



Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



LINDSTRÖM

Hundratusentals personer klär sig dagligen i arbetskläder som levereras av Lindströms textilserviceföretag. Lindström hyr ut arbetskläder och sköter även tvätt- och hämtningstjänsterna. Textilierna förblir i Lindströms ägo under plaggets hela livscykel, varvid användningen är effektiv och Lindström behärskar lönsamt produkternas användning för hela kundkretsen.



Problem

Arbetskläderna binder företagets pengar (kapital) och förvaltningen av dem kräver arbete. Värdet går förlorat då arbetskläderna hamnar ur användning eller som avfall i förtid.

Lösning: arbetskläder som service

Lindströms tjänst hämtar arbetskläderna enligt en överenskommen leveransrytm till en närliggande plats för underhåll och levererar nya kläder i deras ställe. Textilierna används som arbetskläder eller för andra ändamål vid lämpliga platser beroende på produktens skick under hela dess livslängd. Som ägare sköter Lindström om skicket på textilierna och skaffar varaktiga och hållbara kläder.

Intäktsmodell och fördelarna för Lindström

Avtalsperioden är vanligtvis tre år, under vilket Lindström får en jämn inkomst. Det kan också erbjuda sina kunder andra tjänster, såsom uthyrning av mattor och personlig skyddsutrustning. Intäktsmodellen möjliggör långvariga kundrelationer och kundtillfredsställelse.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Kundens pengar binds inte till arbetskläderna och resurserna binds inte till förvaltningen och underhållet av dem. Kunden får rena, omskötta och säkra kläder i enlighet med kvalitetskraven och som är lätt och bekvämt tillgängliga.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi





Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



VALTAVALO

Valtavalos Bekymmersfritt-service säljer belysning istället för lampor. Valtavalos servicemodell sparar energi och kundens belysningskostnader. Kunden betalar för tjänsten med de besparingar som ackumuleras till följd av en effektivare belysning. En viktig del av lösningen är det finansiella partnerskapet mellan kunden och Valtavalo.



Problem

Belysningen står för en betydande del av utrymmenas energiförbrukning och dess kostnader. Energi produceras främst med hjälp av fossila bränslen, vilkas användning ökar klimatförändringen och leder till många miljöproblem. Återvinning av gamla lampor och bortskaffande av avfall kan också vara problematiskt.

Lösning: energieffektiv LED-belysningslösning som service

Till servicemodellen hör kartläggning av belysningen och leverans av ljuskällor, vid behov även installation och underhåll. Ett energieffektivt, långlivat och miljövänligt LED-lysrör installeras i de befintliga lamporna. Lösningen underlättar också förvaltningen av stora belysningshelheter.

Intäktsmodell och fördela för Valtavalo

Valtavalo säljer LED-belysning samt belysningsservice. Tack vare det finansiella partnerskapet får Valtavalo omedelbart pengarna för de sålda produkterna. Avtalsperioden för servicen är tre till fem år. Produkterna har individualiserats med serienummer, varpå finansbolaget lätt kan hämta produkterna om användaren inte betalar sina fakturor.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Belysningstjänsten kräver inga nyinvesteringar och kunden kan betala månadsavgiften med besparingarna som ackumuleras tack vare tjänsten. Tjänsten kan till och med halvera kostnaderna för belysningen. Utkontraktering av installations- och underhållskostnaderna ger också betydande besparingar. Dessutom har belysningen en bevisad positiv effekt på arbetarnas prestanda, arbets säkerhet, antalet arbetsolycksfall och frånvarotillfällen samt hälsa och allmänna välbefinnande.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi





Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



TAMTURBO

Tamturbo har utvecklat en oljefri kompressor med lång livstid som kunden får tillgång till som tjänst. Tamturbo säljer tryckluften som produceras av de uthyrda maskinerna.



Problem

Industrin använder tryckluft bland annat som drivkraft för automationen och maskinerna. Tillförlitlig tillgång till tryckluft är viktigt. Oljesmorda kompressorer förbrukar mycket olja och är opålitliga. Oljefria kompressorer kräver också olja för smörjning och är dyra att underhålla samt går lätt sönder.

Lösning: tryckluft som tjänst

Tamturbo säljer tryckluft som tjänst för industrins behov, dvs. kunden får tillgång till Tamturbos kompressorer och betalar endast för den tryckluft som blivit använd. Företaget har utvecklat en ny slags kompressorteknologi, med vilken tryckluft kan produceras helt utan olja. Tamturbos kompressorer använder 15 procent mindre energi än traditionella kompressorer.

Intäktsmodell och fördela för Tamturbo

Tamturbo säljer både tryckluft som tjänst och kompressorer till sina kunder. I tryckluft som service-modellen faktureras kunden enligt mängden använd tryckluft. Tamturbo kan leverera samma maskin till en annan kund efter att avtalet löpt ut.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Kunden behöver inte investera i inköpet av maskinen eller sköta om dess service och underhåll. Tack vare avsaknaden av servicekostnader och energieffektiviteten är det ett betydligt billigare alternativ för kunden att köpa servicen jämfört med traditionell teknologi.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi



Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



INNORENT

Företaget bygger, hyr ut och levererar flyttbara lokaler för olika ändamål till sina kunder. Lokalerna kan användas till exempel som idrottshallar, butiker eller fabriksbhallar.



Problem

För konstruktion av byggnader används mycket naturresurser och resurser och byggnadernas livscykel varar i tiotals år. Man kan ändå inte alltid förutse byggnadernas användningsbehov långt in i framtiden. Byggnaden kan stå tom. Även tomma byggnader förbrukar resurser, speciellt energi.

Lösning: flyttbara lokaler med hyreskontrakt

Innorent bygger, hyr ut och levererar flyttbara lokaler till sina kunder. Lokalerna kan användas till exempel som idrottshallar, butiker eller fabriksbhallar. Lokalerna är lätta att demontera och flytta. Lokalerna är då i användning precis till den grad och så länge som de behövs.

Intäktsmodell och fördelarna för Innorent

Innorents affärsverksamhet består av uthyrning eller leasing av flyttbara lokaler. Företaget bygger lokalerna och kunden betalar hyra för den tid då lokalen är i användning. Då avtalet löpt ut kan företaget flytta samma byggnad till en annan plats för användning.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Det är dyrt att bygga och äga. Med Innorents lokaler behöver kunden inte äga eller låta bygga de utrymmen som behövs eller fundera på försäljningen av dem då de inte längre behövs. Kunden behöver inte heller bygga nya lokaler för kortvariga behov.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi





Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



REPACK

RePacks återanvändbara förpackningar minskar mängden förpackningsavfall som uppstår i webbhandeln. Slutkunden får en ersättning för att returnera förpackningen via posten. RePack äger förpackningarna och webbförsäljarna betalar för att använda förpackningarna.



Problem

Webbhandelns transportförpackningar återanvänds vanligtvis inte, utan de blir avfall eller återvinns. Då e-handels popularitet växer, ökar också mängden förpackningsavfall.

Lösning: återanvändbara postpaket som tjänst

När man handlar i en webbutik kan man välja en återanvändbar förpackning som leveranssätt. Förpackningen som kommit med webbutiksinköpet returneras till en allmän postlåda utan kostnad. Förpackningen går att använda minst 20 gånger och dess koldioxidutsläpp som är skadliga för miljön är ungefär 80 procent mindre än utsläppen för en engångsförpackning i plast. Verksamhetsmodellen minskar betydligt mängden förpackningsavfall.

Intäktmodell och fördelar för RePack

RePack ingår leasing-avtal med butiker inom e-handel. De betalar RePack alltid då kunden använder leveranssättet. När kunden väljer RePack som leveranssätt betalar han eller hon en tilläggskostnad på 0–4 euro beroende på webbutik. RePack får också provisioner för kunder som förmedlats till webbutikerna med förmåns kuponger.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Ur butikens perspektiv främjar RePacks verksamhetsmodell kundernas lojalitet. Butikerna kan marknadsföra sig som skräpfria, dvs. butiken kan använda skräpfriheten till sin fördel i marknadsföringen. För en returnerad förpackning får konsumentkunderna på sin sida en rabattkupong, som de kan använda i alla webbutiker som använder RePack. Verksamhetsmodellen gör att avfallet minskar.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi





Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



NAAVA

Naava erbjuder som tjänst smarta växtväggar, som företaget övervakar och fjärrstyr utifrån sensordata. Växtväggar är väggar täckta med växter. Naavas väggar, som kan uppdateras och som består av olika moduler, kan flyttas till nya lokaler när avtalet löper ut.



Problem

Luftkvaliteten och trivseln i företagens lokaler får alltmer uppmärksamhet. Att ta hand om dem förutsätter ofta till exempel byte av luftfilter, skötsel och regelbunden förnyelse av krukväxter samt annan verksamhet som inte vanligtvis hör till företagets centrala affärsverksamhet. Tjänsterna måste i allmänhet köpas separat från olika aktörer.

Lösning: natur och hälsosam inomhusluft som tjänst

Naava framställer möbellika smarta växtväggar till sina kunder. Förutom estetiken, dvs. det vackra utseendet, återfuktar och renar de luften. Företaget sköter om växtväggens tillstånd och underhåll för kundens del. Naavas automationssystem styr växtväggens funktion på distans. Uppgifter om väggarna fås via sensordata. På så vis vet Naava exakt i vilka slags förhållanden varje produkt befinner sig i och till exempel när växtväggens vattenbehållare måste fyllas på.

Intäktsmodell och fördelar för Naava

Växtväggarna säljs till kunden som tjänst för en viss avtalsperiod. Periodens längd kan vara från ett par månader till flera år. Tjänstepaketet inkluderar underhåll av produkten och ansvar för kvaliteten. Växtväggarna kan också vid behov uppdateras till exempel genom att byta belysning. Fördelen för Naava med produkter som erbjuds som tjänst är att de kan flyttas som sådana till nya lokaler om kunden inte vill fortsätta använda produkten efter avtalsperioden.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Kunden behöver inte själv sörja för inköpet, underhållet och skötseln av motsvarande lösningar. Kunden får en högklassig produkt som återfuktar och renar luften samt även fungerar som en estetisk växtvägg. Produkten kan erhållas för en viss tidsperiod och efter avtalsperioden kan kunden avvara den utan att själv bli tvungen att hitta en plats där den kan återanvändas. Det är också möjligt att flytta växtväggarna om lokalernas användningsändamål eller planlösning ändras.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi





Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



MARTELA

*Martela erbjuder
användarorienterade
arbetsmiljöer som livscykeljänst.
Såväl tjänsteleverantören som
företaget som köper tjänsten har
fördel av detta.*



Problem

Arbetsmetoderna förändras och samtidigt förändras kraven på arbetsmiljön. Digitaliseringen inverkar på hur lokalerna används och möjliggör arbete som är oberoende av plats. Behovet av kontorsutrymmen minskar och lokaler som används sällan värms upp, belyses och kyls året runt.

Lösning: en användarorienterad arbetsmiljö som livscykeljänst

Martela definierar, planerar och verkställer lämpliga lokaler som tjänst tillsammans med kunden. Lokalernas behov undersöks alltid för varje enskilt fall och företag. Efter planeringen sköter Martela kundens flytt, det nya möblemanget som behövs och dess installation samt ombyggnaden av de överflödiga möblerna. Överflödiga möbler i gott skick renoveras och erbjuds till nya användare via Martela Outlet. Använda möbler som är lämpliga för kundens nya lokaler kan vid behov även renoveras för att passa kundens egna behov.

Intäktsmodell och fördelar för Martela

Martela erbjuder sina kunder en livscykelmodell för arbetsmiljö och kontorsmöblemang som helhetstjänst. Detta möjliggör en bred och övergripande tjänst för kunden. Kunden kan vid behov även köpa som separat tjänst arbetsmiljöns specifikation, planering, möblemanget och flytt.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Med effektivare användning av lokalerna kan företagskunderna nå betydande kostnadsbesparingar. Genom att göra arbetsmiljön användarorienterad kan man utveckla välbefinnandet i arbetet och samtidigt förbättra arbetsproduktiviteten. Kunderna har också lagt märke till att arbetsmiljön är en viktig faktor då man tävlar om de bästa arbetstagarna. En inspirerande arbetsmiljö skapar trivsel i arbetet för anställda.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi





Företagsmodell

TJÄNST SOM PRODUKT

Ett företag kan bestämma att det inte säljer en produkt till kunden, utan en tjänst. Tjänst innebär i detta sammanhang att kunden nog har tillgång till produkten, men den förblir i företagets ägo. Företaget lovar se till att produkten hela tiden fungerar på bästa möjliga sätt.

När kunden köper tjänsten betalar kunden inte inköpspriset för produkten. Kunden betalar för att ständigt få den nytta av produkten som han eller hon vill ha. Till exempel kan en fabrik betala företaget för att det ständigt är bra arbetsbelysning i fabriken. Kunden köper inte lampor, utan betalar till exempel en månadsavgift för tjänsten. Ett företag som fungerar på detta sätt skapar närmare och långvarigare kundrelationer än ett företag som bara strävar efter att sälja sina produkter. Även inkomster uppstår under en längre tid än vid produktförsäljning. Företaget ansvarar för underhållet och reparationskostnaderna för produkten. Därför lönar det sig för företaget att endast tillverka högklassiga och hållbara produkter.

Om kunden inte längre vill ha denna produkt tar företaget tillbaka den och kan leverera den till en annan kund. Därför behöver företaget inte ständigt producera nya produkter för försäljning. För kunden är det praktiskt att inte behöva investera pengar i förvärvet och kan lätt bli av med en produkt som blivit onödig.

En digital lösning kan anslutas till produkten för att samla in data om hur kunden använder produkten. Med informationen kan företaget utveckla allt bättre produkter för sina kunder.

Källa: Jubileumsfonden för Finlands självständighet Sitra



24 RENTAL NETWORK

24Rent erbjuder bildelning som lätt tas i bruk med mobiltelefonen. Nya flexibla rörlighetstjänster kombinerat med kollektivtrafiken erbjuder ett alternativ till privatbilar.



Problem

Privatbilarna står oanvända en stor del av tiden. Samtidigt kör finländarna med i genomsnitt över tio år gamla bilar, som orsakar mer utsläpp än nya bilar. Att bygga parkeringsplatser tar dessutom upp markyta från annan användning och ökar byggnadskostnaderna.

Lösning: delningsbil från närområdet inom fem minuter

24Rent hyr ut delningsbilar. Bilarna är placerade på platser där det rör sig mycket folk och det kräver inget separat besök vid ett serviceställe för att hyra dem. Med 24Rent-tjänsten reserverar man själv bilen på webben, får tillgång till den med mobiltelefonen och efter användningen returneras bilen till en överenskommen plats. Majoriteten av personbilarna är hybrider.

Intäktsmodell och fördelar för 24Rent

24Rents affärsverksamhet är baserad på uthyrning av bilar på internet utan ett fysiskt verksamhetsställe eller ett stort antal anställda. Företaget skaffar bilarna med leasing-avtal, vilket gör att det inte behöver binda stora mängder kapital i bilarna.

Fördelar för kunden och slutanvändaren

Med 24Rent kan man hyra en bil när man behöver en. Samtidigt behöver man inte bekymra sig för olika andra utgifter kopplade till bilkörning, såsom underhåll och försäkringar. Kunden kan också lättare utnyttja olika rörlighetstjänster, som till exempel kollektivtrafiken och hyrbilar. Att förlita sig på en delningsbil istället för en egen bil ökar sannolikt också vardagsmotionen och positiva hälsoeffekter då bilanvändningen är bättre genomtänkt.

Källa: Sitra (2017): Version tre av listan De mest intressanta företagen inom cirkulär ekonomi. www.sitra.fi

