

## Bideling i Bergen - erfaringer og effekter

TØI rapport 1895/2022 • Forfattere: Vibeke Nenseth, Ingunn Opheim Ellis • Oslo 2022 • 75 sider

- Bidelere i Bergen har mer miljøvennlig mobilitet enn andre: de går og sykler mer og bruker en tredel mindre bil enn befolkningen ellers
- Én av seks oppgir at de går og sykler og tar mer kollektivtransport enn før, som en direkte følge av bidelingen
- Fem prosent av befolkningen i Bergen er bidelere i dag, ytterligere åtte prosent vurderer å bli det
- Nesten åtte av ti bidelere bor sentralt, og halvparten av de som vurderer å bli det
- Halvparten av bidelerne har latt være å kjøpe bil, en av fire har kvittet seg med bil, mens én av fem bruker egen bil i tillegg til bideling
- Basert på beregningene her, erstatter én delebil ti til femten personbiler i Bergen
- Bidelere er yngre, høyere utdannet og bor mer urbant enn andre
- Både praktiske, økonomiske og verdimeslige motiv er viktige for bruk av bideling
- Bidelingens effekt på redusert bilbruk er avgjørende generelt; bidelingens effekt på redusert bilhold er viktig i tette byområder spesielt

Forskning på bideling har lenge og gjennomgående vist til bidelingens potensial for redusert privatbilbruk, fordi det fungerer som et alternativ til eget bilhold for dem som bare har sporadisk bruk for bil. Norske biler står i snitt stille 98 prosent av tiden. Sammen med trafikk- og trengselsproblemer i tette bystrøk, har utviklingen av lettvinne app-baserte mobilitetstjenester skapt nye forventninger til framveksten av delemobilitet, spesielt i storbyområder. Delebiler erstatter privatbiler på veiene og frigjør verdifulle gatebruksarealer (i form av parkeringsplasser) i tette bystrøk. Studier av bideling generelt viser at den typiske bideler er mann, ung, høyt utdannet, som bor urbant og med gode muligheter til å gå eller sykle eller bruke kollektivtransport. Dette er typiske kjennetegn på dem som i innovasjonsstudier gjerne kalles 'early adopters' – de som er tidlig ute med nye sosiale og teknologiske trender. Bideling har særlig det siste tiåret vist en formidabel vekst og utbredelse. Selv om organisert bideling har eksistert i Norge siden nittitallet, er det først i de senere årene bideling for alvor har tatt av – også her i landet.



Bildeling kan realisere mål langs hver av bærekraftdimensjonene: *miljømessig*, gjennom redusert bilhold og bilbruk og bedre bymiljø; *sosialt* – gjennom å gi letttilgjengelig til sporadisk bruk av bil uten å måtte eie egen, og *økonomisk*, ved at bildeling er billigere enn å eie og gir en langt mer effektiv utnytting av en bilpark.

## Undersøkelse av bildeling i Bergen

På oppdrag fra Bergen kommune ved Bymiljøetaten har TØI undersøkt erfaringer og effekter av bildeling i Bergen. Sentrale problemstillinger har vært å kartlegge erfaringer med, og vurderinger av, bildeling i Bergen og kartlegge forskjeller i bilhold, bilbruk og annen mobilitetspraksis blant bildelere og andre. Oppdraget skulle også vurdere bildelingens effekt som bidrag til sosial utjevning og bedre byliv.

Oppdraget har gått ut på å gjennomføre to nettbaserte spørreundersøkelser. Befolkningsundersøkelsen ble sendt på SMS til et representativt utvalg av befolkningen på 20 000 i Bergen (18 år og eldre). Det kom inn 3256 svar, som gir en svarprosent på 16. Undersøkelsen til bildelerne ble sendt på epost til brukerne, der lenken til undersøkelsen var inkludert i nyhetsbrev fra de tre største bildelingstilbyderne i Bergen – Bildelingen, Getaround og Hyre. Her kom det inn 556 svar.

Av de som har svart på befolkningsundersøkelsen, er fem prosent bildelere i dag, mens ytterligere åtte prosent oppgir at bildeling kan være aktuelt for dem. Fire av ti svarer at de har svært eller ganske god kjennskap til bildeling. Samtidig er det fire av ti som svarer at de har lite eller ingen kjennskap til bildeling. For dem som bildeling ikke er aktuelt for, er det særlig behovet for å bruke egen bil som oppgis. De som kjenner best til bildeling er yngre, menn, som bor sentralt og med høy utdanning – de samme kjennetegnene som stort sett også karakteriserer bildelerne.

## Sentrale kjennetegn ved dagens bildelere og andre

I analysen skjeller vi mellom ulike grupper: dagens bildelere opp mot generell befolkning, herunder bileiere og potensielle bildelere (de som i befolkningsundersøkelsen oppgir at bildeling kunne være aktuelt for dem).

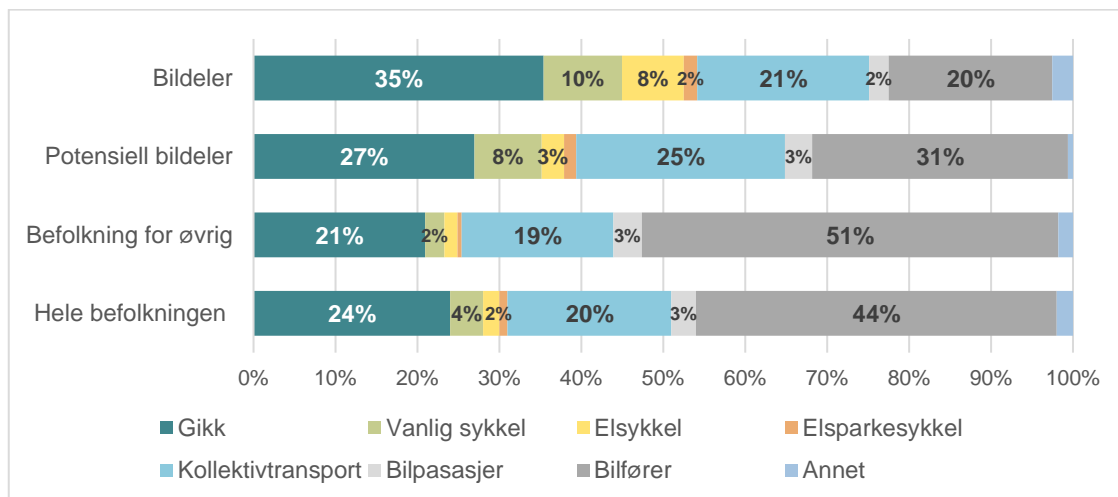
*Tabell S1: Sentrale kjennetegn ved dagens bildelere, potensielle bildelere, bileiere og generell befolkning*

	Dagens bildelere	Potensielle bildelere	Eier bil	Befolkningen generelt
Bosted sentralt	77%	50%	24%	30%
Snittalder:	44 år	44 år	53 år	51 år
Høy utdanning (> 4år U/H)	70%	55%	46%	46%
Lav husstandsinntekt (< 600000 NOK)	22%	36%	23%	30%
Andel uten bil	75%	35%	-	21%

Tabellen viser en sammenstilling av sentrale kjennetegn ved henholdsvis dagens bildelere, potensielle bildelere, dagens bileiere og befolkningen generelt. Vi ser at det særlig



er det å bo sentralt og ha høy utdanning som gjør at bildelerne skiller seg ut – og selvfølgelig når det gjelder bileierskap. Både dagens bildelere og bileierne har færrest andel i lavinntektsgruppen. Både dagens og potensielle bildelere er noe yngre enn bileierne og befolkningen generelt.



Figur S1: Transportmiddelfordeling på reiser til ulike aktiviteter blant dagens bildelere (N = 700), potensielle bildelere (N = 257) og befolkningen for øvrig (N = 2848)

Som vi ser av figur S1 varierer dagens mobilitetspraksis betydelig mellom disse gruppene. Fordelingen er beregnet ut fra hvordan respondentene svarte på hvordan de reiste til ulike aktiviteter dagen før. Bildelerne går og sykler mer og kjører i langt mindre grad bil enn andre. De har en særlig høy sykkelandel. De potensielle bildelere kjører mindre bil og går, sykler og reiser mer med kollektivtransport enn befolkningen generelt, men vi ser også at de kjører noe mer bil og går og sykler mindre enn dagens bildelere.

### Økonomiske motiv er særlig viktige for potensielle bildelere

Når det gjelder motiv for å bruke eller være interessert i bildeling, oppgir nesten tre av fire bildelere det som viktig å slippe det praktiske og vedlikeholdet ved eget bilhold, at det er billigere enn å eie egen bil, og at færre biler gir et bedre byliv og klima- og miljøhensyn. De potensielle bildelerne oppgir stort sett de samme grunnene som viktige – men i noe lavere grad. Men for dem rangeres argumentet om at det er billigere enn å eie egen bil høyest. I en multivariat analyse av disse motivene blant bildelerne viser det seg at særlig kjønn er avgjørende, i den forstand at kvinner er mer enig i utsagnene enn menn – særlig gjelder det de verdibaserte utsagnene som hensynet til klima og miljø og et bedre byliv. Ikke uventet gir det å ha lav inntekt en større oppslutning om argumentet om at bildeling er billigere enn å eie egen bil.

Av viktige egenskaper ved en bildelingsordning, er det som særlig trekkes fram god tilgang til ledig bil av ønsket type, et enkelt bookingsystem og kort avstand fra der man bor til nærmeste delebil. De fleste ønsker å bruke en liten bybil, og en del oppgir varebil og stasjonsvogn. Det er i mindre grad et uttrykt behov for større delebiler som SUVer og 9-setere.



## Bidelingens substitusjonseffekt

Tilrettelegging for bildeling er blitt et stadig viktigere anliggende i politisk sammenheng, spesielt som et biltrafikkregulerende tiltak. Bildeling kan erstatte privatbilisme på to måter – ved at hver bilreise kan erstattes med annen type mobilitet (reduert bilbruk) eller ved redusert bilhold (bileierskap). Vår undersøkelse bekrefter forskningslitteraturen som sier at bildeling reduserer bilbruk med en tredel. Vi finner at 34 prosent bruker bil mindre enn før, mens en av seks både går og sykler og tar kollektivtransport mer enn før.

Halvparten av bildelerne oppgir at de har latt være å kjøpe bil, som en følge av at de har begynt med bildeling, mens en firedel oppgir at de har kvittet seg med bil. I forskningslitteraturen varierer estimatene fra rundt fem til 15 privatbiler en delebil kan erstatte. I vår studie blir estimatet at en (stasjonsbasert) delebil i Bergen erstatter ti til femten privatbiler.

Vi finner at bildeling kan ha redusert antall biler med mellom 5 500 og 8 250 i Bergen. I og med at en bil opptar om lag 10 kvadratmeter, får vi som direkte konsekvens at bildeling i Bergen kan frigjøre et areal på mellom 55 eller 83 mål (dekar). Siden mer enn tre av fire bildelere bor i sentrale bydeler (Bergenhus og Årstad), betyr det at det mulig frigjorte arealet fra bildelere som enten har kvittet seg med eller unngått å kjøpe bil, for en stor del vil være i disse sentrale byområdene. Det gir grunn til antakelsen om at bildeling frigjør areal som kan brukes til andre formål i byen – grøntområder eller åpne byrom - som igjen kan føre til et bedre byliv. At bildelere i langt større grad enn andre går og sykler til handels- og kulturaktiviteter, betyr også at de beveger seg mer lokalt og bidrar til bylivet i sine urbane områder.

Vi har også sett nærmere på i hvilken grad bildeling kan bidra til sosial utjevning. Vi finner at de i laveste inntektskategori begrunner bildeling ut fra økonomiske motiv, samtidig som det også er disse som i størst grad er potensielle bildelere. Siden bildeling synes å være mest aktuelt for yngre, kan bildeling også bidra til å jevne ut aldersmessige forskjeller i tilgang på bil.

Bideling kan ses som et velferdstilbud til de som ikke har råd til å eie egen bil, men innebærer også en ny type frihet til å utnytte nye mobilitetstjenester der bildeling gjerne bare inngår som et knippe av flere tilbud og mobilitetsformer. Bildeling kan også forbindes med det å inneha en særlig 'kulturell kapital', som innebærer å ta raskt til seg kunnskap og ideer, levemåter og livsstil som vurderes som særlig anerkjente eller framtidsrettet. Mye tyder på at bildeling foreløpig er aller mest aktuelt for trendsettere: yngre, urbane, og høyt utdannede som allerede har eller særlig verdsetter overgangen til mer miljøvennlig mobilitet. Samtidig er det betydelige kunnskapshull og mye vi ikke vet om disse sammenhengene mellom bildeling og sosiale og kulturelle forhold. Det er derfor all grunn til også framover å presentere bildeling, ikke bare som et virkemiddel for redusert bilhold, bilbruk og miljøbelastning, men også legge vekt på andre aspekter – som blant annet å vurdere det som et bidrag til sosial likhet, en bærekraftig livsstil og et mindre trafikkert og bedre byliv.