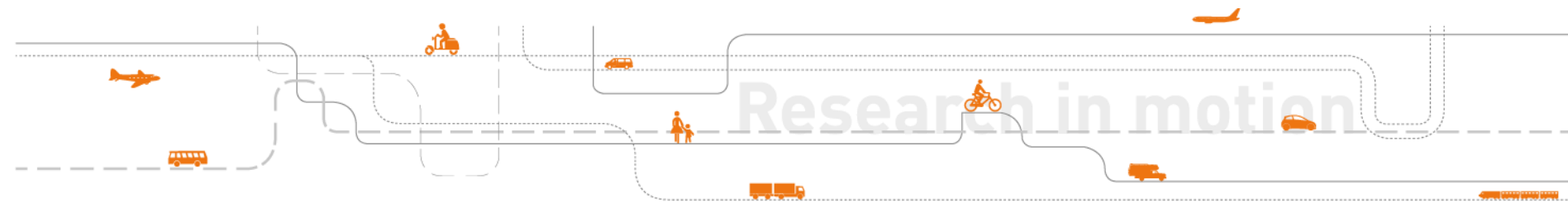


(Hvorfor) Tar Bildeling av?

TØI-seminar 16.januar 2019

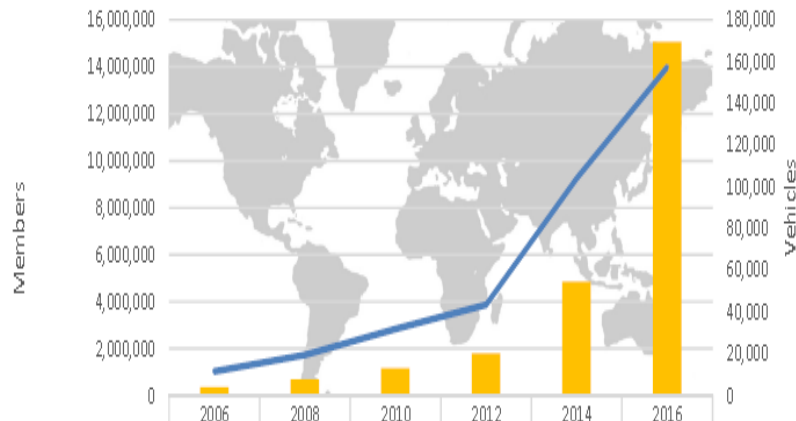
Vibeke Nenseth



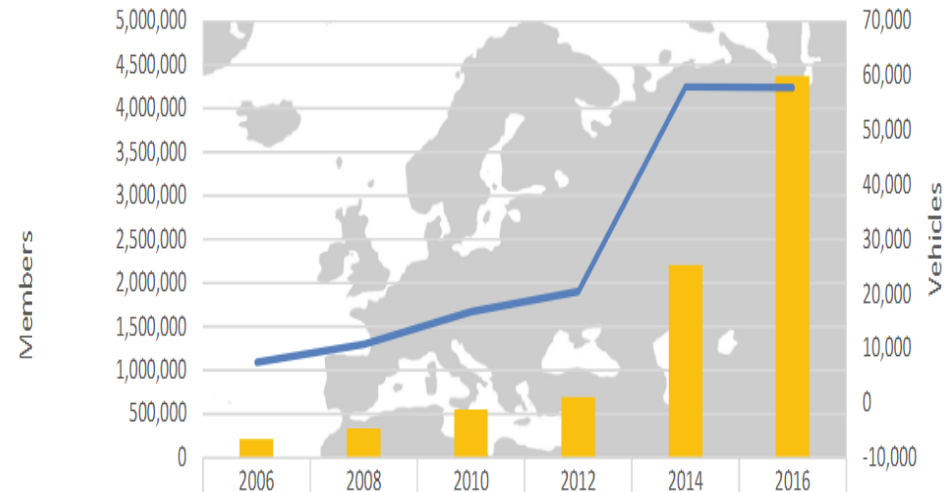
Bildeling tar av internasjonalt -

GLOBAL CARSHARING MARKET TRENDS

Global Trends



European Trends (n=27)



Members	212,124	334,168	552,868	691,943	2,206,884	4,371,151
Compound Annual Member Growth Rate (2 yr)	0%	26%	29%	12%	79%	41%
Vehicles	7,491	10,833	16,779	20,464	57,947	57,857
Compound Annual Fleet Growth Rate (2 yr)	0%	20%	24%	10%	68%	0%
Member-Vehicle Ratio	28.3	30.8	32.9	33.8	38.1	75.6

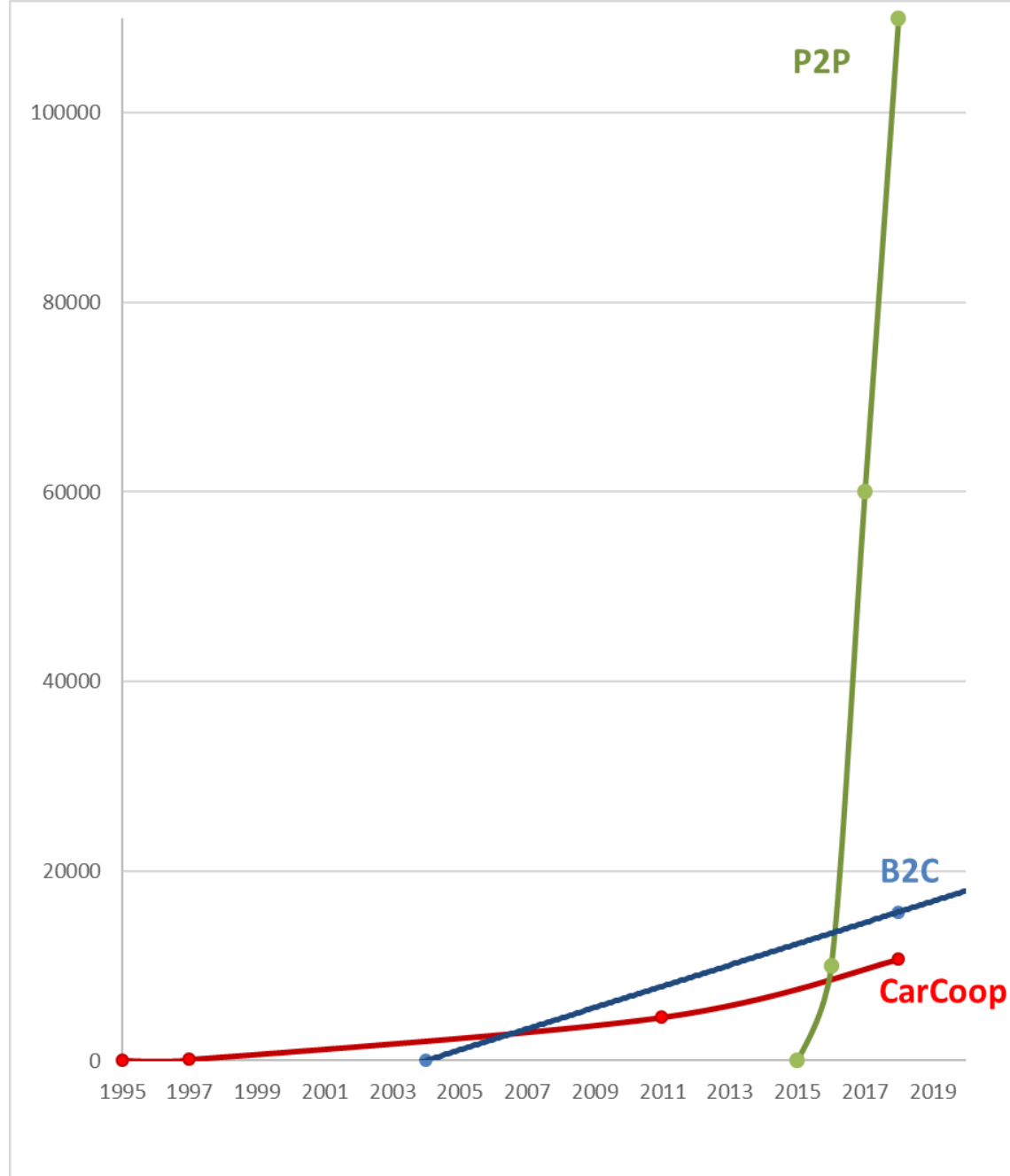
* Data depict October of each even numbered year. Numbers do not include P2P carsharing

Shaheen, S., Cohen, A., & Jaffee, M. (2018). Innovative Mobility: Carsharing Outlook. *UC Berkeley: Transportation Sustainability Research Center*

... og i Norge

i 2018:

- >10500 CarCoop members
- >15000 B2C/B2B users
- >110000 P2P Users



Måling av bildeling: Brukere – Biler - Bestillinger

<i>Providers</i> <small>year started</small>	<i>Model</i>	<i>Cars</i>	<i>Users/member</i>	<i>Bookings last year</i>
<i>Bilkollektivet</i> 1995	CarCoop	325	7000	64000
<i>Bildeleringen</i> 1996	«	170	2100	-
<i>Trondheim Bilkoll.</i> 1996	«	95	1800	35000
<i>Hertz Bilpool</i> 2004/10	B2C/B2B	103	6700	13300
<i>Move About</i> 2007	B2C/B2B	90	9000	25000
<i>Nabobil</i> 2015	P2P	6000	reg. 170000	50000
<i>GoMore</i> 2017	P2P	2000	reg. 50000	-
<i>Hyre</i> 2018	B2C/P2P	140	-	-
<i>NSB bybil</i> 2018-19	B2C	250	-	-
∑ total		≈8600	>200000	≈190000

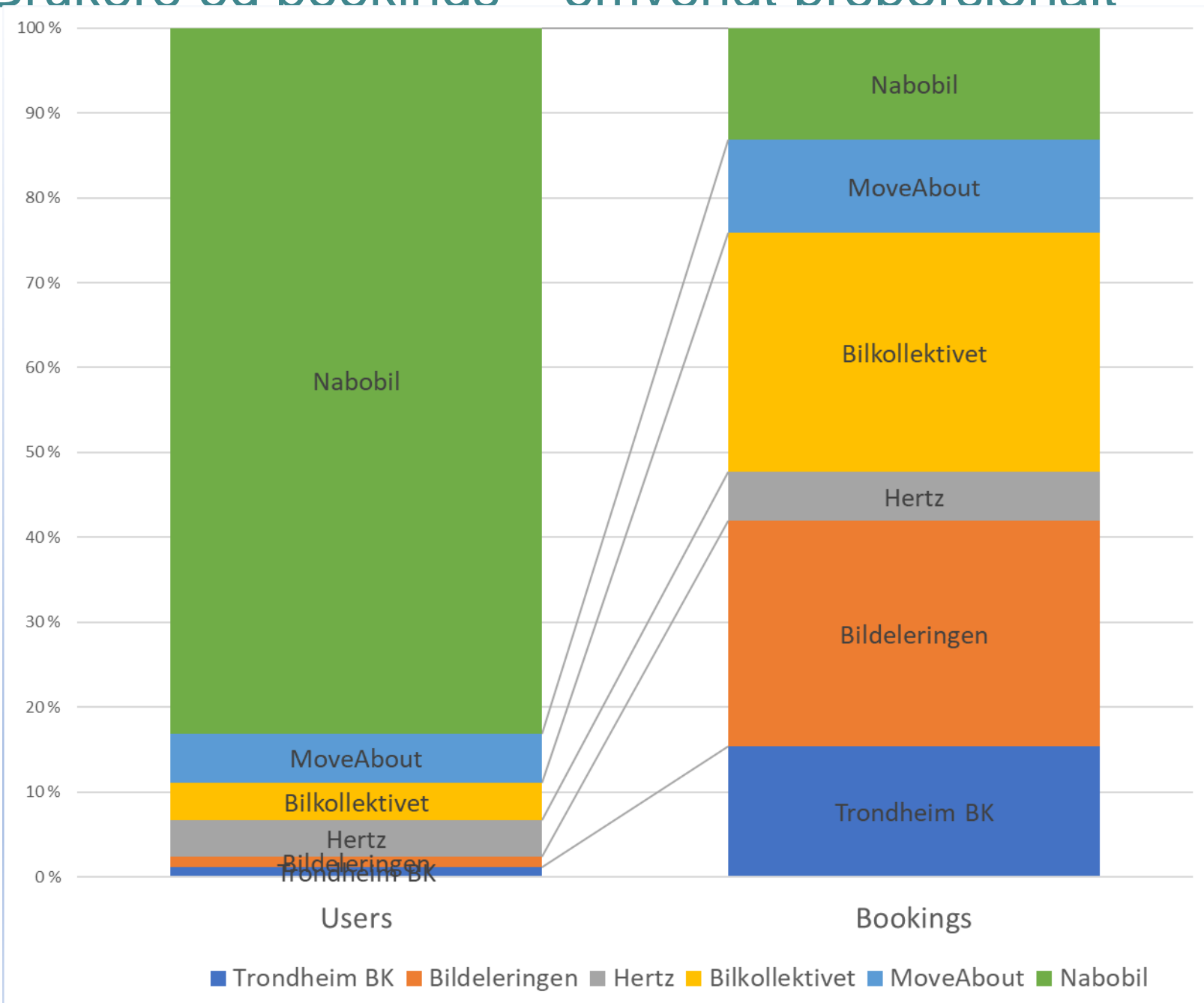
Sources: websites; interviews & emails with providers (Nenseth 2019)

*several double memberships; same user might have several bookings

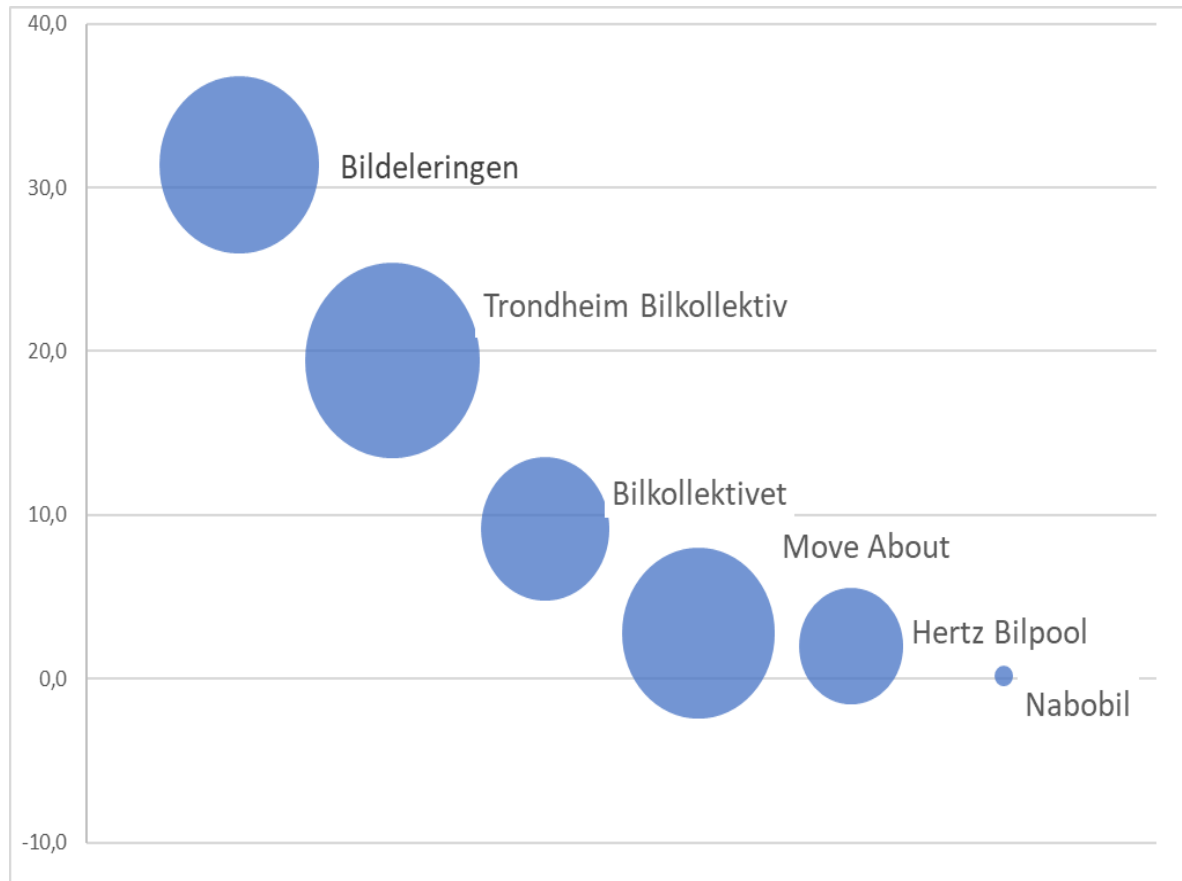
Å måle bildeling? - spørs hva vi vil måle

- å telle **brukere** viser **spredningen** i befolkningen
 - *når over 200000 nordmenn har registeret seg, mer enn 100000 har brukt, tilsvarer det rundt 5 % (3-6) av dagens førerkortinnehavere*
- å telle **bookings/bestillinger** viser hvor utbredt bildeling er som **økonomisk aktivitet** eller som **sosial praksis**
- å telle **biler** viser **substitusjonseffekten**
 - *hvis én delebil kan erstatte 10 privateide biler, kan dagens delebilflåte erstatte nærmere 100000 privatbiler – og frigjøre plass*
- å telle **kjørte km** og **type bil** kan beregne miljø- eller klimaeffekten av delebiler

Brukere og bookinger – omvendt proporsjonalt



Samvirkebildeling mest brukt



	Bookings/user	Bookings/car
Bideleringen	31,4	303
Trondheim Bilkollektiv	19,4	368
Bilkollektivet	9,1	197
Move About	2,8	278
Hertz Bilpool	2,0	129
Nabobil	0,2	4

Bideling: fra nisje til trend – hvorfor?

Vekst i bildeling: Mega-trender

urbanisation



digitalisation



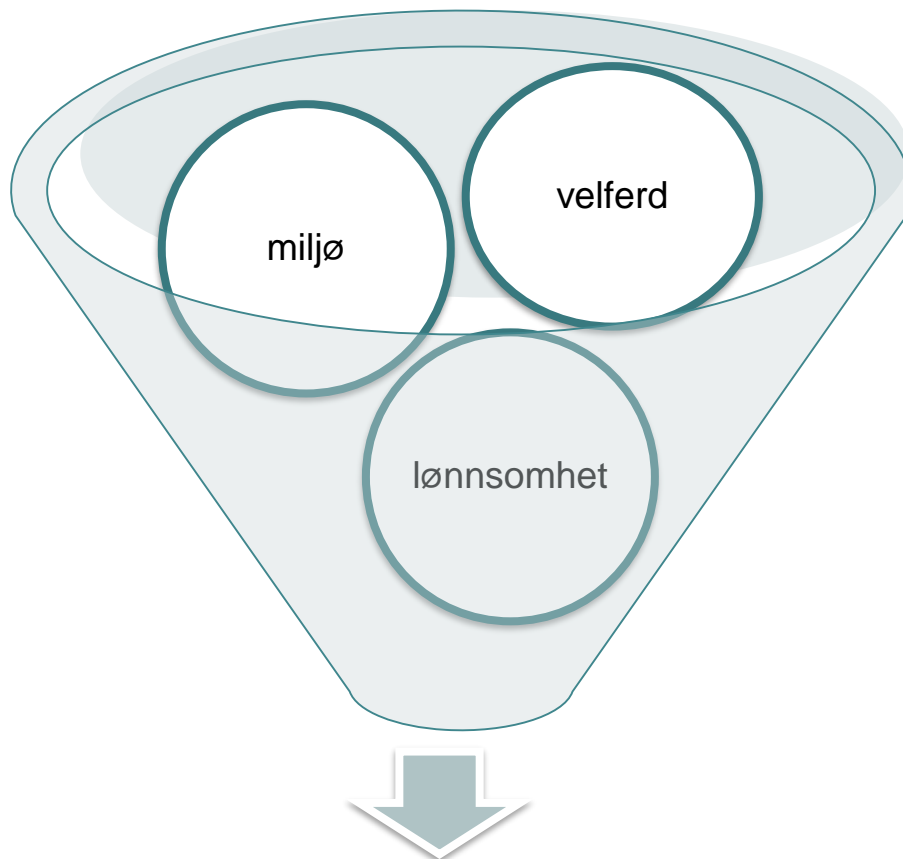
deprivatisation -
sharing



climate/
environmental
(policy) pressure



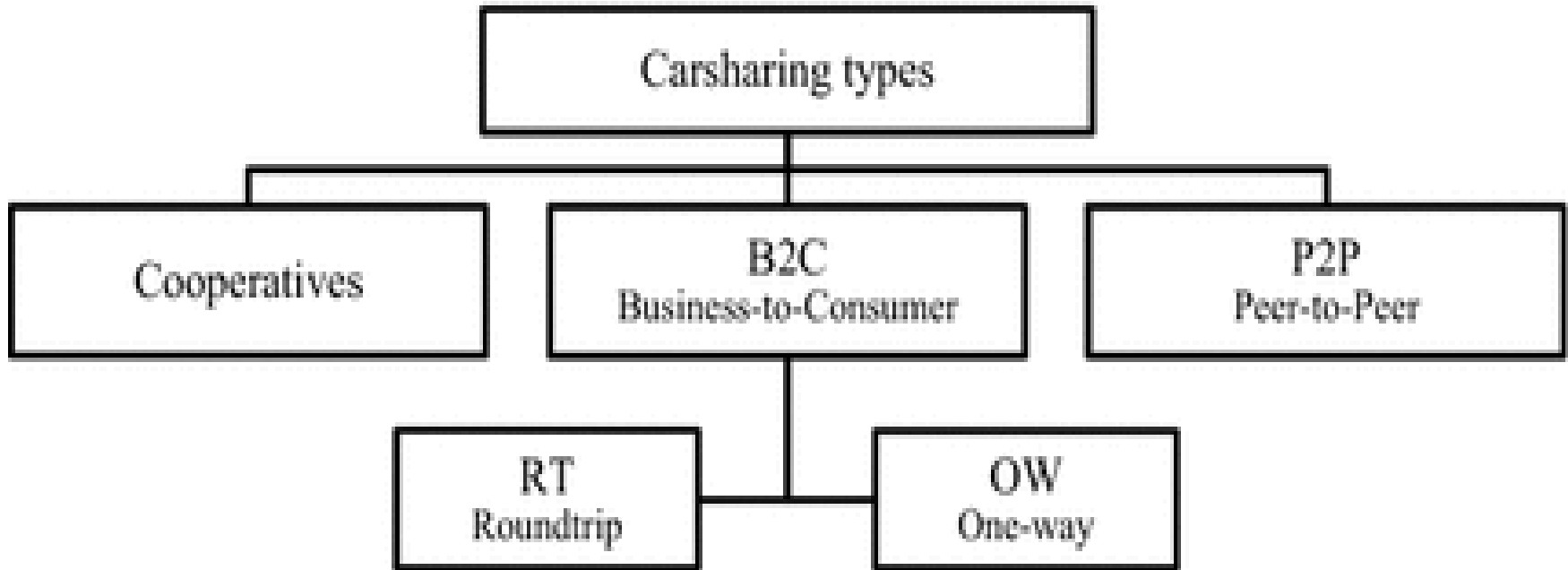
Vekst i bildeling: fra Enkeltsak til Flere formål



akselererende vekst bildeling

- **Velferdsmobilitet:** tilgang til bil av og til, for dem som er uten egen bil
- **Miljømobilitet:** færre biler på veier og færre kjørte km, høyere terskel for bruk av bil
- **Deling og lønnsomhet:** bruk av bilers 'ledige kapasitet' – alternativ til «ineffektiv» privatbil

Mer mangfold av modeller



Münzel, K. Boon, W., Frenken, K., Vaskelainen, T. 2017. 'Carsharing business models in Germany: characteristics, success and future prospects' *Information Systems and e-Business Management*, 16(2)

Bidelerne motiv sammensatte – over tid

Bilkollektivets medlemmer	1998 (N=78)	2011 (N=742)	2017 (N=1118)
...slipper det praktiske (unngår bryderiet) ved bileierskap	83 %	51 %	72 %
...lønner seg økonomisk, billigere enn eid bil	47 %	42 %	86 %
... miljøargument	36 %	23 %	81 %
...liker ideen med bildeling, passer min identitet	-	32 %	68 %

De fleste medlemsundersøkelser finner variasjoner over **det Praktiske**, **det Lønnsomme** – og **Miljøargumentet**. «Sustainability is a nice bonus»

men vanskelig å bli *direkte* påvirket av

- globale **megatrender**
- sammenfall av et **mangfold av ulike begrunnelser**;
kinderegg
- tilbud av et **mangfold av modeller**; mye å velge i

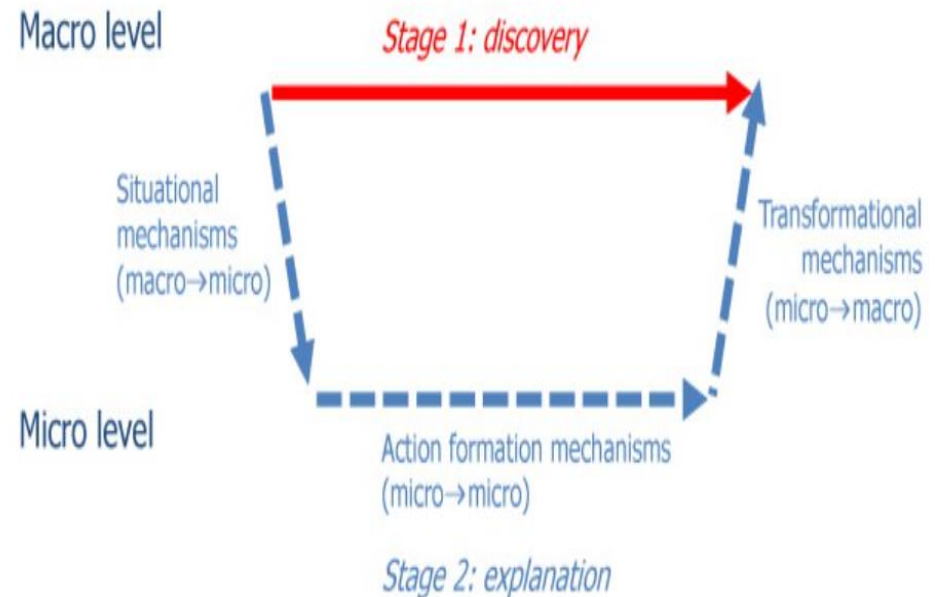
må påvise **hvilke sosiale mikromekanismer** som **skaper makroendringer**:

Observasjon i makro:
bildeling i vekst

=>

må identifisere i mikro:

- **endring villige aktører** som søker nye (samme) løsninger
- mange nok til å skape større endringer – som f.eks. **oppskalering av bildeling**



e.g. Coleman, Boudon, Granovetter

hva er potensialet? hva mener befolkningen om bildeling?

første survey på norsk fra generelle befolkning

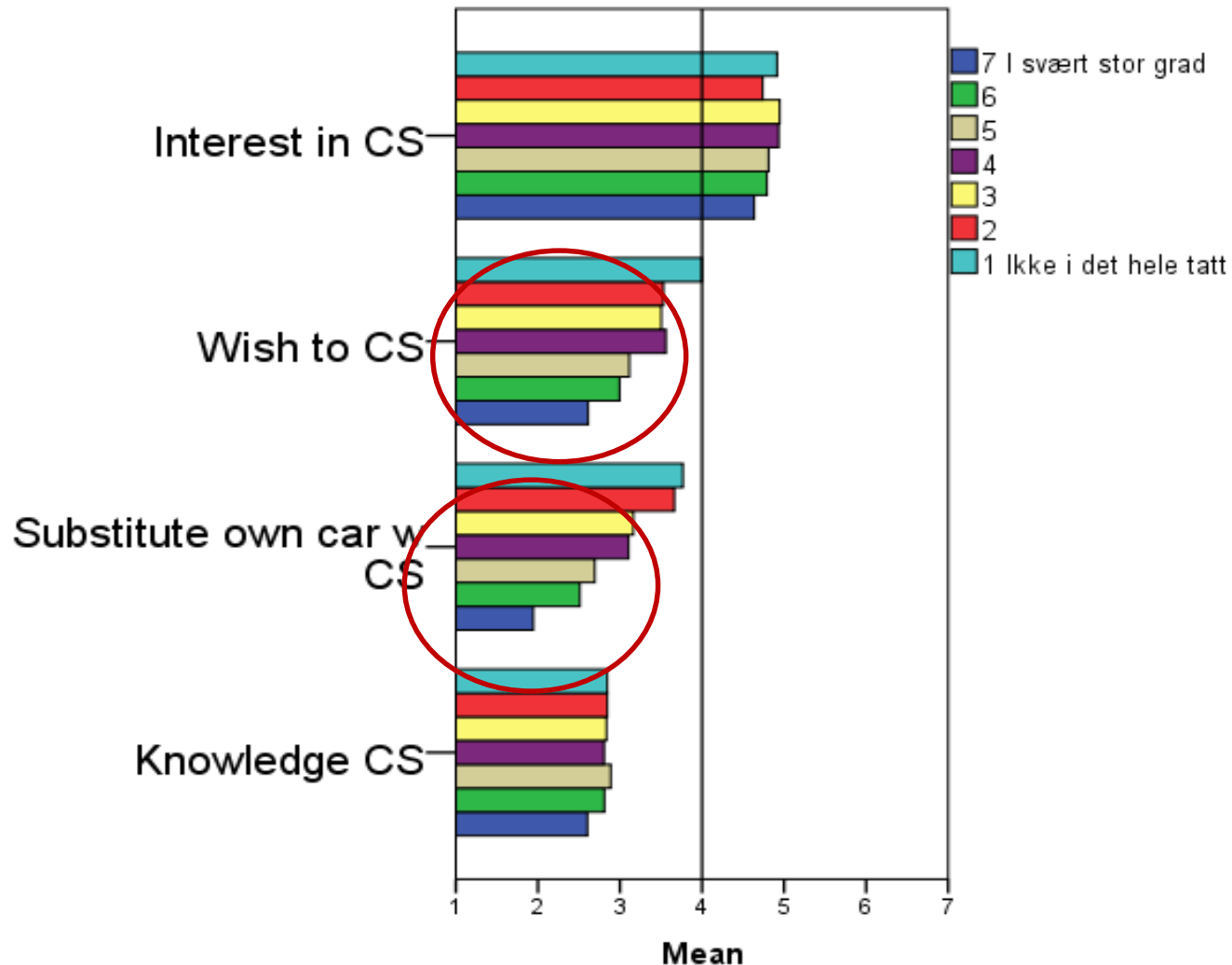
Forskjell på bildelere og befolkningen ellers

Survey (N: 3734)	NO-Carsharers	CarSharers (182)	Population
Men	51%	56%	50%
Women	49%	44%	50%
Driving Licence	87%	88%	91% (NTS)
In Household w Car	71%	34%	88% (NTS)
Age Mean	39yrs	36yrs	-
Univ >3yr (high)	34%	54%	10% (SN)
<Upper (low)	34%	19%	63% (SN)
Income >1mill	21%	21%	-
Income<0,5mill	33%	28%	-
GreenVote	21%	30%	14% (SN)
No car	29%	66%	12% (NTS)
1 car	47%	27%	45% (NTS)
2 or more	25%	7%	42% (NTS)

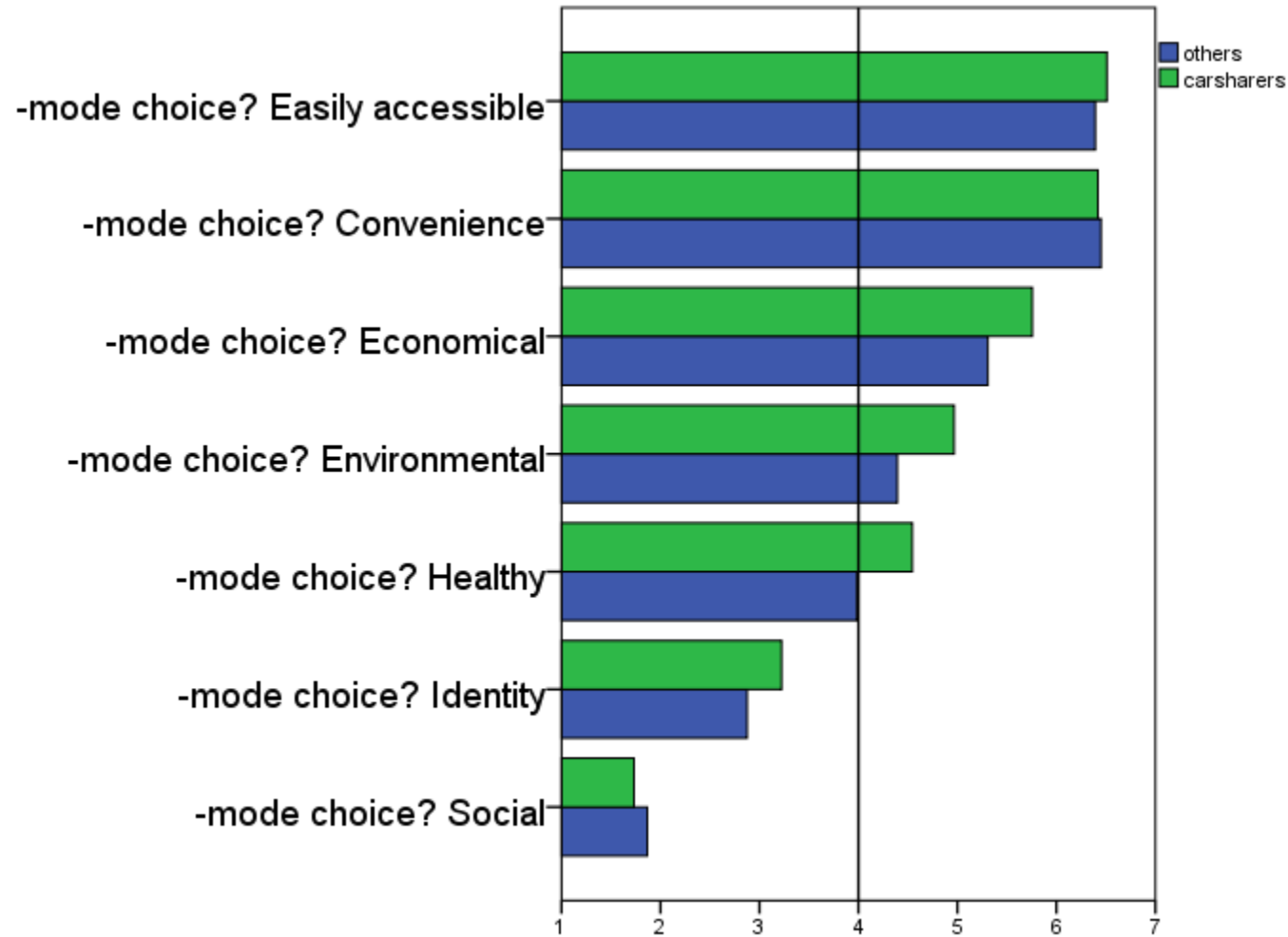
noen hovedtrekk i vår survey

- noen flere menn er bildelere, men kvinner uttrykker større interesse
- bildelere yngre enn andre
- bildelere betraktelig høyere utdannet
- tjener litt mer, færre i lavere inntektsklasse
- 1 av 3 bildelere har bil
- men 1 av 3 i utvalget har ikke hørt om bildeling!

ulike Innstillinger til bildeling ut fra Bilavhengighet



Motiv for transportvalg: små forskjeller bildelere og andre



Bilavhengighet og ulik innstilling til bildeling. Hva forklarer.

	Car dependency	CS Knowledge	CS Interest	CS Wlsh	Substitute own car
N	2565	3734	2484	2484	1017
mean (scale 1-7)	5,22	2,74	4,78	3,29	2,65
	B	B	B	B	B
(Constant)	2,89	1,07	2,84	3,29	2,95
Gender (M=1)	0,09	0,33	-0,11	0,03	0,21
Age	0,00	0,00	0,01	-0,01	0,00
Cars in household	0,27	-0,04	-0,05	-0,17	-0,14
Seldom PT	0,06	-0,10	-0,13	-0,12	0,06
Good Parking	-0,05	0,01	0,00	-0,04	-0,02
Car trips	0,39	0,02	0,03	-0,04	-0,04
PT trips	-0,30	0,01	-0,01	0,05	0,13
Bicycle trips	-0,16	0,08	0,13	0,14	0,08
Car km	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-mode choice? Convenience	0,19	0,02	0,16	0,01	-0,24
-mode choice? Easily accessible	0,16	0,01	0,05	-0,05	-0,09
-mode choice? Economical	-0,01	-0,01	-0,01	0,01	0,07
-mode choice? Environmental	-0,02	0,06	0,11	0,09	0,09
-mode choice? Healthy	-0,08	0,02	0,03	0,10	0,12
-mode choice? Identity	0,02	0,04	-0,05	-0,01	0,00
-mode choice? Social	0,08	0,02	0,00	0,07	0,06
GreenVote	-0,26	0,09	0,32	0,31	0,14
Acquan1	-0,01	0,19	0,05	-0,03	-0,05
Media1	-0,02	0,17	0,01	-0,02	-0,07
R^2	.39	.12	.06	.09	.12

hva slår ut når det gjelder:

- **Bilavhengighet:** menn, langt til busstopp, dårlig parkering, mye bilbruk, få kollektivreiser, lite sykling, flere biler: velger transportform som er lettvinthet og lett tilgjengelig og sosial, ikke pga. helsegrunner; stemmer ikke grønt
- **Bidlingsinteresserte:** kvinner, eldre, høy utdanning, mye sykling, velger transportmåte ut fra lettvinthet og miljø, ikke identitet, stemmer grønt
- **Ønsker bildeling:** yngre, høytutdannet, mye sykkel, sosial transport eller pga. miljø og helse, stemmer grønt
- **Vurderer å erstatte egen bil med bildeling:** høytutdannet, lav inntekt, sjeldne kollektivavganger, mye kollektivbruk, sosial transport, velger ikke av transport av lettvinthetsgrunner, men pga. miljø og økonomi og helse,

Oppsummert

- personlige bakgrunnsvariable – **hvem du er** – (kjønn, alder, utdanning, verdier) betyr mye for å bli interessert i og ønske å begynne med bildeling
- **bystrukturelle** variable – hvor du bor: avstand til / frekvens på kollektivtransport, parkeringsmuligheter mindre avgjørende
- dagens **mobilitetspraksis** betyr mye: antall turer med bil, kollektivtransport, sykkel; antall biler i husholdet
- og hvilke **grunner en har for å velge transportform**: miljø, økonomi, identitet/livsstil
- Og: om en har **kjente** som er brukere eller snakker om bildeling, de som kjenner til bildeling mest fra **media** er mer skeptiske!

takk!
spørsmål?
kommentarer?
vibeke.nenseth@toi.no