

Analyse af barrierer og udviklingsmuligheder for peer-to-peer virksomheder i Danmark

Udarbejdet for Erhvervsstyrelsen af Dalberg Research
September 2014



Indhold

Indhold.....	1
Forord	2
1. Sammenfatning.....	3
2. Introduktion til deleøkonomien	5
2.1. Baggrund	5
2.2. Kortlægning af det deleøkonomiske felt	6
2.3. Væsentligste drivere for udbredelse af deleøkonomien	9
3. Analyse af muligheder og barrierer	14
3.1. Viden og usikkerhed.....	15
3.2. Lovgivning og regulering	16
3.3. Værdier og mentalitet.....	18
3.4. Øvrige strukturelle udfordringer	19
4. Instrumenter til fremme af deleøkonomien	20
4.1. Kommunikation	20
4.2. Lovgivning og regulering	21
4.3. Ledelse og visioner	22
5. Vurdering af effekt og potentiale samt perspektiver for fremtiden	23
5.1. Samfundsøkonomiske perspektiver	24
5.2. Iværksætter perspektiver.....	24
5.3. Miljømæssige perspektiver.....	25
5.4. Øvrige perspektiver	25
6. Kilder og referencer.....	26
6.1. Litteratur og præsentationer	26
6.2. Interviews.....	26
7. Appendiks: Samlet oversigt over barrierer for P2P i Danmark.....	28

Forord

Den økonomiske krise og det øgede fokus på ressourceknaphed har, sammen med teknologiske fremskrift og udbredelsen af sociale medier, skabt plads til en række nye økonomiske og sociale aktiviteter baseret på deling. Deleøkonomien dækker over en bred vifte af muligheder og forretningsmodeller, hvor det centrale omdrejningspunkt er adgangen til produkter og services, frem for det endelige ejerskab over dem.

Deleøkonomi er et område i vækst. Der er stor vækst i antallet af virksomheder og i antallet af transaktioner på de deleøkonomiske platforme. Dette gælder hovedsageligt i USA, men også i andre lande, herunder Danmark, nyder deleøkonomien stadig større udbredelse. Opmærksomheden rettet mod feltet har ligeledes været markant. I løbet af de seneste år har både The Economist, Time Magazine og Europa Kommissionen udnævnt deleøkonomien til at være et af dette årtis vigtigste samfundsøkonomiske trends. Ud over de økonomiske potentialer for deleøkonomien, dækker dette også over potentialerne for miljø, trængsel og sociale borgerrelationer – både internt i lokalsamfund og på tværs af landegrænser.

I dette studie er formålet at belyse de væsentligste drivkræfter og udfordringer i relation til udbredelse af deleøkonomien i Danmark. Samtidig er det hensigten at identificere konkrete tiltag, der vil kunne fremme udbredelsen af deleøkonomiske forretningsmodeller i Danmark, samt vurdere de potentialer, der vil være forbundet med en øget udbredelse. Studiet fokuserer specifikt på de dele af deleøkonomien, der baserer sig på peer-to-peer transaktioner, mens de øvrige dele af deleøkonomien adresseres indirekte i relation til gennemgang af generelle drivere, barrierer og langsigtede perspektiver for deleøkonomiens udvikling.

På baggrund af 10 interviews med centrale deleøkonomiske virksomheder i Danmark, samt en række interviews med nationale og internationale eksperter på området, kombineret med en ekstensiv gennemgang af litteratur, bidrager studiet til en afklaring af konkrete udfordringer for deleøkonomiske virksomheders aktiviteter i Danmark. Endvidere fremhæves en række konkrete løsningsforslag, der kan iværksættes for at understøtte udviklingen af peer-to-peer forretningsmodeller i Danmark.

Analysen er finansieret af Erhvervsstyrelsen under Erhvervs- og Vækstministeriet og gennemført af Dalberg Research.

1. Sammenfatning

Interessen for deleøkonomi er kraftigt stigende, og de nye modeller vinder stigende indpas i mange dele af verden – herunder også i Danmark. En række regulatoriske, markedsmæssige og videnskabelige barrierer bevirker imidlertid, at modellernes udbredelse herhjemme fortsat er relativt begrænset og koncentreret omkring få udvalgte områder.

Økonomiske, regulatoriske og kulturelle barrierer

Interviews med en række iværksættere og eksperter, kombineret med en gennemgang af eksisterende litteratur på området, afslører en række konkrete barrierer for peer-to-peer (P2P) forretningsmodellers udbredelse i Danmark. En del af disse barrierer vil kunne reduceres gennem målrettede tiltag, mens andre er af en mere strukturel og uhåndterbar karakter, for eksempel hvad angår markedsmæssige barrierer i relation til markedsstørrelse og teknologi.

Grundlæggende mangel på viden om de muligheder, der knytter sig til et engagement i deleøkonomien, bl.a. via sociale platforme, synes at udgøre en af de største barrierer for mobilisering af kritisk masse. Vidensgabet omfatter både manglende indsigt om konkrete fordele, og manglende gennemsigtighed i forhold til gældende lovgivning. Hertil kommer en skepsis og stivhed blandt centrale offentlige og private aktører - herunder banker, investorer og offentlige myndigheder. Manglende gennemsigtighed i relation til lovgivning og økonomiske fordele ved P2P modellerne påvirker interessen blandt iværksættere og investorer og manglende transparens i forhold til praktisk håndtering af aktiviteter (f.eks. forsikring og moms), fremhæves som centrale barrierer for at skabe bæredygtige forretningsmodeller.

Lovgivning, kommunikation og politiske visioner

Interessen for at blive en del af deleøkonomien som borger (udbyder og bruger) eller virksomhed (facilitator) vil kunne fremmes gennem såvel en reduktion af eksisterende markedsbarrierer, som gennem en aktiv stimulering af positive markedsdrivere. Konkrete handlemuligheder omfatter bl.a. en aktiv kommunikationsindsats, med henblik på at skabe øget transparens og sikkerhed omkring regler og muligheder i forhold til anvendelse af modellerne - herunder ikke mindst udveksling af positive erfaringer brugere imellem.

En forøgelse af bagatelgrænserne i relation til økonomiske transaktioner mellem private personer, samt kortlægning af utidssvarende lovgivning inden for en række sektorer, herunder transport og fødevarer, fremhæves også som centrale tiltag, der potentielt set kunne stimulere udbredelse af modellerne.

Mere generelle tiltag i forhold til fremme af iværksætteri (rådgivning, målrettet iværksætterstøtte mv.), samt generel fremme af miljømæssige løsninger (energiavgifter, trængselsafgifter mv.), indgår ligeledes i puljen af potentielle instrumenter, der kan bringes i spil i forhold til udbredelse af P2P forretningsmodeller. Endelig vil en mere klar og visionær national strategi i forhold til udviklingen af fremtidens bæredygtige samfund ifølge flere af de interviewede også kunne indgå som et bærende element i forhold til at fremme udbredelsen af deleøkonomien.

Et stort potentiale – men principperne er vigtigere end modellerne

En øget udbredelse af de deleøkonomiske forretningsmodeller og ikke mindst de underliggende principper vil kunne have stor betydning for den samfundsmæssige udvikling i Danmark – ikke mindst på længere sigt. Effekterne er størst for så vidt angår omfanget af økonomiske transaktioner, der vil kunne blive berørt af de deleøkonomiske aktiviteter – herunder ikke mindst i forhold til omfordelingen af ressourcer fra virksomheder til privat personer. Men en øget udbredelse af modeller og principper vil også kunne bidrage til at sikre en bedre udnyttelse af samfundets ressourcer og til løsning af konkrete samfundsmæssige udfordringer eksempelvis i forhold til trængsel. Vurderingen af de konkrete effekter er forbundet med en betydelig usikkerhed, og vil variere betydeligt mellem såvel sektorer som landsdele.

Virksomhed	Interview-person	Beskrivelse	Ansatte	Perspektiver på vækstpotentiale
Ahandyhand (2009)	Christian Ahrensbaek	Udførelse af mindre håndværks- og serviceaktiviteter	6	"Indtil videre har vores virksomhed været en dårlig forretning, fordi brugerbasen stadigvæk er alt for lille"
Bringrs (2013)	Daniel Nyvang Mariussen	Frugt af større og mindre genstande, både lokalt og rundt i Danmark	3	"Vi har store forventninger til vores virksomheds vækst, fordi aktiviteterne vi faciliterer foregår i forvejen – bare i ikke-systematiseret form"
Jepti (2011)	Jens Johansen	Leje og udleje af mindre brugsgenstande	7	"Hvis aktiviteterne for leje og udleje af mindre genstande flyttes fra det sorte til det hvide marked, ligger der et kæmpe potentiale for vores virksomhed"
LejDet (2001)	Kasper Honoré	Leje og udleje af brugsgenstande og services	3	"Vi har klare vækstforventninger – bl.a. ift. at komme ind på det tyske, hollandske og andre Europæiske markeder. Ift. beskæftigelse er billedet anderledes, fordi de meste kan klares fra en computer med internet"
Dinnersurfer (2013)	Kasper Krægpøth	Salg af tilberedt mad	3	"Hvis private i højere grad kommer til at kunne konkurrere og være supplement til både fastfood såvel som gourmet delikatesser, ligger der et stort potentiale for os"
GoMore (2005)	Matias Møl Dalsgaard	Samkørsel og delebilsaktiviteter	16	"Om 5 år er vores omsætning 100 gange så stor som i dag, og beskæftigelsen vil være 10 gange større"
Boomerang (2010)	Michael Eis	Private investeringsaktiviteter	1	"Vi har store forventninger til vækst og til at skabe lokalt og socialt engagement, men indtil videre har det været et filantropisk projekt betalt af min egen lomme"
Meet2talk (2012)	Peter Erkmann	Sproglære og kulturudveksling	1	"Inden for det næste år regner jeg med, at vi har 4-5 fuldtidsstillinger i virksomheden"
Resecond (2012)	Stine Skytte	Kjolebyt	2	"For at nå vores mål om at åbne 10-12 butikker i Nordeuropa, har vi brug for en solid kapitalindsprøjtning"
Deljorden (2012)	Trine Krebs	Have- og pladsdeling	5	"Vi har store forventninger til at vækste, fordi der findes et godt udgangspunkt for deling i Danmark: Vi er homogene og har stor tillid til hinanden"



2. Introduktion til deleøkonomien

Definition

"Deleøkonomien er et socioøkonomisk system baseret på deling af menneskelige og fysiske ressourcer og aktiver og inkluderer design, produktion, distribution, handel og forbrug af varer og tjenesteydelser mellem mennesker og organisationer".

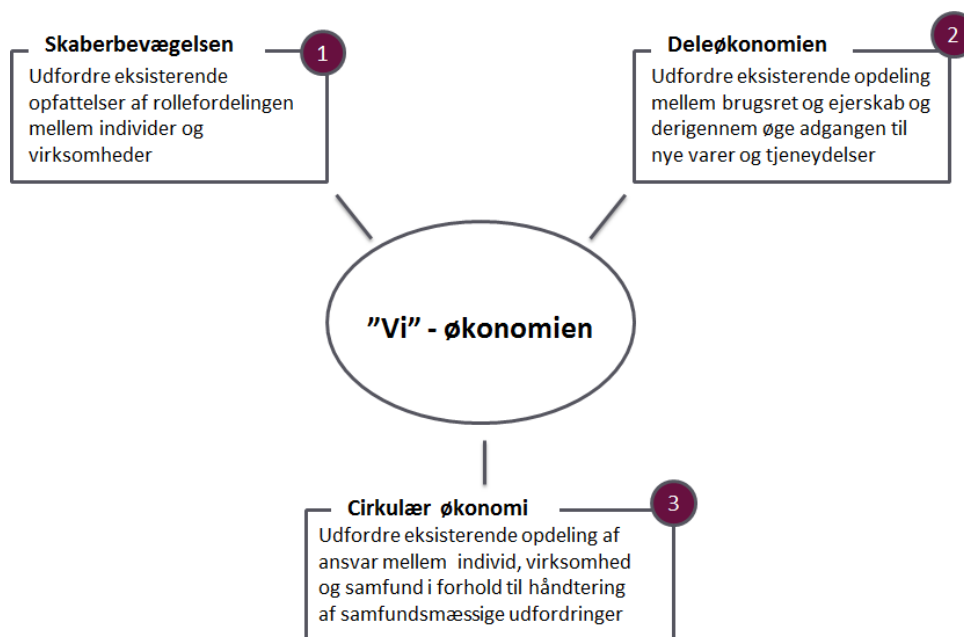
2.1. Baggrund

Begrebet "deleøkonomi" dateres typisk tilbage til midten af 00'erne, og kan ses som et alternativ eller supplement til de etablerede modeller for udveksling af varer og tjenesteydelser. De forskellige modeller repræsenterer alle nye innovative måder at tænke om ressourcer, fællesskaber og økonomi. Kernen i modellerne er at give almindelige borgere adgang til at dele evner, goder og oplevelser med hinanden, med henblik på at udvide de enkelte borgeres økonomiske og forbrugsmæssige handlerum, og samtidig bidrage til at sikre en bedre udnyttelse af samfundets ressourcer.

Deleøkonomien har en række fællestræk og berøringsflader med koncepter som "open source innovation", "co-creation", "cirkulær økonomi" og "collaborative consumption". Fælles for koncepterne er, at de stiller spørgsmålstegn ved den grundlæggende rollefordeling mellem borgere og virksomheder – herunder også i forhold til fordeling af ansvar. Mere konkret bygger modellerne på et holistisk og inkluderende verdenssyn, hvor almindelige borgere både kan optræde som udviklere, producenter og forbrugere på samme tid. Tilsvarende bygger modellerne på en grundlæggende præmis om, at der er en række fordele forbundet med at udvikle, producere og forbruge i fællesskab fremfor hver for sig. Endelig er koncepterne alle i større eller mindre grad drevet af en erkendelse af, at en effektiv udnyttelse af samfundets ressourcer - individuelle såvel som kollektive – forudsætter omfattende koordinering og samarbejde mellem de centrale aktører i samfundet. Koordinering og samarbejde er både en mulighed og en forpligtelse – herunder ikke mindst i forhold til håndteringen af miljømæssige udfordringer.

De forskellige koncepter indgår allerede som en integreret del i mange virksomheders forretningsmodel i større eller mindre udstrækning. SMART grids der giver individuelle borgere med adgang til solceller, vindmøller eller lignende mulighed for at sælge eventuel overskudsstrøm tilbage til nettet er et godt eksempel på et opgør med den klassiske opdeling af slutbrugere og producenter. Tilsvarende er de mange virtuelle netværk, hvor folk spiller interaktivt sammen online, deler hobbyer og synspunkter alle eksempler på aktiviteter, hvor sociale platforme skaber udgangspunkt for dannelse af nye relationer med enkelt individer.

Figur 2.1. Deleøkonomien i et større perspektiv



Kilde: Dalberg Research

2.2. Kortlægning af det deleøkonomiske felt

Det deleøkonomiske felt er kendetegnet ved en stor mangfoldighed af virksomheder og platforme, såvel kommercielle som ikke-kommercielle. Kernen i modellerne er at udnytte underudnyttede værdier, både til monetære og ikke monetære formål. De konkrete modeller har til formål enten at fremme deling, bytning eller videresalg af varer, eller skabe udgangspunkt for udveksling eller koordinering af forskellige former for menneskelig aktivitet, eksempelvis i forhold til løsning af konkrete arbejdsopgaver eller skabelse af oplevelser. De sociale platforme som udgør omdrejningspunktet for deleøkonomien, dækker på denne måde både håndgribelige produkter, som biler og græsslåmaskiner, og uhåndgribelige produkter som eksempelvis rum, tid, kompetencer og services.

Størrelsen af deleøkonomien er svær at opgøre præcis. Feltet er fortsat meget nyt, og omfatter en meget bred vifte af virksomheder, forretningsmodeller og transaktionsformer, hvoraf kun en del er baseret på monetære transaktioner. Rachel Botsman, har i 2011 opgjort værdien af peer-to-peer udlejningsområdet til 26 mia. USD, mens potentialet vurderes til at udgøre 103 mia. USD. Hertil kommer så de mange modeller, som ikke direkte omfatter leje eksempelvis i forhold til samarbejdende livsstile mv.

Tager man udgangspunkt i en antagelse om, at potentialet for udbredelse af deleøkonomien i Danmark ikke adskiller sig nævneværdigt fra potentialet i andre lande, kan det umiddelbare markedspotentiale estimeres til 400-700 mio. DKK. Tilsvarende kan det langsigtede potentiale i Danmark opgøres til 2-3 mia. DKK målt i form af årlige transaktioner baseret på anvendelse af sociale platforme indrettet med henblik på deling af varer og tjenesteydelser.

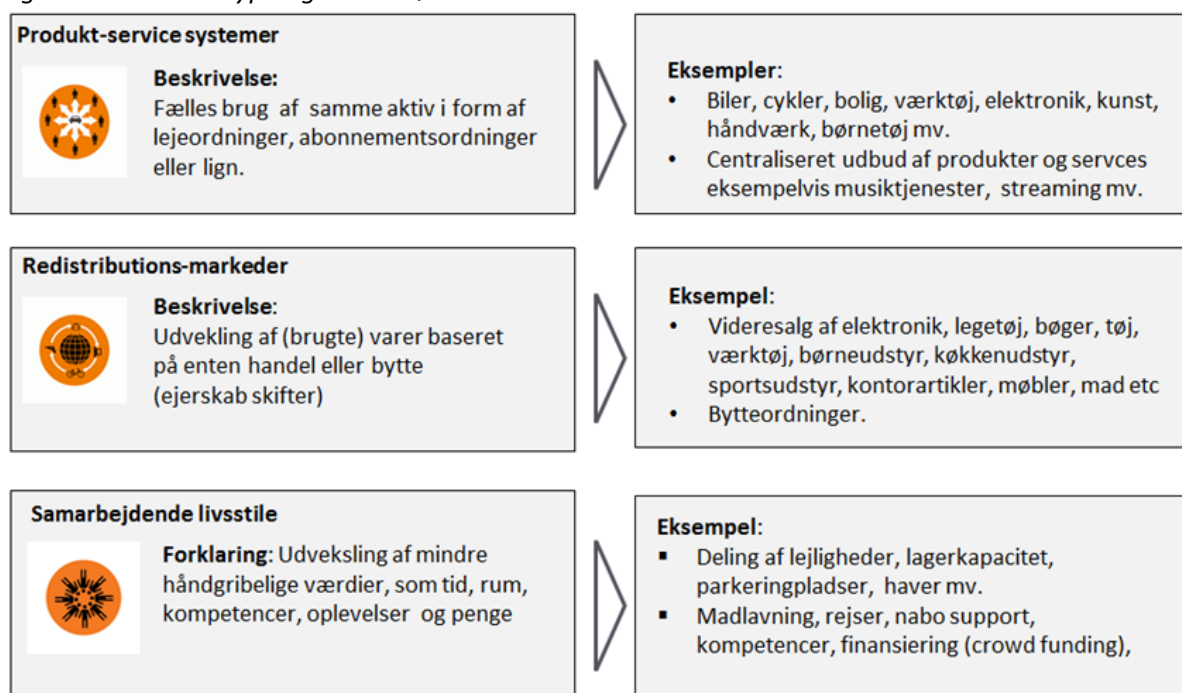
2.2.1. Aktiviteter og markeder

De forskellige former for aktiviteter og platforme, som er knyttet til deleøkonomien, kan grundlæggende inddeles i tre overordnede grupper: a) Produkt-Services systemer, b) Re-distribution systemer og c) Samarbejdende livsstile¹.

De tre modeller har en række fællestræk, men adskiller sig også fra hinanden på en række punkter. Dette gælder bl.a. i forhold til, om modellerne skaber udgangspunkt for transaktioner af håndgribelige varer; om modellerne understøtter transaktioner forbundet med et skift af ejerskab; samt om brugernes nytte af konkrete transaktioner afhænger af, hvem der indgår i transaktionen.

Modellerne baseret på "Produkt-Services systemer" er eksempelvis karakteriseret ved en fælles anvendelse af et håndgribeligt produkt, hvor der ikke sker ejerskifte, og brugerne, der indgår i transaktionen, ikke har direkte indflydelse på nyten af transaktionerne i sig selv. Disse modeller omfatter både Business to Consumer (B2C) modeller, de underliggende aktiver er kontrolleret og/eller ejet af en konkret virksomhed (eksempelvis Spotify og Jepti), men omfatter også rene Peer-to-Peer modeller (P2P), hvor aktiverne er ejet af brugere selv (eksempelvis AirBnB og GoMore)

Figur 2.2: Centrale typologier i deleøkonomien



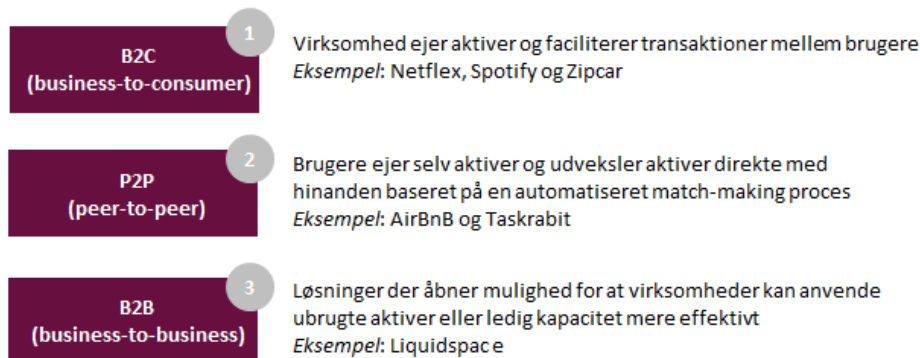
Kilde: Dalberg Research

2.2.2. Forretningsmodeller

Mangfoldigheden af sociale platforme og forretningsmodeller med relation til deleøkonomien er meget stor. Modeller og platforme omfatter både mainstream B2C modeller som Netflix, hvor en

¹ Typologien er baseret på What's Mine is Yours af Rachel Botsman

virksomhed ejer de underliggende aktiver, og blot faciliterer transaktioner mellem brugere, og mere nicheorienterede B2B-modeller, med fokus på relativt få aktører med særlige behov eller aktiver. Langt de fleste modeller er imidlertid at betragte som P2P modeller, hvor virksomheder fokuserer på at facilitere kontakt mellem enkeltindivider, men som ikke selv ejer aktiver ud over en brugerdatabase og en avanceret algoritme, der håndterer den løbende matchingproces.



De konkrete forretningsmodeller, der anvendes i enkelte virksomheder, er også kendetegnet ved en betydelig diversitet. I virksomheder som GoMore og Airbnb, er indtjeningen baseret på et "Fee per Transaktion" opgjort som en fast andel af transaktionens værdi. Omvendt er forretningsmodellen for Delebil.dk baseret på en abonnementsordning. I en tredje gruppe af modeller - de såkaldte Freemium Modeller - er indtjeningen baseret på et potentielt salg af tillægsydelser. Endelig indgår salg af reklamer på hjemmesiden typisk som et mere eller mindre centralt element i de fleste modeller – i nogle tilfælde, som f.eks. Meet2Talk, som et primært indtjeningselement.

Forretningsmodeller	Eksempler på virksomheder
Fee per Transaction: <i>Virksomheder tager kommission for at facilitere transaktioner på deleøkonomiske platforme</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Easybring og Bringers: Private leveringsservices • Den Lille Tjeneste og Ahandyhand: Mindre service- og håndværksopgaver • GoMore og MinbilDinbil: Delebiler og samkørsel • Boomerang.dk: Netværksfinansiering • Dinnersurfer: Salg af tilberedt mad
Abonnement/medlemskab: <i>Man betaler en fast ydelse per måned til virksomhederne for at få adgang til bestemte varer og services</i>	<ul style="list-style-type: none"> • KBH Fødevarerfællesskab: Adgang til dyrkning og høst af fødevarer • Resecond: Kjølebytteaktiviteter • Del Jorden: Deling af haver og landområder
Freemium: <i>De basale ydelser virksomheden stiller til rådighed er gratis, mens adgang til et større udvalg af varer og services koster et premium</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Meet2talk: Sprog- og kulturudveksling • Spotify: Gratis musik-streaming

I vurderingen af de konkrete forretningsmodeller inden for deleøkonomien er det samtidig centralt at fremhæve, at de nye modeller også har tiltrukket en stigende opmærksomhed blandt mere etablerede virksomheder inden for området. Virksomheder som LEGO, Nike og Virgin Atlantic er

eksempelvis alle begyndt at implementere nogle af de samme principper som ligger til grund for deleøkonomien i deres forretningsmodeller. Mere konkret er LEGO eksempelvis begyndt at udleje frem for at sælge LEGO-sæt, mens Nike har etableret et Nike Community med henblik på at fremme den sociale interaktion med og mellem deres kunder. Endelig faciliterer Virgin Atlantic deling af bagage plads. Open source innovation bliver samtidig et stadig mere udbredt fænomen i erhvervslivets både i forhold til design (eksempelvis Starbucks) og produktspecifikationer (DELL).

Et interessant eksempel på etablerede virksomheders interesse for deleøkonomiske deltagelse ses herhjemme hos Silvan, der har udbygget den traditionelle udlejning af trailere til også at indbefatte udlejning af værktøj og maskiner. Denne model går igen hos online fællesskabet Jepti, hvor brugere mod betaling udlejer værktøj og andre brugsgenstande til hinanden direkte, med Jepti som match-maker. For begge aktører gælder, at der sættes fokus på at adgang frem for ejerskab, og at facilitering og match-making konstituerer en rentable forretningsmodel, idet netop faciliteringselementet – hvad end det er fra Silvans lager til lejeren eller fra en private udlejer til en lejer – kan pålægges et gebyr.

Forretningsmodellen er dog drevet af mere end rene privat økonomiske interesser. For Jepti er den samfundsøkonomiske gevinst et udpræget succesparameter. Skønt Jeptis grundlægger Jens Johansen fastslår, at deleøkonomien ikke nødvendigvis er for alle, er potentialet i at kunne nedsætte forbruget af eksempelvis græsslåmaskiner eller haveredskaber med 10 % gennem udlejningsmekanismer en massiv samfundsøkonomisk gevinst².

2.3. Væsentligste drivere for udbredelse af deleøkonomien

Den øgede interesse for deleøkonomien skal ses i lyset af en bred række faktorer, hovedsageligt relateret til *nød, lyst og teknologiske muligheder*.

Mere konkret har den økonomiske krise og den stigende opmærksomhed for globale udfordringer i relation til miljø og klima, medført, at interessen for alternative indtægtskilder, billigere forbrugsmuligheder og miljørigtige forretningsmodeller er vokset. Tilsvarende har generel forbrugermæthed, arbejdspress og miljøbevidsthed skabt en øget efterspørgsel efter nye kreative udfoldelsesmuligheder, unikke og miljørigtige forbrugeroplevelser samt socialt fællesskab.

² Interview, Jens Johansen, 10. juli 2014

"Hver dag bliver der ude i de danske små hjem skabt unikke madoplevelser, men oftest må naboen afsted efter pizza, og det er dumt. Hvorfor ikke dele mere med hinanden til gavn for både sundhed, pengepung og miljøet".

Kasper Krægpøth, Dinnersurfer

"Det er vores stærkeste værdi, at vi har tillid til hinanden. Det er det bedste middel til øget konkurrencekraft, at vi kan dele med hinanden, og ikke være bange for tyveri el. andet."

Trine Krebs, Del Jordan

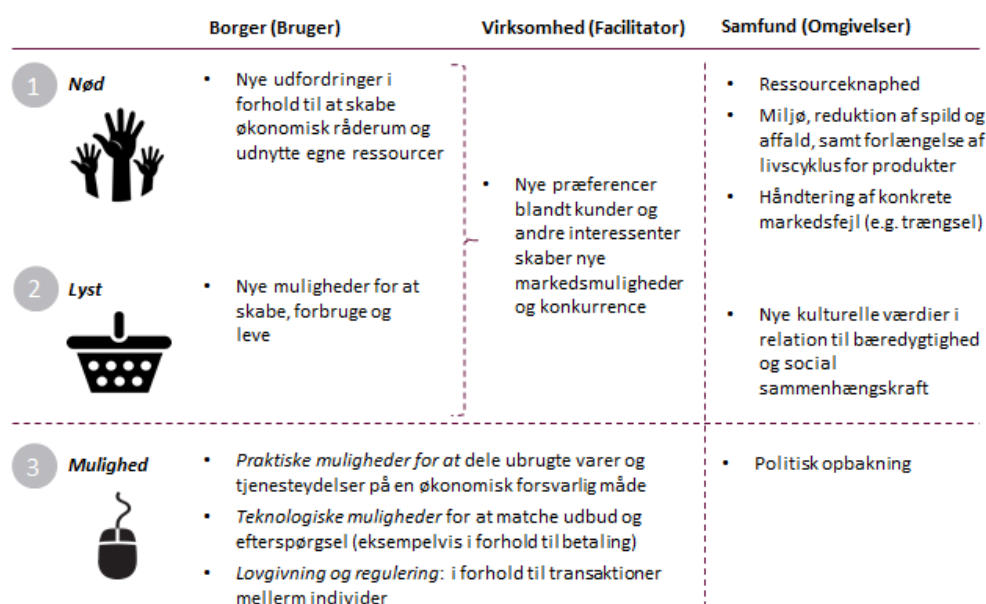
"Der skal ske et opgør med de nuværende finansielle strukturer, hvor gate keepers i bankerne vurderer hvad der er godt og skidt, og hvad der skal have kredit. Vi skal have demokratiseret danskernes penge og investeringer".

Michael Eis, Boomerang

Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

Den øgede interesse for at indgå i fællesskaber omkring udvikling, produktion og forbrug er blevet understøttet af den teknologiske udvikling, som har gjort det muligt for virksomheder at facilitere kontakt mellem borgere, der ønsker at tilbyde eller efterspørge konkrete varer eller tjenesteydelser.

Figur 2.3: Drivere for udbredelse af deleøkonomien



Kilde: Dalberg Research

2.3.1. Brugerperspektivet: Økonomi, bekvemmelighed og adgang til unikke oplevelser

Brugerne engagement i deleøkonomien, og dermed grundlaget for at skabe forretningsmodeller baseret på udveksling af varer og tjenesteydelser mellem private personer, skal ses i lyset af en række rationelle og værdimæssige overvejelser.

Interviews med en række virksomheder og eksperter inden for feltet, indikerer, at brugernes engagement først og fremmest er knyttet til den nytteværdi, som er forbundet med at indgå i konkrete transaktioner med andre medborgere, relativt til nytteværdien forbundet med at indgå i transaktioner med etablerede virksomheder. Den konkrete nytteværdi er selvsagt meget individuel, men afhænger hovedsageligt af økonomi, bekvemmelighed og oplevelsen forbundet med transaktionen. Dette gælder ikke mindst følelsen af fællesskab.

Netop følelsen af fællesskab og værdien i at indgå i sociale relationer med andre medborgere er i høj grad fokus for virksomhederne Bringrs og Meet2Talk. For Bringrs gælder det, at det personlige møde med andre brugere i forbindelse med afhentning og levering af produkter spiller en betydelig rolle for virksomhedens aktiviteter, hvor det for Meet2Talk er den konkrete udveksling af sprog og kultur gennem direkte møder med andre brugere der udgør kernen i aktiviteterne. Som Daniel Rasmussen fra Bringrs påpeger, "det er sjovt at være leverandør. Forleden dag skulle jeg transportere en taske for en ældre dame der hedder Grethe og hun blev simpelthen så glad for det". Ligeledes peger Peter Erkmann fra Meet2Talk på, at "når sprog- og kulturudveksling organiseres gennem formaliserede aktiviteter, er danskerne slet ikke så lukkede endda – selv når det gælder møder med mennesker fra andre lande og tilmed på andre sprog".

De mere samfundsmæssige implikationer af transaktionen, eksempelvis i relation til miljø og ressourceudnyttelse, er også en afgørende drivkraft for nogle brugere. For de fleste brugere synes de indirekte effekter i forhold til miljø mv. dog i højere grad at være positive sideeffekter frem for primære drivkræfter bag de konkrete forbrugsvalg.

Netop samspillet mellem den rationelle og værdimæssige overvejelse skinner tydeligt igennem hos den amerikanske virksomhed Flightcar, der lader private aktører, der parkere deres bil i lufthavnen, leje bilen ud til andre registrerede medlemmer, mens de rejser. Udover gratis parkering og en bilvask, modtager udlejerne betaling for services og er samtidig forsikret op mod 1 mio. USD. De aktiviteter Flightcar faciliterer er med til at sikre udlejere og lejere en håndgribelig merværdi og er samtidig med til at sikre en mere effektiv udnyttelse af bilerne over deres levetid og udnyttelse af de ressourcer, der bruges på produktion og vedligeholdelse. Samtidig bidrager aktiviteterne til at løse parkerings- og trængselsudfordringer, der ofte forekommer i områder med stor befolkningstæthed

2.3.2. Iværksætterperspektivet: Sund forretning, virkelyst og passion

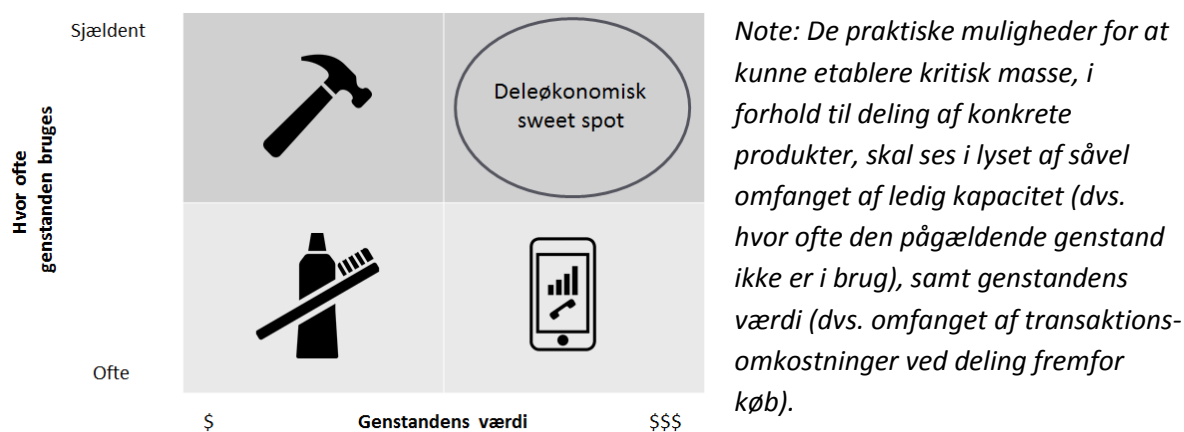
Engagement til at etablere og drive virksomheder, der faciliterer kontakt og transaktioner mellem private borgere, skal, ligesom brugernes engagement for at tage del i deleøkonomien, betragtes med udgangspunkt i en kombination af rationelle og værdimæssige faktorer.

Forretningsmodellen for udvikling og drift af virksomheder inden for deleøkonomien, er tæt knyttet til muligheden for at opnå kritisk masse. Den økonomiske gevinst ved at facilitere en konkret transaktion er typisk meget lav, mens omkostningerne der er forbundet med at udvikle og drive en platform, er mere eller mindre uafhængige af antallet af transaktioner. Modellernes økonomiske bæredygtighed er derfor tæt knyttet til borgernes generelle engagement i deleøkonomien. Hertil kommer omfanget af konkrete varer og tjenester, som er praktisk og økonomisk attraktivt for brugere at dele.

En væsentlig udfordring i den danske kontekst bliver således at oparbejde den fornødne kritiske masse, som kan skabe fundamentet for solide P2P forretningsmodeller. Danmarks begrænsede befolkningsstørrelse kombineret med det eksisterende vidensgab omkring deleøkonomiens muligheder bevirker, at den kritiske masse er begrænset. Dette kan udfordre grundlaget for succesfuld implementering af deleøkonomiske modeller.

Her kan internationalisering af forretningsmodellerne blive en nødvendighed for at opnå rentabilitet. Dette gælder bl.a. virksomheden Boomerang, der faciliterer at privatpersoner kan investere i hinandens aktiviteter og virksomheder. Som lederen for virksomheden, Michael Eis, siger, er den kritiske masse i Danmark for crowdfunding fortsat så lille, at internationalisering er helt centralt for at virksomheden kan vækste. Boomerangs strategi for internationalisering gælder hovedsageligt at etablere sig på andre europæiske markeder – Tyskland i særdeleshed, hvor netværksfinansiering er langt mere udbredt blandt befolkningen end, det er i Danmark. Ligeledes er det centralt at koble sig på de store europæiske netværk for crowdfunding i konkurrencen mod hovedsageligt amerikanske virksomheder, der søger ind på de europæiske markeder.

Figur 2.4: Vurdering af muligheden for at nå kritisk masse



Kilde: Dalberg Research

Den øgede opmærksomhed omkring deleøkonomiens fordele, øger løbende det økonomiske incitament til at indgå i markedet. Dette gælder både for iværksættere med en stærk passion for miljø og fællesskab, og for etablerede virksomheder, der udelukkende er drevet ud fra et ønske om at skabe den størst mulige profit. Kigger man på omfanget af sociale platforme, der har til formål at fremme transaktioner mellem private aktører, synes den overvejende del at være drevet af ildsjæle uden særlige former for kommercielle bagtanker. Konkrete eksempler omfatter bl.a. platforme som ShareYourCloset og Pingushare, hvor markedspotentialet, i form af omfanget af mulige transaktioner, er meget begrænset i forhold til at skabe udgangspunkt for en kommerciel model. Her kan der, som i tilfældet med Boomerang, eksistere et potentiale i at tænke ud over Danmarks grænser for på den måde at internationalisere ydelser og services. For en virksomhed som Pingushare, der faciliterer muligheden for at private personer kan donere, udlåne og sælge private ejendele, vil en geografisk ekspansion kunne medvirke til at udvide kundegrundlaget og således potentielt styrke den kommercielle værdi af forretningsmodellen.

Omvendt er platformene, med relation til de områder i deleøkonomien, hvor mulighederne for at skabe kritisk masse er stor, stort set alle i større eller mindre grad etableret med udgangspunkt i

kommercielle interesser. Dette gælder eksempelvis virksomheder som AirBnB, Taskrabbitt og GoMore.

3. Analyse af muligheder og barrierer

Baseret på interviews med en række danske virksomheder og eksperter, samt en gennemgang af litteraturen inden for området, kan der konstateres en række udfordringer og barrierer forbundet med udvikling og drift af peer-to-peer modeller i Danmark.

De i undersøgelsen adspurgte danske P2P virksomheder påpeger en mangfoldighed af oplevede barrierer for deres udvikling og drift i Danmark.

Udvalg af interviewede virksomheders syn på barrierer

“Lovgivningen og bureaukratiet hos Fødevarestyrelsen er klart den største barriere.”

Kasper Krægpøth, Dinersurfer

“Udover konkrete lovgivningsmæssige issues er det en udfordring, at det er så svært at få klare svar fra det offentlige og overhovedet vide, hvem man skal spørge.”

Matias Møl Dalsgaard, GoMore

“En af de klart største udfordringer har været, at det er besværligt og dyrt at ansøge offentlige institutioner og EU fonde, og det tager 100 år før man får svar.”

Peter Erkmann, Meet2Talk

“Det er uoverskueligt at være til stede på 100 deleøkonomiske platforme ad gangen.

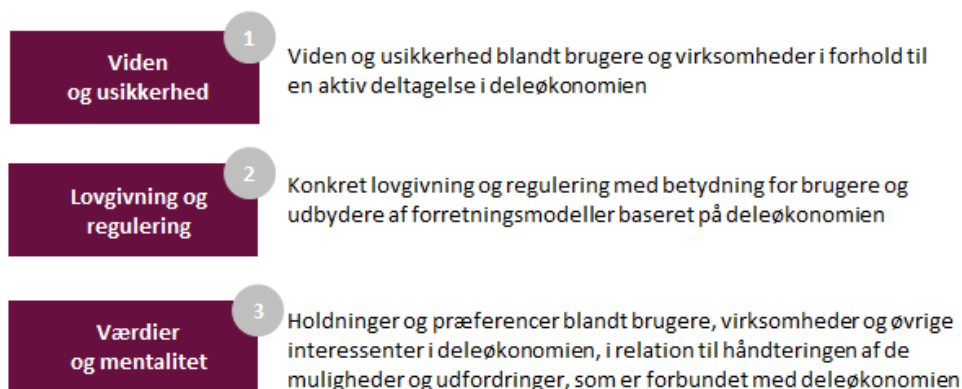
Samtidig skal det hele komme mere ned på jorden - vi befinder os i en rus, en kinderæg-løsning. Det praktiske og belejlige skal fremhæves.”

Trine Krebs, Del Jordan

Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

I vurderingen af de konkrete barrierer er det vigtigt at holde for øje, at de oplevede barrierer både omfatter en række barrierer, der potentielt kunne reduceres eller fjernes gennem målrettede initiativer fra politisk hold, samt en række mere strukturelle og markedsmæssige barrierer, der vil være sværere at påvirke gennem konkrete tiltag. Tilsvarende er det vigtigt at understrege, at der er tale om ”oplevelse af barrierer” og ikke nødvendigvis ”faktiske barrierer”. En del af de observerede barrierer vil derfor muligvis kunne forklares med udgangspunkt i en mere grundlæggende barriere i form af manglende gennemsigtighed på markedet.

De observerede barrierer kan overordnet inddeles i tre grupper: 1) Viden og usikkerhed, 2) Lovgivning og regulering og c) Værdier og mentalitet. De enkelte barrierer er beskrevet mere indgående nedenfor:



3.1. Viden og usikkerhed

En central udfordring for deleøkonomiske virksomheder relaterer sig til et generelt lavt vidensniveau blandt brugere om virksomheder, aktiviteter og platforme med relation til deleøkonomien, samt de muligheder modellerne skaber for brugerne. Manglende viden om gældende love og regler i forhold til anvendelse af modellerne, bidrager samtidig til at skabe en usikkerhed blandt brugere, som skaber en vis tilbageholdenhed i forhold til anvendelsen. Endelig indebærer en grundlæggende usikkerhed omkring modellernes lovlighed og markedsmæssige potentiale, at mange iværksættere har vanskeligt ved at mobilisere den nødvendige støtte og kapital, der kræves for udvikling og vækst

Konkrete barrierer og udfordringer:

- **Begrænset viden om modellerne blandt brugere:** Mange virksomheder oplever at vidensniveauet omkring de konkrete fordele (økonomiske, sociale og miljømæssige), som kan være forbundet med anvendelse af forretningsmodeller baseret på deleøkonomien, er relativt begrænset blandt brugere. Den manglende viden er selvforstærkende eftersom udbredelse af peer-to-peer modeller i høj grad sker igennem netværk.
- **Manglende gennemsigtighed i forhold til gældende lovgivning:** Oplevelsen af, at der blandt mange brugere ikke er et tiltrækkeligt vidensniveau i forhold til modellernes lovlighed. Den manglende gennemsigtighed får nogle brugere til helt eller delvist at afstå fra at anvende modellerne, til trods for de finder dem attraktive.
- **Usikkerhed blandt samarbejdspartnere:** Usikkerhed omkring modellernes lovlighed og langsigtede potentiale, kan gøre det vanskeligt for iværksættere at aktivere etablerede spillere inden for området - eksempelvis indenfor udlejningsaktiviteter
- **Risikoaversion blandt investorer:** Manglende dokumentation for forretningsmodellernes økonomiske bæredygtighed, gør det vanskeligt for iværksættere at rejse tiltrækkeligt risikovillig kapital til at understøtte udvikling og vækst hos såvel offentlige som private aktører
- **Manglende organisering af området:** Den begrænsede organisering af de centrale aktører på markedet, indebærer en barriere i forhold til at sikre en effektiv videndeling og koordinering af markedsføringsindsats mv.

En virksomhed som Bringrs påpeger, at den er udfordret af befolkningens lave vidensniveau omkring deleøkonomiske aktiviteter og virksomheder. Virksomheden, der faciliterer private leveringer af mindre genstande rundt i Danmark, er ligeledes udfordret af, at det er svært at aktivere brugere, fordi de ikke kender til lovligheden af deleøkonomiske aktiviteter, bl.a. i forbindelse med fragt. Endvidere er virksomheden udfordret af eksisterende aktører i markedet, fragtvirksomheder, fordi

de oplever, at der ikke eksisterer transparens i lovgivningen i forhold til hvor meget man som privatperson må fragte før der er tale om erhvervsaktiviteter.

Udvalg af interviewede virksomheders syn på barrierer

"Indtil videre har det ikke været en god forretning, fordi brugerbasen er for lille".

Christian Arensbak, Ahandyhand

"Investorerne påvirkes af, hvad der efterspørges i markedet. Så det er en kulturel og uddannelsesmæssig ændring, der skal drive værket"

Daniel Nyvang Mariussen, Bringrs

Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

bringrs

3.2. Lovgivning og regulering

En anden central udfordring knytter sig til lovgivning og regulering af området for deleøkonomiske virksomheder og aktiviteter. Lovgivningen opleves af mange virksomheder som mangelfuld og utidssvarende. Udfordringerne er særligt udbredte i relation til reguleringen af forholdet mellem private aktiviteter og erhvervsvirksomheder³, ligesom flere iværksættere fremhæver, at skatte- og afgiftssystemet ikke i tiltrækkelig grad understøtter udbredelsen af miljørigtige løsninger – herunder løsninger baseret på deleøkonomi. Endelig finder flere virksomheder, at administrations- og lovgivningsprocesser er uigennemskuelige og træge, hvilket, sammenholdt med en manglende adgang til støtte og sparring, gør det vanskeligt for iværksættere at kunne navigere effektivt.

Konkrete barrierer og udfordringer:

- **Aktivitetsbegrænsninger:** Bagatelgrænser i forhold til deleøkonomiske aktiviteter samt oplevelse af uigennemsigthed ift. disse, herunder på mad- og samkørselsområdet, opleves som centrale udfordringer i forbindelse med vækst i transaktioner og kapacitet blandt deleøkonomiske virksomheder
- **Manglende lovgivning:** Aktiviteten mellem private aktører reguleres i meget lav grad, da der ikke traditionelt er væsentlige finansielle og juridiske transaktioner mellem private aktører. Det giver et relativt åbent rum for fortolkning af regler på området. Den høje grad af fleksibilitet kan i visse tilfælde opfattes som udtryk for manglende lovgivning, hvilket kan udgøre en udfordring i forhold til at skabe tryghed omkring konkrete aftalers lovlighed.
- **Variierende tolkninger af lovgivning:** Oplevelse af, at der er forskellige tolkninger af eksisterende lovgivning, specielt ift. deleøkonomiske tjenesteydelser. Dette ses eksempelvis både ift. hvad der betragtes som gråzoner inden for principper for fødevarerhåndtering og uklarheder i tolkningen af skattemæssige fradrag for eksempelvis deling af kørtjenester.
- **Manglende adgang til kompetent rådgivning:** Manglende adgang til kompetente offentlige sagsbehandlere med særlig indsigt i lovgivning og regulering med relation til deleøkonomiske aktiviteter, gør det vanskeligt at få klarhed over centrale problemstillinger eksempelvis i forhold til jura, skat og patenter. Samtidig er det ofte uklart hvilke offentlige myndigheder man kan og

³ Afgørelsen af om en aktivitet kan karakteriseres som privat eller erhvervs-mæssig baseres i dag på helhedsvurdering, hvor der bl.a. tages hensyn til markedsføring, professionalisme mv. Den helt konkrete afgrænsning er i lovmæssig forstand uklar og omfanget af juridiske domme er fortsat begrænset

bør henvende sig til med konkrete spørgsmål. Der synes ikke at være centraliserede videnscentre for lovgivning omkring deleøkonomiske aktiviteter.

- **Lange sagsbehandlingstider:** Bureaucrati og generel uvidenhed omkring deleøkonomien blandt offentlige sagsbehandlere, bevirker, at det ofte vil være unødigt dyrt og tidskrævende at få svar på konkrete spørgsmål relateret til gældende lovgivning bl.a. på delebilsområdet. Flere interviewpersoner fremhæver, at lange sagsbehandlingstider kan udgøre en konkret barriere for vækst og skalering, idet flere virksomheders forretningsmodeller og videreudvikling af koncepter oftest afhænger af en godkendelse fra myndighederne.
- **Utidssvarende indberetningsmuligheder:** Indberetningsmuligheder i forhold til skat- og momsindbetalingsordninger er ikke tilstrækkeligt fleksible til at understøtte private aktørers særlige behov.

For virksomheden GoMore er man i særlig grad udfordret af reguleringsmæssige forhold. GoMore har siden dets opstart i 2005 faciliteret samkørsel vha. privat biludlejning gennem deres internetbaserede markedsplads. Gennem deres hjemmeside kan udbydere og brugere kontakte hinanden direkte, med henblik på at minimere de økonomiske omkostninger ved transporten og samtidig bidrage til at reducere trængslen i trafikken. Med en voksende brugerbase på nu over 100.000 "mobilister", udgør GoMore en af de mest konsoliderede deleøkonomiske virksomheder i Danmark.

På trods af øget fokus på området hos Justitsministeriet, oplever GoMore, at de udfordres af reguleringen for biludlejning. Uklarheder i forhold til bagatelgrænsen, der bestemmer hvor meget man som privatperson må udleje sin bil for, udfordrer virksomhedens aktiviteter og mulighed for at vækste.

Udvalg af interviewede virksomheders syn på barrierer

"Der skal åbnes op for den lovgivningsmæssige 'black box' og etableres kanaler, hvorigennem man kan få kontakt til embedsværket, få information og påvirke beslutningsprocesserne"

Matias Møl Dalsgaard, GoMore

"Det vil kræve nye moms- og skatteordninger, samt øge behovet for nye smarte indberetnings- og betalingsmodeller"

Jens Johansen, Jepti

"Der er ikke gennemsigtighed ift. hvad der er lovligt og hvad der ikke er lovligt, og der er ingen der aner hvem man skal spørge [...]. Indsæt en jurist med speciale i det her et sted i det offentlige, og få en projektleder for det hele"

Kasper Honoré, LejDet

Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

3.3. Værdier og mentalitet

En tredje kategori af udfordringer for deleøkonomiske virksomheder og aktiviteter, relaterer sig til værdier og mentalitet, med betydning for tilvalg og prioritering af deleøkonomien. Mange virksomheder oplever en manglende åbenhed overfor nye ideer og koncepter blandt brugere, rådgivere, samarbejdspartnere og investorer. Hertil kommer, at manglen på en klar national strategi for deleøkonomien ses som en udfordring i forhold til en realisering af det fulde potentiale, der er forbundet med en mere aktiv anvendelse af deleøkonomiens forretningsmodeller.

Konkrete barrierer og udfordringer:

- **Manglende samfundsmæssigt engagement:** Mange danskeres forbrugsvalg er fortsat hovedsageligt bestemt af rationelle overvejelser vedr. pris og kvalitet, mens de mere samfundsmæssige aspekter af forbrugsvalget eksempelvis i forhold til miljømæssige konsekvenser kun tillægges begrænset værdi. Valget af deleøkonomiske modeller vil derfor også i vid udstrækning skulle forklares med udgangspunkt i det faktum, at modellerne giver brugere adgang til bedre og billigere forbrugsmuligheder. Et større fokus på de mere samfunds- og miljømæssige aspekter af forbrug i samfundet vil imidlertid yderligere kunne underbygge de deleøkonomiske modellers attraktivitet.
- **Fokus på traditionel vækst i det politiske system:** Oplevelse af, at det offentlige besidder et for stift blik rettet mod vækstiværksættere frem for iværksættere med større samfundsmæssigt engagement, især blandt væksthuse og offentlige fonde.
- **Generel skepsis omkring nye forretningsmodeller:** I relation til administration og uddeling af offentlige midler til deleøkonomiske virksomheder, bl.a. gennem Grøn Omstillingsfond, er der en oplevelse af modvilje og skeptiske mindsets ift. forretningsmodeller og aktiviteter hos deleøkonomiske virksomheder, bl.a. ift. deleøkonomiske fragtvirksomheder.
- **Modvilje blandt etablerede interessenter:** Modvilje mod deleøkonomiske aktiviteter fra etablerede interessenter – herunder lønmodtagerorganisationer, jobcentre og fagforeninger – udfordrer kapaciteten blandt deleøkonomiske virksomheder samt deres anerkendelse i markedet, herunder ift. fragt og transportaktiviteter

Hos den amerikanske virksomhed Couchsurfing – en internetportal, der faciliterer kontakt mellem rejsende og lokale, og som muliggør, at man under sine rejser kan sove hos privatpersoner – er med til at nedbryde den traditionelle forståelse for aktivitet på markedet for hotelophold. Med over 9 millioner aktivt brugere på sitet på globalt plan bidrager Couchsurfing til at ændre forståelsen af logi gennem nye sociale rejseformer.

Ud over de direkte positive privatøkonomiske konsekvenser ved at bo gratis på sine rejser, bidrager aktiviteterne samtidig til at fremme den sociale interaktion, kulturelle forståelse og gensidige respekt blandt brugerne, hvilket ofte spænder over varierende kulturelle og religiøse skel.

”Den største udfordring for os har været at få folk til at tænke på en helt ny måde og ændre vaner. I stedet for at få en kjole skulle de starte med at give en”.

Stine Skytte, Resecond

”Der findes forkerte incitamentstrukturer i Danmark. Hvorfor er det så billigt at forurene, og så dyrt at købe økologisk? Økonomien burde få nogle kærlige røvspark”

Trine Krebs, Del Jorden

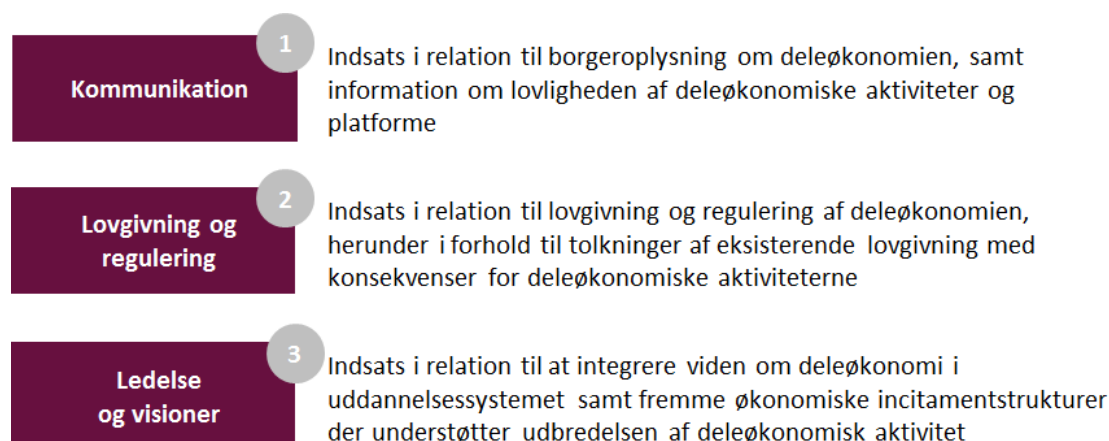
Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

3.4. Øvrige strukturelle udfordringer

Ud over de konkrete udfordringer deleøkonomiske virksomheder oplever i relation til deres aktiviteter, findes der også en række mere strukturelle udfordringer, som har indflydelse på mulighederne for at opstarte og vækste forretningsmodeller med relation til deleøkonomien. De strukturelle udfordringer omfatter blandt andet det generelle udbud af produkter, der er gearret til deling (eksempelvis i form af kvalitet og driftssikkerhed), samt befolkningstæthed jvf. behovet for at skabe kritisk masse.

4. Instrumenter til fremme af deleøkonomien

Interviews med virksomheder og centrale aktører med relation til deleøkonomien indikerer, at deleøkonomien potentielt set vil kunne fremmes gennem en bred vifte af initiativer og politiske håndtag. De konkrete handlemuligheder falder indenfor tre overordnede grupper: 1) Kommunikation, 2) Lovgivning og regulering og 3) Ledelse og visioner:



4.1. Kommunikation

En central udfordring i forhold til udbredelse af deleøkonomiske virksomheder knytter sig til manglen på viden om deleøkonomi i befolkningen såvel som blandt iværksættere. En strategisk indsats rettet mod at oplyse borgere, virksomheder og investorer om deleøkonomi, kunne på kort til mellemlang sigt udbrede viden om deleøkonomisk aktivitet, samt deltagelsen på de deleøkonomiske platforme. Det knytter sig hovedsageligt til deleøkonomiske oplysningskampagner rettet mod borgere, men også oplysning om lovligheden af aktiviteterne, hvilket er centralt i forbindelse med udbredelse af brugerbasen. Samtidig er organisering af de centrale aktører på markedet relevant i relation til mere effektiv markedsføring af deleøkonomien, samt i forbindelse med tiltrækning af investorer – herunder både private (angel) investorer, venture fonde og mere institutionelle investorer.

Konkrete handlemuligheder:

- **Oplysningskampagner rettet mod borgere om deleøkonomiske aktiviteter:** Oplysning om deleøkonomiske aktiviteter og virksomheder gennem reklamekampagner, tv- og radioindslag, konferencer mv., kunne øge vidensniveauet blandt potentielle brugere om de økonomiske og praktiske fordele ved at deltage i deleøkonomiske aktiviteter
- **Oplysningsarbejde rettet mod borgere om forretningsmodellernes lovlighed:** Indsats rettet mod at oplyse om deleøkonomiske forretningsmodellernes lovlighed, kunne få flere brugere til at deltage på de deleøkonomiske platforme, herunder i forbindelse med crowdsourcing og udlejning af biler, samt potentielt tiltrække flere investorer til feltet
- **Brugerstudier:** En mere aktiv videndeling omkring brugeradfærd og præferencer vil kunne medvirke til at skabe en større forståelse for brugerpræferencer og markedspotentiale, hvilket vil kunne stimulere lysten til at etablere nye virksomheder inden for feltet.
- **Organisering af de centrale aktører på markedet:** En større organisering af de centrale aktører på markedet, f.eks. gennem en paraplyorganisation som eksempelvis European Sharing

Economy Coalition⁴, eller gennem afholdelse af konferencer og workshops, kunne øge videndelingen blandt deleøkonomiske virksomheder, samt sikre en mere effektiv koordinering af markedsføringsindsatser

- **Offentlig blåstempling af deleøkonomiske aktiviteter:** En offentlig blåstempling af deleøkonomiske aktiviteter, evt. gennem mærkningsordninger eller "Tænk deleøkonomisk"-klistermærker, kunne øge kendskabet blandt borgere til deleøkonomi

Udvalg af interviewede virksomheders perspektiv på løsninger

"Vi har behov for at fortælle den gode historie og aktivere folk, evt. gennem tv programmer og med hjælp fra kendisser, der bruger vores koncept."

Stine Skytte, Resecond

Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

4.2. Lovgivning og regulering

En anden gruppe af barrierer for udbredelsen af deleøkonomiske virksomheder i Danmark knytter sig til lovgivningen og reguleringen af aktiviteterne, som i mange tilfælde bliver beskrevet som utidssvarende og mangelfulde. En strategisk indsats rettet mod lovgivnings- og reguleringsområdet, kunne på kort sigt bidrage til at udbrede deleøkonomiske aktiviteter og forretningsmodeller. Det drejer sig hovedsageligt om at klargøre tolkninger af regler på området, samt skabe øget gennemsigtighed i forbindelse med konsekvenserne af gældende lovgivning for deleøkonomiske aktiviteter. Ligeledes kunne en lempelse af bagatelgrænser for diverse aktiviteter, samt en mere effektiv rådgivning og sagsbehandling blandt offentlige aktører, sikre større transparens og fleksibilitet for deleøkonomiske virksomheder.

Konkrete handlemuligheder:

- **Lempelse af aktivitetsbegrænsninger:** Lempelse af bagatelgrænser samt større transparens om disse, herunder i relation til mad- og biludlejningsområdet, kunne øge brugerbasen og transaktionerne på deleøkonomiske platforme⁵.
- **Ny lovgivning for deleøkonomisk aktivitet:** Udarbejdelse af konkret lovgivning for særlige aktiviteter med relation til deleøkonomien eksempelvis i forhold til crowdsourcing vil kunne reducere usikkerheden i forhold til at engagere sig i deleøkonomien både som bruger og som virksomhed.
- **Klargørelse af tolkninger for gældende lovgivning:** Klargørelse af tolkninger for gældende lovgivning og regler for deleøkonomiske aktiviteter, herunder i relation til deleøkonomiske tjenesteydelser, kunne skabe større transparens i forbindelse med lovligheden af aktiviteterne, bl.a. i relation til aktivering af ledige.
- **Adgang til kompetent rådgivning:** Sagsbehandlere med særlige kompetencer for deleøkonomiske aktiviteter, kunne gennem oplysning og rådgivning skabe større klarhed og transparens for reglerne på området, herunder i relation til skat og patentspørgsmål.

⁴ <http://www.euro-freelancers.eu/european-sharing-economy-coalition/>

⁵ Under interviewene blev en grænse på 20,000 kr. nævnt som en mulighed

- **Mere effektiv sagsbehandling:** Hurtigere sagsbehandlingstid blandt offentligt ansatte, samt nye indberetningsmuligheder til skat og moms, kunne øge fleksibiliteten for deleøkonomiske virksomheder i relation til deres konkrete behov.
- **Større hensyn til deleøkonomiske virksomheder ved uddeling af offentlige midler:** Øget hensyn til deleøkonomiske virksomheder ved uddeling af offentlige midler kunne lette adgangen til kapital for deleøkonomiske virksomheder.

Udvalg af interviewede virksomheders perspektiv på løsninger

”Vi undgår normalt offentlige rundbordsdiskussioner, konferencer og møder. De kan være ok at afholde, men leder sjældent til resultater. Vi vil hellere bruge kræfterne og tiden på at udvikle produkter til vores brugere. Når det er sagt, kan det være meget interessant at indgå i en direkte dialog med Erhvervsstyrelsen og andre offentlige aktører om løsning af konkrete reguleringsmæssige issues samt at få en viden om hvem man kan kontakte i den offentlige sektor for at få løst konkrete problemstillinger.”

Matias Møl Dalsgaard, GoMore

Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

4.3. Ledelse og visioner

Deleøkonomiens udbredelse kan også stimuleres gennem politisk lederskab, hvor de grundlæggende værdier som ligger til grund for deleøkonomien fremmes gennem klare politiske visioner understøttet af en konkret handling. En mere offensiv anvendelse af offentlige aktiver, øget fokus på deleøkonomien i uddannelsessystemet samt en grundlæggende ændring af incitamentstrukturer i samfundet eksempelvis gennem skatte og afgiftssystemet er her alle blandt de konkrete instrumenter, som eventuelt kunne bringes i spil.

Konkrete handlemuligheder:

- **Skattefradragssystemer ved deltagelse i deleøkonomiske aktiviteter:** Udbredelse af deleøkonomiske aktiviteter og transaktioner kunne stimuleres gennem nye skattefradragssystemer for borgere, bl.a. i relation til deleøkonomiske transport- og udlejningsaktiviteter
- **Skattefradragssystemer for investeringer på deleøkonomiske platforme:** Udbredelse af skattefradragssystemer på investeringer og afkast, som det kendes fra bl.a. England, kunne tiltrække flere angel-investors til deleøkonomiske platforme
- **Krav til nye produkter:** Implementering af obligatoriske krav for konkrete varer med henblik på at forlænge produkternes levetid og holdbarhed for derigennem at gøre det mere attraktivt at dele og genbruge produkterne
- **Tilskynde til etablering af lokale eller regionale ”deleklynger”:** Støtte op om dannelse af geografiske klynger til fremme af en mere effektiv deling af viden og oplevelser (sharing cities)
- **Offensiv anvendelse af offentlige bygninger og maskiner:** Udviser offentligt lederskab ved proaktivt at åbne op for en mere aktiv anvendelse af offentlige bygninger, rum og maskiner med henblik på at fremme udvikling af nye modeller, og samtidig understrege samfundets anerkendelse af modellernes lovlighed.

- **Tilskudsordninger til iværksættere:** Tilskudsordninger til iværksættere, f.eks. gennem SU-lignende overførsler eller lån, kunne øge incitamenterne til at starte egen virksomhed, herunder af deleøkonomisk karakter
- **Større fokus på deleøkonomien i uddannelsessystemet:** Større fokus på deleøkonomiske aktiviteter i uddannelsessystemet, herunder i forbindelse med undervisningsmateriale og faglige konkurrencer, kunne øge det generelle vidensniveau blandt borgere om deleøkonomien samt de økonomiske og sociale potentialer
- **Nye incitamentstrukturer i samfundet til at fremme miljørigtige løsninger:** Nye økonomiske incitamentstrukturer i relation til forurening, trængsel og affald, kunne ændre borgeres adfærd i forbindelse med transportaktiviteter og udsmidning af mad. En hårdere beskatning af miljøbelastende adfærd vil eksempelvis alt andet lige gøre udbredelse af deleøkonomiske forretningsmodeller mere attraktive (under forudsætning af at de deleøkonomiske modeller er mindre miljøbelastende end traditionelle forretningsmodeller)
- **En national strategi for deleøkonomien:** Udvikling af en mere klar langsigtet strategi for udbredelse af deleøkonomien i Danmark med henblik på at skabe større klarhed omkring den politiske holdning, og dermed øget sikkerhed i forbindelse med opstart og brug af platforme.

Udvalg af interviewede virksomheders perspektiv på løsninger

”Der findes forkerte incitamentstrukturer i Danmark. Hvorfor er det så billigt at forurene, og så dyrt at købe økologisk? Økonomien burde få nogle kærlige røvspark”

Trine Krebs, Del Jorden

”Noget der ville gøre en forskel hos os er hvis man lavede en deleøkonomisk paraplyorganisation, der kunne samle alle, ligesom thesharingeconomy i England”

Peter Erkmann, Meet2Talk

Kilde: Dalberg Research, Interview, juni/juli 2014

En offentlig involvering i deleøkonomien ses tydeligt i eksemplet Seoul. I 2012 erklærede lokalregeringen i Seoul, Sydkorea, byen for at være en “Sharing City”. Strategien, der indebærer over 20 konkrete politikker og programmer rettet mod at understøtte infrastrukturen og muliggøre udbredelse af deleøkonomiske platforme, blev iværksat for at løse nogle af de økonomiske, sociale og miljømæssige udfordringer byen står over for, samtidig med at skabe nye forretningsmuligheder, genskabe tillidsbaserede borgerrelationer og minimere spild af ressourcer. Ved at understøtte udviklingen af infrastruktur for deleøkonomiske virksomheder og NGO’er, fremme borgerdeltagelsen i deleøkonomiske aktiviteter samt prioritere bestemte offentlige programmer med fokus på transport, velfærd, kultur og miljø, har lokalregeringen påtaget sig en aktiv rolle i forbindelse med udviklingen af Seoul som Sharing City.

5. Vurdering af effekt og potentiale samt perspektiver for fremtiden

I vurderingen af deleøkonomiens konsekvenser og potentialer, skal man gøre sig klart, at deleøkonomien er en del af en række større tendenser. I identifikationen af barrierer for udbredelse af deleøkonomiske forretningsmodeller, er det centralt at skelne mellem barrierer for udbredelse af

konkrete forretningsmodeller, og barrierer for udbredelse af de underliggende principper, der ligger til grund for deleøkonomien. Perspektiverne for en udbredelse af de underliggende principper, vil i sagens natur være langt større end perspektiverne relateret til en mere snæver udbredelse af konkrete forretningsmodeller med fokus på deleøkonomi.

Denne rapport har til formål at identificere konkrete barrierer, som står i vejen for en udbredelse af deleøkonomiske forretningsmodeller, og konkrete værktøjer som vil kunne bringes i spil med henblik på at nedbringe disse. Vurderingen af værdien i relation til at nedbringe de enkelte barrierer indgår kun indirekte, i form af en overordnet vurdering af deleøkonomiens potentiale i relation til økonomisk vækst, ressourceudnyttelse og miljø.

5.1. Samfundsøkonomiske perspektiver

En øget udbredelse af deleøkonomiske forretningsmodeller vil både have betydning for omfanget af økonomisk aktivitet, som for fordelingen af økonomisk aktivitet mellem forskellige aktører i samfundet.

Umiddelbart synes de største samfundsmæssige konsekvenser at være relateret til en omfordeling af eksisterende aktivitet. Mere konkret vil en udbredelse af deleøkonomien medføre en omfordeling af ressourcer mellem individer og sektorer. Omfanget af den konkrete omfordeling vil variere betydeligt fra sektor til sektor, men vil i første omfang fortrinsvis være relateret til bolig og transport området.

Opgørelsen af nettoeffekten eksempelvis målt i forhold til det samlede antal job i Danmark er mere uklar. En højere udnyttelsesgrad af aktiver vil på den ene side mindske behovet for produktion af nye varer, men vil på den anden side samtidig skabe et øget økonomisk råderum til andre former for forbrug. Tilsvarende vil en introduktion og anvendelse af forretningsmodeller baseret på deleøkonomi kunne øge beskæftigelsen blandt private og nystartede virksomheder, men samtidig kunne medføre en reduktion i antallet af job i de etablerede virksomheder, der før stod for leverancen af de produkter eller servicetilbud. Den samlede effekt er derfor noget uklar, og vil være tæt knyttet til, hvorvidt det øgede handlerum modellerne skaber udnyttes i praksis blandt såvel borgere som virksomheder.

Overordnet set vurderes markedspotentialet vurderet i form af omsætningen i virksomheder, der opererer inden for deleøkonomien at udgøre 2-3 mia. kr. på sigt.

5.2. Iværksætter perspektiver

Den centrale aktivitet i virksomheder, hvis forretningsmodel er baseret på transaktioner mellem privatpersoner er udvikling af dataplatform og løbende analyse af data med henblik på at skabe match mellem udbydere og efterspørgere af varer og tjenesteydelser. Eftersom matchningsprocessen er baseret på anvendelse af avancerede matchnings algoritmer er modellerne kendetegnet ved en meget lav arbejdskraftintensitet, hvis man ser bort fra den indledende udviklingsfase. Antallet af nye jobs, der kan knyttes til opstart og drift af nye P2P baserede virksomheder er derfor begrænset – også selvom modellerne skulle vise sig at være meget succesfulde. Omsætningspotentialet er markant større, men vil højst sandsynligt blive koncentreret

omkring meget få virksomheder eftersom driften af modellerne er forbundet med meget betydelige skalafordele. Konkret synes iværksætterpotentialet indtil nu at være størst inden for områder med relation til bolig, transport og finansiering. Erfaringerne fra USA indikerer imidlertid, at der også synes at være et potentiale inden for en række andre områder som eksempelvis værktøj, køkkenudstyr, sportsudstyr mv., om end dette potentiale vil være koncentreret omkring de større byområder.

5.3. Miljømæssige perspektiver

De miljømæssige implikationer af en øget udbredelse af deleøkonomien er noget uklare.

En højere udnyttelsesgrad af eksisterende aktiver vil umiddelbart medføre et reduceret behov for produktion af nye varer, hvilket vil være forbundet med en klar positiv miljøeffekt. Hertil kommer at en højere udnyttelsesgrad også vil bidrage til at sikre, at forældede produkter udskiftes hurtigere. Eftersom nye modeller af produkter - eksempelvis biler - typisk vil være miljørigtige end ældre modeller af de samme produkter, må den miljømæssige effekt af en hurtigere omsætningshastighed også formodes at være positiv.

Men en lettere (og billigere) adgang til produkter og tjenesteydelser samt øgede muligheder for at udleje ubrugte aktiver vil imidlertid øge det økonomiske råderum til indkøb af flere varer- og tjenesteydelser, hvilket vil være forbundet med en negativ miljøeffekt. Den samlede miljøeffekt vil derfor afhænge af, hvordan borgere anvender det øgede økonomiske handlerum som følger af en udbredelse af deleøkonomien. I det omfang det øgede økonomiske råderum enten anvendes til øget fritid eller meget miljørigtigt forbrug vil miljøeffekten være positiv. Omvendt vil miljøeffekten ikke nødvendigvis være positiv såfremt det øgede råderum blot omsættes i øget forbrug af varer og tjenesteydelser som udgør en belastning for miljøet.

5.4. Øvrige perspektiver

En mere offensiv anvendelse af de grundlæggende principper i deleøkonomien som et middel til at løsning af mere specifikke samfundsmæssige udfordringer synes også at være forbundet med et betydeligt potentiale. Erfaringerne fra flere amerikanske byer viser eksempelvis at principperne omkring deling kan være et effektivt værktøj til at håndtere trængselsproblemer på vejene. Men principperne vil også kunne bringes i spil inden for uddannelsessektoren, ligesom en lang række andre serviceopgaver som traditionelt set er blevet løftet af den offentlige sektor også potentielt set ville kunne håndteres gennem facilitering af et samarbejde borgere imellem

6. Kilder og reference

6.1. Litteratur og præsentationer

Bøger:

- "What's mine is yours", Rachel Botsman
- "The Mesh", Lisa Gansky

Præsentationer:

- "The New Sharing Economy", Presentation by Latitude,
- "Purpose with profit", Presentation by Rachels Botsman, March 2012
- "The Sharing Economy: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats", presentation by Marco Torregrossa, Euro Freelancers and European Sharing Economy Coalition
- "Circular economy innovation & New Business Model Initiative", Young Global Leaders Sharing Economy Working Group, position paper 2013

Websites:

- Collaborative Consumption: <http://www.collaborativeconsumption.com>
- European Sharing Economy Coalition: <http://www.euro-freelancers.eu/european-sharing-economy-coalition/>

6.2. Interviews

Virksomhedsinterviews

Virksomhed	Navn
Ahandyhand	Kristian Arensbak
Bringers	Daniel Nyvang Mariussen
Jepti	Jens Johansen
LejDet	Kasper Honoré
Dinnersurfer	Kasper Krægpøth
GoMore	Matias Møl Dalsgaard
Boomerang	Michael Eis
Meet2Talk	Peter Erkmann
Resecon	Stine Skytte
Del Jorden	Trine Krebs

Ekspertinterviews

Organisation	Navn
Freemium	Peter Froberg
InnovationLab	Louise Jacobsen
Den sociale kapitalfond	Lars Jannick Johansen
Sociologisk institut	Peter Gundelach
UniverseFonden	Peter Hesseldahl
NextNordic	Axel Olesen
Dansk Erhverv	Sigurd Schou Madsen
Forbrugerrådet Tænk	Jakob Steenstrup

7. Appendiks: Samlet oversigt over barrierer for P2P i Danmark

<p>Viden og usikkerhed</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Begrænset viden om modellerne blandt brugere: Mange virksomheder oplever at vidensniveauet omkring de konkrete fordele (økonomiske, sociale og miljømæssige), som kan være forbundet med anvendelse af forretningsmodeller baseret på deleøkonomien, er relativt begrænset blandt brugere. Den manglende viden er selvforstærkende eftersom udbredelse af peer-to-peer modeller i høj grad sker igennem netværk. • Manglende gennemsigtighed i forhold til gældende lovgivning: Oplevelse af, at der blandt mange brugere ikke er et tiltrækkelig vidensniveau i forhold til modellernes lovlighed. Den manglende gennemsigtighed får nogle brugere til helt eller delvist at afstå fra at anvende modellerne, til trods for de finder dem attraktive. • Usikkerhed blandt samarbejdspartnere: Usikkerhed omkring modellernes lovlighed og langsigtede potentiale, kan gøre det vanskeligt for iværksættere at aktivere etablerede spillere inden for området - eksempelvis indenfor udlejningsaktiviteter • Risikoaversion blandt investorer: Manglende dokumentation for forretningsmodellernes økonomiske bæredygtighed, gør det vanskeligt for iværksættere at rejse tiltrækkelig risikovillig kapital til at understøtte udvikling og vækst hos såvel offentlige som private aktører • Manglende organisering af området: Den begrænsede organisering af de centrale aktører på markedet, indebærer en barriere i forhold til at sikre en effektiv videndeling og koordinering af markedsføringsindsats mv.
<p>Lovgivning og regulering</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivitetsbegrænsninger: Bagatelgrænser i forhold til deleøkonomiske aktiviteter samt oplevelse af uigennemtsigtighed ift. disse, herunder på mad- og samkørselsområdet, opleves som centrale udfordringer i forbindelse med vækst i transaktioner og kapacitet blandt deleøkonomiske virksomheder • Manglende lovgivning: På trods af stigende regulatorisk opmærksomhed rettet mod alternative finansieringsmuligheder for private aktiviteter, findes der stadig ingen crowdfunding lov, samtidigt med at aktie-crowdfunding er gjort ulovligt jf. notat fra 2013 . • Varierende tolkninger af lovgivning: Oplevelse af, at der er forskellige tolkninger af eksisterende lovgivning, specielt ift. deleøkonomiske tjenesteydelser. Dette ses eksempelvis både ift. hvad der betragtes som gråzoner inden for principper for fødevarerhåndtering og uklarheder i tolkningen af skattemæssige fradrag for eksempelvis deling af køretjenester. • Manglende adgang til kompetent rådgivning: Manglende adgang til kompetente offentlige sagsbehandlere med særlig indsigt i lovgivning og regulering med relation til deleøkonomiske aktiviteter, gør det vanskeligt at få klarhed over centrale problemstillinger eksempelvis i forhold til jura, skat og patenter. Samtidig er det ofte uklart hvilke offentlige myndigheder man kan og

	<p>bør henvende sig til med konkrete spørgsmål. Der synes ikke at være centraliserede videnscentre for lovgivning omkring deleøkonomiske aktiviteter.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Lange sagsbehandlingstider: Bureaucrati og generel uvidenhed omkring deleøkonomien blandt offentlige sagsbehandlere, bevirker, at det ofte vil være unødigt dyrt og tidskrævende at få svar på konkrete spørgsmål relateret til gældende lovgivning bl.a. på delebilsområdet. Flere interviewpersoner fremhæver, at lange sagsbehandlingstider kan udgøre en konkret barriere for vækst og? skalering, idet flere virksomheders forretningsmodeller og videreudvikling af koncepter oftest afhænger af en godkendelse fra myndighederne.
	<ul style="list-style-type: none"> • Utidssvarende indberetningsmuligheder: Indberetningsmuligheder i forhold til skat- og momsindbetalingsordninger er ikke tilstrækkeligt fleksible til at understøtte private aktørers særlige behov.
<p>Værdier og mentalitet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Manglende samfundsmæssigt engagement: Mange danskeres forbrugsvalg er fortsat hovedsageligt bestemt af rationelle overvejelser vedr. pris og kvalitet, mens de mere samfundsmæssige aspekter af forbrugsvalget eksempelvis i forhold til miljømæssige konsekvenser kun tillægges begrænset værdi. Skønt deleøkonomien netop lægger op til at gøre en række ydelser og services billigere, står traditionelle opfattelser og økonomisk aktivitet blandt de danske forbrugere, kombineret med et manglende engagement, i vejen for en fuld realisering af det deleøkonomiske potentiale.
	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus på traditionel vækst i det politiske system: Oplevelsen af, at det offentlige besidder et for stift blik rettet mod vækstiværksættere frem for iværksættere med større samfundsmæssigt engagement, især blandt væksthuse og offentlige fonde.
	<ul style="list-style-type: none"> • Generel skepsis omkring nye forretningsmodeller: I relation til administration og uddeling af offentlige midler til deleøkonomiske virksomheder, bl.a. gennem Grøn Omstillingsfond, er der en oplevelse af modvilje og skeptiske mindsets ift. forretningsmodeller og aktiviteter hos deleøkonomiske virksomheder, bl.a. ift. deleøkonomiske fragtvirksomheder.
	<ul style="list-style-type: none"> • Modvilje blandt etablerede interessenter: Modvilje mod deleøkonomiske aktiviteter fra etablerede interessenter – herunder lønmodtagerorganisationer, jobcentre og fagforeninger – udfordrer kapaciteten blandt deleøkonomiske virksomheder samt deres anerkendelse i markedet, herunder ift. fragt og transportaktiviteter