

# Nordmenn og deling:

Deskriptive resultater fra spørreundersøkelse i prosjektet Shareon



# Nordmenn og deling:

Deskriptive resultater fra spørreundersøkelse i prosjektet ShareOn

4. oktober 2019

Aasen, Marianne

---

**CICERO** Senter for klimaforskning  
P.B. 1129 Blindern, 0318 Oslo  
Telefon: 22 00 47 00  
E-post: [post@cicero.oslo.no](mailto:post@cicero.oslo.no)  
Nett: [www.cicero.oslo.no](http://www.cicero.oslo.no)

**CICERO** Center for International Climate Research  
P.O. Box 1129 Blindern  
N-0318 Oslo, Norway  
Phone: +47 22 00 47 00  
E-mail: [post@cicero.oslo.no](mailto:post@cicero.oslo.no)  
Web: [www.cicero.oslo.no](http://www.cicero.oslo.no)

---

**Title:** Nordmenn og deling: Deskriptive resultater fra spørreundersøkelse i prosjektet ShareOn

---

**Authors:** Marianne Aasen

---

**Financed by:** Norges Forskningsråd

---

**Project:** ShareOn

---

**Project Manager:** Hege Westskog

---

**Quality Manager:** Marit Klemetsen

---

**Keywords:** Deling, delingsøkonomi, oppfatninger om deling, motivasjoner for deling

---

**Abstract:** Prosjektet ShareOn er et samarbeidprosjekt hvor både forskningsmiljøer, offentlige aktører, næringsaktører og idédrevne (ideelle) organisasjoner deltar. Prosjektet belyser deling som strategi i omstillingen til lavutslippssamfunnet. Denne rapporten gir en oversikt over deskriptive resultater fra en spørreundersøkelse gjort i prosjektet. Undersøkelsen ser på nordmenns delingspraksiser og oppfatninger om deling. Prosjektet ferdigstilles våren 2020.

---

**Language of Report:** Norsk

---

# Innhold

---

<b>1</b>	<b>Innledning</b> .....	<b>4</b>
	1.1 Om undersøkelsen og denne rapporten	4
	1.2 Om datasamlingen og utvalgene	4
<b>2</b>	<b>Oppfatninger om hva som er delingsøkonomi</b> .....	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>Delingspraksiser</b> .....	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>Oppfatninger om deling</b> .....	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Motivasjoner for deling</b> .....	<b>14</b>
<b>6</b>	<b>Normer og oppfatninger om samfunnssider av deling</b> .....	<b>21</b>
	6.1 Normer for deling	21
	6.2 Andre oppfatninger om deling	22
<b>7</b>	<b>Sluttkommentarer</b> .....	<b>24</b>
<b>8</b>	<b>Referanser</b> .....	<b>25</b>
<b>9</b>	<b>Appendiks</b> .....	<b>26</b>

# 1 Innledning

## 1.1 Om undersøkelsen og denne rapporten

I denne rapporten oppsummeres en undersøkelse som ble gjennomført i 2018 for prosjektet ShareOn, ledet av CICERO Senter for klimaforskning og finansiert av Norges forskningsråd. ShareOn har som mål å bidra til økt kunnskap om hvilke effekter delingsøkonomien kan ha både for utvikling av sosial og klimamessig bærekraft. Prosjektet undersøker blant annet hvilke faktorer som er viktig for å få til deling og hvilke faktorer som virker begrensende.<sup>1</sup>

I undersøkelsen som beskrives i denne rapporten ble det kartlagt hva som oppfattes som deling, hva slags deling folk gjør, oppfatninger om ulike typer deling, og hva folk oppgir som motivasjoner for deling av ulike typer. Vi har valgt å se nærmere på fire typer deling: bildeling, låne ut/inn ting, leie ut/inn ting, og deltagelse i bruktmarked. Formålet med datasamlingen er å undersøke om svarene på disse spørsmålene varierer med geografi, oppfatninger om klima og miljø, politiske oppfatninger, sosial kontekst slik som oppfatninger om omgangskrets sine motivasjoner, annen klimarelevant adferd, alder, inntekt, utdanning og kjønn, blant annet. Denne rapporten går ikke inn i analyser av årsak-effektsammenhenger mellom variablene (disse kommer i andre publikasjoner), men viser enkel deskriptiv statistikk.

Nordmenns delingspraksiser og oppfatninger om deling er kun undersøkt kvantitativt én gang tidligere, så vidt vi vet, i en studie gjort av Slette-meås og Kjørstad (2016). Slette-meås og Kjørstad (2016) er ikke direkte sammenlignbar med denne, og prosjektet den var en del av hadde en noe annen vinkling enn ShareOn, men sammen gir undersøkelsene likevel et bilde av utviklingen i noen spørsmål over tid.

Formålet med denne rapporten er å gi en lett tilgjengelig oversikt for brukerne og andre interesserte i ShareOn-prosjektet, gjennom grafiske framstillinger av resultater. I appendikset finnes mer detaljerte fordelinger på svarkategorier.

## 1.2 Om datasamlingen og utvalgene

Datainnsamlingen ble gjennomført som nettbasert spørreundersøkelse av Ipsos MMI i perioden 11. mai til 4. juni 2018. Det er gjort to undersøkelser. I den ene er det hentet inn svar fra 1561 personer

---

<sup>1</sup> Les mer om prosjektet i midtveisrapporten fra prosjektet (Westskog et.al., 2019)

som er 18 år og eldre fra Ipsos' befolkningspanel.<sup>2</sup> Siden vi også var interessert i å få kunnskap om bildelere, og disse utgjør en svært liten andel av befolkningen, ble det i tillegg gjort en undersøkelse av personer som deltar i bildeleordningen «Bildelingen» i Bergen. Medlemmene i denne bildeleordningen ble invitert til å delta via en lenke til undersøkelsen i et nyhetsbrev fra Bildelingen som ble sendt per e-post til medlemmene.<sup>3</sup> 163 medlemmer av Bildelingen besvarte undersøkelsen (de hadde ca. 1900 privatmedlemmer<sup>4</sup> da undersøkelsen ble gjort). Spørreskjemaene for disse to datasamlingene var i hovedsak like, og svartiden var i gjennomsnitt 12,5 minutt for befolkningspanelet, og 14,5 minutter for bildelerne.

Det er god representativitet i utvalget på de 1561 respondentene i befolkningspanelet med hensyn til både alder, kjønn og geografi.<sup>5</sup> Når ingenting annet er presisert ligger svarene fra de 1561 respondentene i befolkningspanelet til grunn, bortsett fra der vi oppgir at tallene er fra medlemmer av Bildelingen, som ikke er representative for nordmenn.

---

<sup>2</sup> Deltakerne i Ipsos' befolkningspanel mottar insentiver for å delta i undersøkelser, i form av poeng som kan veksles inn i ulike typer belønninger (for eksempel gavekort).

<sup>3</sup> Bildelerne som besvarte undersøkelsen og oppga e-postadressen sin var med i trekning av to universalgavekort med en verdi på 500 NOK.

<sup>4</sup> Deleringen hadde også i underkant av 100 bedriftsmedlemmer, som ikke var målgruppe for undersøkelsen.

<sup>5</sup> Med en svak overrepresentasjon av respondenter i Oslo, og noe underrepresentasjon av respondenter i Rogaland, noe underrepresentasjon blant de over 77 år, og noe overrepresentasjon av aldergruppen 28-37 år.

## 2 Oppfatninger om hva som er delingsøkonomi

Helt først i undersøkelsen stilte vi spørsmål om respondentene har hørt ordet «delingsøkonomi» før. I Slette-meås og Kjørstad (2016) svarer 46 prosent «ja», mens i vår undersøkelse fra 2018 svarer 75 prosent «ja». Ikke uventet har tallet gått opp over tid.

Deretter spurte vi i hvilken grad folk assosierer en lang rekke aktiviteter og ordninger med ordet «delingsøkonomi». Tallene fra vår undersøkelse viser at aktiviteten som i høyest grad trekkes frem er «Bildele-ordninger». 65 prosent av utvalget assosierer «i veldig stor grad» eller «i nokså stor grad» bildeleordninger med «delingsøkonomi». Vi ser også at «gamle ordninger» som bibliotek (45 prosent) og bruktmarked (52 prosent) i større grad assosieres med begrepet «delingsøkonomi» enn Uber (38 prosent), og i tilsvarende grad som Airbnb (49 prosent). Tabell 1 under viser svarene for ulike aktiviteter og ordninger. Generelt gir tallene også det inntrykket at digitale plattformer som finn.no, Nabohjelp og Uber (37 og 38 prosent) ikke dominerer i folks assosiasjoner til delingsøkonomi.

**Tabell 1: «I hvilken grad tenker du disse ordningene og aktivitetene når du hører ordet «delingsøkonomi»? Tall er oppgitt i prosent. (n=1561)**

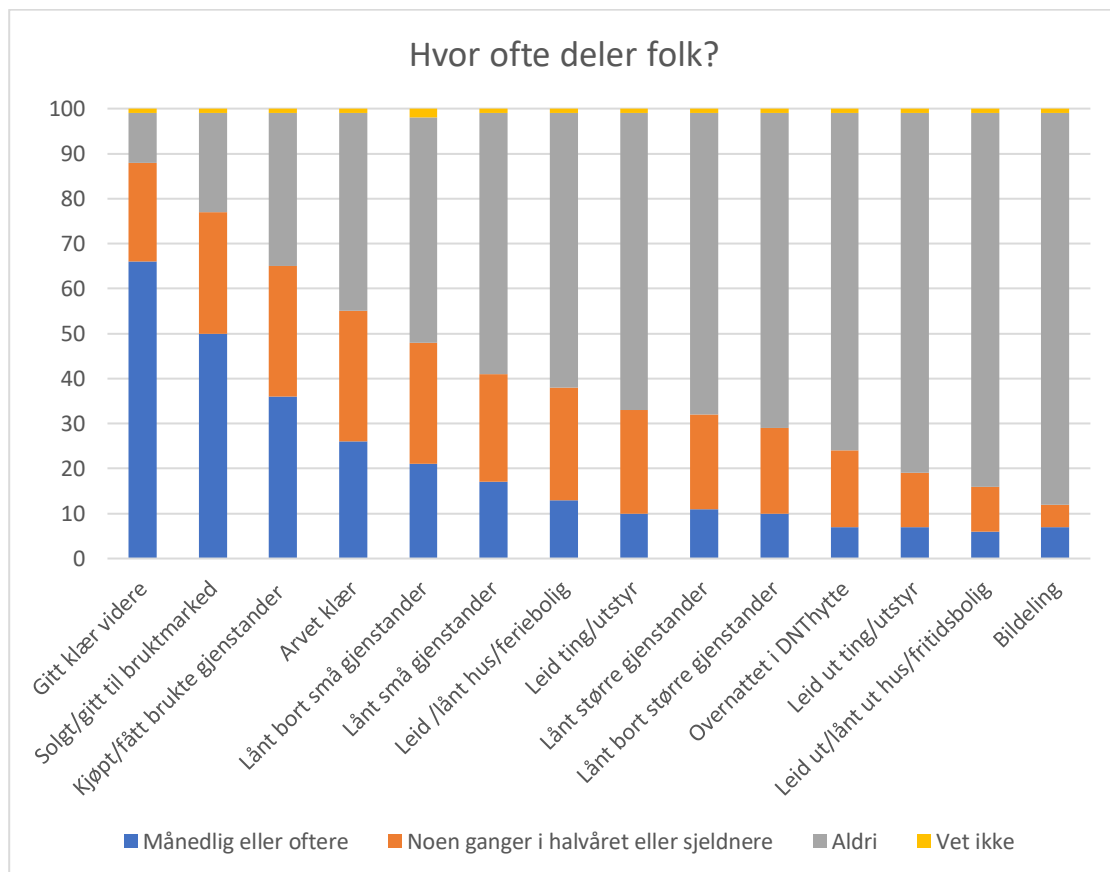
	I veldig stor grad	I nokså stor grad	I nokså liten grad	Ikke i det hele tatt	Vet ikke
<b>Bildele-ordninger</b>	29	36	15	12	8
<b>Apper slik som Nabohjelp o.l.</b>	14	33	27	14	12
<b>Selge/gi bort brukte gjenstander</b>	16	36	28	14	6
<b>Låne større gjenstander</b>	12	35	30	16	7
<b>Airbnb</b>	19	30	20	16	15
<b>Låne små gjenstander</b>	12	31	34	17	6
<b>Leie hus eller fritidsbolig</b>	11	31	33	18	7
<b>Andelslandbruk</b>	10	25	23	19	23
<b>DNT-hytter</b>	12	27	25	21	15
<b>Arve klær</b>	14	28	29	23	6
<b>Bibliotek</b>	19	26	25	22	8
<b>Finn.no</b>	12	26	32	22	8
<b>Uber</b>	14	24	23	23	17

Drøyt en femtedel av utvalget assosierer *ikke* ordet delingsøkonomi med arving av klær, Uber, bibliotek, finn.no og DNT-hytter.

### 3 Delingspraksiser

Vi har valgt å se nærmere på fire typer deling: bildeling<sup>6</sup>, låne ut/inn ting, leie ut/inn ting, og deltagelse i bruktmarkeder, og skiller mellom tilbyder/bruker.

Når det gjelder hva og hvor ofte folk oppgir at de deler viser Figur 1<sup>7</sup> at gjenbruk (både arving og deltagelse i bruktmarkeder) er relativt alminnelig i befolkningen, og kun 11 og 22 prosent, henholdsvis, har aldri gitt klær bort eller gitt/solgt til bruktmarked<sup>8</sup>. Bildeling<sup>9</sup>, utleie av bolig og ting/utstyr og bruk av DNT-hytter er mindre utbredt, og et solid flertall (fra 75 til 87 prosent) har ikke gjort dette det siste året.<sup>10</sup> Videre ser vi at det er vanligere å oppgi at man har leid andres bolig/ting/utstyr enn utleie av egen bolig/egne ting/eget utstyr, mens for klær er det vanligere å oppgi å ha gitt klær videre enn å ha arvet klær. Tallene er oppgitt i prosent (N=1561).



Figur 1: Typer av delepraksiser (N=1561). I prosent.

<sup>6</sup> Merk at vi her ikke har spurt om utlån av bil til for eksempel familiemedlemmer, men om bildeleordninger: «Hvor ofte har du brukt bildeleordning (slike som Nabobil, Bilkollektivet etc.)»

<sup>7</sup> Se Appendiks Tabell A.1 for detaljerte tall fordelt på flere svarkategorier som her er slått sammen.

<sup>8</sup> «Det siste året, hvor ofte har du gjort følgende?»

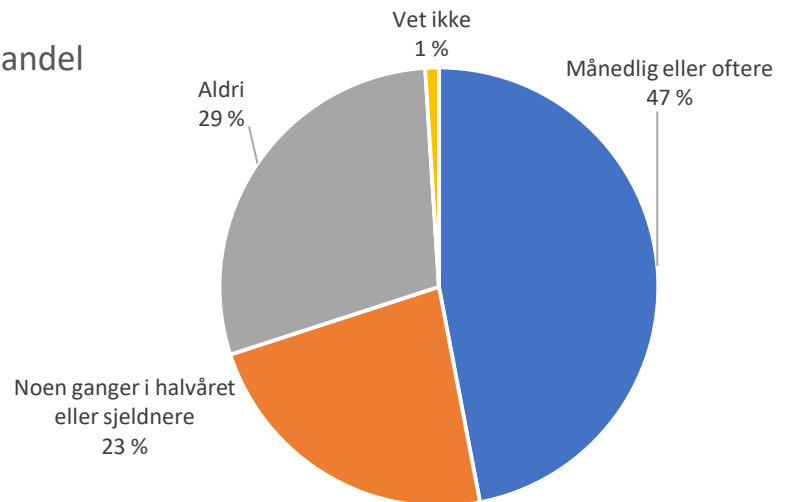
<sup>9</sup> «Brukt delebilordning (slike som Nabobil, Bilkollektivet etc.)»

<sup>10</sup> brukt bildeleordning (slike som Nabobil, Bilkollektivet etc.)»



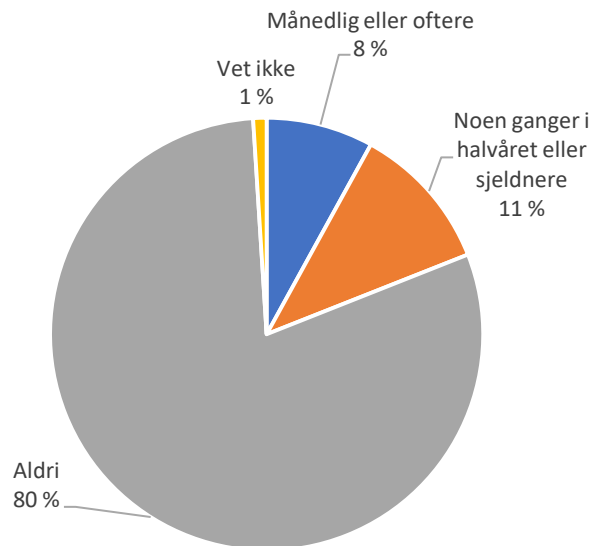
Nedenfor, i Figur 2 og 3, vises svarfordelingen på bruk av ulike typer medier for delingsformål (N=1561). Det er nokså utbredt å bruke internett til brukthandel, 70 prosent oppgir at de gjør dette «månedlig eller oftere» eller «noen ganger i halvåret eller sjeldnere». Slette-meås og Kjørstad (2016) finner tilsvarende at 75 prosent oppgir å ha brukt internett i bruktmarkedskanal. 80 prosent oppgir at de aldri bruker apper til å låne ut og inn ting.

### Brukt internett til brukthandel



**Figur 2: Bruk at internett til brukthandel (N=1561)**

### Brukt app for å låne ut eller låne ting selv



**Figur 3: Bruk av app for lån og utlån (N=1561)**

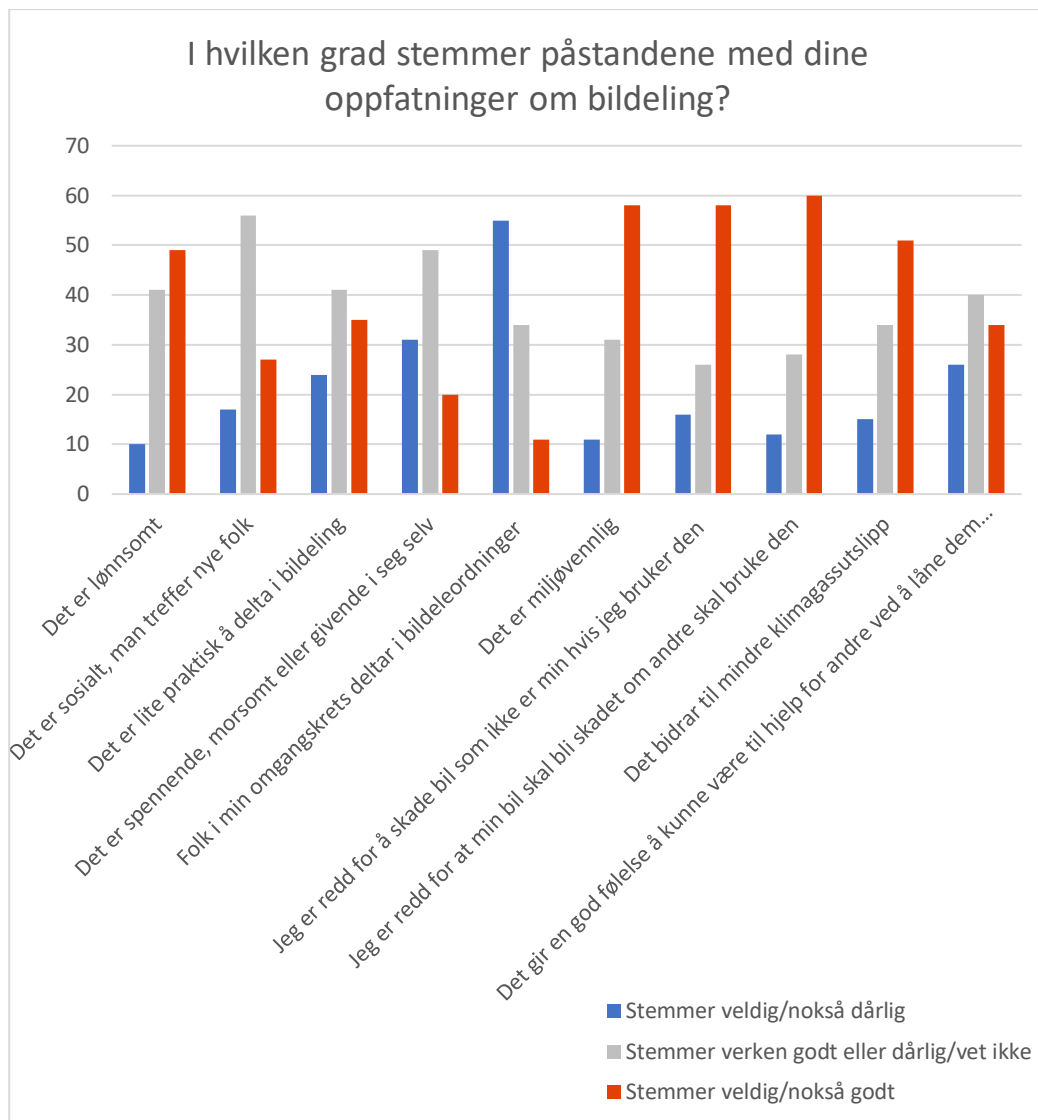
## 4 Oppfatninger om deling

Vi har spurt hvordan folk oppfatter ulike delingspraksiser, og har bedt dem ta stilling til en rekke påstander. Valg av påstander er basert på tidligere studier<sup>11</sup> og et teoretisk rammeverk som inkluderer oppfatninger om egennytte (praktisk, økonomisk), om aktiviteten i seg selv gir mening, oppfatninger om miljø og ressursbruk, vaner, sosial kontekst (hva omgangskrets gjør) og fysisk kontekst (praktisk).

Nedenfor oppsummerer vi svarene for de forskjellige påstandene, og har for framstillingens skyld slått sammen svarkategoriene «Stemmer veldig godt» med «Stemmer nokså godt». Videre er «Stemmer veldig dårlig» slått sammen med «Stemmer nokså dårlig», samt at midtkategorien «Stemmer verken godt eller dårlig» er slått sammen med «Vet ikke». Mer detaljerte fordelinger er oppgitt i Appendiks (Tabell A.2-5).

---

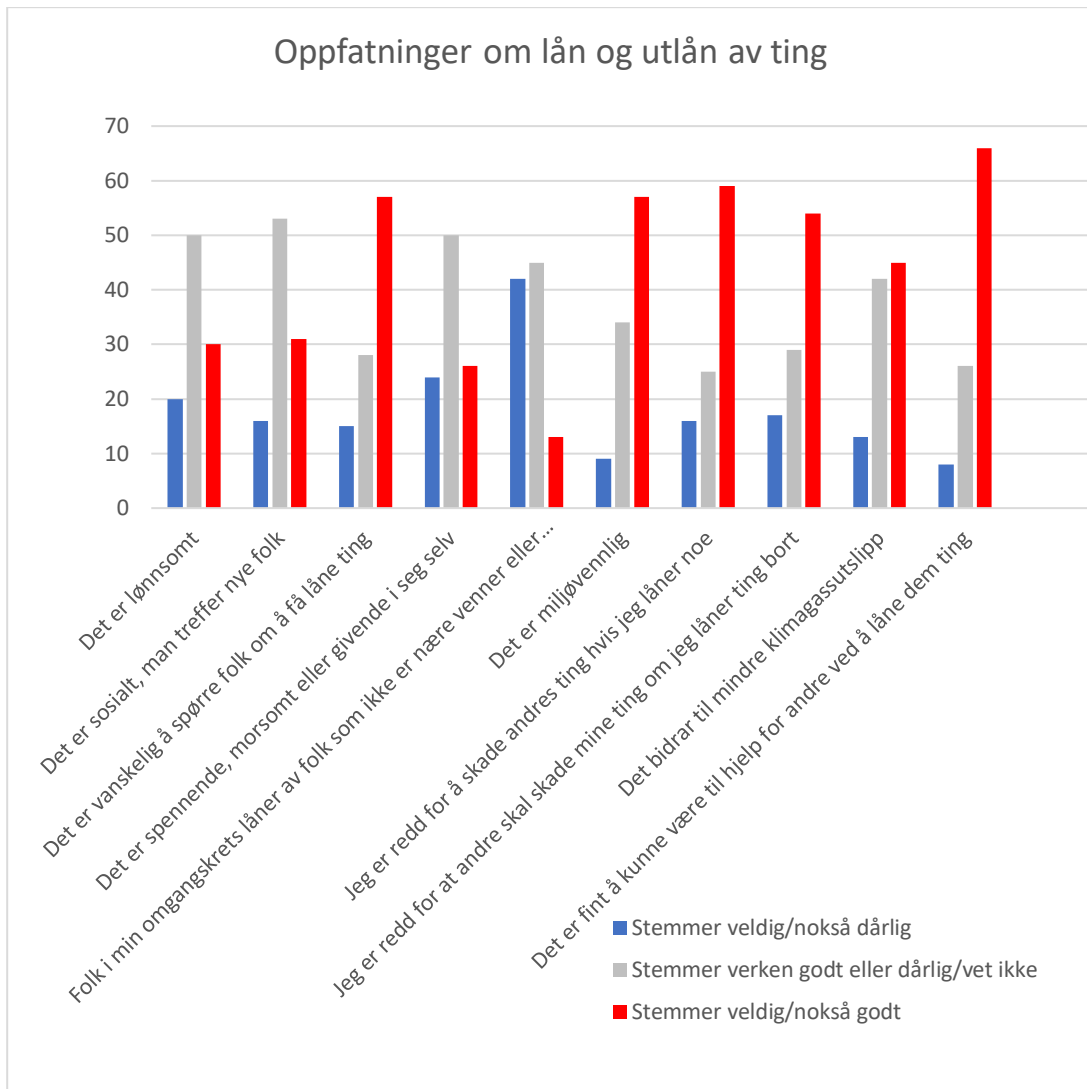
<sup>11</sup> Se for eksempel Böcker, L. og Meelen, T., 2017; Slettemeaås og Kjølstad, 2016; Hamari m.fl. 2015.



**Figur 4: Oppfatninger om bildeling (N=1561). I prosent.**

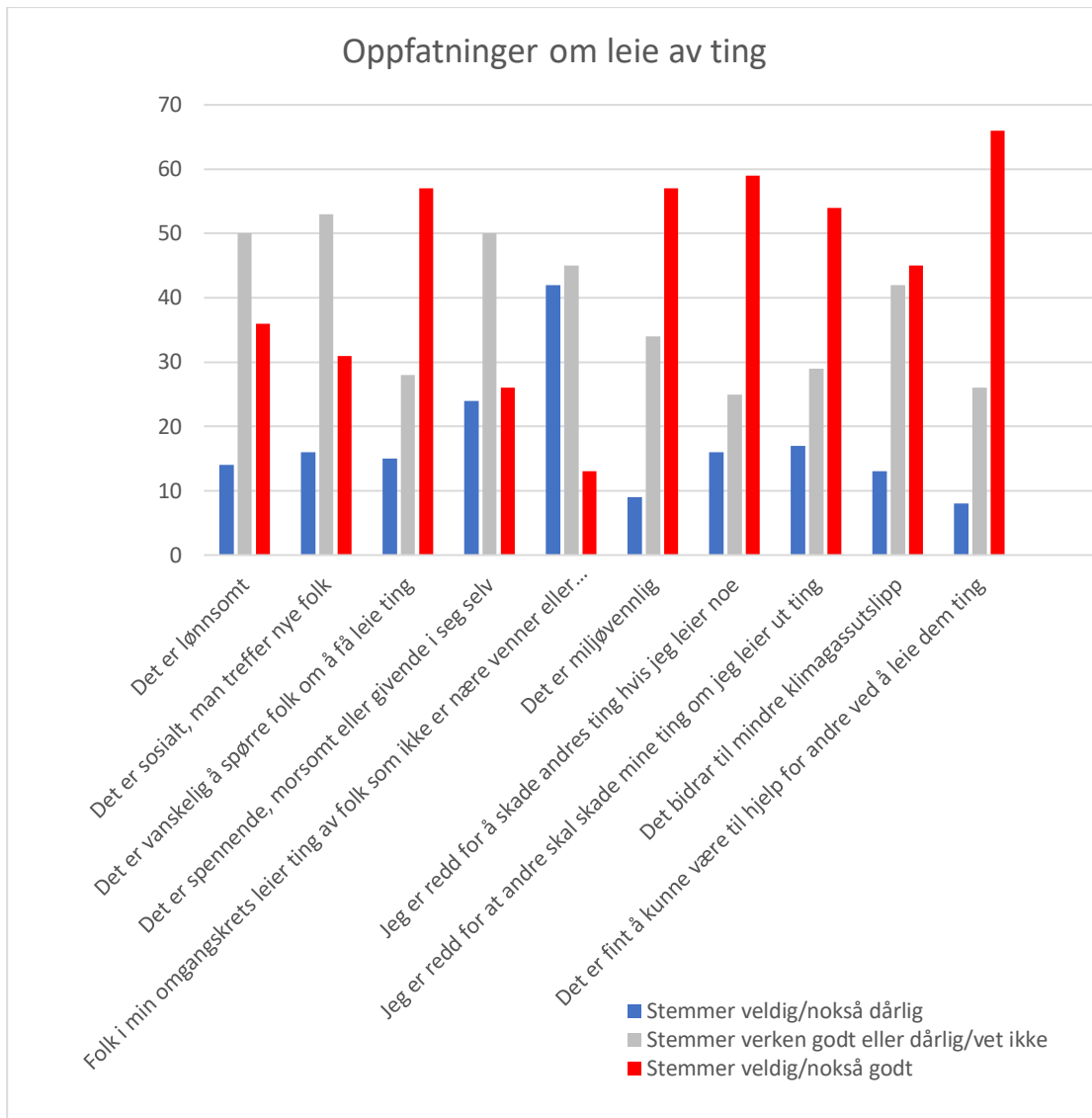
Det er tydeligst enighet om to grupper av påstander: Mange er redde for skader på egen bil om man låner den ut og skader på andres bil om man låner den. Folk mener likevel bildeling er miljøvennlig og bidrar til mindre klimagassutslipp. Den tydeligste *uenigheten* er rettet mot påstanden om at folk i omgangskretsen deltar i bildeleordninger, hele 55 prosent svarer avkreftende på dette (og kun 11 prosent er enige).

En del mener bildeling er lønnsomt (privatøkonomisk), mens nesten like mange har ingen mening om dette. I spørsmålet om hvorvidt det er lite praktisk, er de fleste usikre, men en del er også enige i at det ikke er så praktisk.



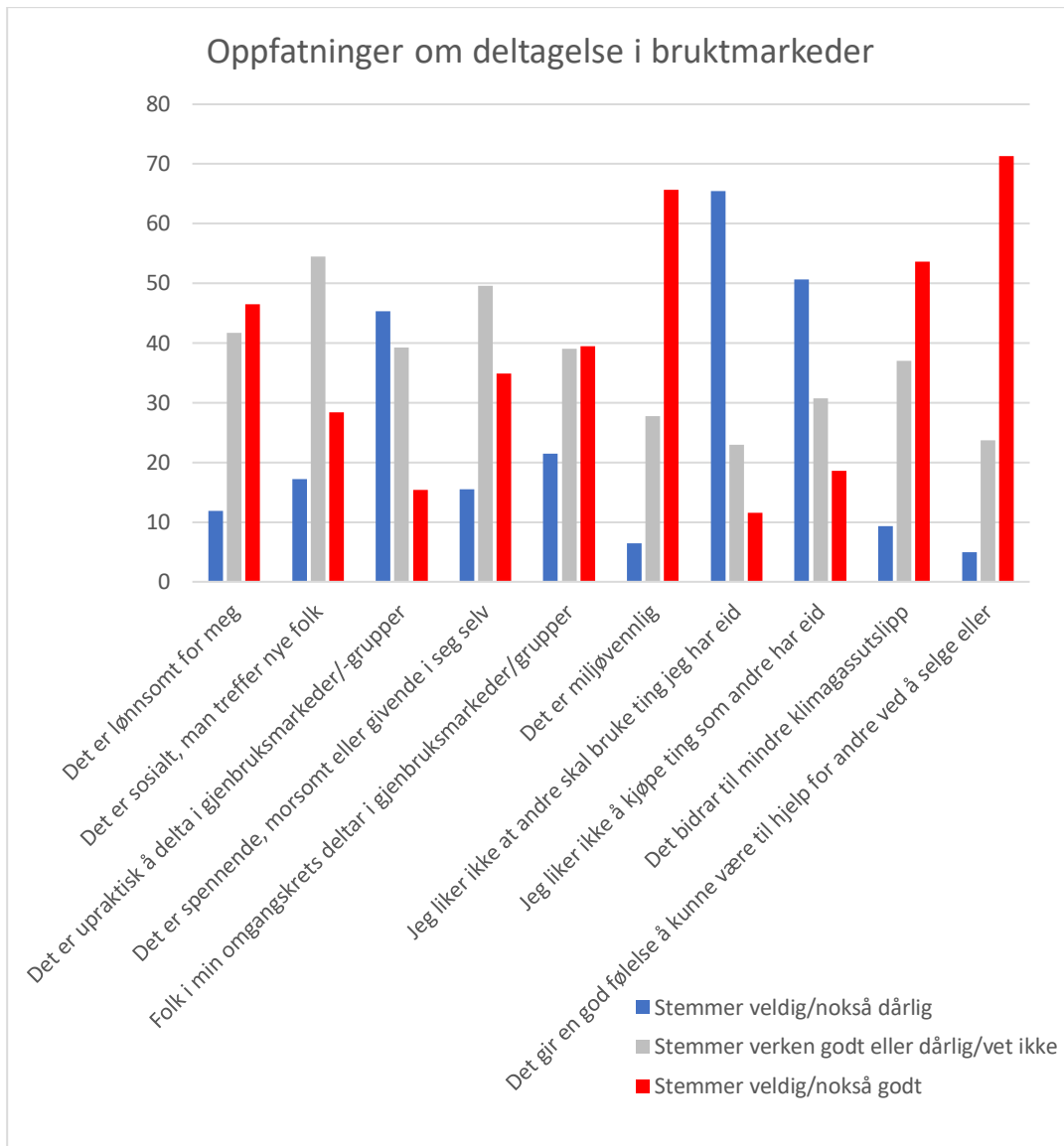
**Figur 5: Oppfatninger om lån og utlån av ting (N=1561). I prosent.**

Når det gjelder oppfatninger om lån og utlån av ting oppgir folk i stor grad at det er fint å kunne hjelpe andre ved å låne dem ting. Som med utlån av egen bil, oppgir mange også for andre ting at de er redd for skader. Et flertall synes det er vanskelig å spørre folk om å få låne ting, men oppfatter det som miljøvennlig. En del mener også at lån og utlån er klimavennlig.



**Figur 6: Oppfatninger om leie av ting (N=1561). I prosent.**

Også for leie av ting ser vi det samme mønsteret. Den mest utbredte oppfatningen er at det oppleves fint å være til hjelp for andre ved leie dem ting. Mange oppgir også at de er redd for skader på ting, og at det er vanskelig å spørre folk om å få leie ting, men at leie og utleie er miljø- og klimavennlig.



**Figur 7: Oppfatninger om deltagelse i bruktmarkeder (N=1561). I prosent**

Også når det gjelder bruktmarkeder er den tydeligste oppfatningen at deltagelse i slike gir en god følelse. Bruktmarkeder oppfattes i stor grad å bidra til bedret miljø og reduserte klimagassutslipp. En stor andel mener også at det er lønnsomt. Et solid flertall har ikke noe imot at andre skal bruke ting de selv har eid, og majoriteten har heller ikke noe imot å kjøpe noe som andre har eid. 15 prosent anser bruktmarkeder som upraktiske å delta i. Et flertall er usikre på om de anser deltagelse i bruktmarkeder som en sosial aktivitet, og hvorvidt det er en givende aktivitet. Flere er enige i at det er sosialt (nær 30 prosent) og givende (35 prosent) enn uenige i dette (17 og 15 prosent). Å delta i bruktmarkeder er en populær aktivitet, skal en vurdere ut ifra oppfatningene folk har, men også utfra hva folk oppgir at de gjør (Figur 1).

## 5 Motivasjoner for deling

Vi har spurt hva folk mener er viktigste grunn og nest viktigste grunn for at de deler, enten som mottakere eller tilbydere. De som har svart at de ikke har benyttet seg av bildeling, eller ikke har lånt ut eller inn, deltatt i brukmarkedet etc. det siste året («Aldri» i Figur 1) har blitt spurt om hvorfor de ikke har gjort dette. De som oppgir at de har delt, har blitt spurt om hva de mener er de to viktigste grunnene til at de har delt. Respondentene har kunnet velge mellom et sett av gitte svaralternativer. Spørsmålsformuleringen til respondentene var «Velg de to viktigste grunnene til at du låner ut ting, der nummer 1 indikerer viktigste grunnen. Har du bare en grunn, velg bare en.» Blant svarkategoriene var «Annet» og «Vet ikke». Tallene nedenfor oppgir hvilken grunn de tenker var den viktigste.

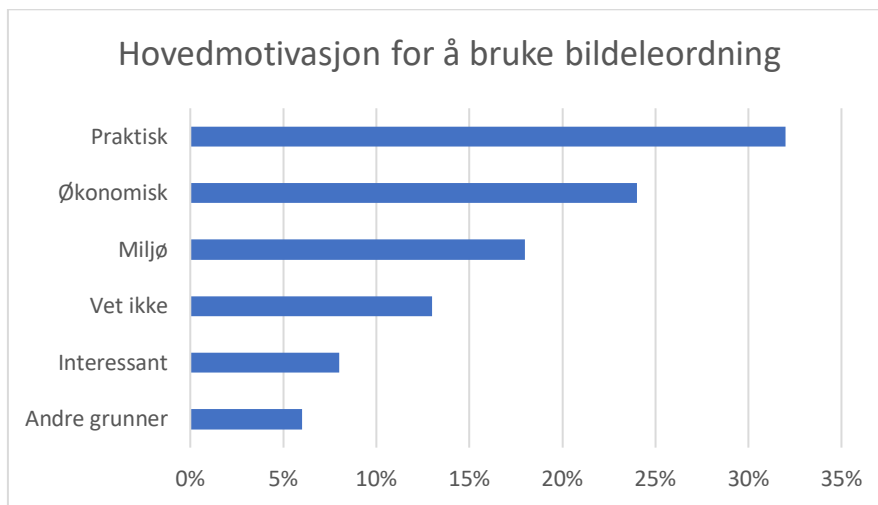
Tidligere studier<sup>12</sup> viser at det er forskjell på oppgitte motivasjoner for deling mellom de som er tilbydere og de som er brukere. Dette ser vi også av våre tall. Videre ser det ut til at motivasjoner for å dele varierer med type deling.

---

<sup>12</sup> Se for eksempel Belotti med flere (2015) og Böcker og Meelen (2017).

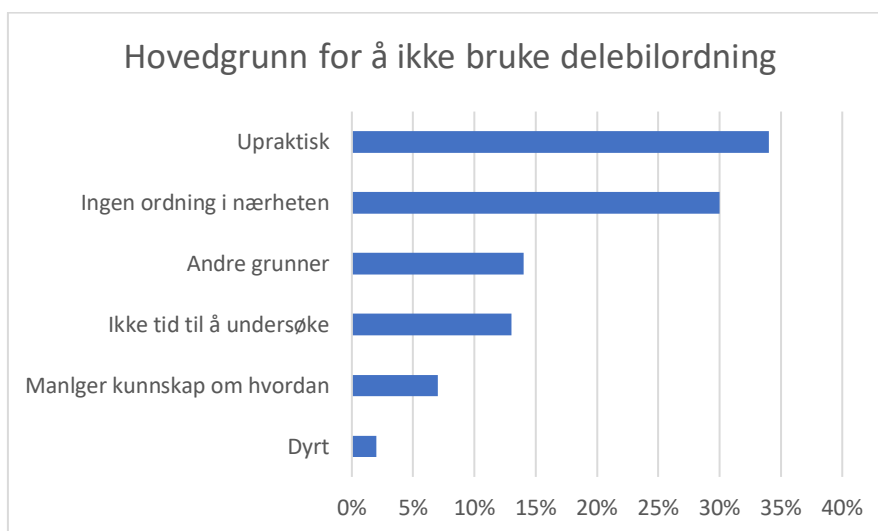
Figur 3 nedenfor viser hva folk oppgir som hovedgrunn for at de deltar eller ikke deltar i delebilordninger.

De som svart at de har brukt delebilordning det siste året (163 respondenter som er medlemmer av delebilordningen, samt 23 respondenter som svart at de har brukt delebilordning i befolkningsutvalget), oppgir som vi ser av Figur 3 at det i hovedsak er praktiske og økonomiske grunner som ligger bak, mens 18 prosent oppgir miljø som viktigste motivasjon.



**Figur 8: Hovedmotivasjon for å bruke delebilordning (N=186).**

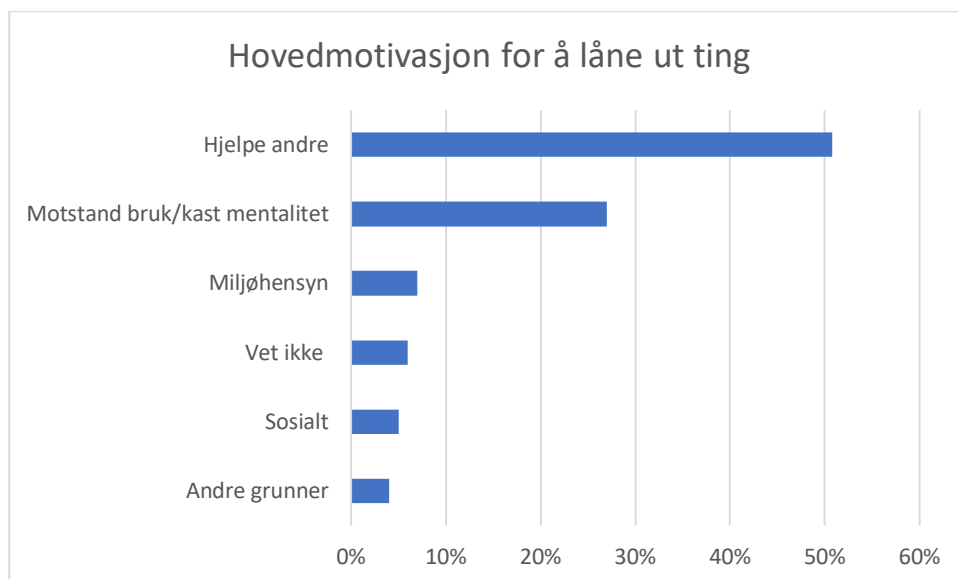
Motsatt er grunnen som oppgis oftest blant de som ikke har brukt delebilordning det siste året at det er upraktisk å bruke det.



**Figur 9: Hovedgrunn for å ikke bruke delebilordning (N=1202).**

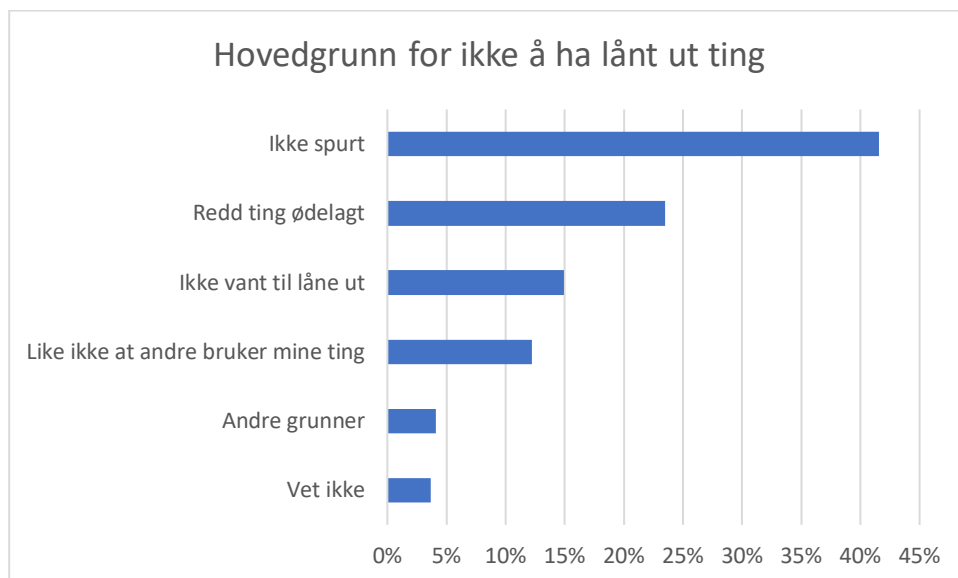


Videre viser tallene at det å hjelpe andre og en motstand mot bruk og kast-mentalitet oftest oppgis som hovedgrunn for å låne ut ting.



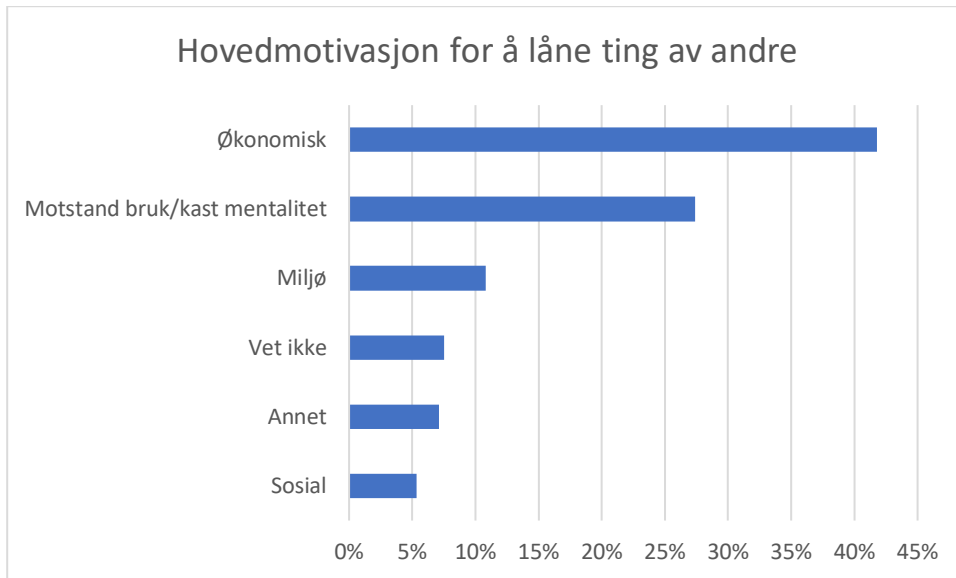
**Figur 10: Hovedmotivasjon for å låne ut ting (N=802).**

Av de som ikke har lånt ut ting det siste året, oppgir de fleste at de ikke har blitt spurt om dette. En stor andel oppgir også at de er redd for at egne ting skal bli ødelagt.



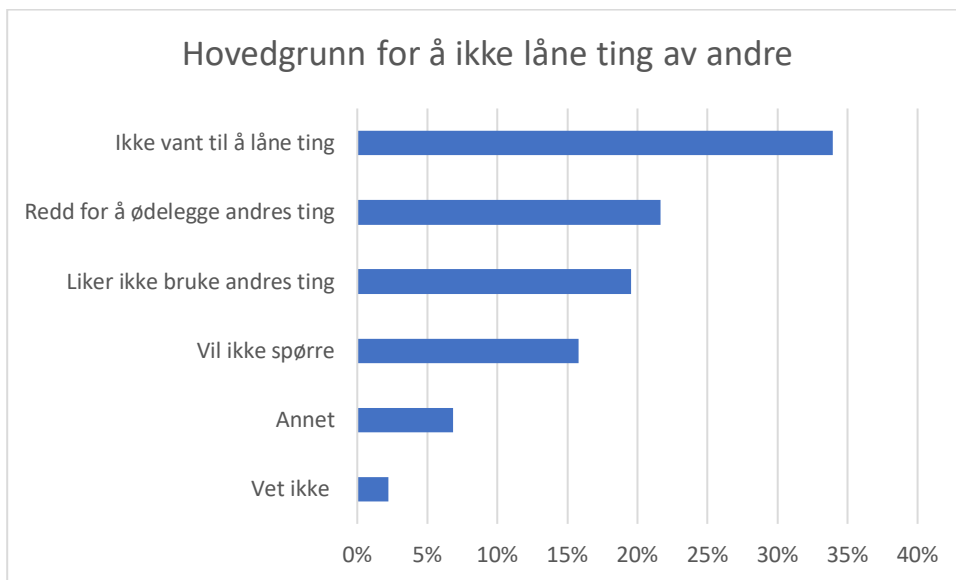
**Figur 11: Hovedgrunn for å ikke låne ut ting (N=736).**

Drøyt 40 prosent av de som låner ting oppgir at økonomiske grunner er viktigste grunn. En nesten like stor andel oppgir også motstand mot bruk og kast-mentalitet som viktigste grunn.



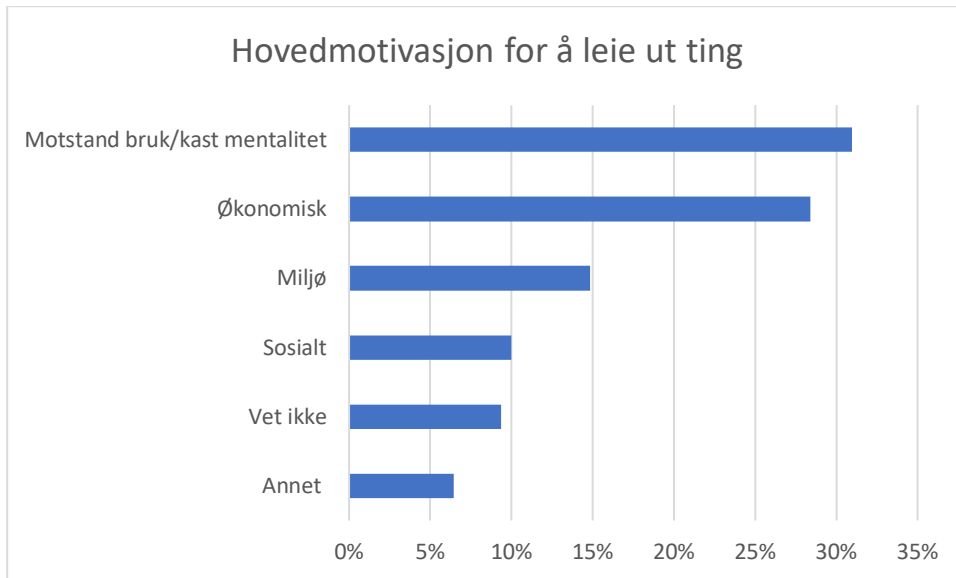
**Figur 12: Hovedmotivasjon for å låne ting av andre (N=730).**

De som ikke låner ting av andre oppgir at de ikke er vant til det, eller at de er redd for å ødelegge andres ting, og at de ikke liker bruke andres ting. Drøye 15 prosent oppgir som hovedgrunn at de ikke vil spørre.



**Figur 13: Hovedgrunn for å ikke låne ting av andre (N=804).**

Blant de som leier ut ting («egne gjenstander/eget utstyr/fritidsbolig eller hus») er motstand mot bruk og kast mentalitet og økonomiske grunner oftest oppgitt som viktigste grunn.



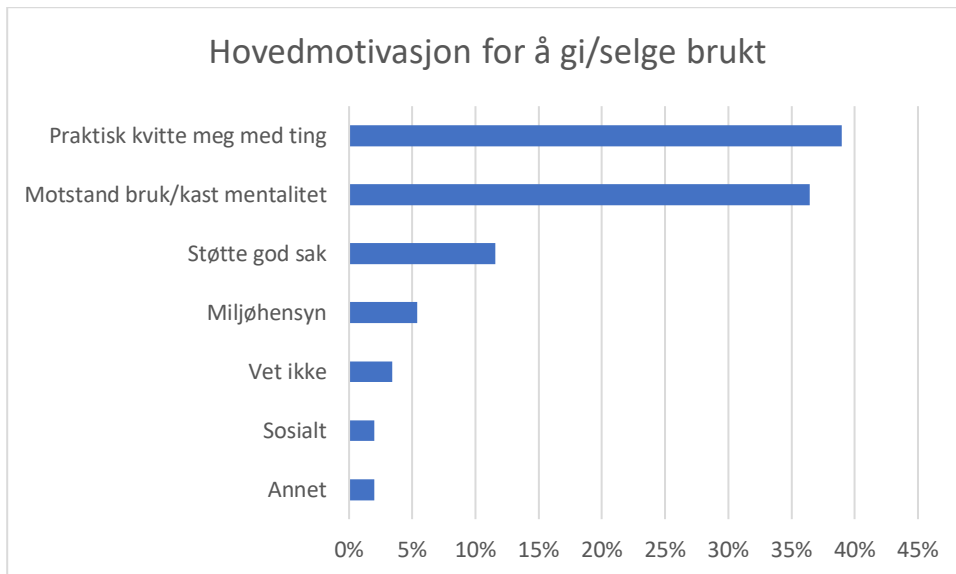
**Figur 14: Hovedmotivasjon for å leie ut ting (N=310).**

De fleste av de som ikke leier ut ting oppgir at de ikke har ting å leie ut, ikke er vant til det eller er ikke interessert i det.



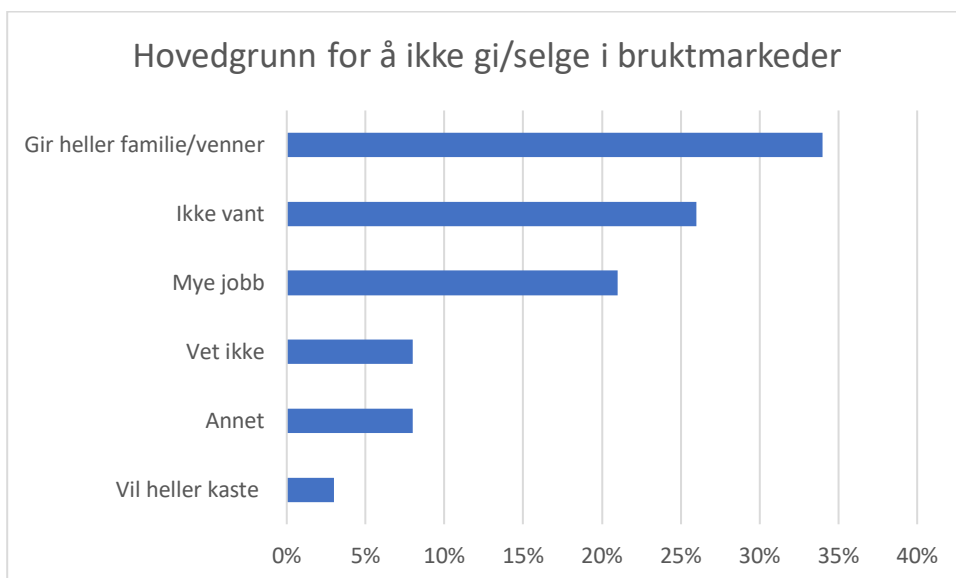
**Figur 15: Hovedgrunn for å ikke leie ut ting (N=1231).**

For nær 40 prosent er hovedgrunnen for å selge eller gi ting til bruktmarkeder at det er en praktisk måte å kvitte seg med ting. Nesten like mange oppgir motstand mot bruk og kastmentalitet som grunn. 12 prosent av respondentene oppgir det å støtte en god sak som hovedgrunn, mens ca. 5 prosent oppgir miljø som hovedgrunn.



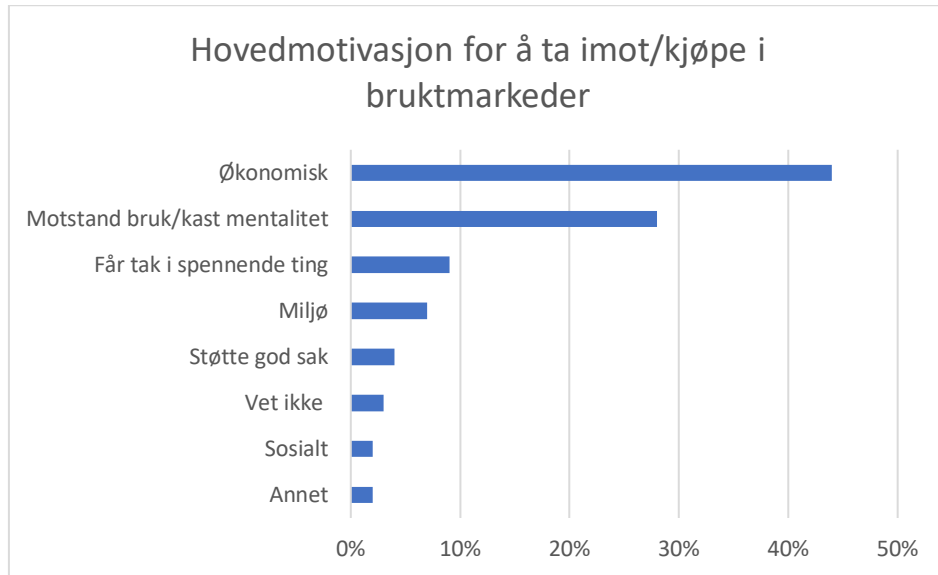
**Figur 16: Hovedmotivasjon for å gi/selge brukt (N=1193).**

Blant de som ikke leverer eller selger ting til bruktmarkeder oppgir størst andel at de heller gir videre til kjente (som jo også er en form for deling), og en nokså stor andel oppgir at de ikke er vant til det. En del synes også at det er mye jobb forbundet med dette.



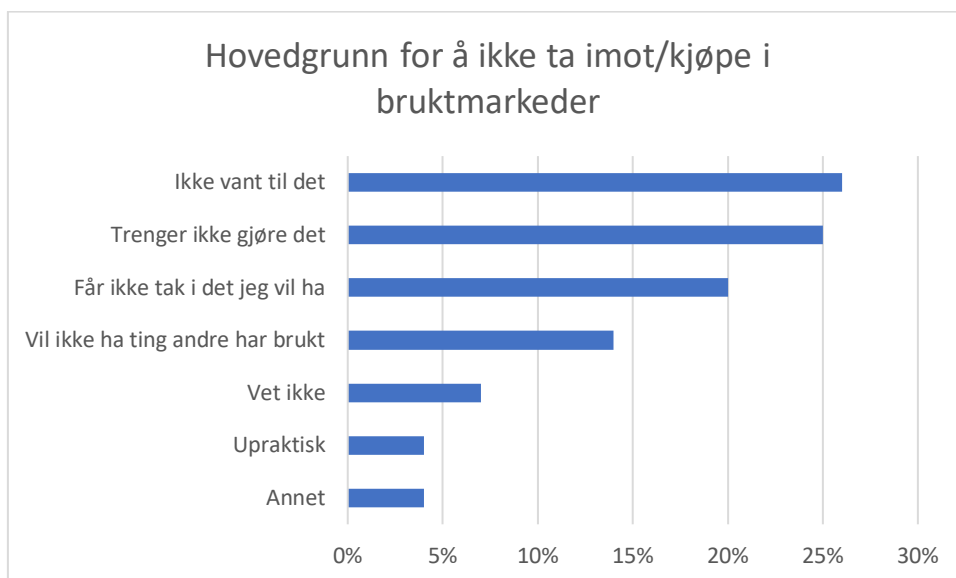
**Figur 17: Hovedgrunn for å gi/selge brukt (N=356).**

Blant de som skaffer seg ting i bruktmarkedet oppgir i overkant av 40 prosent at økonomiske årsaker er viktigste grunn. Motstand mot bruk og kastmentaliteten kommer igjen også høyt opp på listen.



Figur 18: Hovedmotivasjon for å gi/selge brukt (N=1008).

Blant de som ikke skaffer seg gjenstander i bruktmarkedet oppgir rundt 25 prosent at de ikke er vant til det, eller at de ikke trenger gjøre det. 20 prosent oppgir at de ikke finner det de er ute etter i bruktmarkedet.

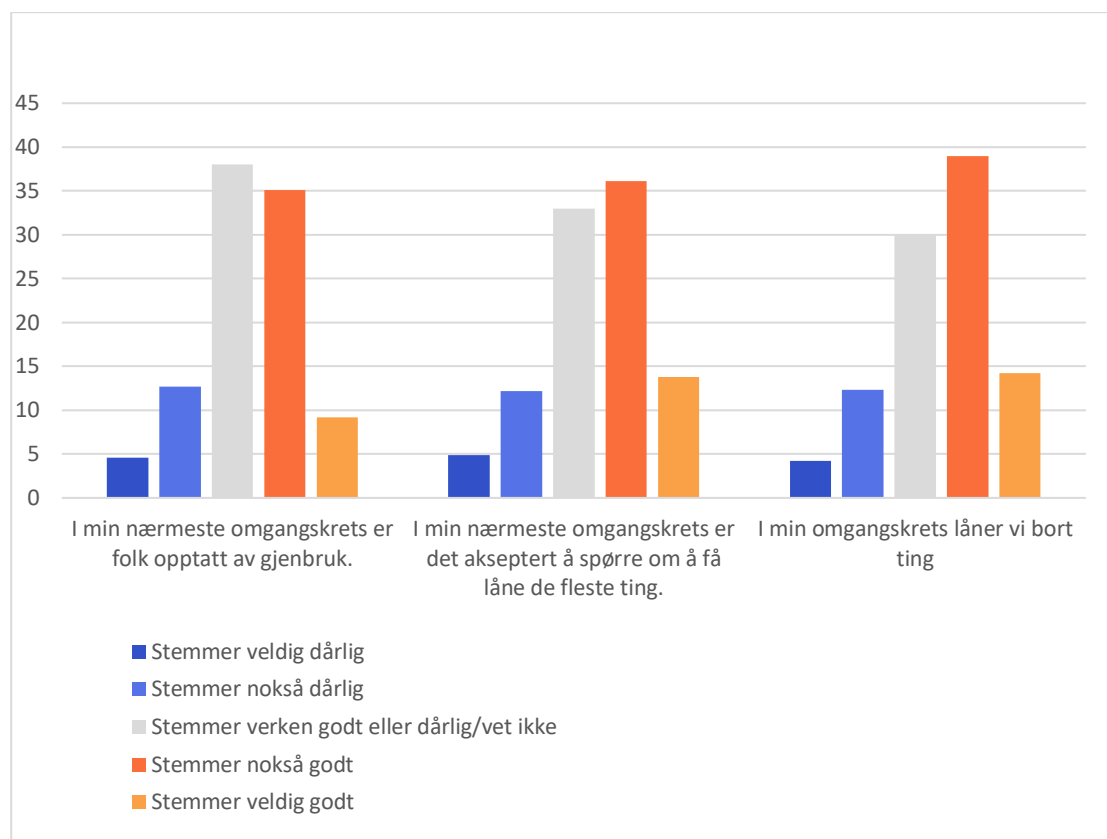


Figur 19: Hovedgrunn for å gi/selge brukt (N=527).

## 6 Normer og oppfatninger om samfunnssider av deling

### 6.1 Normer for deling

Vi har spurt hvordan folk oppfatter sine omgivelser når det kommer til deling. En forholdsvis stor andel, 44 prosent, oppgir at omgangskretsen er opptatt av gjenbruk. Noen flere mener at det i nærmeste omgangskrets er akseptert å spørre om å få låne ting (50 prosent), og dette faktisk blir praktisert (53 prosent).



**Figur 20: Omgangskrets og deling (N=1202). I prosent.**

En nokså stor andel (mellom 30 og 40%) oppgir at de enten ikke vet eller at påstandene stemmer godt eller dårlig. Dette kan tyde på at folk synes det er vanskelig å vite hva omgangskretsen tenker, eller at de oppfatter at omgangskretsen ikke har sterke betraktninger rundt dette

I svarene under kapittel 4 så vi at et flertall (57 prosent) synes det er vanskelig å spørre om å få låne ting. Av denne figuren kan det se ut til at en viktig forklaring kan være usikkerhet om hva omgangskretsen synes om dette (33 prosent) og at det i noen omgangskretser antas å ikke være akseptert å spørre om å låne ting (17 prosent). I kapittel 4 oppgis det også at folk stort sett deler med sine nærmeste, ikke så mange oppgir at dette skjer utover nærmeste omgangskrets.

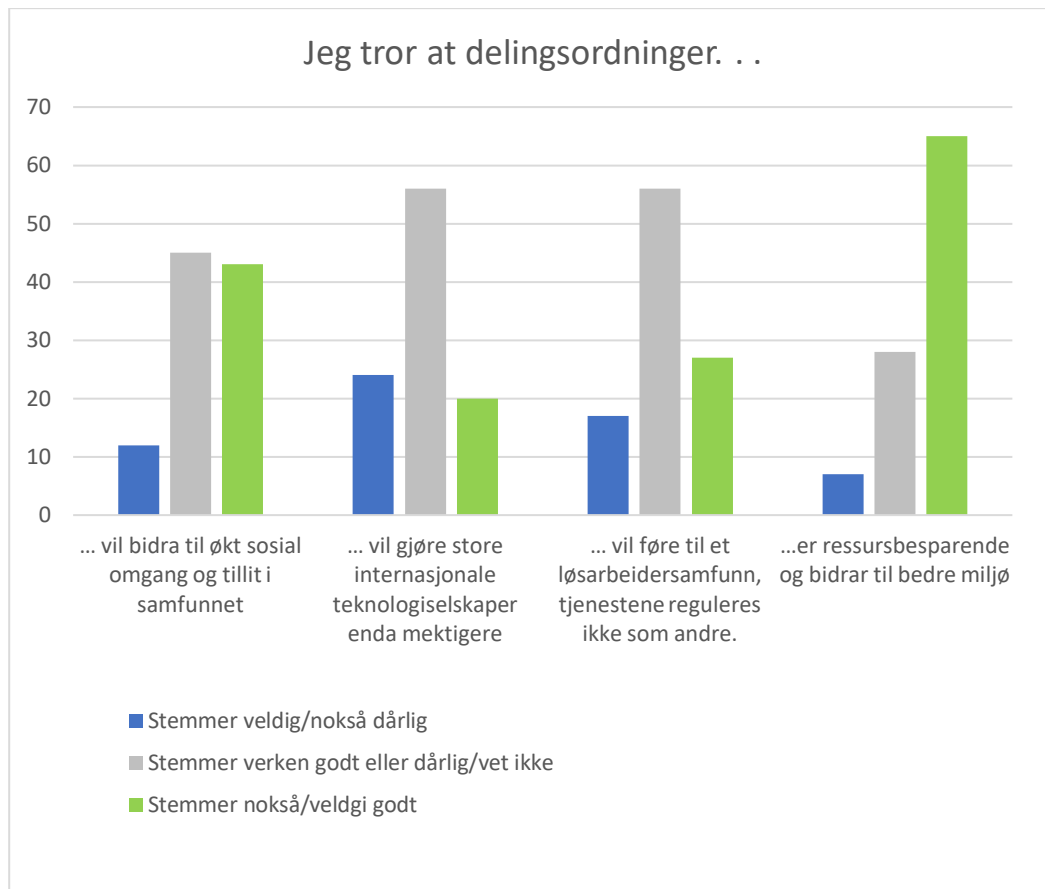
## 6.2 Andre oppfatninger om deling

Vi har også spurt folk om andre oppfatninger om delingsøkonomi. Figur 21 nedenfor viser at et solid flertall mener sosiale medier egner seg til å organisere deleaktiviteter.



**Figur 21: Oppfatninger om sosiale medier og deling (N=1561). I prosent.**

Videre har vi spurt folk hva de tenker om mulige effekter av delingsordninger på noen samfunnsforhold i framtiden.



**Figur 22: Oppfatninger om deleøkonomi (N=1562). I prosent.**

I spørsmålene om hva delingsordninger vil føre til i framtiden, er naturlig nok en stor andel usikre, og har svart «Vet ikke» eller «Stemmer verken godt eller dårlig» til påstandene. Slettemeås og Kjølstad (2016) har lignende spørsmål, men bruker begrepet «delingsøkonomi» og ikke «delingsordninger» i formuleringene. På spørsmål om delingsordninger vil føre til mer tillit i samfunnet, er resultatene i de to undersøkelsene nokså like (Slettemeås og Kjølstad (2016) finner noe høyere enighet). Om internasjonale selskaper vil bli mektigere svarer ca. 20 prosent seg enig det i Slettemeås og Kjølstad (2016), samme nivå som i denne undersøkelsen.

Påstanden som folk i størst grad er enig i er at delingsordninger er bra for miljø og ressurser, slik vi også så i kapittel 4. Hele 65 prosent er enige i dette, veldig likt Slettemeås og Kjølstad (2016), som finner at 67 prosent mener dette. Mer detaljerte fordelinger finnes i Appendiks Tabell A6.



## 7 Sluttkommentarer

Undersøkelsen viser at «delingsøkonomi» er noe de fleste og stadig flere har hørt om, og assosierer noe med. Bildeling er den ordningen som i størst grad<sup>13</sup> assosieres med delingsøkonomien, men mange assosierer også gamle ordninger som bibliotek med begrepet, og å selge/gi bort brukte gjenstander. Airbnb kommer også ut høyt på listen. Uber kommer et stykke ned på lista, i motsetning til omtalen av delingsøkonomi i samfunnsdebatten. Det er tydelig at det ikke finnes noen omforent forståelse av begrepet. Dermed trengs presisering av hva som menes med «delingsøkonomi» i offentlige diskusjoner om av hva slags plass delingsøkonomi bør ha, hva det bidrar til og kan bidra til av mer bærekraftig forbruk.

Denne undersøkelsen går ikke detaljert til verks når det gjelder nye digitale delingsplattformer, men noen tall indikerer at nye apper og delingsformer ikke er så utbredt som man kan få inntrykk av i samfunnsdebatten. Deling i form av arving av klær, deltagelse i gjenbruksmarkeder og utlån er derimot nokså utbredt.

Alle typene deling vi har sett på oppfattes i stor grad som miljøvennlige. Grovt sett oppgis likevel ikke miljø som hovedgrunn for å dele. Men, folk oppgir i stor grad motstand mot bruk- og kastmentalitet som grunn, som nok delvis fanger opp miljø og ressursbegrunnelser. Økonomiske og praktiske grunner oppgis som viktige motiver, og det samme gjør å hjelpe andre. Dersom det er ønskelig å utnytte mer deling for bærekraftformål, antyder undersøkelsen generelt at tilrettelegging trengs (mange som ikke deler oppgir at det ikke er praktisk), bortsett fra for brukmarkeder. Når det gjelder brukmarkeder ser vi høy deltagelse, og at de som ikke deltar peker på andre forhold enn manglende tilrettelegging som grunn for ikke å delta.

Mange oppgir at de ikke synes det er så lett å spørre om å få låne ting av andre, til tross for at undersøkelsen tyder på at folk liker å hjelpe andre gjennom å låne ut eller gi videre brukte ting. I tillegg virker mange usikre på hva som er akseptabelt å spørre om av lån i omgangskretsen. En slik barriere for deling kan reduseres dersom folk blir gjort oppmerksomme på at veldig mange liker å hjelpe på dette viset.

---

<sup>13</sup> I «stor» og «nokså stor» grad

## 8 Referanser

- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demkova, K., and Carroll, J.M. (2015). A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems. In: Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems, ACM, April, pp. 1085–1094.
- Böcker, L., and Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39.
- Hamari, J., Sjöklint, M. and Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. DOI: 10.1002/asi.23552
- Hellwig, K., Morhart, F., Girardin, F., Hauser, M., (2015). Exploring different types of sharing: a proposed segmentation of the market for sharing businesses. *Psychol. Mark.* 32 (9), 891–906.
- Slettebø, D. og Kjørstad I. (2016). Delingsøkonomien i Norge. SIFO oppdragsrapport nr. 3-2019
- Westskog, H. et al (2019). ShareOn – Midtveisrapport mai 2019. CICERO Report 2019:06 (<https://pub.cicero.oslo.no/cicero-xmlui/bitstream/handle/11250/2597414/CICERO%20Report%202019%2006%20-%20web%20def.pdf?sequence=1&isAllowed=y>)

## 9 Appendiks

Tabell A1: Omfang av ulike typer delingsaktiviteter (N=1561). Tallene oppgir prosentvis svarfordeling og antall i parentes.

	Ukentlig eller oftere	Månedlig	Noen ganger i halvåret	Sjeldnere	Aldri	Vet ikke
<b>Bildeling</b>	2 (24)	2 (37)	3 (49)	5 (76)	87 (1355)	1 (20)
<b>Arvet klær</b>	1 (13)	4 (70)	21 (322)	29 (450)	44 (688)	1 (18)
<b>Gitt klær videre</b>	1 (22)	14 (219)	51 (790)	22 (349)	11 (169)	1 (12)
<b>Lånt små gjenstander</b>	1 (21)	4 (70)	12 (180)	24 (375)	57 (895)	1 (20)
<b>Lånt bort små gjenstander</b>	1 (18)	5 (73)	15 (235)	27 (418)	51 (791)	2 (26)
<b>Lånt større gjenstander</b>	1 (13)	2 (35)	7 (105)	19 (300)	70 (1089)	1 (19)
<b>Lånt bort større gjenstander</b>	1 (11)	2 (33)	8 (123)	21 (323)	67 (1051)	1 (20)
<b>Kjøpt/fått brukte gjenstander</b>	2 (29)	8 (127)	26 (400)	29 (453)	34 (527)	2 (25)
<b>Solgt/gitt til bruktmarked</b>	2 (29)	11 (166)	37 (571)	27 (429)	22 (349)	1 (17)
<b>Leid /lånt hus/feriebolig</b>	2 (29)	3 (39)	8 (125)	25 (386)	62 (963)	1 (19)
<b>Leid ut/lånt ut hus/fritidsbolig</b>	1 (23)	1 (23)	4 (64)	10 (158)	82 (1278)	1 (15)
<b>Leid ting/utstyr</b>	1 (10)	2 (32)	7 (102)	23 (354)	67 (1043)	1 (20)
<b>Leid ut ting/utstyr</b>	1 (16)	1 (23)	5 (76)	12 (195)	79 (1232)	1 (19)
<b>Overnattet i DNThytte</b>	1 (9)	2 (24)	4 (63)	17 (268)	75 (1173)	2 (24)
<b>Brukt sosiale medier for lån in/ut</b>	1 (17)	3 (39)	6 (98)	15 (228)	74 (1159)	1 (20)
<b>Brukt APP for å låne ut/inn</b>	1 (13)	2 (34)	5 (78)	11 (166)	80 (1253)	1 (17)
<b>Brukt internett til brukthandel</b>	4 (64)	11 (169)	32 (499)	24 (367)	29 (445)	1 (17)

**Tabell A2: I hvilken grad stemmer påstandene med dine oppfatninger om bildeling? (N=1561, svar i prosenter)**

	Stemmer veldig dårlig	Stemmer nokså dårlig	Stemmer verken godt eller dårlig	Stemmer nokså godt	Stemmer veldig godt	Vet ikke
Det er lønnsomt	4	6	18	36	13	23
Det er sosialt, man treffer nye folk	7	10	28	24	3	28
Det er lite praktisk å delta i bildeling	6	18	20	20	15	21
Det er spennende, morsomt eller givende i seg selv	15	16	26	16	4	23
Folk i min omgangskrets deltar i bildeleordninger	39	16	9	8	3	25
Det er miljøvennlig	3	8	19	37	21	12
Jeg er redd for å skade bil som ikke er min hvis jeg bruker den	4	12	17	35	23	9
Jeg er redd for at min bil skal bli skadet om andre skal bruke den	4	8	18	31	29	10
Det bidrar til mindre klimagassutslipp	6	9	20	35	16	14
Det gir en god følelse å kunne være til hjelp for andre ved å låne dem bilen min	13	13	21	28	6	19

**Tabell A3: I hvilken grad stemmer påstandene med dine oppfatninger om lån og utlån av ting? (N=1561, svar oppgitt i prosent)**

	Stemmer veldig dårlig	Stemmer nokså dårlig	Stemmer verken godt eller dårlig	Stemmer nokså godt	Stemmer veldig godt	Vet ikke
Det er lønnsomt for meg	7	13	32	23	7	18
Det er sosialt, man treffer nye folk	6	10	34	25	6	19
Det er vanskelig å spørre folk om å få låne ting	3	12	23	40	17	5
Det er spennende, morsomt eller givende i seg selv	10	14	34	20	6	16
Folk i min omgangskrets låner av folk som ikke er nære venner eller familie	19	23	18	10	3	27
Det er miljøvennlig	4	5	22	39	18	12
Jeg er redd for å skade andres ting hvis jeg låner noe	3	13	21	39	20	4
Jeg er redd for at andre skal skade mine ting om jeg låner ting bort	3	14	25	34	20	4
Det bidrar til mindre klimagassutslipp	6	7	25	32	13	17
Det er fint å kunne være til hjelp for andre ved å låne dem ting	3	5	20	48	18	6

**Tabell A4: I hvilken grad stemmer påstandene med dine oppfatninger om leie av ting? (N=1561, svar oppgitt i prosent)**

	Stemmer veldig dårlig	Stemmer nokså dårlig	Stemmer verken godt eller dårlig	Stemmer nokså godt	Stemmer veldig godt	Vet ikke
Det er lønnsomt for meg	6	8	32	29	7	18
Det er sosialt, man treffer nye folk	6	10	34	25	6	19
Det er vanskelig å spørre folk om å få leie ting	3	12	23	40	17	5
Det er spennende, morsomt eller givende i seg selv	10	14	34	20	6	16
Folk i min omgangskrets leier ting av folk som ikke er nære venner eller familie	19	23	18	10	3	27
Det er miljøvennlig	4	5	22	39	18	12
Jeg er redd for å skade andres ting hvis jeg leier noe	3	13	21	39	20	4
Jeg er redd for at andre skal skade mine ting om jeg leier ut ting	3	14	25	34	20	4
Det bidrar til mindre klimagassutslipp	6	7	25	32	13	17
Det er fint å kunne være til hjelp for andre ved å leie dem ting	3	5	20	48	18	6

**Tabell A5: I hvilken grad stemmer påstandene med dine oppfatninger om å delta i gjenbruksmarkeder/  
gjenbruksgrupper? (N=1561, svar oppgitt i prosent)**

	Stemmer veldig dårlig	Stemmer nokså dårlig	Stemmer verken godt eller dårlig	Stemmer nokså godt	Stemmer veldig godt	Vet ikke
Det er lønnsomt for meg	5	7	30	34	13	12
Det er sosialt, man treffer nye folk	6	11	37	23	5	17
Det er upraktisk å delta i gjenbruksmarkeder/-grupper	18	28	25	11	4	14
Det er spennende, morsomt eller givende i seg selv	6	10	35	27	8	15
Folk i min omgangskrets deltar i gjenbruksmarkeder/-grupper	10	11	18	27	13	21
Det er miljøvennlig	3	4	18	41	25	10
Jeg liker ikke at andre skal bruke ting jeg har eid	37	29	18	8	3	5
Jeg liker ikke å kjøpe ting som andre har eid	22	28	26	12	6	5
Det bidrar til mindre klimagassutslipp	4	6	22	35	18	15
Det gir en god følelse å kunne være til hjelp for andre ved å selge eller gi bort brukte ting	2	3	18	47	24	6

**Tabell A6: Hva tror du om en overgang til en økonomi der forbrukere i større grad deler sine ressurser seg imellom? (n=1561, svar oppgitt i prosent).**

**Jeg tror at delingsordninger. . .**

	Stemmer veldig dårlig	Stemmer nokså dårlig	Stemmer verken godt eller dårlig	Stemmer nokså godt	Stemmer veldig godt	Vet ikke
... vil bidra til økt sosial omgang og tillit i samfunnet	4	8	30	35	8	15
... vil gjøre store internasjonale teknologiselskaper enda mektigere	6	18	28	15	5	28
... vil føre til et løsarbeidersamfunn, tjenestene reguleres ikke som andre.	4	13	28	20	7	28
...er ressursbesparende og bidrar til bedre miljø	3	4	19	46	19	9



**CICERO** is Norway's foremost institute for interdisciplinary climate research. We help to solve the climate problem and strengthen international climate cooperation by predicting and responding to society's climate challenges through research and dissemination of a high international standard.

CICERO has garnered attention for its research on the effects of manmade emissions on the climate, society's response to climate change, and the formulation of international agreements. We have played an active role in the IPCC since 1995 and eleven of our scientists contributed the IPCC's Fifth Assessment Report.

- We deliver important contributions to the design of international agreements, most notably under the UNFCCC, on topics such as burden sharing, and on how different climate gases affect the climate and emissions trading.
- We help design effective climate policies and study how different measures should be designed to reach climate goals.
- We house some of the world's foremost researchers in atmospheric chemistry and we are at the forefront in understanding how greenhouse gas emissions alter Earth's temperature.
- We help local communities and municipalities in Norway and abroad adapt to climate change and in making the green transition to a low carbon society.
- We help key stakeholders understand how they can reduce the climate footprint of food production and food waste, and the socioeconomic benefits of reducing deforestation and forest degradation.
- We have long experience in studying effective measures and strategies for sustainable energy production, feasible renewable policies and the power sector in Europe, and how a changing climate affects global energy production.
- We are the world's largest provider of second opinions on green bonds, and help international development banks, municipalities, export organisations and private companies throughout the world make green investments.
- We are an internationally recognised driving force for innovative climate communication, and are in constant dialogue about the responses to climate change with governments, civil society and private companies.

CICERO was founded by Prime Minister Syse in 1990 after initiative from his predecessor, Gro Harlem Brundtland. CICERO's Director is Kristin Halvorsen, former Finance Minister (2005-2009) and Education Minister (2009-2013). Jens Ulltveit-Moe, CEO of the industrial investment company UMOE is the chair of CICERO's Board of Directors. We are located in the Oslo Science Park, adjacent to the campus of the University of Oslo.