

Transfercar4u driver innenfor markedet bilutleie/bildeling. Selskapet har en plattform som lister biler som ønskes kjørt fra et sted til et annet etter et tidspunkt. Biltilbydere kan legge ut biler som ønskes kjørt og sjåfører kan ta kontakt for å kjøre dem. Det virker ikke som det er noen andre funksjonaliteter, og er i denne sammenhengen en ganske enkel plattform. Transfercar4u ble etablert i 1999 og er et kommersielt rettet aksjeselskap. Transfercar4u hadde en omsetning på cirka en halv million i 2015, men det er usikkert på om dette gjenspeiler den økonomiske aktiviteten som genereres over denne plattformen. Sjåførene får ikke betalt, men får en bil tilgjengelig for en reiseavstand. Aktørene som ønsker å få bilene fraktet må betale et gebyr for de bilene som blir fraktet av brukere på denne plattformen. Transfercar4u er basert i Norge og har brukere over hele landet. Konkurranseflaten til Transfercar4u er på sjåførsiden andre type transportalternativer, inkludert men ikke begrenset til bilutleie. På biltilbydersiden er konkurranseflaten transportkostnader knyttet til frakt eller flytting av biler som transport med lastebil/tog eller ansettelse av profesjonelle sjåfører.

Varetransport

Det er foreløpig kun to delingsøkonomiinitiativ som driver eksklusivt med formidling av varetransport i Norge. Det er en rekke andre initiativ som formidler tjenester, hvor en del av tjenestene som utføres kan være varetransport. Disse initiativene blir omtalt i segmentet tjenester i neste underkapittel. Det forventes også at andre aktører som Uber og Haxi vil begynne med varetransport over deres plattformer i Norge.

Nimber. Nimber driver innenfor markedet varetransport i Norge. Nimber er en digital plattform som setter personer som ønsker å frakte noe fra et sted til et annet i kontakt med personer som skal reise samme strekning og har mulighet til å frakte varen for dem. Folk som ønsker å få noe fraktet kan legge ut et oppdrag med beskrivelse av varen og strekningen, samt pris for oppdraget. Personer som skal reise en strekning og har mulighet til å ta med seg en vare kan se på oppdragene og velge det oppdraget som passer for dem. Brukerne avtaler det praktiske rundt henting og levering av pakken. Nimber håndterer transaksjonen over deres plattform og tar en andel av prisen i betaling. Alle brukerne har brukerprofiler med beskrivelse av dem selv hvor andre brukere kan gi anmeldelser og skriver anbefalinger. Alle varer på Nimber er forsikret. Nimber har et samarbeid med Finn Torget, som har en funksjonalitet på sin plattform hvor alle goder som selges og ønskes fraktet kan lastes opp som et Nimber oppdrag.

Nimber ble etablert i 2010 og er et kommersielt rettet aksjeselskap. Nimber het tidligere Easy Bring men valgte å skifte navn etter en konflikt om navnet med Posten og easyGroup. Nimber tar en andel av prisen for frakttjenesten i betaling. Det er utfordrende å komme frem til det eksakte omfanget. Basert på informasjon fra Nimber og vårt eget skjønn har vi kommet frem til et anslag på det økonomiske omfanget av varetransporten i delingsøkonomien i Norge. Det er usikkerhet knyttet til dette anslaget, men størrelses-ordenen viser at delingsøkonomien på dette området utgjør en svært liten andel av den øvrige varetransporten i landet. Nimber har vokst mye den siste tiden og har cirka 40 000 brukere i Norge, 35 000 i Storbritannia og 10 000 brukere i øvrige land.

Nimber har konkurranseflate mot tradisjonelle logistikkselskap, men har foreløpig tatt for seg en del av markedet som disse aktørene ikke dekker. Det er frakt av gjenstander som er for dyre eller vanskelige å frakte gjennom tradisjonelle logistikkselskaper. Ifølge Nimber er grunnen til at de operere med noe de kaller «sunk cost»-modellen. Det vil si at de som frakter gjenstanden skal allerede reise den strekningen, derfor trenger ikke prisen for frakten dekke disse reiseutgiftene, men kun kostnaden knyttet til henting og levering av gjenstanden. Det gjelder antagelig de fleste av oppdragene, men det kan også hende at en del av oppdragene er rene vareleveringer. I tråd med økt og endret varetransportbehov, fra mer netthandel og hjemlevering, samt videresalg eller deling av ting, mener Nimber at det er gode muligheter for dem å vokse og komplementere de tradisjonelle logistikkselskapene.

Foodora. Foodora driver med hjemlevering av takeaway mat fra restauranter i Oslo. De har kun levering innenfor visse deler av Oslo, og er avhengig av et visst kundegrunnlag før de vil kunne tilby tjenestene sine. Derfor er det en tjeneste som egner seg best for tett befolkede områder, med mange restauranter. Plattformen deres legger til rette for å bestille mat fra restaurantene som samarbeider med Foodora, og matcher leverings-tjenesten med et Foodora-bud. Kunder kan velge mellom restauranter i sitt område, bestille mat og betale over Foodora sin digitale plattform (nettsted og applikasjon).

Foodora er et kommersielt innrettet internasjonalt selskap med aktivitet i flere byer i flere land. Selskapet Volo GmbH startet i München i 2014, byttet navn til Foodora og flyttet

hovedkontoret til Berlin da Rocket Internet kjøpte selskapet i april 2015.[26] Det har vokst raskt og ekspandert til flere land. Foodora kom til Oslo i 2015.

Ifølge Brønnøysundregisteret hadde Foodora driftsinntekter på 1 millioner kroner i 2015. Dersom man ser bort fra maten, og kun vurderer leveringstjenesten til Foodora som en form for delingsøkonomi med kobling av folk som etterspør et leveringsoppdrag med syklister/bud som er villige til å utføre dette oppdraget, kan den delen av omsetning deres være et mål på det økonomiske omfanget av aktiviteten over deres plattform som har med delingsøkonomi å gjøre. Forretningsmodellen har vært såpass suksessfull at kunder kan bestille mat fra flere restauranter som tidligere ikke leverte mat.

Foodora har til en viss grad konkurranseflate mot restauranter som tidligere drev med hjemlevering av mat. Hjemlevering av mat har vært lite utbredt, og Foodora jobber med mange restauranter som tidligere ikke drev med hjemlevering og kan sånn sett sies å generere ny økonomisk aktivitet. Forretningsmodellen med den digitale plattformen og sykkelbud gjør at de også kan tilby relativt billig hjemlevering.

4.3 Tjenester

Det finnes en rekke delingsøkonomiske initiativer som tilbyr formidling av tjenester i Norge. Vi har valgt å dele aktørene i dette segmentet i stedbundne og ikke-stedbundne tjenester. Dette er ut i fra et ønske om å skille de tjenestene som i større grad er konkurranseutsatt for tilbydere fra utlandet.

Dette er ikke en perfekt inndeling da det er aktører som kan tenkes å formidle både stedbundne og ikke-stedbundne tjenester, men vi har forsøkt å plasser aktørene etter hva hoveddelen av aktiviteten på deres plattform er.

Stedbundne tjenester

Det er åtte delingsøkonomiske aktører som formidler stedbundne tjenester i Norge. Dette er typisk småjobber hvor personen som utfører arbeidet må være i fysisk nærhet til personene som etterspør arbeidet. Felles for disse aktørene er at de drifter digitale plattformer som setter tilbydere og personer som etterspør slikt arbeid i kontakt med hverandre.

Finn Småjobber, Zappy, og Jobbr er alle generelle småjobbformidlere. Arbeidsoppgavene på disse plattformene kan være alt fra vasking og transport til leksehjelp og servering. Dette kan være jobber som folk tidligere gjorde selv, eller som de fikk hjelp av andre til å utføre. Disse nye aktørene drifter plattformer hvor personer har tilgang til et mye større marked med personer som er villig til å gjøre tjenester for dem, samtidig som folk som ønsker å tjene litt penger på mindre arbeidsoppgaver har tilgang til et stort marked av slike jobber. Brukerne har profiler med beskrivelse av dem selv og oversikt over tidligere utførte jobber, og hvor andre brukere kan skrive anmeldelser og anbefalinger. Det finnes en rekke tilsvarende internasjonale delingsøkonomiske initiativ som TaskRabbit. Vi har ikke omtalt disse, men observerer at de er store i utlandet og kan ha hatt noe aktivitet i Norge.

[26] http://e24.no/naeringsliv/gr-nder/denne-gr-nderbedriften-ansetter-20-syklister-i-uken/23615865

Norge har en utfordring når det gjelder å håndtere skatteinnkreving hos småjobbformidlere. Regelverket er ikke laget for å håndtere den type formidling som skjer over disse typer digitale plattformer. Regelverket tillater aktører å utføre småjobber skattefritt, opptil 6 000 kroner per hjem, men i realiteten er det ingen kontroll på hvor mange hjem aktørene utfører disse jobbene i, eller om det overstiger det skattefrie beløpet.[27]

WeClean og Freska Norge driver med formidling av vaskeoppdrag. Personer og bedrifter kan gå gjennom en bestillingskanal hvor oppdragene automatisk blir formidlet til plattformenes samarbeidspartnere Disse plattformene formidler kun er vaskeoppdrag, det er ikke mulig å velge hvem som skal vaske, og man må som vasker bli forhåndsgodkjent før man kan begynne å ta på seg oppdrag.

Lotel, Inkeys og Easybnb driver alle med formidling av støttetjenester til utleie av boligen personer over Airbnb.

Alle initiativene er kommersielt innrettet. Det er stor usikkerhet rundt anslaget på den økonomiske aktiviteten over disse plattformene. Antallet tjenester som utføres over denne typen plattformer har hatt stor vekst og har potensiale for å vokse mye fremover. Det er vanskelig å sammenligne med tradisjonelle markeder, da det er så mange typer tjenester som blir utført. Likevel er det sikkert at omfanget utgjør en svært liten andel av det samlede markedet.

Finn Småjobber.[28] Finn Småjobber er en avdeling i finn.no AS som igjen er en eid av Schibsted ASA. Finn Småjobber ble lansert i slutten av 2013 og formidler tjenester over hele landet.

Personer kan legge ut småjobber på et åpent marked, eller inviterer personer direkte til jobben. Deretter kan personer som ønsker å gjøre jobben melde sin interesse. Personer som er interessert i eller ønsker å utføre jobbene betaler Finn for å se jobb-beskrivelsen. Det er kun fire jobbere som kan melde sin interesse per jobb, og da kan tilbyderen velge mellom de jobberne som har meldt sin interesse. Finn Småjobber setter med andre ord kun personene i kontakt. De må selv organisere utførelsen og betalingen for arbeidet. På sikt ønsker Finn at hele transaksjonen skal gå gjennom dem, slik at de kan ta en liten andel av betalingen og tilby flere tjenester og funksjoner. Finn har sett at det skjer mye på dette området og ønsket å sikre seg en markedsplass. Det er mest privatpersoner som utfører jobbene.

Finn Småjobber har hatt en rask vekst og det ble matchet 45 000 jobber i fjor til en gjennomsnittlig verdi av litt over 1 000 kroner. Dette gjør dem til den største delingsøkonomiske aktøren for tjenester i Norge i 2015.

Zappy. Zappy er en plattform som har formidlet mindre arbeidsoppdrag siden 2015. Plattformen ble etablert av Alexander Eloy og Rene Skaflestad. Zappy har en andel arbeidsoppdrag som skjer over nett (ikke-stedbundne), men også en andel arbeidsoppdrag som er avhengig av geografisk nærhet. Brukerne lager brukerprofiler med beskrivelse av seg selv og hvor det samles informasjon om oppdragene de har lyst ut eller utført, samt anbefalinger og anmeldelser fra andre brukere.

---

[27] http://www.skatteetaten.no/no/Person/Selvangivelse/tema-og-fradrag/Jobb-og-utdanning/skattefrie-smajobber/smajobber/

[28] Finn Småjobber formidler både stedbundne og ikke-stedbundne tjenester. Vi har valgt å kategorisere aktøren under stedbundne tjenester siden de formidler flere tjenester av den typen, enn ikke-stedbundne tjenester.

Oppdragsgivere beskriver jobben de vil ha gjort og legger den ut på plattformen. Personer som er interessert i å gjøre jobben melder sin interesse. Deretter velger oppdragsgiver den personen de ønsker og diskuterer detaljene vedrørende oppdraget gjennom en chat-funksjon på plattformen. Når oppdraget er utført betaler oppdragsgiver personen over plattformen og gir en vurdering som kommer på deres profil.

Personer som ønsker å gjøre en jobb søker etter interessante arbeidsoppdrag. Plattformen har funksjoner for å finne frem til relevante oppdrag for den enkelte person. Personene melder sin interesse for jobber de ønsker å gjøre. Det er mulig å skrive en kommentar når de melder sin interesse. Dersom de får jobben vil de diskutere detaljer ved utførelsen. Etter de har utført jobben får de bli betalt og kan gi en vurdering av oppdragsgiveren. Begge parter har et insentiv til å gjøre en god jobb og være enkle å arbeide med, da dette vil gi dem gode vurderinger som igjen gir dem et godt omdømme til fremtidige oppdrag.

Jobbr. Jobbr er en markedsplass hvor brukere kan legge ut og finne mindre arbeidsoppgaver. Brukerne har profiler med beskrivelse og mulighet for anmeldelse og anbefalinger. Betalingen for jobben går gjennom plattformen. Det er en plattform med lignende funksjonaliteter som Zappy.

Jobbr ble etablert i 2015 av fire studenter i Trondheim. Gründerne bak Jobbr gikk videre til å lage selskapet Korde som er et selskap som jobber med utvikling av digitale produkter for andre selskaper, men utvikler også egne produkter som Jobbr. Plattformen Jobbr har hatt noe suksess, men de har bestemt seg for å relansere tjenesten i 2017.

WeClean. WeClean driver innenfor markedet renholdstjenester i Oslo, og ble etablert i 2015 av Kim Haagensen. Som kunde kan man beskrive og bestille vaskeoppdrag over deres plattform. WeClean vil koble oppdraget til en av sine vaskere, som vil utføre det. Både kundene og vaskerne har profiler med vurderinger og anbefalinger fra andre brukere.

WeClean ønsker å gjøre noe med det svarte arbeidet som skjer i denne bransjen. De vil ha vaskerne i sentrum og tilby den beste tjenesten, ikke nødvendigvis til lavest pris. Så langt har de jobbet med å utvikle plattformen og lage en «proof of consept». Når de har en velfungerende plattform og forretningsmodell vil de kunne skalere opp og ta store markedsandeler. Tidligere tok de en del av betalingen fra oppdragsgiver til vasker. De har nå gått over til å bli arbeidsgiver for vaskerne. Det ble for vanskelig med enkeltmannsforetak.

Freska Norge. Freska Norge driver innenfor markedet renholdstjenester i Bergen og Oslo. De har utviklet en plattform som optimaliserer arbeidsflyten i det private renholdsmarkedet. Ved å ta i bruk plattformen som gjør intelligente matcher mellom kunde og rengjørere basert på begge parters preferanser, ønsker Freska å gjøre livene til begge parter enklere, samtidig som hvit vaskehjelp blir rimeligere..

Selskapet het opprinnelig Wipe og ble etablert i oktober 2015 av Erik Dalland og Dennis Stokseth. Wipe skiftet navn til Freska Norge etter de signerte en fusjonsavtale med det tilsvarende finske selskapet Freska.

Lotel, Inkeys og Easybnb. Lotel, Inkeys og Easybnb driver alle med formidling av støttetjenester til utleie av boligen personer over Airbnb. Disse aktørene er en del av delingsøkonomien i form av at de jobber opp mot Airbnb, men ikke inkludert i vår delingsøkonomidefinisjon (se kapittel 2). Disse aktørene hjelper personer som ønsker å leie ut hele eller deler av boligen sin på Airbnb. De gjør alt fra å ta bilder og legge ut boligen på Airbnbs plattform til å håndtere booking, nøkkeloverlevering, vasking og

rydding. Aktørene tar en andel av inntekten fra utleien og/eller faste priser for ulike oppgaver i betaling for sine tjenester.

Lotel ble startet av NHH-studentene Oscar Hellenes, Jon Trygve Hegnar, Hans L. Falck og Hermann Aleksander Dahl i 2015. Inkeys ble startet av Magnus Kristiansen i 2015. Easybnb ble etablert i 2016 av Jacob Mørch og Carl Christian Ellingsen.

Ikke-stedbundne tjenester

Det finnes fem delingsøkonomiske aktører som formidler ikke-stedbundne tjenester i Norge. Dette er type tjenester som ikke er avhengig av at personene som utfører arbeidet er i fysisk nærhet til personene som etterspør arbeidet. Felles for disse aktørene er at de drifter digitale plattformer som setter tilbydere og personer som etterspør slikt arbeid i kontakt med hverandre. Denne gruppen aktører og typen tjenester de tilbyr skiller seg fra de stedbundne i form av at de i større grad er eksponert for konkurranse fra utlandet. På den andre siden har de også mulighet til å ta markedsandeler utenfor Norge.

Et viktig poeng med disse tjenestene er at personer kan tilby tjenester over disse plattformene og tjene godt over lønnsnivået i sitt lokale arbeidsmarked, men samtidig til en lavere sats en det som er på det på oppdragsgivers lokale marked. Men det er ikke kun forskjeller i lønnsnivå som er årsaken til lønnsomheten bak denne formen for freelance arbeid, det er også en måte å organisere arbeid, og en kobling av arbeidskraft og oppgaver som kan gi høyere kvalitet til en lavere pris.

Outsourcing er allerede utbredt og en naturlig utvikling i en mer globalisert og spesialisert verden. Disse aktørene gjør ikke arbeidet selv, men drifter en plattform som setter tilbydere og etterspørrere i kontakt med hverandre. I tillegg kan plattformen ha andre funksjoner som forenkler denne prosessen eller øker verdien av tjenesten.

Alle aktørene er kommersielt innrettet.

Konsus[29]. Konsus er et norsk selskap som formidler outsourcing av arbeidsoppgaver til freelancere internasjonalt. Arbeidsoppgaver som grafisk- og internettdesign, dataarbeid, skriving og utforming av presentasjoner. Oppdragsgivere kan beskrive prosjektet de ønsker gjort, og freelancere melder sin interesse. Plattformen setter oppdragsgivere i kontakt med freelancere. Kommunikasjonen mellom brukerne og betalingen for arbeidsoppgavene går over Konsus sin plattform.

Sondre Rasch og Fredrik Thomassen startet Konsus i 2014. De har fått mye oppmerksomhet og støtte fra investorer. Konsus samarbeider med Y Combinator, en anerkjent start-up inkubator i USA og har virksomhet både i Oslo og California.

Graphiq. Graphiq kobler bedrifter med frilans grafiske designere og er innen markedet for formidling av designtjenester. De har derfor konkurranseflate mot tradisjonelle grafiske designselskaper og frilansere som ikke benytter seg av deres plattform. De ser ikke selv på Graphiq som en delingsøkonomi aktør selv om mediene har omtalte Graphiq som det. Graphiq er en tosidig plattform som formidlere kontakt mellom oppdragsgivere og frilansdesignere. Likhetstrekkene går heller til bemanningsbyråere som formidlere arbeidskraft mellom selskapene som trenger personell og folk som ser etter jobb. Forskjellen er bare at Graphiq benytter seg av teknologi for å gjøre matchingen.

---

[29] http://www.dn.no/grunder/2015/11/16/1738/Norge/vil-sende-konsulenttjenester-til-utlandet http://e24.no/naeringsliv/gr-nder/norske-konsus-gjoer-suksess-i-silicon-valley-mener-norske-gr-ndere-jobber-for-lite/23756816

Graphiq er et norsk selskap som setter grafiske designere i kontakt med oppdragsgivere for designoppdrag. Graphic Design Collective, ble etablert av Jakob Palmers og Erik Sandsmark i 2015, men skiftet kort tid etter navn til Graphiq. Grunderne møttes på NTNUs entreprenørskole. De var med på oppstarten av Jobbr, men trakk seg ut.

Graphiq har hatt en rask vekst og har en rekke norske frilanse designere knyttet til seg, samt noen utenlandske. De har jobbet opp mot alt fra etablerte store aktører i det norske markedet som Evry og BDO i tillegg til utenlandske oppstartsbedrifter fra Silicon Valley. Graphiq ønsker å forenkle prosessen ved designoppdrag både for kunder og freelancere, og gjør dette gjennom funksjonaliteter på deres plattform. For kundene gjør Graphiq det lettere å komme i kontakt med dyktige designere med gode kommunikasjonsevnere som kan levere raskt og til en konkurransedyktig pris. For frilans designerne leverer Graphiq en plattform hvor de kan få en stabil etterspørsel i oppdrag og inntekt, enklere form for kommunikasjon og spennende prosjekter. På sikt ønsker Graphiq å tilrettelegge for automatisk betaling og regnskapsføring slik at MVA og skatt kan rapporteres direkte til Skatteetaten. Foreløpig er det en seleksjon av designere som får tilby sine tjenester på deres plattform. Graphiq har ambisjoner om å vokse internasjonalt og har allerede internasjonale kunder fra USA og England. I tillegg var Graphiq med på 500 Startups første nordiske akseleratorprogram.[30]

Øvrige initiativ i segmentet ikke stedbundne tjenester. I tillegg til de omtalte initiativene er det noen initiativer som er etablert i nyere tid eller som vi ikke har fått snakket med. Vi vil presentere de i korthet i det følgende.

Style Advice er en digital plattform som kobler brukere med stylister fra hele verden. Dette er et initiativ som har fått mye medieoppmerksomhet i forbindelse med delingsøkonomien. Jonas Tesfu er daglig leder i Style Advice som ble startet i 2015. Vi har ikke snakket med dem eller fått innblikk i status for bedriften i dag, men det er et eksempel på hvordan initiativer spesialiserer seg på tjenester og utvikler en egen plattform for dette.

Det finnes en rekke selskaper som formidler arbeidskraft, som ikke er avhengig av geografisk nærhet, over digitale plattformer. To av de ledende er Upwork og Freelancer. Upwork er en digital plattform som formidler arbeidsoppgaver til freelancere. De formidler arbeid innen en rekke områder som applikasjon-utvikling, design, tekstforfattere, virtuelle assistenter, kundebehandling, salg og markedsføring, regnskap, konsulenttjenester og annet. Upwork ble lansert da to ledende selskaper innenfor online arbeid, Elance og oDesk slo seg sammen i 2014. I likhet med Upwork er Freelancer en digital plattform som formidler outsourcing av arbeidsoppgaver til freelancere for en rekke ulike arbeidsområder. Freelancer er et australsk selskap. Selskapet har kjøpt opp en rekke lignende markedsplasser. Freelancer har over 20 millioner oppdragsgivere og freelancere over hele verden.

4.4 Øvrige initiativer

Det er en rekke delingsøkonomiske initiativer som ikke faller inn under segmentene over. Vi har valgt å presentere dem i et segment her, men vil dele dem opp i ulike segmenter når vi skal anslå de ulike delenes omfang i fremtiden.

[30] http://500nordics.co/2016/01/09/announcing-our-vikings-500-nordics-batch-1/

Båt

Det er tre delingsøkonomiske aktører som formidler privatutleie av båter i Norge. Det kunne tenkes at disse skulle under persontransport uten sjåfør, men vi oppfatter det som at det er opplevelsen og ikke transportbehovet som er hovedaspektet ved tjenesten. De er alle kommersielt innrettet og driver innen markedet privatutleie av båter.

Det er også flere aktører som driver med utleie av ting, som Leieting og Plendit, hvor en andel av tingene som leies ut over deres plattform er båter. Disse er omtalt i neste delkapittel.

Boatflex. Boatflex er et dansk selskap som ble lansert i Norge i 2015. Boatflex er en plattform som formidler båtutleie mellom personer som er tilknyttet tjenesten. Båteiere kan legge ut båten sin for utleie over plattformen, og brukere kan søke og finne riktig båt for deres formål. Det er funksjoner for å finne båt etter tid, lokasjon, pris og attributter ved båten. Brukerne har profiler med beskrivelse av båten og/eller seg selv og hvor andre brukere som har gjennomført leie oppdrag kan skrive anmeldelser og anbefalinger. Transaksjonen går gjennom plattformen og Boatflex tar en andel av prisen som betaling. Virksomheten har konkurranseflate mot tradisjonelle båtutleieselskap men også privat båteierskap. I likhet med privat bilutleie kan det tenkes at noen som tidligere ville eid båt, nå kun leier siden det er mulig. Men med tanke på at båteierskap er mindre utbredt enn bileierskap, kan det tenkes at privat båtutleie i hovedsak gjør båter tilgjengelig for personer som i utgangspunktet ikke hadde båt. Boatflex kobler sammen båteiere, båter og personer som ønsker å leie båten over hele verden. De har 4 ansatte i Europa og 3 i USA.

Nabobåt. Nabobåt er en del av selskapet Nabobil. Det er i likhet med Boatflex en plattform som formidler privatutleie av båter, men er i dag kun etablert i Norge. Plattformen har i stor grad de samme funksjonalitetene som Boatflex. Nabobåt ble lansert i 2016. Det har vært en konflikt mellom Nabobil som har domenenavnet nabobat.no og personene som har kjøpt domenet nabobåt.no og nabobaat.no, som er i ferd med å utvikle en lignende tjeneste.[31] Denne tjenesten er ikke lansert ennå.

Annet

Det er delingsøkonomiaktører som formidler leie av en rekke andre ting enn det som er nevnt i de overordnede segmentene. I det følgende vil vi presentere de øvrige aktørene:

- Leieting, Wace, Plendit og Peerby formidler alle utleie av ting over deres digitale plattformer.
- Vpark og Space formidler leie av parkeringsplasser.
- Lydelig formidler leie av musikere mens Champ setter personer som ønsker å trene sammen i kontakt.
- Grabster, Resterant, Nabomat og Too Good To Go formidler matlagingstjenester.
- Eat in Common og EatWith setter folk som ønsker å spise sammen i kontakt.

Leieting. Leieting er en plattform som formidler utleie av ting. Brukerne lager profiler og legger ut og finner ting til leie. Plattformen har funksjoner for å finne ting etter lokasjon, pris og kategori. Transaksjonen gjøres over Leieting sin plattform som tar en provisjon på 20 prosent. Dette inkluderer en forsikring av tingene som leies ut over plattformen. Alle brukerne kan gi hverandre tilbakemeldinger etter utleie. Leieting er et norsk selskap

[31] http://www.dn.no/grunder/2016/04/07/2204/Grnder/krangler-om-nabobtnavnet

som ble startet av Bjørn Reidar Ur og Christer Hansen Eriksen i 2015. De er basert i Bergen, men formidler utleie av ting mellom personer hele Norge.

Plendit. Plendit er i likhet med Leieting en markedsplass for utleie av ting over en digital plattform. Plendit ble etablert i 2015 og formidler utleie av ting over hele Norge. Plattformen ble startet av ansatte i Finn.no, som så at dette var et behov som krevde et rammeverk som ikke var tilstede på Finn. Det er verifisering av alle brukere, sikker betaling og forsikring på alle transaksjoner over plattformen. Plendit er ikke en del av Finn.

Peerby. Peerby er en plattform for deling av ting. Den skiller seg fra andre markedsplasser for leie av ting gjennom at det er gratis og at det er en etterspørselsdrevet kobling. Brukere som har behov for noe kan melde om det på plattformen, og naboer vil få beskjed om dette. Dersom noen av naboene melder fra om at de har og ønsker å låne bort tingen som er etterspurt, blir de to brukerne satt i kontakt. Brukerne betaler ikke noe for tingene de låner. Peerby har ideelt formål om å få naboer i kontakt med hverandre, redusere massekonsum og dets påvirkning på miljøet.

Peerby er et Amsterdambasert selskap. De startet opp i 2012 og fasiliteter deling av produkter i over 20 byer i Europa og USA. I slutten av 2015 lanserte de Peerby Go på plattformen deres som tillater leie av ting med garantert tilgjengelighet, levering og forsikring.

Vpark. Vpark er en plattform for formidling av parkeringsplasser i Oslo. Vpark ble etablert av Arbab Dar og Kapil Kumar i 2014 og lanserte applikasjonen i 2015. Personer som disponerer areal som kan brukes til parkering kan laste opp parkeringsplassen sin til utleie over plattformen. Brukere som trenger et sted å parkere kan finne frem til og booke en parkeringsplass i nærheten av der de skal når de trenger det. Plattformen har også funksjon for navigering med kartfunksjon. Betalingen for leie av plassen går gjennom plattformen.

Resterant, Nabomat og Grabster. Resterant, Nabomat og Grabster er plattformer som formidler kontakt mellom personer som ønsker å kjøpe og selge hjemmelaget mat. Det finnes også internasjonale aktører som MenueNextDoor, men de har ikke startet opp i Norge.

Resterant er en plattform som formidler kontakt mellom privatpersoner for salg av hjemmelaget mat. En markedsplass for hjemmelaget takeaway. Brukere kan legge ut annonser for hjemmelagde retter og andre brukere kan kjøpe dem. Alle brukerne har profiler hvor de får vurderinger og anbefalinger fra andre brukere. Henting eller levering av maten avtales mellom brukerne. Betalingen skjer gjennom plattformen. Resterant ble etablert i 2015 av Natascha Therese Riis Dogger og Henrik Thorgersen Tveter. De solgte det videre til Torgeir Cook og Thomas Rolfsnes i 2016, som skal videreutvikle tjenesten og lansere en ny versjon i løpet av høsten 2016.

Nabomat er en markedsplass for hjemmelaget takeaway fra kvalitetssikrede kokker. Nabomat kvalitetssikrer kokkene og hjelper dem å utvide virksomheten deres dersom de ønsker det. Hjemmekokker som er kvalitetssikret av Nabomat får tilgang til å legge ut retter over deres plattform. Brukere kan søke opp hjemmekokker i nærheten og kan bestille og avtale henting eller levering. Hjemmekokkene svarer på bestillingen og lager maten som er bestilt. Betalingen skjer over plattformen og Nabomat tar en andel i betaling. Nabomat ble etablert i 2016 som en del av Transactions AS, formidler denne typen tjeneste over hele landet og har ambisjon om videre vekst. Ifølge Torgeir Cook i Nabomat er denne typen virksomhet innenfor Mattilsynets regelverk så lenge det ikke er

husdyr på kjøkkenet, at fisk, kjøtt og annet behandles separat, og at det opplyses om allergener i maten. Brukerne oppfordres til å lese seg opp på Mattilsynets regelverk.

Grabster. Grabster er en plattform som formidler kontakt mellom kjøpere og selgere av hjemmelaget mat som ligner Resterant og Nabomat, men er ikke lansert enda. Grabster er etablert av en gruppe studenter (Torbjørn Vallestad, Magnus Tovsen Solheim, Sam Mathias Weggersen og Stian Michael Årsnes) i Trondheim i 2015.

Too Good To Go. Too Good To Go er en plattform som formidler kontakt mellom cafeer, restauranter, bakerier, hoteller og butikker og folk for å redusere kasting av mat. Tilbyderne melder seg opp på applikasjonen og sier ifra når de har mat til overs og når denne maten må hentes. På plattformen finner brukere frem til spisesteder i nærheten som selger ferskvarer og ferdiglaget mat som de ellers ville ha måttet kastet til en rimelig pris. Betalingen skjer på forhånd over plattformen og brukerne henter selv maten ved å møte opp og vise frem kvitteringen.[32] Too Good To Go er et konsept som først ble lansert i Danmark i desember 2015, og det norske selskapet ble etablert i februar 2016.

Samspising

Det finnes en rekke internasjonale aktører som formidler kontakt mellom personer som ønsker å spise sammen. Vi vil presentere Eat in Common og Eatwith.

Eat in common er en plattform som formidler kontakt mellom folk som ønsker å spise sammen. Medlemmer på plattformen som ønsker å arrangere et måltid kan informere om dette over plattformen. Andre brukere kan melde seg på arrangementet. Eat in Common er et dansk selskap som ble startet av Metteliva Henningsen i 2013.[33]

EatWith er en plattform som formidler kontakt mellom folk som ønsker å spise sammen. Lignende konsept som Eat in Common. EatWith har over 650 verter i over 200 byer i 50 forskjellige land. (Antagelig svært lite aktivitet i Norge)

Øvrige initiativer

I tillegg til de omtalte initiativene er det noen initiativ som er etablert i nyere tid eller som vi ikke har fått snakket med. Vi vil presentere de i korthet i det følgende.

Maritim utleie er en tjeneste som startet i 2014. Netyachts AS eier og drifter Maritim Utleie og lanserte i 2014 Book&Boat som er den digitale plattformen til Maritim Utleie. På denne plattformen kan personer leie ut båtene sine. De er basert i Norge og kobler sammen båter og brukere flere steder i landet.

ToolPool. ToolPool virker som et markedsføringstiltak for Jernvarehandlene AS i Oslo. Det er et konsept fra Malmö Hardware Store[34] Dersom man deler en link til nettstedet deres på Facebook, så vil man få tilgang til å låne verktøy fra deres verktøylager helt gratis. Dette er en slags B2C tjeneste, og det er en deling av verktøy som potensielt fører til en høyere utnyttelsesgrad av verktøyet. Det er en plattform gjennom en Facebook-applikasjon. Det er flere andre butikker som adaptere konseptet i andre byer.

[32] http://www.dn.no/smak/2016/02/10/1340/Delingskonomi/n-kommer-uber-for-mat

[33] http://www.online.no/delingsoekonomi/eat-in-common.jsp

[34] https://www.youtube.com/watch?v=V8zOcBKLfko

Wace. Wace har blitt omtalt mye i mediene i forbindelse med delingsøkonomien. Det er et initiativ som driver med formidling av utleie av ting. Det finnes lite informasjon om initiativet og de har ikke respondert på vår henvendelse.

Space. Space er en plattform for formidling av parkeringsplasser. Den har i stor grad de samme funksjonene som Vpark. Space har valgt å først løse parkering i forbindelse med arrangementer. Deretter vil de gå over til parkeringsløsninger generelt sett. De har delt opp tjenesten i korttid- og langtidsparkering. Space ble etablert i 2014. Space har åtte ansatte.

Lydelig. Lydelig er et nettsted som kobler usignerte artister med arrangører. Artistene legger ut informasjon om dem selv på nettstedet. Arrangørene kan finne, booke og betale artister for å opptre på deres arrangement. Lydelig ble startet av Johannes Amble, Kaja Skovborg-Hansen og Ellen Lødrup Barkost, tre studenter i Trondheim i 2015. De ønsker å bidra til at flere musikere skal kunne lykkes som selvstendig næringsdrivende i Norge. Markedsplassen har som mål å bedre vilkårene for utøvende kunst i Norge. [35] Det er usikkert om initiativet fortsatt er i drift.

Champ. Champ, en applikasjon som formidler kontakt mellom personer som ønsker å trene sammen, har blitt omtalt mye i media i forbindelse med delingsøkonomien.[36] Vi har ikke funnet plattformen, eller funnet måter å komme i kontakt med dem på.

[35] http://xn--leverandrbasen-xqb.no/leverandor/lydelig

[36] http://www.dn.no/dnaktiv/2015/10/24/1224/Delingskonomi/champ-skal-bli-treningens-Uber-og-airbnb

5. Vurdering av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi i dag

I dette kapittelet gis en vurdering av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi i dag, dvs. for året 2015. For å vurdere betydningen av delingsøkonomiinitiativene i 2015 står det sentralt å vurdere omfanget av den økonomiske aktiviteten. Som nevnt i kapittel 3 vurderer vi omsetningen delingsøkonomiinitiativene har bidratt til.

5.1 Metodisk tilnærming og sentrale forutsetninger

I samtaler med delingsøkonomiinitiativene har det stått sentralt å få svar på hva omsetningen som ble formidlet gjennom deres tjenester var i 2015. Av ulike årsaker er dette tall flere av delingsøkonomiinitiativene ikke uten videre går ut med. I de tilfeller vi ikke har fått tilgang til tallene, fra Brønnøysundregisteret eller fra initiativene selv, har vi vært nødt til å anslå dem på egenhånd. Det har vært viktig å få frem usikkerheten. For initiativene vi har sikre tall for, er det ingen usikkerhet. For initiativer vi ikke har tall for er det både fare for at vi undervurderer og overvurderer betydningen av initiativene. For å ta usikkerheten på alvor har vi derfor utarbeidet trippelanslag for bidraget fra initiativene vi ikke har tall for. Det vil si at vi ikke bare kommer med ett punktanslag på betydningen av initiativene (midtanslaget), men også et lavt og et høyt anslag.

Når vi ikke har fått tall har vi kategorisert initiativene i to grupper, de som er av en betydningsfull størrelse (A) og de som var i oppstartsfasen (B). Vi har blitt nødt til å utarbeide egne anslag for begge gruppene, men tilnærmingen har vært forskjellig. For gruppe A har vi tatt utgangpunkt i all tilgjengelig informasjon og utarbeidet spesifikke anslag for hvert av initiativene. Eksempelvis har vi kunnet anslå den samlede omsetningen når vi har omsetningen for delingsøkonomiinitiativet og vet hvor stor andel av konsumentprisen som går til delingsøkonomiselskapet. I tillegg har vi fått frem usikkerheten ved å lage et høyt og et lavt anslag. For gruppe B har vi forutsatt at et lavt anslag er at omsetningen er lik 0,5 mill. kroner per initiativ, middelsanslag lik 1 mill. kroner per initiativ og 2 mill. kroner per initiativ som et høyt anslag.

5.2 Hovedresultater fra usikkerhetsanalysen

Vår analyse leder frem til et anslag om at delingsøkonomiinitiativene sto for en samlet omsetning på 504 mill. kroner i 2015. Til sammenligning var BNP for fastlands-Norge, ifølge SSB, lik 3 131 mrd. kroner i 2015. Delingsøkonomien utgjorde cirka 100 kroner per innbygger og 0,16 promille av BNP i 2015. Anslaget ville blitt høyere med en utvidelse av definisjonen vi har lagt til grunn, se kapittel 2.

Til sammenligning gjennomførte PwC (2016) en tilsvarende studie for EU i 2015. De kom frem til at omsetningen fra delingsøkonomien var 28 100 mill. euro, som tilsvarer 253 mrd. kroner. Med et innbyggertall på cirka 500 millioner tilsvarer det 500 kroner per innbygger. Det er flere grunner til at dette anslaget er høyere enn vårt. For det første legger vi en snevrere definisjon av delingsøkonomien til grunn, vi inkluderer blant annet ikke strømmetjenester av musikk og finansielle tjenester (mikrolån etc.). For det andre er delingsøkonomien mer utviklet i Europa enn i Norge.

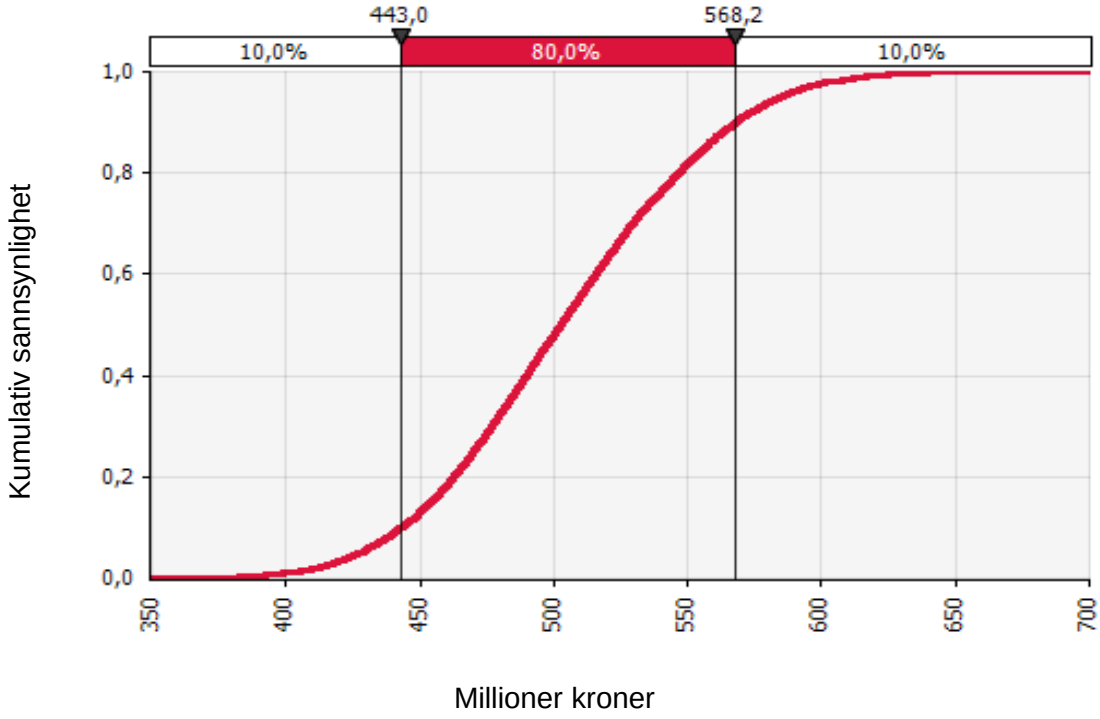
Vårt anslag er usikkert. Flere initiativer har ikke gitt oss informasjon om omsetningen som ble formidlet gjennom deres plattformer i 2015, og vi har blitt nødt til å utarbeide egne anslag. Det står sentralt å synliggjøre usikkerheten, og vi har derfor gjennomført

en usikkerhetsanalyse. Forutsetningene som er lagt til grunn for analysen er dokumentert i vedlegg VC.1.

I det følgende presenterer vi hovedresultatene fra usikkerhetsanalysen av delingsøkonomiinitiativene betydning for norsk økonomi i 2015. Hovedresultatene er presentert ved en S-kurve.

En S-kurve viser den samlede sannsynlighetskurven for bidraget fra delingsøkonomiinitiativene. S-kurven, se figur 5.1, viser at usikkerheten i anslaget innebærer at det er 10 prosent sjanse for at omsetningen er 443 mill. kroner eller lavere. Usikkerheten er videre slik at det er 10 prosent sjanse for at omsetningen er 568 mill. kroner eller høyere. Dette betyr at usikkerheten innebærer at det er 80 prosent sjanse for at omsetningen i 2015 er mellom 443 mill. kroner og 568 mill. kroner, og med 504 mill. kroner som vårt beste punktanslag (dvs. den forventede verdien).

Figur 5.1 S-kurve for delingsøkonomiinitiativenes omsetning i 2015



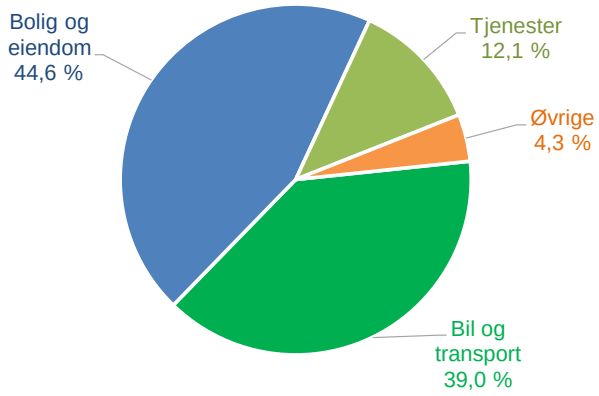
Kilde: Vista Analyse

En undersøkelse fra SIFO (Slettemeås og Kjørstad, 2016) forteller oss at 13 prosent av Norges befolkning er medlem av én eller flere delingstjenester, mens 6 prosent er aktive brukere. Det understøtter et relativt beskjedent anslag på delingsøkonomiaktiviteten i 2015.

5.3 Fordeling av omsetningen

Det er interessant å se nærmere på hvordan det forventede anslaget på omsetningen fra delingsinitiativene lik 504 mill. kroner fordeler seg på hovedkategoriene av delingsøkonomiinitiativer, definert i delkapittel 2.2. Figur 5.2 viser hvordan den forventede omsetningen i 2015 fordeler seg på de fire hovedkategoriene.

Figur 5.2 Fordeling av forventet omsetning i 2015 på hovedkategorier av delingsøkonomiinitiativene

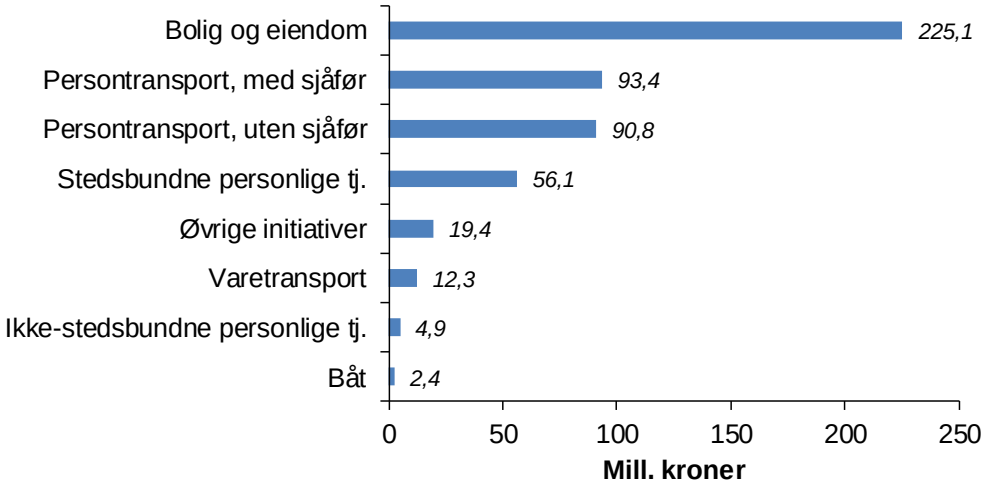


N = 504 mill. kroner. Kilde: Vista Analyse.

Som vi ser fra figur 5.2 fordeler anslaget seg på bolig og eiendom (45 prosent), bil og transport (39 prosent), tjenester (12 prosent) og øvrige (4 prosent). Den største omsetningen finner vi altså innen bolig og eiendom, fulgt av bil og transport.

Figur 5.3 viser hvordan den forventede omsetningen i 2015 fordeler seg på underkategorier av delingsøkonomiinitiativene. Som vi ser fra figuren er det største bidraget fra bolig og eiendom, som er mer betydningsfull (målt i omsetning) enn persontransport, med og uten sjåfør. Som i Sverige, se Felländer m.fl. (2015), er omfanget av delingsøkonomien i Norge i 2015 dominert av globale aktører som Airbnb og Uber.

Figur 5.3 Fordeling av forventet omsetning i 2015 på underkategorier av delingsøkonomiinitiativene



Kilde: Vista Analyse.

6. Vurdering av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi i fremtiden

I dette kapittelet gis en vurdering av delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi i fremtiden, dvs. for året 2025. For å vurdere betydningen av delingsøkonomiinitiativene i 2025 står det sentralt å vurdere omfanget av den økonomiske aktiviteten. Som nevnt i kapittel 3 vurderer vi omsetningen delingsøkonomiinitiativene forventes å bidra til.

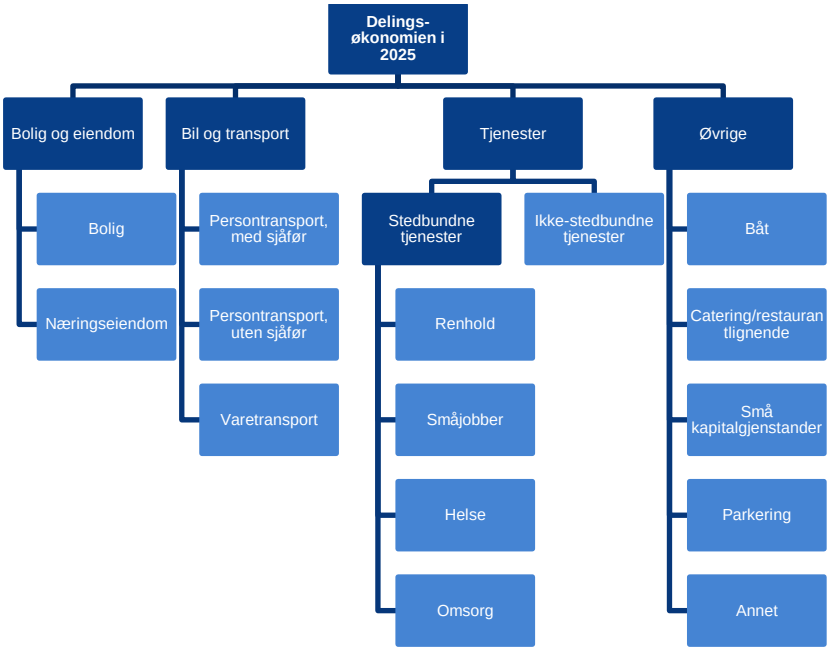
6.1 Metodisk tilnærming og sentrale forutsetninger

Vår metodiske tilnærming for å anslå forventet bidrag fra delingsøkonomien til norsk økonomi i 2025 har vært å gjennomføre en usikkerhetsanalyse ved hjelp av en ekspertgruppe. Den 7. september 2016 gjennomførte vi et usikkerhetsseminar med personer som på ulike måter har innsikt i delingsøkonomien i dag, og derfor kan omtales som eksperter. Deltakerne på usikkerhetsseminaret er dokumentert i vedlegg A.

Analysen er subjektiv i den forstand at den bygger på forsamlingens subjektive vurderinger, men det viser seg nyttig å bryte den store usikkerheten ned i deler og så utarbeide konsensusanslag om usikkerheten rundt hver del. Vi benyttet i store trekk samme metode for å komme frem til anslaget for 2015.

Usikkerhetsanalysen startet med at vi gjennomgikk våre forutsetninger og resultatene av usikkerhetsanalysen av bidraget fra delingsøkonomien i 2015. Deretter fikk vi ekspertene til å vurdere og bli enige om et lavt (P10), middels (P50) og høyt (P90) anslag på hver lyseblå boks/kategori i figur 6.1. Denne delen av usikkerhetsseminaret ledet frem til trippelanslag på omfanget av de ulike delene av delingsøkonomien. Anslagene er dokumentert i vedlegg VC.2.

Figur 6.1 Kategorisering av delingsøkonomien i 2025



Kilde: Vista Analyse.

Deretter vurderte vi hvilke usikkerhetsfaktorer som kan påvirke nivået på delingsøkonomien i 2025. Det ble diskutert om usikkerheten i de foreslåtte usikkerhetsfaktorene allerede var innarbeidet i anslagene vi tidligere i prosessen hadde blitt enige om. Basert på diskusjonen kom vi frem til at følgende usikkerhetsfaktorer ikke er gjenstand for dobbelttelling og påvirker hele eller deler av delingsøkonomien i 2025. Prosessen ledet oss frem til følgende usikkerhetsfaktorer med virkningsområder:

- **Økonomisk vekst.** Økonomisk vekst i Norge påvirker omfanget av hele delingsøkonomien
- **Preferanser/holdninger.** Preferanser/holdninger til moderne delingsøkonomi påvirker omfanget av hele delingsøkonomien.
- **Teknologisk utvikling.** Teknologisk utvikling av delingsplattformer påvirker omfanget av hele delingsøkonomien.
- **Offentlige reguleringer.** Offentlige reguleringer av delingsøkonomien og markedene de opererer i påvirker omfanget av hele delingsøkonomien.
- **Arbeidsledighet og ulikhet.** Arbeidsledighet og ulikhet i samfunnet påvirker omfanget av hele delingsøkonomien.
- **Urbanisering.** Graden av urbanisering påvirker omfanget av delingsøkonomien innenfor bolig og eiendom, og bil og transport.

Usikkerhetsfaktorene og anslaget på deres verdier (lavt, middels og høyt anslag) er dokumentert i vedlegg VC.2.

Ved hjelp av anslagene på omfanget av de ulike delene av delingsøkonomien og usikkerhetsfaktorene, og forutsetningen om at sannsynlighetsfordelingene er triangulære (se vedlegg C for forklaring), har vi simulert delingsøkonomiens samlede usikkerhet. I det følgende er alle anslag på omfanget av delingsøkonomien og underkategorier omtalt i 2016-kroner.

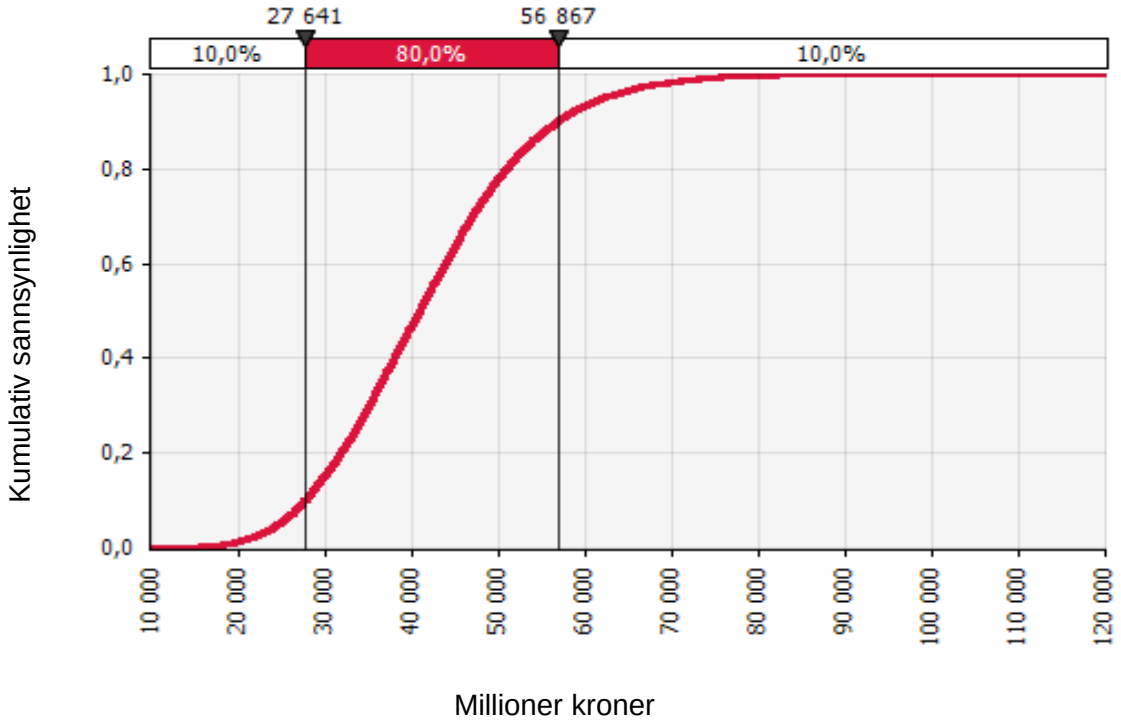
6.2 Hovedresultater fra usikkerhetsanalysen

Vår analyse leder frem til en forventning om at delingsøkonomiinitiativene vil stå for en samlet omsetning på 42 mrd. kroner i 2025. Selv om potensialet er stort, innebærer anslaget likevel at delingsøkonomien bare vil utgjøre en drøy prosent av totaløkonomien (BNP) i 2025. Anslaget ville blitt høyere med en utvidelse av definisjonen vi har lagt til grunn, se kapittel 2.

Vårt anslag er forbundet med stor usikkerhet. I det følgende presenterer vi hovedresultatene fra usikkerhetsanalysen av delingsøkonomiinitiativene betydning for norsk økonomi i 2025. Forutsetningene som er lagt til grunn for analysen er dokumentert i vedlegg VC.2. Hovedresultatene er presentert ved to typer figurer, S-kurve og tornadodiagram.

En S-kurve viser den samlede sannsynlighetskurven for bidraget fra delingsøkonomiinitiativene. S-kurven, se figur 6.1, viser at usikkerheten i anslaget innebærer at det er 10 prosent sjanse for at omsetningen er 28 mrd. kroner eller lavere. Usikkerheten er videre slik at det er 10 prosent sjanse for at omsetningen er 57 mrd. kroner eller høyere. Dette betyr at det er 80 prosent sjanse for at omsetningen i 2025 er mellom 28 mrd. kroner og 57 mrd. kroner, og med 42 mrd. kroner som vårt beste punktanslag (dvs. den forventede verdien).

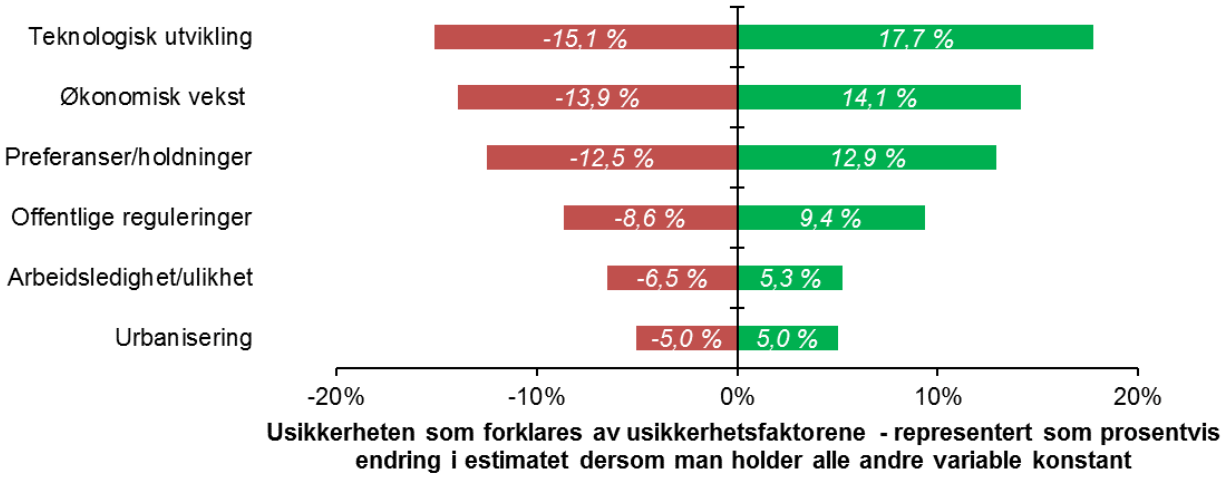
Figur 6.2 S-kurve for delingsøkonomiinitiativenes omsetning i 2025



Kilde: Vista Analyse.

Et tornadodiagram rangerer usikkerhetsfaktorene i forhold til deres påvirkning på det samlede bidraget til omfanget av delingsøkonomien i 2025. Som det fremkommer av tornadodiagrammet, i figur 6.3, står teknologisk utvikling som påvirker delingsøkonomien (uttrykt ved *teknologisk utvikling* i figur 6.3) for det største bidraget til usikkerheten, deretter økonomisk vekst i Norge (uttrykt ved *økonomisk vekst* i figur 6.3) osv. Omsetningen kan ikke gå under null, slik at oppsiden er større enn nedsiden.

Figur 6.3 Tornadodiagram over usikkerhetsfaktorene

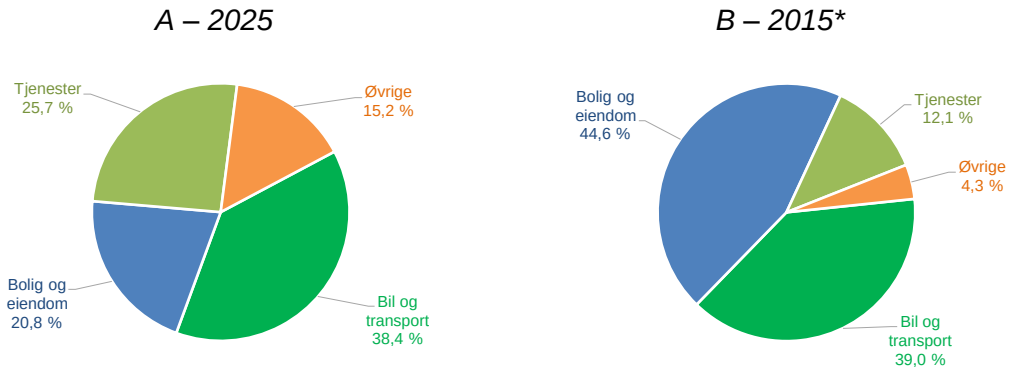


Kilde: Vista Analyse.

6.3 Fordeling av omsetningen

Det er interessant å se nærmere på hvordan det forventede anslaget på omsetningen fra delingsinitiativene lik 42 mrd. kroner fordeler seg på hovedkategoriene av delingsøkonomiinitiativer, definert i delkapittel 2.2. Figur 6.4A viser hvordan den forventede omsetningen i 2025 fordeler seg på de fire hovedkategoriene. Til sammenligning viser vi fordeling av omsetningen i 2015, se figur 6.4B. Denne figuren er identisk med figur 5.2.

Figur 6.4 Fordeling av forventet omsetning i 2015 på hovedkategorier av delingsøkonomiinitiativene



N = 42 mrd. kroner N = 500 mill. kroner

*Figuren er identisk som figur 5.2. Kilde: Vista Analyse.

Som vi ser fra figur 6.4A fordeler anslaget for 2025 seg på bil og transport (38 prosent), tjenester (26 prosent), bolig og eiendom (21 prosent) og øvrige (15 prosent). Den største omsetningen finner vi altså innen bil og transport, fulgt av tjenester.

Sett i sammenheng med dagens sitasjon, se figur 6.4B, forventer vi at alle deler av delingsøkonomien vil vokse betydelig frem mot 2025. Den relative veksten forventes imidlertid å være størst i innenfor tjenester og øvrige initiativer. Et betydelig bidrag til denne veksten er at er nye tjenester, eksempelvis innenfor helse og omsorg.

6.4 Spesielt om markedet for overnatting og markedet for persontransport med sjåfør

For å vurdere behovet for reguleringer er det interessant å vite om hvor stor delingsøkonomien forventes å bli innenfor ulike markeder. Det gir mest mening å vurdere dette for overnattingsmarkedet og markedet for persontransport med sjåfør siden disse markedene er relativt avgrensede i forhold til de øvrige markedene.

Tabell 6.1 viser omsetningen i de to markedene i 2015 og i 2025. 2025-tallene bygger på forutsetning om at begge markedene vokser med 2 prosent per år i tiårsperioden, som er i tråd med Perspektivmeldingen 2013 (Meld. St. 12, 2012-2013). Vi tar da ikke stilling til og høyde for at delingsøkonomien kan bidra til at de to markedene vokser mer enn 2 prosent per år.

For 2015 kommer vi frem til at delingsøkonomien utgjør henholdsvis 0,8 prosent (innenfor overnattingsmarkedet) og 1,2 prosent (innenfor markedet for persontransport med sjåfør).

Vår usikkerhetsanalyse leder frem til en forventning om at delingsøkonomien vil stå for 6,0 mrd. kroner i overnattingsmarkedet og 7,5 mrd. kroner i markedet for persontransport med sjåfør i 2025. Det tilsvarer en årlig vekst på om lag 50 og 40 prosent i de to delingsøkonomimarkedene. I forhold til de øvrige markedene (med forutsetningen om 2 prosent vekst per år) utgjør delingsøkonomien i underkant av 20 og 75 prosent.

Vi mener altså at vekstpotensialet er større i markedet for persontransport med sjåfør. Vi begrunner det med tre forhold. For det første begrenses tilbudet i drosjemarkedet av et løyvesystem, det er altså ikke fritt frem for godkjente sjåfører å tilby drosjetjenester. For det andre er situasjonen i dag at bilkapitalen er betydelig mer underutnyttet enn boligkapitalen. Det er også grunn til å tro at økt grad av urbanisering (trenden som sier at folk flytter til mer sentrale områder) har en betydelig mer positiv innvirkning på etterspørselen etter persontransport med sjåfør enn overnattingstjenester.

Tabell 6.1 Omsetning innenfor overnattingsmarkedet og persontransportmarkedet med sjåfør i 2015 og 2025

Marked	Omsetning i 2015 i milliarder kroner	Omsetning i 2025 i mrd. kroner med 2 prosent årlig vekst	Delings-økonomiens andel av markedet i 2015, i prosent	Forventet omsetning fra delings-økonomien i 2025 i mrd. kroner
Overnattings-markedet	27	33	0,8	6,0
Markedet for person-transport med sjåfør	8	10	1,2	7,5

Kilde: SSB og Vista Analyse

Referanser

Airbnb (2015): *Summer travel report*, Rapport publisert av Airbnb på deres nettsider.

Airbnb (2016): *Airbnb i Norge – Et overblikk,* Rapport publisert av Airbnb på deres nettsider.

Airbnb action (2016): *Airbnb har gjennomført samtlige «Economic Impact»-reports*. URL: https://www.airbnbaction.com/category/economic-impact/

Cohen B. og J. Kietzmann (2014): *Ride on! Mobility business models for the sharing economy*, *Organization & Environment*, 27, 3, 279-296, ResearchGate.

Coyle D. (2016): *Foreword from the Rt Hon Sajid Javid MP*, Secretary of State for Business, Innovation and Skills, URL: http://www.sharingeconomyuk.com/perch/resources/210116thesharingeconomyintheuktpdc.docx1111.docx-2.pdf

Econ Pöyry (2009): *Drosjenæringen i Oslo - behov for flere løyver*, Econ-rapport 2009-098, Econ Pöyry.

The Economist (2016): *From zero to seventy (billion)*, side 17-19, The Economist september 3rd-9th 2016.

Einav L., C. Farronato og J. Levin (2016): *Peer-to-Peer Markets*, The Annual Review of Economics, 8:6-15-35, Reviews in Advance.

Felländer A., C. Ingram og R. Teigland (2015): *Sharing Economy – Embracing Change with Caution*, Näringspolitiskt forum rapport #11, Näringspolitiskt forum.

Gansky L. (2010): *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing,* Penguin Publishing Group.

Goudin P. (2016): *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy*; EPRS: European Parliamentary Research Service.

Juel S. (2016): *Delingsøkonomi – hva er egentlig nytt?* Civita-notat nr. 9/2016.

Office for National Statistics (2016): *The feasibility of measuring the sharing economy*, 5. April 2016, ONS UK.

Pettersen, Roger (2016): *Delingsøkonomi uten deling*. Dagbladet 7. januar. http://www.dagbladet.no/2016/01/07/kultur/debatt/meninger/kronikk/delingsokonomi/42649059/

PwC (2014a): *How did we develop our sharing economy revenue projections? A detailed methodology*, PwC.

PwC (2014b): *The sharing economy – how will it disrupt your business*, August 2014, PwC.

PwC (2016): *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*, April 2016, PwC.

Schneiderman E. (2014): *Airbnb in the city*, This report was prepared by the Office of the Attorney General of the State of New York's Research Department and Internet Bureau.

Shoup D. (2005): *The High Cost of Free Parking*, American Planners Association Planners Press.

Slettemeås S. og I. Kjørstad (2016): *Delingsøkonomien I Norge – en studie av befolkningens erfaringer og holdninger knyttet til deling, gjenbruk, digitaøe delings-plattformer og brukerevaluering*, oppdragsrapport nr. 3, SIFO.

Stephany, A. (2015): *The Business of Sharing: Making it in the New Sharing Economy*, Palgrave Macmillan UK, Springer.

Meld. St. 12 (2012-2013): *Perspektivmeldingen 2013*.

Sundararajan, Arun. (2016): *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*, The MIT Press.

TØI (2011): *Bildeling i hovedstaden*, TØI-rapport 1156/2011, Transportøkonomisk institutt.

TØI (2012): *Nye kollektive mobilitetsløsninger - bildeling som case*, TØI-rapport 1218/2012, Transportøkonomisk institutt.

Zervas G., Proserpio D., og Byers J. (2016): *The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry*, Boston U. School of Management Research Paper, (2013-16).

Vedlegg A – Informanter i prosjektet

Tabellen under gir en oversikt over hvilke personer vi har vært i kontakt med ila. prosjektperioden, samt hvem som deltok på usikkerhetsseminaret som ble arrangert den den 7. september 2016.

Selskap / virksomhet	Stilling	Kontaktperson	Deltok på usikkerhets-seminar
Airbnb	Business Development - Business Travel	Jesper Vik	
Airbnb	Public Relations	Ekaterina Kukureko	
Bildeleringen	Daglig leder	Tori Langaas	
Bilkollektivet	Direktør	Arne Lindelien	
Boatflex	Daglig leder	Jakob Fast Bojesen	
Couchsurfing	Community Support Team	William	
Eventum	Daglig leder	Jan Ha	
Eventum	Relasjonsbygger	Martin Røed	X
Finans-departementet	Leder for sekretariatet til utvalget om delingsøkonomi	Merethe Onshus	X
Finn Mitt Anbud	Daglig leder	Håvard Bungum	
Finn Småjobber	Produktdirektør	Chiristoffer Ringvold	
Foodora	Daglig leder, Foodora Norge	Carl Tengberg	
Freska Norge	Styreleder	Dennis Stokseth	
Freska Norge	Daglig leder	Erik Dalland	X
Gelato Group	HR	Urszula Kawa	
GoMore	Markedsdirektør Norge	Åsmund Hogstad	
Graphiq	Medgründer	Jakob Palmers	
Haxi	Direktør, Haxi Norge	Aleksander Soender	

Hertz Bilpool	Daglig leder	Eivind Thorne	
Jobbr	Daglig leder, KORDE	Amalie Holt	
Kickstarter	General counsel	Michal Rosenn	
Kommunal- og moderniserings-departementet	Seniorrådgiver	Nils Guldbrandsen	X
Kommunal- og moderniserings-departementet	Seniorrådgiver	Hilde-Marie Branæs	X
Leieting	Medgründer	Christer Hansen Eriksen	
Livvin.no	Daglig leder	Karsten Refsdal	
Lotel	Daglig leder	Oscar Hellenes	
MESH	Daglig leder	Anders Mjåset	
Mojob	Daglig leder, KORDE	Amalie Holt	
mooc.no	Direktør	Frode Arntsen	
Nabobil	Daglig leder	Even Heggernes	X
Nabobil	Markedsdirektør	Christoffer Moen	
Nabobåt	Daglig leder	Even Heggernes	
Nimber	Produktansvarlig	Marius Røstad	
Plendit	Styreleder	Espen Bordvik	
Resterant	Daglig leder	Torgeir Cook	
Snapsale	Daglig leder	Geir Engdahl	X
Too Good To Go	Partner Norge	Sophie Wiik	
Trondheim Bilkollektiv	Daglig leder	Leif Tore Anderssen	
Uber	Daglig leder, Uber Norge	Carl Edvard Endresen	
UiO	Forsker	Marika Lüders	X
Vpark	Medgründer	Arbab Dar	
WeClean	Daglig leder	Kim Hagensen	X

Vedlegg B – Liste med identifiserte delingsøkonomiske initiativer

Initiativ	Kategori
Airbnb	Bolig
Avamera	Persontransport, uten sjåfør
Bildeleringen	Persontransport, uten sjåfør
Bilkollektivet	Persontransport, uten sjåfør
Boatflex	Båt
Champ	Annet
Couchsurfing	Bolig
Easybnb	Annet
Eat in Common	Annet
EatWith	Annet
Eventum	Eiendom
Finn Småjobber	Tjenester
Foodora	Varetransport
Freelancer	Tjenester
Freska Norge	Tjenester
GoMore	Persontransport, uten sjåfør
Grabster	Annet
Graphiq	Tjenester
Haxi	Persontransport, med sjåfør
Hertz Bilpool	Persontransport, uten sjåfør
Inkeys	Tjenester
Jobbr	Tjenester
Konsus	Tjenester
Leieting	Annet
Lotel	Tjenester
Lydelig	Annet
Maritim Utleie	Båt

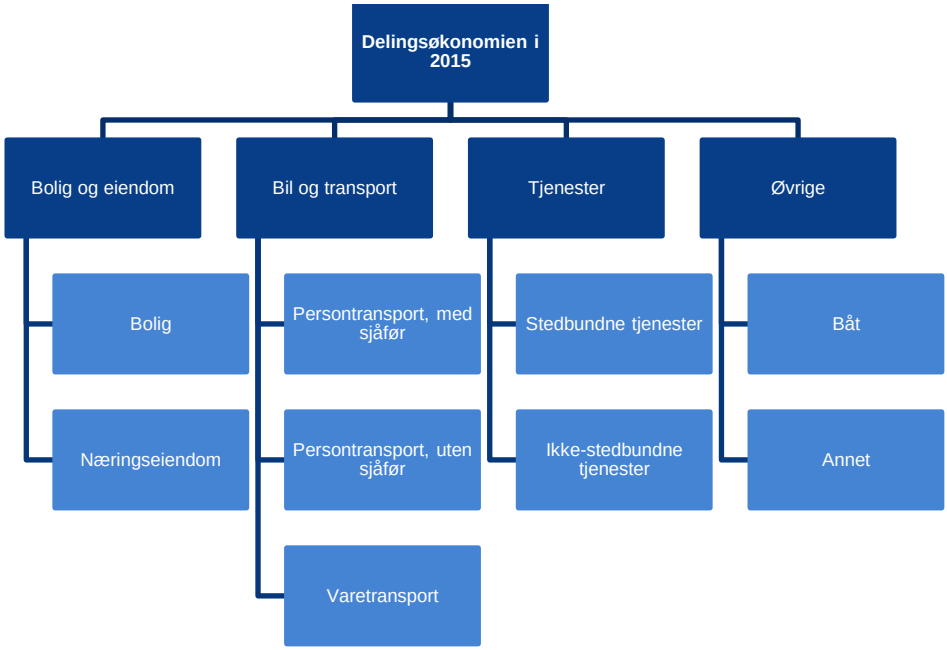
Move About	Persontransport, uten sjåfør
Nabobil	Persontransport, uten sjåfør
Nabobåt	Båt
Nabomat	Annet
Nimber	Varetransport
Peerby	Annet
Plendit	Annet
Resterant	Annet
Space	Annet
Style Advice	Tjenester
TaskRabbit	Tjenester
Too Good To Go	Annet
ToolPool	Annet
Transfercar4u/returbil	Persontransport, uten sjåfør
Trondheim Bilkollektiv	Persontransport, uten sjåfør
Uber	Persontransport, med sjåfør
Upwork	Tjenester
Vpark	Annet
Wace	Annet
WeClean	Tjenester
Zappy	Tjenester

Vedlegg C – Dokumentasjon av forutsetninger i usikkerhetsanalysen

I dette vedlegget dokumenteres usikkerhetsanalysen. Hensikten med denne dokumentasjonen er å skape en forståelse for grunnlaget for beregningene, hoved-resultatene dokumentert i delkapittel 5.2 og 6.2.

VC.1 Usikkerhetsanalyse for betydningen av delingsøkonomien i dag (2015)

Nedbrytningsstruktur



Estimatusikkerhet

Vi har måttet være tilbakeholdne med detaljer informasjon om hvert enkelt foretak for å ivareta aktørenes krav om diskresjon rundt omsetningen til deres initiativ. Dette er bedrifter som er i en etableringsfase og/eller konkurransesituasjon som gjør at de vurdere den informasjonen som sensitiv. Det er usikkerhet i anslagene på den økonomiske aktiviteten over de enkelte plattformene og metoden vi har brukt for å anslå dette samt hvordan det presenteres har til hensikt å gjenspeile den usikkerheten og samtidig gi et anslag på det samlede nivået.

I det følgende presenteres anslaget for hvert undersegment i 2015.

Bolig og eiendom

Definisjon	
Generelle utfordringer	Vi fikk ikke oversikt over omsetningen fra aktørene i dette segmentet. Dette kan ha med at det er vanskelig for dem å vite den samlede omsetningen med sikkerhet og/eller at de ikke

	ønsker å dele den informasjonen. Vi fikk annen informasjon fra Eventum og Airbnb som satt oss i stand til å lage et anslag.		
Dagens situasjon	I 2015 var det i hovedsak tre delingsøkonomiaktører for leie av bolig og eiendom i Norge - Airbnb, Couchsurfing og Eventum. Markedet for overnatting i Norge utenom delingsøkonomien var på cirka 27 mrd. kroner i 2015. Markedet for overnatting i delingsøkonomien var på litt under 1 prosent av det øvrige markedet.		
Antagelser	Anslaget på aktiviteten over Airbnb er basert på nøkkeltallene de har publisert over antall utleiere i Norge i 2015 og deres median inntjening. Vi har antatt at gjennomsnittlig inntjening er lik eller høyere enn median inntjening. Dette er basert på økonomisk teori tilsier at det er sannsynlig samt tegn på at det finnes utleiere som har flere enheter, høyere pris og/eller hyppigere utleie som tilsier en høyreskjev fordeling. For å komme fra utleiernes inntjening til den verdien av omsetningen over plattformen har vi antatt at det samlede tjenestegebyret (fra vert og gjest) til Airbnb er på mellom 9-15 prosent, basert på informasjon på deres nettsider.[37]		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget for Airbnb er basert på at medianinntjening er lik gjennomsnittlig inntjening og at tjenestegebyret er på 9 prosent. Anslaget for Eventum er rundt halvparten av den usikre estimerte verdiene fra deres interne oversikt.	Anslaget for Airbnb er basert på median inntjening er 10 prosent høyere enn gjennomsnittlig inntjening og at tjenestegebyret er på 11 prosent. Anslaget for Eventum er basert på den usikre estimerte verdiene fra deres interne oversikt.	Anslaget for Airbnb er basert på median inntjening er 20 prosent høyere enn gjennomsnittlig inntjening og at tjenestegebyret er på 15 prosent. Anslaget for Eventum er rundt femti prosent høyere enn den usikre estimerte verdiene fra deres interne oversikt.
Kvantifisering i mill. kroner	196	224	255

Persontransport, med sjåfør

Definisjon

[37] https://www.airbnb.no/help/article/104/what-are-guest-service-fees
https://www.airbnb.no/help/article/63/what-are-host-service-fees

Generelle utfordringer	Vi fikk ikke oversikt over omsetningen fra aktørene i dette segmentet. Dette kan ha med at det er vanskelig for dem å vite den samlede omsetningen med sikkerhet og/eller at de ikke ønsker å dele den informasjonen. Basert på regnskapstall fra Brønnøysund og intervju med Uber og Haxi laget vi anslag på omfanget av den økonomiske aktiviteten over disse plattformene.		
Dagens situasjon	I 2015 var det i hovedsak to delingsøkonomiaktører for persontransport med sjåfør i Norge – Uber og Haxi. Markedet for persontransport med sjåfør utenom delingsøkonomien var på litt over 8 mrd. kroner i 2015. Markedet for persontransport med sjåfør gjennom delingsøkonomien var på litt over en prosent av størrelsen på det øvrige markedet.		
Antagelser	Vi antok at driftsinntektene meldt inn til Brønnøysund utgjør en prosentandel av den totale omsetningen til Uber i Norge i 2015. Vi antar at ulike prosentandel av koblingene som skjer over Haxi har blitt realisert til den gjennomsnittlige prisen på oppdrag ifølge Haxi.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget for Uber er basert på at driftsinntektene utgjør 15 prosent av total omsetning. Anslaget for Haxi er basert på at 6 prosent av koblingene over deres plattform blir gjennomført.	Anslaget for Uber er basert på at driftsinntektene utgjør 10 prosent av total omsetning. Anslaget for Haxi er basert på at 23 prosent av koblingene over deres plattform blir gjennomført.	Anslaget for Uber er basert på at driftsinntektene utgjør 5 prosent av total omsetning. Anslaget for Haxi er basert på at 40 prosent av koblingene over deres plattform blir gjennomført.
Kvantifisering i mill. kroner	43	77	149

Persontransport, uten sjåfør

Definisjon	
Generelle utfordringer	Vi hadde tilgang til regnskapstall og intervjuet alle bildelings-kollektivene utenom Move About som vi kun hadde regnskapstall for. Anslaget på initiativene som formidler utleie av privateide biler er basert på gjennomsnittsanslag på omfang og utleiepris fra aktørene utenom Avamera som vi ikke fikk kontakt med. Vi fikk heller ikke kontakt med Transfercar4u/retur-bil.
Dagens situasjon	I Norge i 2015 var det fire medlemseide og to bedriftseide bilkollektiv. Det var tre initiativ som formidlet utleie av privateide biler og en aktør som koblet sammen biler som skulle fraktes fra

	et sted til et annet med sjåfører. Markedet for persontransport uten sjåfør utenom delingsøkonomien var på over en mrd. kroner i 2015. Delingsøkonomien i dette markedet var på rundt syv prosent av størrelsen på det øvrige markedet.		
Antagelser	Vi antok at driftsinntektene til bilkollektivene gjenspeilet omfanget av den økonomiske aktiviteten over deres plattform. Vi antok at antall transaksjoner ganget med gjennomsnittspris gav omfanget av økonomisk aktivitet over privatbilutleie-plattformene. For initiativene vi ikke hadde informasjon om brukte vi et generisk anslag.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget legger til grunn et lavt anslag for initiativene vi er usikre på omsetningen til og de vi mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et mellomstort anslag for initiativene vi er usikre på omsetningen til og de vi mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et høyt anslag for initiativene vi er usikre på omsetningen til og de vi mangler informasjon om.
Kvantifisering i mill. kroner	79,7	90,2	102,2

Varetransport

Definisjon			
Generelle utfordringer	Vi fikk ikke oversikt over omsetningen fra aktørene i dette segmentet. Dette kan ha med at det er vanskelig for dem å vite om den samlede omsetningen med sikkerhet og/eller at de ikke ønsker å dele den informasjonen. Vi fikk vite gjennomsnittlige anslag på antall transaksjoner og pris over deres plattform.		
Dagens situasjon	I Norge i 2015 var det kun to initiativ vi har hatt kontakt med som i hovedsak driver med formidling av varetransport – Nimber og Foodora. Markedet for varetransport utenom delingsøkonomien var på rundt fire mrd. kroner i 2015. Delingsøkonomien i dette markedet var på under en prosent av størrelsen på det øvrige markedet.		
Antagelser	Anslaget legger til grunn at informasjonen fra Nimber om gjennomsnittlig antall transaksjoner til gjennomsnittlig pris samt anslått gjennomføringsgrad gir omsetningen over plattformen. Fra Foodora hvor vi ikke mottok noen informasjon var vi nødt til å legge til grunn et generisk anslag.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget legger til grunn en	Anslaget legger til grunn en	Anslaget legger til grunn en

	gjennomføringsgrad på rundt 25 prosent på oppdragene over Nimbers plattform og et lavt anslag på omsetningen til Foodora.	gjennomføringsgrad på rundt 30 prosent på oppdragene over Nimbers plattform og et mellomstort anslag på omsetningen til Foodora.	gjennomføringsgrad på rundt 35 prosent på oppdragene over Nimbers plattform og et høyt anslag på omsetningen til Foodora.
Kvantifisering i mill. kroner	10,3	12,3	14,3

Stedbundne tjenester

Definisjon			
Generelle utfordringer	Vi fikk ikke oversikt over omsetningen fra aktøren i dette segmentet. Dette kan ha med at det er vanskelig for dem å vite den samlede omsetningen med sikkerhet og/eller at de ikke ønsker å dele den informasjonen. Vi fikk vite gjennomsnittlige anslag på antall transaksjoner og pris på tjenester formidlet over noen av aktørenes plattform. Der det var mulig brukte vi disse anslagene, ellers måtte vi bruke generiske anslag. Flere av disse aktørene er nyetablerte og har opplevd en hurtig vekst. Det at de ikke har hatt aktivitet i lang tid og at det har skjedd store endringer i løpet av den korte tiden gjør det utfordrende å få sikre anslag på omfanget.		
Dagens situasjon	Det er åtte delingsøkonomiske aktører som formidler stedbundne tjenester i Norge. Dette er typisk småjobber hvor personen som utfører arbeidet må være i fysisk nærhet til personene som etterspør arbeidet.		
Antagelser	Vi har antatt at aktørene vi mangler informasjon for har en generisk usikkerhet rundt anslaget som på segmentnivå gjenspeiler hva segmentet kan ha vært i 2015.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget legger til grunn et lavt anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et mellomstort anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et høyt anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.
Kvantifisering i mill. kroner	42,5	55	70

Ikke-stedbundne tjenester

Definisjon			
Generelle utfordringer	Vi fikk ikke oversikt over omsetningen fra aktøren i dette segmentet. Dette kan ha med at det er vanskelig for dem å vite den samlede omsetningen med sikkerhet og/eller at de ikke ønsker å dele den informasjonen. Vi fikk vite gjennomsnittlige anslag på antall transaksjoner og pris på tjenester formidlet over noen av aktørenes plattform. Der det var mulig brukte vi disse anslagene, ellers måtte vi bruke generiske anslag. Flere av disse aktørene er nyetablerte og har opplevd en hurtig vekst. Det at de ikke har hatt aktivitet i lang tid og at det har skjedd store endringer i løpet av den tiden gjør det utfordrende å få sikre anslag på omfanget. Det kan hende det er aktivitet fra utenlandske aktører som skjer på tvers av landegrenser som vi ikke har fanget opp i vår kartlegging av aktører.		
Dagens situasjon	Det finnes fem delingsøkonomiske aktører som formidler ikke-stedbundne tjenester i Norge. Dette er type tjenester som ikke er avhengig av at personene som utfører arbeidet er i fysisk nærhet til personene som etterspør arbeidet.		
Antagelser	Vi har antatt at aktørene vi mangler informasjon for har en generisk usikkerhet rundt anslaget som på segmentnivå gjenspeiler hva segmentet kan ha vært i 2015.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget legger til grunn et lavt anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et mellomstort anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et høyt anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.
Kvantifisering i mill. kroner	2	4	8

Båt

Definisjon	
Generelle utfordringer	Vi fikk ikke oversikt over omsetningen fra aktøren i dette segmentet. Dette kan ha med at det er vanskelig for dem å vite den samlede omsetningen med sikkerhet og/eller at de ikke ønsker å dele den informasjonen. Vi fikk vite gjennomsnittlige anslag på antall transaksjoner og pris på tjenester formidlet over noen av aktørenes plattform. Der det var mulig brukte vi disse anslagene, ellers måtte vi bruke generiske anslag. Flere av disse aktørene er nyetablerte og har opplevd en hurtig vekst. Det at de ikke har hatt aktivitet i lang tid og at det har skjedd

	store endringer i løpet av den tiden gjør det utfordrende å få sikre anslag på omfanget.		
Dagens situasjon	Det er tre delingsøkonomiske aktører som formidler privatutleie av båter i Norge – Boatflex, Nabobåt og Maritim Utleie.		
Antagelser	Vi har antatt at aktørene vi mangler informasjon for har en generisk usikkerhet rundt anslaget som på segmentnivå gjenspeiler hva segmentet kan ha vært i 2015.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget legger til grunn et lavt anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et mellomstort anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	Anslaget legger til grunn et høyt anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.
Kvantifisering i mill. kroner	1	2	4

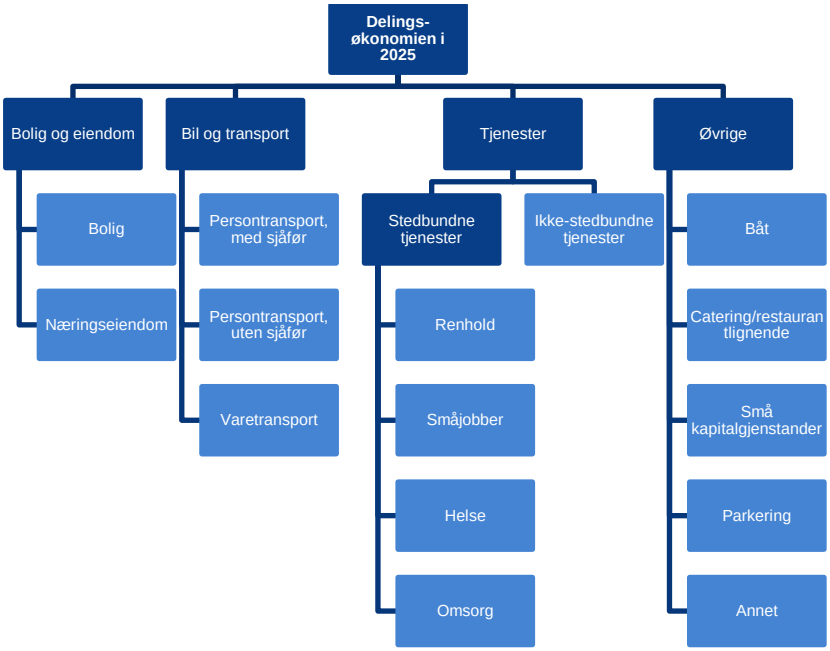
Annet

Definisjon			
Generelle utfordringer	Vi fikk ikke oversikt over omsetningen fra aktøren i dette segmentet. Dette kan ha med at det er vanskelig for dem å vite den samlede omsetningen med sikkerhet og/eller at de ikke ønsker å dele den informasjonen. Vi fikk vite gjennomsnittlige anslag på antall transaksjoner og pris på tjenester formidlet over noen av aktørenes plattform. Der det var mulig brukte vi disse anslagene, ellers måtte vi bruke generiske anslag. Flere av disse aktørene er nyetablerte og har opplevd en hurtig vekst. Det at de ikke har hatt aktivitet i lang tid og at det har skjedd store endringer i løpet av den tiden gjør det utfordrende å få sikre anslag på omfanget.		
Dagens situasjon	Det er delingsøkonomiaktører som formidler leie av en rekke andre ting enn det som er nevnt i de overordnede segmentene. Det er fire som formidler utleie av ting, to som formidler utleie av parkeringsplasser, fire som formidler mattjenester og to som gjør annet.		
Antagelser	Vi har antatt at aktørene vi mangler informasjon for har en generisk usikkerhet rundt anslaget som på segmentnivå gjenspeiler hva segmentet kan ha vært i 2015.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget legger til grunn et lavt	Anslaget legger til grunn et	Anslaget legger til grunn et høyt

	anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	mellomstort anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.	anslag på aktivitet fra initiativene vi har lite eller mangler informasjon om.
Kvantifisering i mill. kroner	8	16	32

VC.2 Usikkerhetsanalyse for betydningen av delingsøkonomien i fremtiden (2025)

Nedbrytningsstruktur



Estimatusikkerhet

Vi vet ikke hvilke aktører som vil være aktive i delingsøkonomien i Norge i 2025. På usikkerhetsseminaret ble det anslått omfanget av hvert enkelt delsegment. Aktørene kan ikke ha negativ omsetning og mye av delingsøkonomien er preget av nettverksfordeler slik at dersom det slår gjennom så kan det bli virkelig stort. Dette betyr at vi har en høyreskjev sannsynlighetsfordeling på omfanget av de ulike delsegmentene.

I det følgende presenteres anslaget for hvert undersegment i 2025. Overordnede usikkerhetsfaktorer vil bli presentert for seg.

Bolig

Definisjon			
Generelle utfordringer	Boligmarkedet er et stort kapitalmarked med verdifull under-utnyttet kapital. Det er vanskelig å forutse hvor mye av dette som vil bli realisert. Det vil blant annet avhenge av reguleringer, hvor enkelt det er å leie ut samt folks holdninger.		
Dagens situasjon	Markedet for overnatting i Norge utenom delingsøkonomien var på cirka 27 mrd. kroner i 2015. Markedet for overnatting i delingsøkonomien var på litt under 1 prosent av det øvrige markedet. Dersom man anslår to prosent årlig vekst i markedet for overnatting utenom delingsøkonomien vil det være på over 32 mrd. kroner i 2025. Vi har anslått at delingsøkonomien vil være mellom 7-37 prosent av størrelsen på det øvrige markedet i 2025.		
Antagelser	Vi har antatt at det vil være en stor vekst i dette segmentet. Vi har antatt at etterspørselen etter overnattinger vil øke og at en høyere andel av boligmarkedet vil leie ut boligen sin over delingsøkonomiske plattformer. Vi tror en høyere andel av potensialet for delingsøkonomien er tatt ut i boligsegmentet enn i andre segmenter. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet. Det kan også tenkes at det vil bli enda flere profesjonelle utleieaktører slik at inntjeningen blant utleierne blir enda mer høyreskjevt fordelt.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Vi antar at delingsøkonomien vil være på størrelse med 7 prosent av markedet for overnatting i 2025. Antatt i gjennomsnitt lik inntjening per vert som i 2015 og befolkningsvekst lik SSB prognose antar vi at 1,2 prosent av befolkningen vil være verter.	Vi antar at delingsøkonomien vil være på størrelse med 19 prosent av markedet for overnatting i 2025. Antatt i gjennomsnitt lik inntjening per vert som i 2015 og befolkningsvekst lik SSB prognose antar vi at 3 prosent av befolkningen vil være verter.	Vi antar at delingsøkonomien vil være på størrelse med 37 prosent av markedet for overnatting i 2025. Antatt i gjennomsnitt lik inntjening per vert som i 2015 og befolkningsvekst lik SSB prognose antar vi at 6 prosent av befolkningen vil være verter.
Kvantifisering i mill. kroner	2000	5000	10000

Næringseiendom

Definisjon			
Generelle utfordringer	Dette er et marked innen delingsøkonomien som enda ikke er modnet. Dersom det blir utbredt er det et potensielt stort marked. Det er vanskelig å si sannsynligheten da det ikke har eksistert så lenge.		
Dagens situasjon	Markedet for utleie av lokaler til møter, konferanser, selskaper og andre typer arrangementer er stort. Delingsøkonomiens andel av dette er svært lite.		
Antagelser	Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Anslaget legger til grunn en moderat realisering av markedspotensialet.	Anslaget legger til grunn en betydelig realisering av markedspotensialet. Med en stor markedsutvidelse.	Anslaget legger til grunn en høy realisering av markedspotensialet. Med en svært stor markedsutvidelse.
Kvantifisering i mill. kroner	500	1250	2500

Persontransport, med sjåfør

Definisjon	
Generelle utfordringer	Dette er et marked innenfor delingsøkonomien som har mye usikkerhet knyttet til seg da det er et marked som er preget av reguleringer og vil avhenge av hvordan disse utvikler seg fremover. Etterspørselen etter persontransport endres i takt med urbanisering og byplanlegging, miljøpolitikk og utviklingen av ulike transporttilbud. Utviklingen i ny teknologi vil også påvirke kvaliteten og prisen på tjenesten.
Dagens situasjon	Markedet for persontransport med sjåfør utenom delingsøkonomien var på litt over 8 mrd. kroner i 2015. Markedet for persontransport med sjåfør gjennom delingsøkonomien var på litt over en prosent av størrelsen på det øvrige markedet. Dersom man anslår to prosent årlig vekst i markedet for persontransport med sjåfør utenom delingsøkonomien vil det være på cirka 10 mrd. kroner i 2025. Vi har anslått at delingsøkonomien vil være mellom 10-141 prosent av størrelsen på det øvrige markedet i 2025. Dette høye anslaget er basert på at det er forventet at det vil skapes mye ny aktivitet. Dette kan sees i sammenheng med urbanisering, mindre bruk av privatbil og billigere og bedre tjenester for persontransport med sjåfør.

Antagelser	Vi har antatt at markedet omfatter stadig flere steder. Og at tilbudet og etterspørselen vil øke. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Antar at det vil være et marked i de største byene og etterspørselen vil øke.	Antar at det vil være et marked i fleste byene og etterspørselen vil øke mye.	Antar at det vil være et marked over hele landet og etterspørselen vil øke svært mye.
Kvantifisering i mill. kroner	1000	7000	14000

Persontransport, uten sjåfør

Definisjon			
Generelle utfordringer	Dette er et marked hvor det skjer store endringer. Etterspørselen etter persontransport endres i takt med urbanisering og byplanlegging, miljøpolitikk og utviklingen av ulike transporttilbud.		
Dagens situasjon	Markedet for persontransport uten sjåfør utenom delingsøkonomien var på over en mrd. kroner i 2015. Delingsøkonomien i dette markedet var på rundt syv prosent av størrelsen på det øvrige markedet. Dersom man anslår to prosent årlig vekst i markedet for persontransport uten sjåfør utenom delingsøkonomien vil det være på cirka 1,5 mrd. kroner i 2025. Vi har anslått at delingsøkonomien vil være mellom 65-390 prosent av størrelsen på det øvrige markedet i 2025.		
Antagelser	Basert på dagens tall for bruk og pris på bildeling/utleie har vi antatt at en høy andel av nordmenn med førerkort men uten bil vil begynne å etterspørre deling/leie av bil (5-28 prosent). En mindre andel av nordmenn med bil og førerkort vil selge bilen sin og gå over til bildeling/leie i kombinasjon med andre transportmidler (4-21 prosent). Og en liten andel av de uten bil og førerkort vil etter hvert få seg førerkort og begynne å med bildeling/leie (2-14). På tilbudssiden antar vi at mellom en til ti prosent vil dele/leie ut bilen sin over delingsøkonomi plattformer for persontransport uten sjåfør. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	En liten andel vil gå over til bildeling/leie.	En moderat andel vil gå over til bildeling/leie.	En stor andel vil gå over til bildeling/leie.

Kvantifisering i mill. kroner	1000	3300	6000

Varetransport

Definisjon			
Generelle utfordringer	Varetransport er et marked som er i stor endring. Det kan bli en stor økning i transportetterspørsel i tråd med økt netthandel og hjemlevering. Hjemlevering av mat er også et område som er i vekst. Noe teknologi som 3D-printing kan ha en negativ effekt på varetransportetterspørselen. Mens annen teknologi som droner og selvkjørendetransportmidler kan føre til billiger og bedre leveringstilbud.		
Dagens situasjon	Markedet for varetransport utenom delingsøkonomien var på rundt fire mrd. kroner i 2015. Delingsøkonomien i dette markedet var på under en prosent av størrelsen på det øvrige markedet. Dersom man anslår to prosent årlig vekst i markedet for varetransport utenom delingsøkonomien vil det være på cirka 5 mrd. kroner i 2025. Vi har anslått at delingsøkonomien vil være mellom 10-100 prosent av størrelsen på det øvrige markedet i 2025.		
Antagelser	Antagelsen bak suksessen til varetransport i delingsøkonomien er at man klarer å benytte seg av de personene som allerede reiser de strekningene som varene skal fraktes. Dersom man lykkes i å gjøre det lønnsomt for folk å transportere ting på de distansene de reiser, vil man se et potensielt svært stort marked. Samtidig er det også andre personer og aktører som vil gjøre det mer intensivt, hvor hensikten med reisen er transporten. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet	Moderat grad av realisering av potensialet	Høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	500	2000	5000

Renhold

Definisjon	
Generelle utfordringer	Renholdsmarkedet er et marked med mye faste avtaler en betydelig andel av arbeid som ikke konkurranseutsettes. Hvordan det vil se ut i fremtiden vil påvirke potensialet til

	delingsøkonomien i dette segmentet. Privatpersoners etterspørsel etter hjemmerengjøringstjenester er også avgjørende for utviklingen fremover.		
Dagens situasjon	Det totale renholdsmarkedet er ifølge aktørene på rundt 33 mrd. kroner i 2015. Kun 10 mrd. er konkurranseutsatt. Privat renhold er på rundt 3 mrd. Det hevdes at 40-60 prosent av det private renholdsarbeidet skjer svart. Dersom man anslår to prosent årlig vekst i markedet for renhold utenom delingsøkonomien vil det være på cirka 40 mrd. kroner i 2025. Vi har anslått at delingsøkonomien vil være mellom 0,2-5 prosent av størrelsen på det totale øvrige markedet og 2,7-54,7 prosent av det private øvrige markedet i 2025.		
Antagelser	Det er lagt til grunn en svært stor vekst i etterspørselen etter private renholdstjenester samtidig som deler av det øvrige markedet åpnes for konkurranse fra delingsøkonomiaktører. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet med 0,2 prosent av størrelsen på det øvrige markedet.	Moderat grad av realisering av potensialet med 1,2 prosent av størrelsen på det øvrige markedet.	Høy grad av realisering av potensialet med 5 prosent av størrelsen på det øvrige markedet.
Kvantifisering i mill. kroner	100	500	2000

Småjobber

Definisjon	
Generelle utfordringer	Småjobber er en samlekategori som kan være svært mye forskjellig, men kjennetegnet er at folk har en betalingsvilje for at andre skal hjelpe dem med mindre jobber fordi de kan gjøre en bedre jobb og/eller til en billiger pris enn det de selv ønsker å gjøre den for. En generell usikkerhet knyttet til dette er på den ene siden betalingsvilligheten og på andre siden villigheten til å gjøre denne typen arbeid. Dette kan henge sammen med generell ulikhet i velstand. Samt typen jobber som vil være aktuelt å gjøre.
Dagens situasjon	Dette er et marked som i dag omfatter svært mange ulike type jobber. Man har allerede sett at noen type jobber blir det etablert egne markedsplasser for, slik som renhold.
Antagelser	Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.

Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet	Moderat grad av realisering av potensialet	Høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	150	750	3000

Helse

Definisjon			
Generelle utfordringer	Heletjenester er et stort marked som er forventet å vokse i trå med demografisk utvikling (eldrebølgen) og økt velstand (høy elastisitet). Omfanget av helsetjenester som skjer gjennom delingsøkonomien er avhengig av lovverket og reguleringene som omhandler dem. I tillegg er det en rekke tjenester som helsepersonell i dag utfører som de ikke nødvendigvis trenger å være utdannet og/eller sertifisert til. Avhengig av typen system man har for å tilby tjenester av denne typen, kan det potensielt være et stort marked for delingsøkonomien. Det er en sektor som står foran store endringer og nye teknologiske og organisatoriske løsninger er i ferd med å bli utviklet og innført for å møte den forventede økningen i etterspørsel etter helsetjenester.		
Dagens situasjon	Delingsøkonomien har ikke enda etablert seg i denne sektoren.		
Antagelser	Vi har tatt utgangspunkt i størrelsen på sektoren og andelen ufaglærte. Vi har antatt at mellom en promille til fem prosent av arbeidet som utføres av ufaglærte i denne sektoren blir del av delingsøkonomien.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	En promille av arbeidet som utføres av ufaglærte i helsesektoren skjer gjennom delingsøkonomien.	En prosent av arbeidet som utføres av ufaglærte i helsesektoren skjer gjennom delingsøkonomien.	Fem prosent av arbeidet som utføres av ufaglærte i helsesektoren skjer gjennom delingsøkonomien.
Kvantifisering i mill. kroner	5	500	2500

Omsorg

Definisjon

Generelle utfordringer	Omsorgstjenester er et stort marked som er forventet å vokse i trå med demografisk utvikling (eldrebølgen) og økt velstand (høy elastisitet). Omfanget av omsorgstjenester som skjer gjennom delingsøkonomien er avhengig av lovverket og reguleringene som omhandler dem. I tillegg er det en rekke tjenester som omsorgspersonell i dag utfører som de ikke nødvendigvis trenger å være utdannet og/eller sertifisert til. Avhengig av typen system man har for å tilby tjenester av denne typen, kan det potensielt være et stort marked for delingsøkonomien. Det er en sektor som står foran store endringer og nye teknologiske og organisatoriske løsninger er i ferd med å bli utviklet og innført for å møte den forventede økningen i etterspørsel etter omsorgstjenester.		
Dagens situasjon	Delingsøkonomien har ikke enda etablert seg i denne sektoren.		
Antagelser	Vi har tatt utgangspunkt i størrelsen på sektoren og andelen ufaglærte. Vi har antatt at mellom en promille til fem prosent av arbeidet som utføres av ufaglærte i denne sektoren blir del av delingsøkonomien.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	En promille av arbeidet som utføres av ufaglærte i omsorgssektoren skjer gjennom delingsøkonomien.	En prosent av arbeidet som utføres av ufaglærte i omsorgssektoren skjer gjennom delingsøkonomien.	Fem prosent av arbeidet som utføres av ufaglærte i omsorgssektoren skjer gjennom delingsøkonomien.
Kvantifisering i mill. kroner	6	600	3000

Ikke-stedbundne tjenester

Definisjon	
Generelle utfordringer	Dette segmentet er særlig utsatt for konkurranse fra utlandet. En stor usikkerhet er i hvor stor grad dette er et tjenester som vil bli utført av utlendinger for norske oppdragsgivere. Avhengig av hvordan arbeidslivet utvikler seg og andelen av arbeid som kan deles opp og gjøres av andre som ikke er i fysisk nærhet til oppdragsgiver kan dette bli et svært stort segment. Denne typen arbeidsoppgaver nærmer seg normale jobber og reguleringer knyttet til ansettelsesforhold og den øvrige organiseringen av arbeidsstokken vil ha mye å si for potensialet.
Dagens situasjon	Dette er et segment som i 2015 var lite i forhold til det tilsvarende markedet utenfor delingsøkonomien.

Antagelser	Vi antar at det vil bli en økt del av arbeidsoppgaver som vil kunne deles opp og gjøres av personer som ikke er i fysisk nærhet til oppdragsgiver. I takt med teknologisk utvikling, digitalisering av arbeidsoppgaver og bedre kommunikasjon antar vi at dette vil øke. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet	Moderat grad av realisering av potensialet	Høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	500	1000	9000

Båt

Definisjon			
Generelle utfordringer	Det er usikkerhet knyttet til etterspørselen etter båtopplevelser i fremtiden. Dette er dyre kapitalgjenstander som står stille store deler av tiden. Samtidig er det også en gjenstand som har stor tidsmessig variasjon i etterspørsel og bruk av godet. Teknologiske og praktiske løsninger knyttet til kontrollering av skader på båt vil også spille en rolle.		
Dagens situasjon	Dette var et lite marked i delingsøkonomien i 2015.		
Antagelser	Vi har antatt at det vil være et potensiale for privatutleie av båter som for biler. Men på grunn av utfordringer knyttet til kontrollering av båten, nærhet mellom aktørene og båtene og ulike holdninger antar vi rundt 30 prosent lavere andel av båtparken vil deles i forhold til bilparken. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet	Moderat grad av realisering av potensialet	Høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	100	200	700

Catering/restaurantlignende

Definisjon

Generelle utfordringer	Det er usikkerhet knyttet til folks holdninger til å spise andres hjemmelagde mat og til å spise sammen meg og hjemme hos andre. Det er også usikkert om det vil nå en kritisk grense som gjøre at tilbudet blir godt nok til at flere vil bruke tjenesten. I tillegg er det et spørsmål om hvordan aktørene faller inn under det regulatoriske rammeverket til mattilsynet.		
Dagens situasjon	Dette er et umodent marked og det er få og svært nye aktører som har hatt liten aktivitet.		
Antagelser	Vi har antatt at det vil bli utbredt i hovedsak i de større byene og at folk vil bli en økt etterspørsel etter hvert som folk blir eksponert og får gode opplevelser knyttet til tjenestene. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet	Moderat grad av realisering av potensialet	Høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	100	300	1000

Små kapitalgjenstander

Definisjon	
Generelle utfordringer	Det er usikkerhet knyttet til etterspørselen etter leie av andre kapitalgjenstander utenom bil, båt og hus. Det er store mengder kapitalgjenstander som er underutnyttet. Både verdien av den underutnyttede kapitalen og frekvensen i bruken av denne typen gjenstander påvirker potensialet. Utfordringen er hvorvidt transaksjonskostnadene er lave nok i forhold til gevinsten. Eksempelvis kan en være villig til å bruke en del tid rundt leie av bil når det en sparer på å leie versus det å eie egen bil er stort. Mens det en sparer på å leie en drill ikke er særlig mye i forhold til tiden en bruker på å hente og levere drillen når en trenger den. Løsningen for denne typen delingsøkonomi og hvor stor andel av private kapitalgjenstander det blir et marked for å leie vil avgjør potensialet for dette segmentet.
Dagens situasjon	Det finnes en del aktører som formidler utleie av små kapitalgjenstander.
Antagelser	Vi antar at en del kapitalgjenstander vil være lønnsomme å leie ut over delingsøkonomiplattformer og at det vil være en vekst i dette segmentet. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.

Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet	Moderat grad av realisering av potensialet	Høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	3	30	300

Parkering

Definisjon			
Generelle utfordringer	Det er stor usikkerhet knyttet til parkeringssituasjonen i fremtiden. Dette vil avhenge av byutviklingen og organiseringen og tilbudet av ulike persontransportløsninger.		
Dagens situasjon	Det finnes to aktører som har noe aktivitet i Norge. Man har sett en større utbredelse av lignende aktører i utlandet.		
Antagelser	Vi antar at det vil bli økt knapphet på parkeringsareal i byene i tråd med befolkningsvekst og utbygging. Tiltak som fører til en bedre arealutnyttelse vil antagelig kunne ha et stort potensiale i en slik situasjon. Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørenes markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Liten grad av realisering av potensialet	Moderat grad av realisering av potensialet	Høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	200	500	1000

Annet

Definisjon	
Generelle utfordringer	Det er utfordrende å kvantifisere anslag på omfanget av ulike identifiserte segmenter. I tillegg vil det antagelig være en rekke tjenester og aktører vi ikke har tenkt på. Dette segmentet skal fange opp alle de tingene og tjenestene som ikke passer inn under noen av de øvrige segmentene og som ikke enda eksisterer eller er kommet til Norge.
Dagens situasjon	Dette er ting som ikke eksisterer i dag eller som eksisterer i så liten grad at det ikke er fanget opp i denne kartleggingen, men som kan tenkes å vokse from mot 2025.

Antagelser	Vi antar at delingsøkonomien vil ta en del av de etablerte aktørers markedsandel, men i større grad skape ny aktivitet.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Ingen nye aktiviteter	En del nye aktører og moderat grad av realisering av potensialet	Mange nye aktører og høy grad av realisering av potensialet
Kvantifisering i mill. kroner	0	3000	8000

Usikkerhetsfaktorer

Overordnede usikkerhetsfaktorer er faktorer som vil påvirke de ulike undersegmentene av delingsøkonomien. De har blitt diskutert og kvantifisert på usikkerhetsseminaret for å si noe om graden av usikkerhet knyttet til dem og hvilke av undersegmentene som påvirkes av dem. De er kvantifisert i en faktor som tar verdier rundt 1 som avgjør hvor mye de endrer de tilhørende anslagene på forventet størrelse av de ulike delene av delingsøkonomien.

Økonomisk vekst i Norge

Definisjon			
Generelle utfordringer	Det er generell usikkerhet knyttet til den økonomiske veksten i Norge som vil påvirke alle de overnevnte segmentene.		
Segmenter som påvirkes eksplisitt	Alle		
Antagelser	Økt økonomisk vekst vil føre til økt omfang av delingsøkonomien. Lavere økonomisk vekst kan føre til økning i delingsøkonomien relativt til resten av økonomien, men samlet sett føre til en lavere omfang.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Lavere økonomisk vekst enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien ned	Forventet økonomisk vekst – ingen effekt på anslaget på delingsøkonomien	Høyere økonomisk vekst enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien opp
Kvantifisering	0,88	1	1,10

Urbanisering

Definisjon			
Generelle utfordringer	Urbanisering vil påvirke de deler av delingsøkonomien som er påvirket av nærhet og eller arealknapphet.		
Segmenter som påvirkes eksplisitt	Transport, bolig og eiendom		
Antagelser	Økt urbanisering fører til økt omfang av delingsøkonomien og visa versa.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Lavere urbanisering enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien ned	Forventet urbanisering – ingen effekt på anslaget på delingsøkonomien	Høyere urbanisering enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien opp
Kvantifisering	0,96	1	1,09

Preferanser/holdninger til moderne delingsøkonomi

Definisjon			
Generelle utfordringer	Preferanser/holdninger til moderne delingsøkonomi vil påvirke både tilbuds og etterspørselssiden.		
Segmenter som påvirkes eksplisitt	Alle		
Antagelser	Økte preferanser for eller bedre holdninger til moderne delingsøkonomi fører til økt omfang av delingsøkonomien, og visa versa.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Lavere preferanser for delingsøkonomien enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien ned	Preferanser som forventet – ingen effekt på anslaget på delingsøkonomien	Høyere preferanser for delingsøkonomien enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien opp
Kvantifisering	0,90	1	1,10

Teknologisk utvikling

Definisjon

Generelle utfordringer	Teknologisk utvikling kan bedre mulighetene for delings-økonomien. Både i form av å skape nye typer goder og tjenester som kan deles, og ved å senke transaksjonskostnadene og realisere deling/leie av eksisterende goder og tjenester.		
Segmenter som påvirkes eksplisitt	Alle		
Antagelser	Høyere teknologisk utvikling fører til større omfang av delingsøkonomien.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Lavere teknologisk utvikling enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien ned	Teknologisk utvikling som forventet – ingen effekt på anslaget på delingsøkonomien	Høyere teknologisk utvikling enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien opp
Kvantifisering	1	1,10	1,30

Offentlige reguleringer angående delingsøkonomi

Definisjon			
Generelle utfordringer	Offentlige reguleringer vil i stor grad påvirke potensialet til delingsøkonomien. I diskusjonen på usikkerhetsseminaret ble det sett på som sannsynlig at det offentlige vil forsøke å utvikle nøytrale reguleringer som vil i noen grad kunne påvirke delingsøkonomien. Men så det som usannsynlig at det vil bli gjort på en slik måte at det ville stanse all form for delingsøkonomi eller eksplisitt forfordele delingsøkonomien.		
Segmenter som påvirkes eksplisitt	Alle		
Antagelser	Regulering som var gunstig for delingsøkonomien fører til et større omfang av delingsøkonomien og visa versa.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Mindre gunstig regulering enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien ned	Regulering som forventet – ingen effekt på anslaget på delingsøkonomien	Mer gunstig regulering enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien opp
Kvantifisering	0,95	1	1,10

Arbeidsledighet/ulikhet

Definisjon			
Generelle utfordringer	Arbeidsledighet og ulikhet vil kunne påvirke delingsøkonomien i den grad det fører til at flere ønsker å tjene penger på å leie ut tingene eller tiden sin. Man kan se for seg at arbeidsledige vil ønske jobbe over delingsøkonomiplattformer. Og at folk med relativt sett dårligere råd vil ønske å leie ut tingene de eier for å tjene penger og å leie de tingene de ikke har råd til å kjøpe selv. På den andre siden vil folk som bli relativt sett rikere kunne ha betalingsvillighet til å kjøpe flere tjenester.		
Segmenter som påvirkes eksplisitt	Alle		
Antagelser	Økt arbeidsledighet og økt ulikhet kan sies å føre til større omfang av delingsøkonomien, og vise versa.		
Estimat	Lavt	Mest sannsynlig	Høyt
Evaluering	Lavere arbeidsledighet/ulikhet enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien ned	Arbeidsledighet/ulikhet som forventet – ingen effekt på anslaget på delingsøkonomien	Høyere arbeidsledighet/ulikhet enn forventet – trekker anslaget på delingsøkonomien opp
Kvantifisering	0,95	1	1,05

Andre faktorer som ble trukket frem og diskutert på usikkerhetsseminaret var valutakurs, bilholdskostnader, automatisering av enkelte tjenester, selvkjørende biler/kjøretøy, velferdsteknologi og finansiell innovasjon/teknologi. Disse ble ikke kvantifisert i egne overordnede usikkerhetsfaktorer, men inngår som en del av den generelle usikkerheten i anslagene i likhet med andre ting som ikke ble kvantifisert eksplisitt.

Vista Analyse AS

Vista Analyse AS er et samfunnsfaglig analyseselskap med hovedvekt på økonomisk forskning, utredning, evaluering og rådgivning. Vi utfører oppdrag med høy faglig kvalitet, uavhengighet og integritet. Våre sentrale temaområder omfatter klima, energi, samferdsel, næringsutvikling, byutvikling og velferd.

Våre medarbeidere har meget høy akademisk kompetanse og bred erfaring innenfor konsulentvirksomhet. Ved behov benytter vi et velutviklet nettverk med selskaper og ressurspersoner nasjonalt og internasjonalt. Selskapet er i sin helhet eiet av medarbeiderne.

Vista Analyse AS
Meltzersgate 4
0257 Oslo

post@vista-analyse.no
vista-analyse.no