DELNINGSEKONOMIN

ETT NYHETSBREV FRÅN FUTUREWISE

— FEBRUARI 2019 —

FUTUREWISE

DELNINGSEKONOMIN – EN UPPDATERING

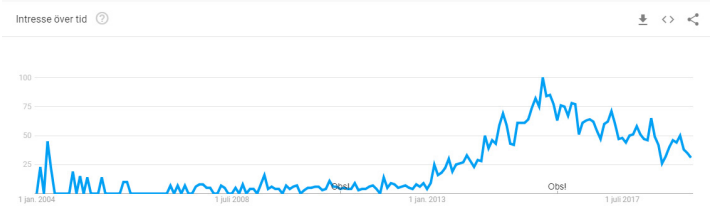
Konsumentverkets rapport innehåller mer läsning för den som vill fördjupa sig. Länk: https://publikationer.konsumentverket.se/produkter-och-tjanster/ovriga-omraden/rapport-2018-16-var-omvarld-2018

I april 2011 skrev jag ett nyhetsbrev med titeln ”Ägandets utdöende”. Det var en tidig spaning om fenomenet att dela saker istället för att äga dem. Året efter, 2012, dök begreppet ”sharing economy” upp och 2015 introducerades ordet ”delningsekonomi” på Svenska språkrådets nyordslista.

Delningsekonomi beskrivs i Nationalencyklopedin som ett ”samlingsnamn på aktiviteter som syftar till minskad resursåtgång genom effektivare kapacitetsutnyttjande såsom delning av tillgång till varor och tjänster.”

Delningsekonomin har setts som en frälsare av många. Den ska minska konsumtionen, rädda klimatet, skapa nya arbetstillfällen och öka jämlikheten. Men efter fem års flitig medietäckning kan man konstatera att toppen på hypen nu har passerats. Istället har fenomenet till stor del hamnat i medieskugga och en viss besvikelse över att de storslagna visionerna inte inträffat går att skönja.

Under de åtta år som har förflutit sedan det tidigare nyhetsbrevet har mycket hänt. Hösten 2018 gjorde Futurewise på uppdrag av Konsumentverket en nulägesbeskrivning av delningsekonomin. Vi studerade utvecklingen för dagens aktörer, liksom aktuella trender och gjorde också flera framtidsscenarier. Detta underlag har efter bearbetning av Konsumentverket resulterat i en 55-sidig rapport. I detta nyhetsbrev presenterar vi en del av dessa resultat.



Kraftig minskning av sökvolymen på "sharing economy".

DELNINGSEKONOMIN ÄR DÖD – ELLER?

"Delningsekonomin är död" proklamerade tidningen Fast Company 2015. De menade att alla gillar budskapet med delning: minskad konsumtion, bättre för klimatet, fler sociala kontakter – men vi ändrar inte våra vanor. Många amerikanska delningsföretag som Ecomodo, Crowd Rent, Share Some Sugar, NeighborGoods och SnapGoods fick känna på snåla vindar trots pengar från investerare. Adam Berk som grundade Neighborrow för delning av verktyg mellan grannar säger så här: "Allt verkar så bra, förutom att ingen bryr sig ett dugg. Folk köper ändå en egen borr." Adam Berk menar att problemet inte är förtroende, kapital eller dålig teknik, utan mänsklig apati. Alla hyllar idén – men gör sedan precis som vanligt. Entusiasm är inte att förväxla med faktiskt handlande.

2016 menade Arthur de Grave från franska delningsorganisationen OuiShare att "delningsekonomin är över". Han menade att fenomenet inte levde upp till de initiala löftena om småskalig delning, utan istället hade kommersialiserats och tagits över av riskkapitalister.

Att det globala intresset för delningsekonomin, åtminstone temporärt, kraftig har avtagit framgår av antalet sökningar på det engelska begreppet "sharing economy". Efter en topp 2015 har sedan sökvolymen på Google rasat dramatiskt (dessvärre går det inte via verktyget Google Trends att göra motsvarande sökning på det svenska begreppet).

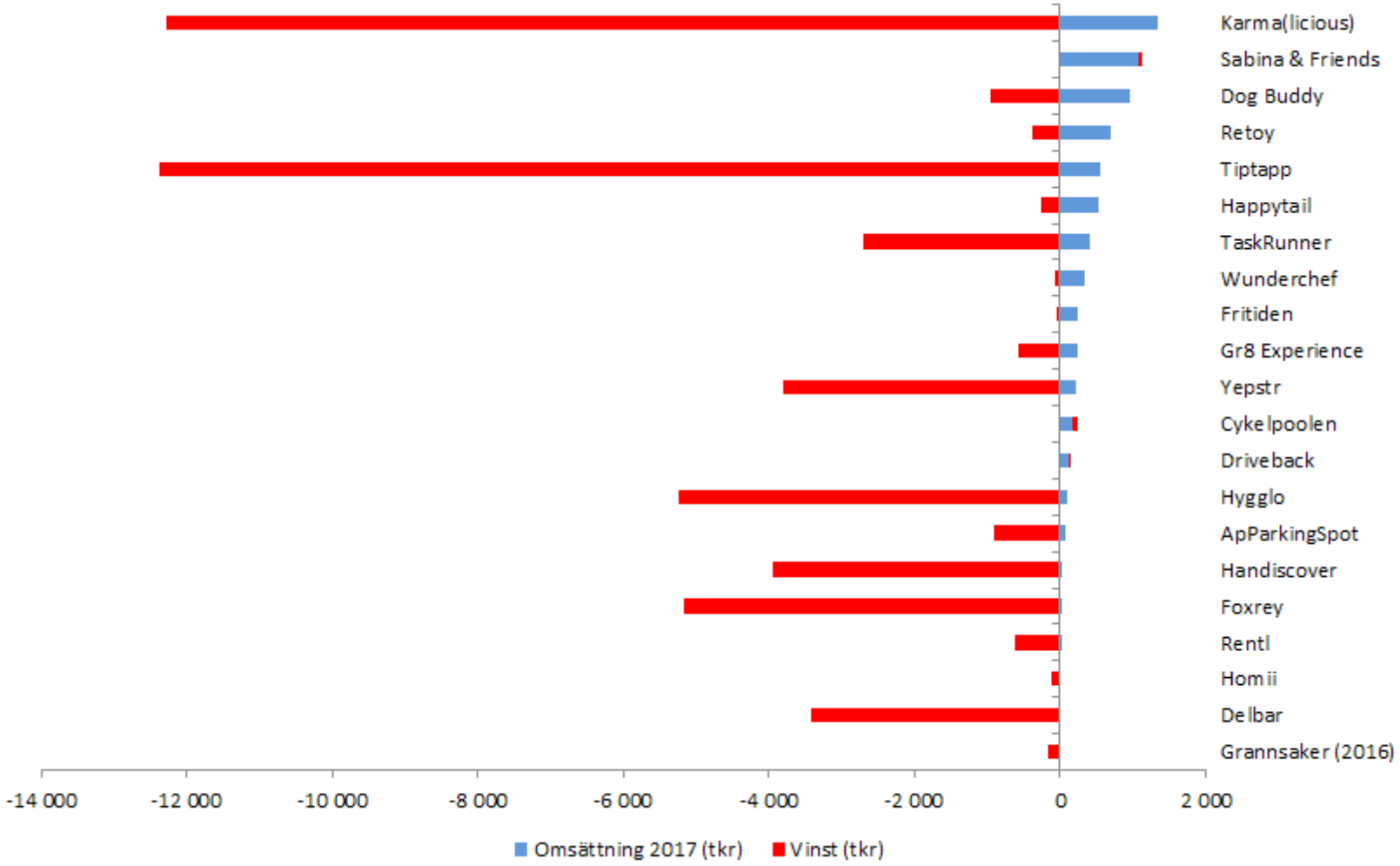
Det börjar bli trångt på svenska delningskyrkogården.

FÖRSUMBAR NATIONALEKONOMISK BETYDELSE

I kölvattnet av den internationella delningsekonomins lågkonjunktur kan en snarlik bild tecknas för utvecklingen i Sverige. Förutom ett fåtal större svenska delningsföretag, har många små startup-företag det motigt ekonomiskt. Media har publicerat spaltmeter med artiklar om ”den nya trenden” och hur delningsekonomin växer kraftigt. Problemet är att antalet bolag som startas inte är en bra värdemätare på tillväxten. Den absoluta majoriteten av de svenska bolagen har en omsättning under en miljon kronor (med några undantag) och alla går med förlust (med några undantag).

Det mest framgångsrika delningsföretaget i Sverige är bilpoolen Sunfleet som har en omsättning på 166 miljoner kronor och har över 4 miljoner i vinst. Vissa företag har en ”B2B2C-modell”, vilket innebär att de vänder sig till företag med en plattform för delning mot företagets kunder. Detta kan leda till högre intäkter då företag kan förmodas ha större ekonomiska resurser. Exempel på detta är budföretag som Urb-it och Budbee. De tecknar avtal med detaljhandelsföretag, vilka i sin tur erbjuder kunderna dessa transportalternativ för hemleverans. Urb-it och Budbee har nått en omsättning på över 30 miljoner kronor, men tyngs samtidigt av förluster på tiotals miljoner kronor.

Bilpoolerna DriveNow och Car2Go har lagt ner efter miljonförluster. Symptomatiskt lever dessa kvar i större städer. Sveriges befolkning är sannolikt för liten, och Sveriges städer för små för att få skalbar ekonomi i delningstjänster som dessa för stunden. Andra svenska delningstjänster som har tvingats lägga ner verksamheten är Airdine, Wunderchef, Waitress och Fnitter.



Svag ekonomi präglar de flesta svenska delningsföretagen (Källa: Allabolag.se).

JÄTTARNA TAR ÖVER

Airbnb erbjuder en stor bredd i sitt boendeutbud, allt från billiga studentrum till vackra franska slott som detta (Chateau de Meniere, 13 000 kr natten).

Trots en generell nedgång i intresset för delningsekonomin finns stora kommersiella aktörer som fortsätter att växa. För många tjänster ökar värdet ju fler användare som deltar och de tenderar att växa på grund av sin egen storlek. Att ha många användare lockar fler användare. Som en följd har vi sett framväxten av globala jättar vilket ofta resulterar i näst intill monopolliknande situationer, med giganter som Airbnb, Uber, Foodora och Lyft.

Det kanske mest uppenbara exemplet på detta är bostadsdelningstjänsten Airbnb. De finns nu i över 190 länder och har förmedlat 400 miljoner övernattningar sedan starten. Företaget värderas till över 300 miljarder kronor, i samma storleksordning som världens största hotellkedjor.

Samåkningstjänsten Bla Bla Car matchar inte bara folk som ska åka åt samma håll, utan även hur pass snacksaliga de är: bla, blabla eller blablabla. De har sedan 2003 byggt upp ett nätverk med 60 miljoner medlemmar och finns nu i 22 länder.

Giganter som dessa har det momentum och den ekonomi som krävs för att expandera globalt. Svenska aktörer med likartade tjänster kan därmed få tuff konkurrens när internationella delningsföretag väljer att slå sig in i Sverige. Ett alternativ är att vi får se uppköp av lokala aktörer med stor användarbas.

DELNING SOM AFFÄRSMODELL

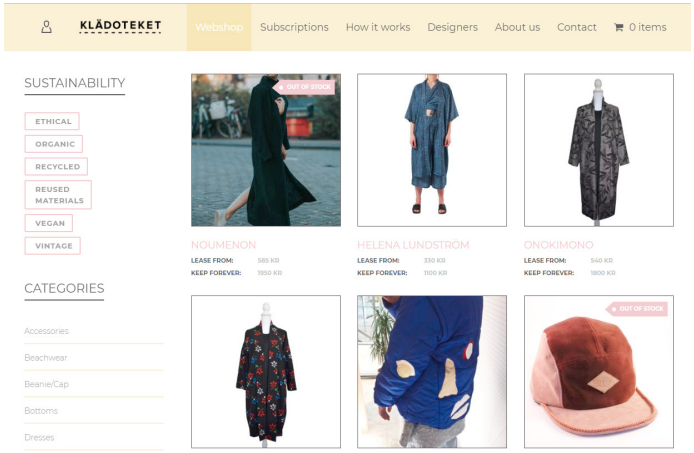
Husqvarnas pilot med delningsekonomi utanför Bromma Blocks i Stockholm.

Vissa traditionella företag försöker anpassa sina affärsmodeller till en förändrad efterfrågan. Istället för att sälja fysiska produkter blir det allt vanligare att kunderna prenumererar på en tjänst. Man hyr ljus istället för att köpa lampor, eller betalar för utskrifter istället för att köpa skrivare. Men vissa omformar också erbjudandet till en form av uthyrning som kan sägas angränsa till delningsekonomin.

Ett exempel är Husqvarna som 2017 lanserade vad de kallar en ”Battery Box”. Det var en obemannad och uppkopplad verktygsbod fylld med batteridrivna trädgårdsredskap som stod utanför köpcentret Bromma Blocks mellan maj och oktober. I boden fanns trettio elektroniska förvaringsskåp med trädgårdsredskap, som häcksax, motorsåg, blåsare och trimmer, vilka kunde bokas via en mobilapp. Samma app användes sedan för betalning och för att öppna förvaringsskåpet när man skulle hämta och lämna redskapen. Tanken var i första hand att locka villaägare som enbart har nytta av produkterna vid enstaka tillfällen, och som på sätt fick chansen att använda proffsredskap med extra kraft jämfört med konsumentprodukterna.

Ett annat exempel är Volvo Cars, vars vd Håkan Samuelsson menar att dagens uppfattning om mobilitet och bilägande håller på att förändras. Vägen framåt är mobilitet som tjänst snarare än ägande av en egen bil. Volvos spin-off Lynk & Co. har redan satt detta i verket och menar att bilägare ska kunna tjäna pengar genom att dela sin bil med andra. När bilen exempelvis parkerats vid arbetsplatsen kan andra personer mot betalning använda den under dagen.

SHAREWASHING



I ena stunden säger Klädoteket att det inte handlar om att tjäna pengar – för att i nästa ögonblick starta en webbshop.

Ett av skälen till svårigheten med att definiera begreppet delningsekonomi är att många olika typer av aktörer gärna räknar sig som en del av detta. Begreppet *sharewashing* har på senare tid dykt upp för att beskriva företag som orättfärdigt säger sig syssla med delning. Begreppet lånar inspiration från greenwashing, där vissa företag upptäckte att det är mycket enklare och billigare att sätta en eko-etikett på sin produkt, än att ta sig an det omständliga och dyra processen att miljösäkra sin produktion.

Vissa ortodoxa debattörer menar att delningsekonomin har muterat och hamnat långt ifrån den ursprungliga tanken om delning. Det är framför allt kommersialiseringen av delning som kritiseras. Enligt kritikerna håller Airbnb på med uthyrning, Uber håller på med taxiverksamhet och de som erbjuder småtjänster som barnpassning och trädgårdsarbete håller på med rekrytering för korttidsuppdrag. Inget av detta har med ”delning” att göra – i alla fall inte i den betydelse som vi som små lärde oss förstå begreppet.

Det finns således en risk att begreppet delningsekonomi urvattnas eller i värsta fall helt förlorar sin mening, något som kan skapa förvirring hos konsumenterna – och potentiellt avskräcka de som annars hade lockats. Den ursprungliga tanken med delning var en respons på klimatkrisen, medan begreppet nu riskerar att istället bli en etikett tillhörande samma ekonomiska logik som gav upphov till krisen.

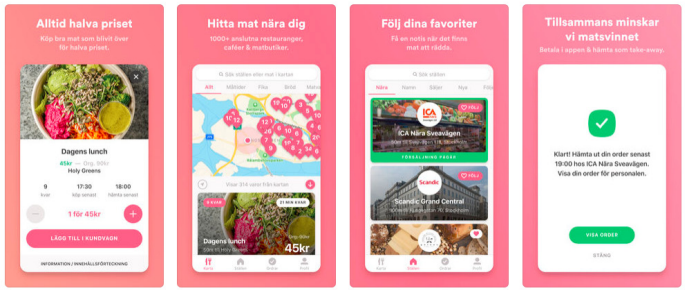
INVESTERINGAR OCH UPPKÖP

Ikeas uppköp av TaskRabbit visar att traditionella företag följer delningsekonomins utveckling med intresse.

Flera stora traditionella bolag visar intresse att investera i delningsföretag. Precis som Blocket en gång i tiden startade i Fjälkinge som en regional prylmarknad – för att sedan växa till en miljard-omsättning – vill få missa tåget om delningsekonomin skapar nästa våg av framgångsrika snabb-växare.

För att ta några exempel. Mediekoncernen Schibsted och stiftelsen Norrsken har investerat 7,5 miljoner kronor i Hygglo. Tipptap har i två omgångar tagit in 30 miljoner kronor från investerare. Yepstr har tagit in 10 miljoner och Almi Invest har investerat i Delbar. Dessa investeringar kan skapa den uthållighet som behövs för att genom kraftfulla marknadsföringsinsatser bygga stora användarvolymer.

Sannolikt kan även uppköp bli mer aktuella om omsättning och vinster ökar. Ett internationellt exempel är delningsföretaget Taskrabbit som erbjöd enklare tjänster som städning, flytt och hantverkstjänster. En stor del av verksamheten kom att handla om montering av IKEA-möbler, vilket föranledde IKEA att i september 2017 köpa upp företaget.



Karma är med sin matdelning en snabbväxande aktör med internationella ambitioner.

FRAMTIDEN FÖR DELNING

Hindren tycks för stunden omfattande, bland annat bristande konsumenttillit, osäkerhet kring ansvarsfrågan och oklara eller ogynnsamma regelverk. Lägg till detta stora internationella företag som blir allt mer dominerande och kan förväntas göra större intrång på den svenska marknaden.

Men det finns ljus i tunneln. Flera delningsföretag investerar kraftigt i marknadsföring, ofta uppbackat av kapitalstarka bolag, och menar att deras användarantal ökar kraftigt. Statistiken visar också att allt fler svenskar använder delningstjänster, även om det är en tonvikt på unga och välutbildade i storstäder.

Medan många kommersiella företag kämpar för sin överlevnad samlar många ideella initiativ relativt stora användarskaror. Att dela och byta fritidsutrustning, kläder eller till och med odlingsmark är fenomen som blir mer populära.

Konsekvenserna av delningsekonomin är inte heller uppenbara. Vi ser minskade klimatutsläpp vid bildelning, men ökat flygande vid bostadsdelning. Vi ser ekonomiska besparingar vid delning, men dessa utnyttjas ofta till annan konsumtion. Vi ser nya jobb skapas, samtidigt som en del gamla hotas. Vi ser människor utan ekonomiska möjligheter att själva köpa vissa varor få chansen att nyttja dem temporärt, samtidigt som bättre bemedlade tjänar pengar på uthyrning. Bilden är komplex och de framtida ekonomiska, sociala och miljömässiga effekterna till stor del okända.

LITE OM FUTUREWISE ERBJUDANDEN:

OMVÄRLDSANALYS

Futurewise producerar toppkvalitativa och skarpa omvärldsanalyser för just er bransch.

Vi kartlägger er marknad, gör intervjuer, letar trender, studerar alternativa affärsmodeller och sammanställer resultaten i lättillgängliga rapporter.

För att involvera personalen tar vi helst fram materialet tillsammans mer er under interaktiva workshops.

Klicka för att läsa mer om omvärldsanalys

FÖREDRAG

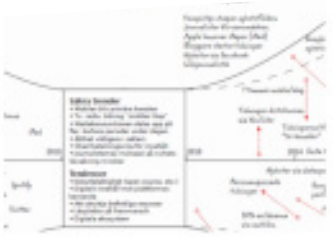
Vi håller upp mot 100 föredrag årligen där vi presenterar inspirerande trender och tankeväckande framtidsbilder.

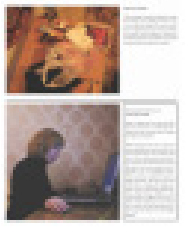
Vi siktar på att underhålla samtidigt som vi delger ny kunskap och kryddar sedan med lite provokation.

Anlita Futurewise till nästa konferens, kick-off eller kundevent!

Klicka för att läsa mer om föredrag

UTBILDNING





Vi arrangerar flera gånger per år öppna utbildningar i omvärldsanalys. Lär dig kombinera beprövade metoder med nya IT-verktyg för att skapa effektiva plattformar för systematisk omvärldsanalys.

Du tränar förmågan att tidigt upptäcka trender liksom hur man drar nytta av dem.

Ta två utbildningsdagar och se till att bli en grym trendspanare du också!

Klicka för att läsa mer om utbildning

FUTUREWISE