

Som brødre vi dele

Deleøkonomien er ved at afløse oplevelsesøkonomien og har gjort det hipt at dele, låne og leje alverdens ting af hinanden. Ekspertter kalder den nye trend for et paradigmeskifte og forklarer det med, at vi er blevet både mere ressourcebevidste og fællesskabsorienterede og har fået nye teknologiske muligheder ved hånden.



Af Annemette Schultz Jørgensen, freelancejournalist / Illustration Mikkel Henssel

Har du for nylig meldt dig ind i en madklub, deler du boremaskine med naboen, eller har du udskiftet hjemmekontoret med et kontor-fællesskab, så er du langt mere trendsættende, end du går og tror. Vores behov for at dele, låne eller leje alt lige fra arbejdspladser, boliger og transportmidler af og med hinanden er nemlig i hastig vækst, og er en tendens, som trendforskere forudser, vil føre et helt nyt paradigme med sig. De kalder den nye trend for *the sharing economy* og forventer, at vores hang til at dele fremover ikke bare vil løse vores egne, men også klodens voksende ressourceproblemer.

”Vi bevæger os i øjeblikket ind i en ny epoke kendetegnet af det, vi kalder *freedom from ownership*. Den handler om, at det at eje ting får mindre og mindre betydning for os, mens selve adgangen til dem pludselig er blevet det vigtige. Og derfor er vi begyndt at dele, låne og leje produkter, services og oplevelser med hinanden,” siger Claus Kjeldsen, der er konstitueret administrerende direktør på Institut for Fremtidforskning.

Vi er blevet mere ressourcebevidste

Tendensen kaldes for *the sharing economy* eller deleøkonomien. Kontorfællesskaber, madklubber og delebiler er nogle af de mere velkendte fænomener, mens husbytteordninger som homeexchange.com, bolig-udlejningsnetværket AirBnB, opgavemarkedet DenLilleTjeneste og den globale pendlertjeneste blablaCar er nyere eksempler på den voksende deletrang, som ifølge Claus Kjeldsen udspringer af flere strømninger i samfundet.

”Det her sker på baggrund af flere faktorer, hvoraf den vigtigste i mine øjne handler om den voksende kompleksitet og det øgede informationsflow i vores samfund. Tilsammen har de faktorer øget forandringshastigheden i vores samfund enormt. Det betyder, at alting ændrer sig lynhurtigt hele tiden i dag, og at de produkter, services og måder at gøre tingene på, der var hotte i går, kan være passé i morgen. Det har igen affødt en større ressourcebevidsthed blandt både forbrugere og virksomheder, som har gjort os mere tilbageholdende med at investere i ting, der lynhurtigt bliver foræl-



dede,” siger Claus Kjeldsen. Blandt virksomheder spores det blandt andet ved en øget tendens til at outsource, og til at flere og flere tyr til midlertidige ansættelser for at kunne holde sig så omstillingsparate og fleksible som muligt. Og hos forbrugere ses det på, at vi er blevet økonomisk mere forsigtige og tilbageholdende med at kaste store summer efter produkter, der alligevel kommer i en ny model dagen efter.

”Vi er som forbrugere på den ene side blevet mere omkostningsbevidste. Men da vi på den anden side fortsat har et stort behov for at kunne brande os selv gennem produkter, services og oplevelser, har vi været nødt til at opfinde nye måder at skaffe os adgang til tingene på med en ny valuta. Og det er altså blevet ved at dele, låne og leje frem for at eje,” siger Claus Kjeldsen og fortæller, at digitaliseringen og internettet derudover også har været en stærk medvirkende faktor til deleøkonomien. Han nævner eksempler som Spotify, Netflix og Wikipædia, der har gjort det langt mere uinteressant at have egne CD’ere, DVD-film eller læderindbundne leksika stående hjemme på hylden, fordi både musik, film og informationer nu kan lejes eller lånes på digitale tjenester via internettet.

Værdi at nedbringe forbruget

Anne Lise Kjær er international trendspotter og administrerende direktør i Kjaer Global i London. Også hun ser deleøkonomien – eller det hun også kalder for collaborative consumption – som et symptom på en voksende ressourcebevidsthed og nye teknologiske muligheder. Hun mener dog også, at vores voksende hang til at dele bygger på et fundamentalt værdiskifte.

”Med efterkrigsgenerationen opstod der stor social status i det at eje, hvilket har ført til den udprægede køb-og-smid-væk kultur, der har domineret os de sidste tre årtier. Men verden ændrer sig enormt i øjeblikket, og klodens ressourcemangel påvirker vores værdisæt. Folk er derfor blevet mere bevidste om det forkerte i hæmningsløst forbrug, og det er langsomt begyndt i sig selv at blive en værdi at tænke på, hvordan man kan nedbringe sit forbrug,” siger Anne Lise Kjær, der blandt andet er fremtidsrådgiver for M&S på CSR-området og samarbejder med dagbladet The Guardian om et tiltag for Sustainable Business.

Fælles oplevelser er vigtige

Hun fortæller, at vi i øjeblikket bevæger os fra det, man kalder en *me economics* mod en *we economics* kultur, hvilket betyder, at vi som individer går mere mod det at være fælles om at forbruge de produkter og services, vi tidligere ville eje. Og at det at dele og leje ting af hinanden derfor er blevet en selvstændig værdi.

”Det her er ikke bare en snæver tendens, der handler om, at vi synes bedre om at dele haveredskaber og bil med naboen, fordi vi sparer penge. Der er tale om en ny kultur ikke mindst båret af en ny generation af unge, for hvem fællesskabet og det at dele alt er en vigtig del af deres identitet,” siger Anne Lise Kjær, der nævner facebook og Twitter som gode eksempler. For selvom de i høj grad er netværk, vi elsker, fordi de giver os mulighed for at brande os selv, er begge også populære, da de giver os så gode muligheder for at dele viden og informationer om vores liv og oplevelser.

”Flere og flere entreprenører har også fået øjnene op for dette. Og derfor ser vi en masse nye forretningsmodeller opstå i øjeblikket netop med afsæt i det voksende behov for at dele,” siger Anne Lise Kjær og nævner Google, Freecycle, AirBnB og delebilsordninger som ZipCar som eksempler.

Seoul udråbt til verdens deleby

Hvor deletanken i den vestlige verden kun er slået an blandt få individuelle forbrugere, fortæller Kjær, at den andre steder figurerer lige så meget på regeringsniveau. For eksempel i Sydkorea, hvor hovedstaden Seoul har udråbt sig selv til *deleby*.

”I Sydkorea har man fået øjnene op for at deletankegangen kan være med til at løse nogle af de ressourceproblemer, man kæmper med blandt andet på grund af overbefolkning. Seoul har derfor udråbt sig selv som *Sharing City of the world* og indført skattefordele på forskellige områder for både private og firmaer, der deler og låner ting og services af hinanden,” siger hun og fortæller videre, at det har ført til en stor opblomstring af forskellige initiativer, der med afsæt i deletanken forsøger at løse byens største udfordringer gennem brugen af apps. Hvilket er muligt, da hele 60 procent af sydkoreanerne i dag ejer en smartphone.

Et initiativ handler eksempelvis om, at offentlige virksomheder stiller tomme lokaler til rådighed om aftenen for folk, der mangler lokaler til at afholde diverse arrangementer og udstillinger i. Et andet støtter folk, der deler kontorlokaler med hinanden. Endnu et låner jakkesæt ud til folk, der søger jobs, før de skal til jobsamtale. En anden tjeneste hjælper med at uddele overskudsmad og endnu et hjælper pensionister med at formidle værelser til unge, der mangler bolig.

”Seoul er speciel, fordi den er verdens tættest befolkede hovedstad og derfor står over for store udfordringer. Men den er i mine øjne samtidig et godt eksempel på en udvikling, vi kommer til at se mere til andre steder. Jeg er sikker på, at hele deletanken vil blive mere udbredt på regeringsniveau også i resten af verden, når flere indser, at der er tale om en bevægelse, der kan være med til at løse nogle af de ressourceudfordringer, vi kæmper med på verdensplan,” slutter Anne Lise Kjær. ■

”Det er langsomt begyndt i sig selv at blive en værdi at tænke på, hvordan man kan nedbringe sit forbrug”

Anne Lise Kjær, fremtidsrådgiver