Entrepreneurship Education

START DSP

Digital - Sustainable - Profitable

Bildquellen: Swapfiets.nl



# FALL-STUDIE

## Swapfiets

### Unternehmen
Swapfiets

### Kategorie
Fahrrad-Abo-Service / zirkuläre Mobilität

### Standort
Niederlande

### Website
https://Swapfiets.com

Swapfiets ist ein Mobilitätsunternehmen aus den Niederlanden, das Fahrräder und E-Bikes im Monatsabo anbietet. Statt ein Rad zu kaufen, zahlt die Kundschaft eine feste Gebühr inklusive Rad, Wartung, Reparaturen und Service. Dieses „Bike-as-a-Service“-Modell bietet Mobilität ohne Eigentum, während das Unternehmen für den Produktlebenszyklus verantwortlich bleibt. Swapfiets versteht sich als zirkuläres Unternehmen, das lebenswertere europäische Städte schaffen und Radfahren bequemer, zugänglicher und nachhaltiger machen will.

* Hinweis: Um Abfall zu vermeiden, drucken Sie dieses Dokument bitte in Graustufen oder Schwarz-Weiß statt in Farbe. Bitte drucken Sie beidseitig (Duplex) und, wenn möglich, mehrere Folien bzw. Seiten auf einem Blatt.

www.start-dsp.eu

**Diese Ressource ist unter CC BY 4.0 lizenziert.** Logos und Bilder bleiben Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

CC BY

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

# Wie passt diese Fallstudie zu StartDSP?

Swapfiets passt sehr gut zur Vision von Start-DSP, weil es **digitales Servicemanagement**, **Kreislaufwirtschaftsdenken** und **wirtschaftliche Tragfähigkeit** in einem integrierten Geschäftsmodell verbindet. Das Unternehmen ist ein nützliches Beispiel dafür, wie Gründende einen nachhaltigen und skalierbaren Service rund um Zugang, Wiederverwendung und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen können.

**Digital:**
Swapfiets nutzt ein digital gestütztes Abo- und Servicesystem, über das die Kundschaft sich anmelden, ihren Vertrag verwalten, Reparaturen anfordern und einfach und fortlaufend mit dem Unternehmen interagieren kann. Das Modell zeigt, wie digitale Systeme wiederkehrende Kundenbeziehungen, Servicelogistik und ein nutzerfreundliches Mobilitätserlebnis unterstützen können.

**Nachhaltig:**
Das Unternehmen positioniert sich ausdrücklich als Anbieter zirkulärer Mobilität und verknüpft sein Geschäftsmodell mit Produktlanglebigkeit, Wiederverwendung, Reparatur und zirkulärem Design. Laut offiziellen Quellen strebt Swapfiets kurzfristig **100 % zirkuläre Fahrräder** und Klimaneutralität an; seine Nachhaltigkeitskommunikation beschreibt die Rolle von Modularität, zirkulären Komponenten und einem geringeren eigentumsbasierten Konsum.

**Profitabel:**
Swapfiets zeigt, wie ein Abo-Modell wiederkehrende Einnahmen schaffen und zugleich nachhaltiges Verhalten fördern kann. Da das Unternehmen Eigentümer der Räder bleibt, kann es die Wartung steuern, die Produktlebensdauer verlängern und langfristige Kundenbeziehungen aufbauen, statt nur von Einmalverkäufen abzuhängen. Das macht den Fall besonders relevant für die Module 8 und 9, insbesondere in Bezug auf Geschäftsmodellgestaltung, Preislogik, Kundenbindung und die Balance von Sinn und Profitabilität.




# Wie schafft Swapfiets Wert mit einem zirkulären Abo-Modell?

Swapfiets schafft Wert, indem es Eigentum durch Zugang ersetzt. Die Kundschaft muss kein Fahrrad kaufen und selbst instand halten. Stattdessen zahlt sie eine feste Monatsgebühr und erhält ein funktionierendes Fahrrad oder E-Bike samt laufender Betreuung, Reparaturen und Wartung. Das senkt die Hürden fürs Radfahren und bietet mehr Komfort und Planbarkeit. Für das Unternehmen schafft das Modell wiederkehrende Einnahmen und engere, langfristige Beziehungen zu den Nutzenden.

### Zirkularität durch Produktkontrolle und Wartung

Eine zentrale Stärke des Swapfiets-Modells ist, dass das Unternehmen Eigentümer der Fahrradflotte bleibt. Das erleichtert es, Produkte im Lauf der Zeit zu reparieren, aufzuarbeiten und neu zu gestalten – ein grundlegender Unterschied zu klassischen Verkaufsmodellen, bei denen die Verantwortung oft mit dem Kauf endet. Offizielle Nachhaltigkeitsmaterialien betonen die zirkulären Ambitionen des Unternehmens und den Weg zu einem modulareren, zirkulären Fahrraddesign. Damit ist Swapfiets ein starkes Lehrbeispiel dafür, wie Geschäftsmodelle Zirkularität auf operativer Ebene verankern können – und nicht nur in der Kommunikation.




# Größe, Nachhaltigkeit und strategische Positionierung

Das Abo-Modell ist auch finanziell relevant, weil es einen planbaren Strom wiederkehrender Einnahmen erzeugt. Zugleich hängt die Kundenzufriedenheit von Wartungsqualität, schnellen Reparaturen und zuverlässigem Service ab. Lernende verstehen so, dass nachhaltige Profitabilität oft nicht nur vom Verkauf abhängt, sondern auch von Servicequalität, Kundenbindung und operativer Effizienz. Swapfiets ist daher ein starkes Beispiel dafür, wie nachhaltige Geschäftsmodelle die Logik vom Produktumsatz hin zu Lebenszykluswert und langfristigen Servicebeziehungen verschieben können.

Swapfiets hat sich zu einem der führenden Mikromobilitätsanbieter Europas entwickelt; offizielle Angaben von B Lab nennen mehr als **270.000 Mitglieder (2022)** in den Niederlanden, Deutschland, Belgien, Dänemark, Frankreich, Österreich, Spanien und dem Vereinigten Königreich. Diese Größenordnung zeigt, dass zirkuläre und servicebasierte Modelle Nischenmärkte verlassen können, wenn sie echte Kundenbedürfnisse lösen. Für Lernende zeigt das Unternehmen, wie sich Nachhaltigkeit, Komfort und Erlösmodell in einem skalierbaren Modell mit klarer Marktidentität verbinden lassen.




> Swapfiets ist das weltweit erste „Bike as a Service“-Unternehmen mit zirkulärem Geschäftsmodell.
>
> B Lab: Unternehmensprofil Swapfiets

## Herausforderungen

**Hohe operative Anforderungen:** Ein Abo-Modell mit inkludierter Wartung erfordert konstante Servicequalität, Logistikkoordination und Reparaturkapazität. Das Unternehmen muss Flottenverfügbarkeit, Werkstattbetrieb und Kundenservice in mehreren Ländern effizient managen.

**Zirkularität im großen Maßstab:** Der Weg zu 100 % zirkulären Fahrrädern ist ambitioniert und erfordert nicht nur Designänderungen, sondern auch Kooperation mit Lieferanten, Materialinnovation und Kontrolle über den Produktlebenszyklus. Das zeigt: Zirkularität ist ein langfristiger strategischer Prozess, kein sofortiges Ergebnis.

## Chancen

**Wiederkehrende Einnahmen und Kundenbindung:** Das Abo-Modell schafft regelmäßige Einnahmen und gibt dem Unternehmen langfristigen Kontakt zur Kundschaft, was die Bindung verbessern und die Planung unterstützen kann. Das macht das Modell sehr relevant für Diskussionen über finanzielle Resilienz und nachhaltige Erlösstrukturen.

**Zirkuläre Produktinnovation:** Da Swapfiets Eigentümer der Räder bleibt, kann es Produktdesign, Reparierbarkeit und Zirkularität kontinuierlich verbessern. Das eröffnet Chancen für ein besseres Lebenszyklusmanagement und weniger Materialabfall auf lange Sicht.