

# Introduktion till cirkulära affärsmodeller

**Cirkulära affärsmodeller är ett samlingsbegrepp för affärsmodeller där affärens inbyggda logik driver på mot minskad resursförbrukning.**

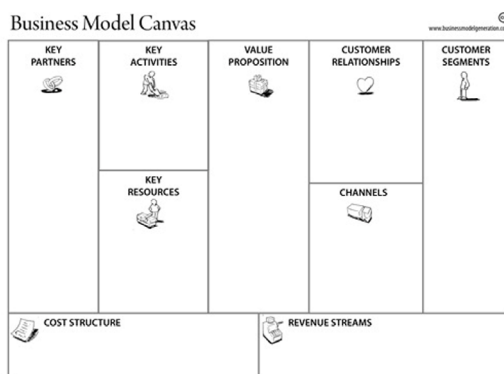
Det finns många olika definitioner på vad en affärsmodell är. De här två definitionerna är relativt korta och beskrivande:

*“A business model is what a business does and how a business makes money doing those things.” (Weill et al 2005)*

*“Business models describe how companies create, capture and distribute value.” (Osterwalder & Pigneur 2010)*

## Metod för beskrivning

En vanlig metod för beskrivning av en affärsmodell är affärsmodellskanvasen (eller Business Model Canvas) som utvecklats av Osterwalder och Pigneur (2010). Kanvasen utgår från värdeerbjudandet (i mitten av bilden nedan) och delar in resten av komponenterna/boxarna i två delar – en kundrelaterad till höger och en intern till vänster. I den kundrelaterade delen beskrivs vilka kundsegment erbjudandet vänder sig till och hur det levereras, samt vilka kundrelationer företaget har. I den interna delen beskrivs vilka nyckelaktiviteter och nyckelresurser företaget använder för att kunna leverera sitt erbjudande, samt vilka viktiga partners man samarbetar med. Längst ner samlas de finansiella strömmarna, i form av kostnader och intäkter.



Denna metod har använts i projektet Cirkulära möbelflöden för att prata om affärsmodellen, för att dokumentera befintliga modeller och för att utveckla och dokumentera nya varianter för test och genomförande.

## Cirkulära affärsmodeller - kategorisering

Kategorisering av cirkulära affärsmodeller har gjorts på ett flertal olika sätt, både i akademisk litteratur (Bakker et al 2014, Bocken et al 2014 & 2016, Stahel 2010, Tukker 2004 m fl) och i mer konsult- och näringslivsnära rapporter (EMF 2013, Accenture 2014).

Läs mer på  
nästa sida!



Alla kategoriseringar utgår på något sätt ifrån hur ett företag kan tjäna pengar på att ta tillbaka (eller behålla) och använda resurser, material och produkter igen i sitt värdeerbjudande, det vill säga på olika returloopar för material och produkter. Ju mindre produkten behöver repareras och hanteras för att komma ut på marknaden igen, desto mer cirkulärt är erbjudandet i termer av högt värdebevarande i energi, resurser och pengar. En av de mer spridda, enklare och mest heltäckande indelningar är den som Bocken et al. lanserade 2016, och som delar in modellerna i tre logiker: att sakta ner looparna, att sluta looparna och att minska looparna.

**Slowing the loop:** Genom design av långlivade produkter och strategier för tjänstefiering och förlängning av produktens livslängd (till exempel genom reparation eller återtillverkning), kommer produktens användning att förlängas och/eller intensifieras, vilket resulterar i att flödet av resurser genom ekonomin minskar.

**Closing the loop:** Att sluta looparna innebär att genom återvinning föra tillbaka material in i tillverkningsprocessen igen, och därigenom minska behovet av nytt resursuttag.

**Narrowing the loop:** Minskning av looparna innebär att en mindre mängd resurser används för att producera varje given produkt (eller funktion). Denna strategi bygger till stor del på vanligt ”effektiviseringstänk”.

## Projektets cirkulära affärsmodellstyper

I projektet har vi använt tre olika ”arketyper” av cirkulära affärsmodeller för att grovt dela in alla de varianter projektet arbetat med. I ordning från den som mest liknar en linjär modell, och som därmed är enklare att implementera, till den mest disruptiva och svårimplementerade, är dessa:

- Sälja/köpa återbrukade möbler
- Hyra ut möbler
- Sälja funktion eller prestation

## Läs mer

- [Snabbfakta Sälja/köpa återbrukade möbler](#)
- [Snabbfakta Hyra möbler](#)
- Accenture (2014). [Circular Advantage. Accenture strategy.](#)
- Bakker, C., M. Den Hollander, E. van Hinte and Y. Zijlstra, Product that Last. Product Design for Circular Business Models, TU Delft Library, Delft (2014)
- Bocken, N., S. Short, P. Rana and S. Evans, [A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes, Journal of Cleaner Production, 65, 42–56 \(2014\).](#)
- Bocken, N., de Pauw, I., Bakker, C. & van der Grinten, B. [Product design and business model strategies for a circular economy. Journal of Industrial and Production Engineering, 33:5, 308-320 \(2016\).](#)
- EMF: Ellen MacArthur Foundation (2013) [Towards the circular economy, volume 1, Economic and business rationale for an accelerated transition. Cowes: Ellen MacArthur Foundation.](#)
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010) Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Stahel, W. R., The Performance Economy, Palgrave Macmillan Hampshire, Hampshire UK, (2010).
- Tukker, A., “Eight types of product–service system: Eight ways to sustainability? Experiences from SusProNet,” Business Strategy and the Environment, 13, 246–260 (2004)