

---

## Sammendrag

# Utviklingen av organisert bildeling i Norge: 1995-2018

TØI rapport 1663/2019  
Forfattere: Cyriac George og Tom Erik Julsrud  
Oslo 2018 29 sider

---

*Bildeling er en fremvoksende teknologisk og organisatorisk innovasjon som antas å kunne kan bidra til omstilling til et mer bærekraftig mobilitetsystem. Slik begrepet brukes i denne rapporten, viser det til en praksis der registrerte medlemmer av en organisasjon eller et nettsamfunn kan benytte biler på selvbetjent basis for kort og mellomlang bruk. Selv om det ikke representerer en radikalt ny innovasjon, utfordrer bildeling grunnlaget for dagens mobilitetsystem, som i stor grad domineres av privatbiler. Det er i stor grad enighet om at et mobilitetsystem basert på privatbiler som bruker fossilt drivstoff ikke er bærekraftig. Samtidig er det gjennom empiriske studier vist at bildeling kan redusere antall kjøretøy på veien, samt den total kjørelengden. I løpet av de siste årene har bildeling i Norge hatt en betydelig vekst både når det gjelder omfang og antall plattformer i landet. Selv om markedet har vokst, trenger fortsatt bildeling i Norge tid eller støtte for å bli en vesentlig del av mobilitetsystemet.*

Denne rapporten beskriver bildeling med tanke på konseptualisering, historisk utvikling i Norge, brukerprofil, miljøpåvirkninger og forskningsmuligheter. For å skille mellom forskjellige typer bildeling blir det i hovedsak benyttet kriterier som fokuserer på forretningsmodeller og/eller driftsmodeller. En inndeling basert på forretningsmodeller brukes for å skille mellom tre sentrale organisasjonsformer; profit, non-profit og kooperativ. En mer vanlig typologi fokuserer på forholdet mellom tjenesteleverandører og kunder, med kategoriene: business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B) and peer-to-peer (P2P). Den vanligste måten å klassifisere bildelingsplattformer gjøres imidlertid med utgangspunkt i driftsmodell, det vil si hvordan dette brukes. Den mest vanlige klassifiseringen her er stasjonsbasert (station-based), ènveis (free floating eller point-to-point), P2P, og delt eierskap (fractional ownership).

Bildeling i Norge kan inndeles i fire utviklingsperioder der vi ser på forretningsmodeller, operasjonsmodeller og brukerprofiler for ulike formene for bildeling. I løpet av den første perioden, som varte fra 1995 til 2004, ble det etablert lokale medlemsbaserte bildelingskooperativer i Oslo, Bergen og Trondheim, i stor grad inspirert av de sveitsiske og tyske kooperativene som hadde vokst frem om lag 10 år tidligere. Den andre perioden, som varte fra 2004 til 2014, var preget av fremvekst av nye forretningsmodeller og internasjonale aktører i markedet, både når det gjelder tjenesteleverandøren og den primære kunden. Den tredje perioden, som startet i 2015 og fortsatt er under utvikling, er preget av rask fremvekst av P2P-tjenester og utvidelsen av bildelingens geografisk nedslagsfelt.

I den inneværende perioden har grensene mellom de ulike typene bildeling blitt mer uklare og flere nye former har blitt introdusert. Et viktig trekk er utvikling av hybride

forretningsmodeller som inneholder kombinasjoner av P2P, B2B, B2C og kooperative former. Det er også indikasjoner på at bildeling i økende grad integreres med boligutvikling, slik det har blitt gjort blant boligkooperativene i Sveits og Tyskland. I tillegg ble den første énveis bildelingsordningen i Norge lansert på slutten av 2018.

De fleste empiriske studier viser at bildelingsordninger har en netto positiv innvirkning på miljøet. En viktig årsak er at bildeling fører til en reduksjon i antallet kjøretøy, både på husstand og bedriftsnivå. En annen årsak er at bildeling som oftest fører til en reduksjon i det totale antall kjørte kilometer. Selv om mange av de som ikke hadde tilgang til bil før de startet med bildeling kjører mer enn før, blir dette mer enn oppveiet av reduksjoner i kjøring blant brukere som hadde tilgang til et privat kjøretøy før de tok i bruk bildeling. Bruken av bil blant dem som tidligere ikke var bileiere er også betydelig mindre enn det den ville ha vært dersom de hadde kjøpt en bil.

Antallet elektriske kjøretøy er i rask vekst, og det er behov for mer forskning om miljøbelastning knyttet til bruk av el-bildeling, særlig når det gjelder svevestøv (dvs. lokal forurensning). Det er også behov for videre forskning om langsiktige konsekvenser av bildeling med hensyn til arealbruk. Den raske økningen i bruken av bildeling og antall forretningsmodeller i Norge tyder på at det er et markedsgrunnlag for dette og at nye aktører trolig vil søke å etablere seg fremover. Vi kan forventet at markedet vil fortsette å være i endring, og det er grunn til å tro at en vil se fortsatt vekst og «mainstreaming» av bildeling, men også en konsolidering av leverandører der enkelte plattformer forlater markedet.