

Välkommen till ”Cirkeltavlan” verktygsguide till cirkulära affärer

Den här ”Cirkeltavlan” är tänkt att göra det lättare för företag att, med utgångspunkt i cirkularitet, bygga kundnytta och bättre affärer.

Klicka på **INTRO** om du först vill lära hur tavlan funkar.

Klicka på **STARTA** om du vill köra igång direkt!



INTRODUKTION

Cirkeltavlan

Verktygsguide till cirkulära affärer

Framtaget av Ecoplan In Medio på uppdrag av RE:Source



“

Det handlar egentligen om att vara mer effektiv, att köpa mindre

Varför cirkulär affärsstyrning?

Vi kan kalla affärsstyrningen för ”cirkulär”. Men vi kan också kalla det för att effektivisera, sälja det som blir över från vår produktion, uppfylla kunders önskemål om miljö och klimat, eller själva vara goda kunder till våra leverantörer.

Det kan också vara att kommunicera vad ni gör, produktutveckla, tjänsteutveckla och öka efterfrågan på de mer cirkulära erbjudandena.

Har du någon kund som kräver, eller förväntar sig att företaget är ”mer cirkulärt” så titta vidare. Detsamma gäller om det är förändringar på gång som t ex ökade priser eller bristande tillgång på råvaror, regelförändringar på design och avgiftsförändringar på resurser. Eller är du kanske bara nyfiken och vill att ta ansvar för jordens resurser?

“

Att det håller länge är vår konkurrensfördel

Titta vidare och se vilka verktyg som finns och hur andra gör. Förhoppningsvis hittar du något användbart för dig och ert företag!

“

När vi återtar våra produkter lär vi oss hur vi behöver förbättra produkterna

“

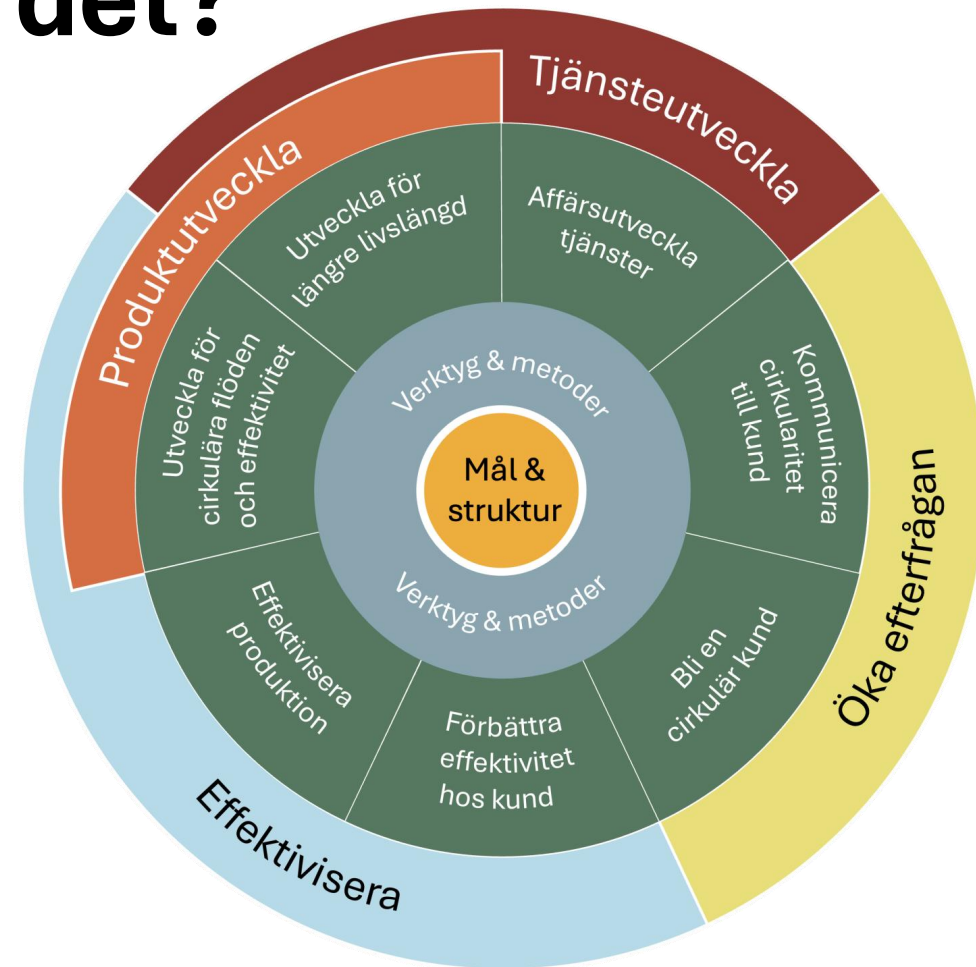
Kompletterande tjänster till kunden gör oss mer värdefulla som leverantörer

”



Vad är detta och hur funkar det?

- Detta ska vägleda företag som vill arbeta med cirkularitet
- I grunden finns en tavla med olika ingångar till cirkulär ekonomi för företag.
- Genom att klicka dig fram kan du få idéer, eller bekräfta att ni är på väg.
- I mitten av tavlan finns ett urval verktyg och metoder att fördjupa sig i tillsammans på företaget, med kunder och partners.



Vad är det här *inte*?

- Det är inte ett heltäckande universalverktyg för alla situationer alltid.
- Det täcker inte alla perspektiv på cirkularitet, betrakta det som en ingång till ämnet.
- Det är inte anpassat för olika branscher.
- Det kommer inte passa allt. Cirkeltavlan utgår från att ni på ert företag kan er marknad och verksamhet bäst, och kan anpassa idéer till er verklighet.



OBS! du kan inte klicka
nu i introduktionen

Cirkeltavlan – gröna fälten

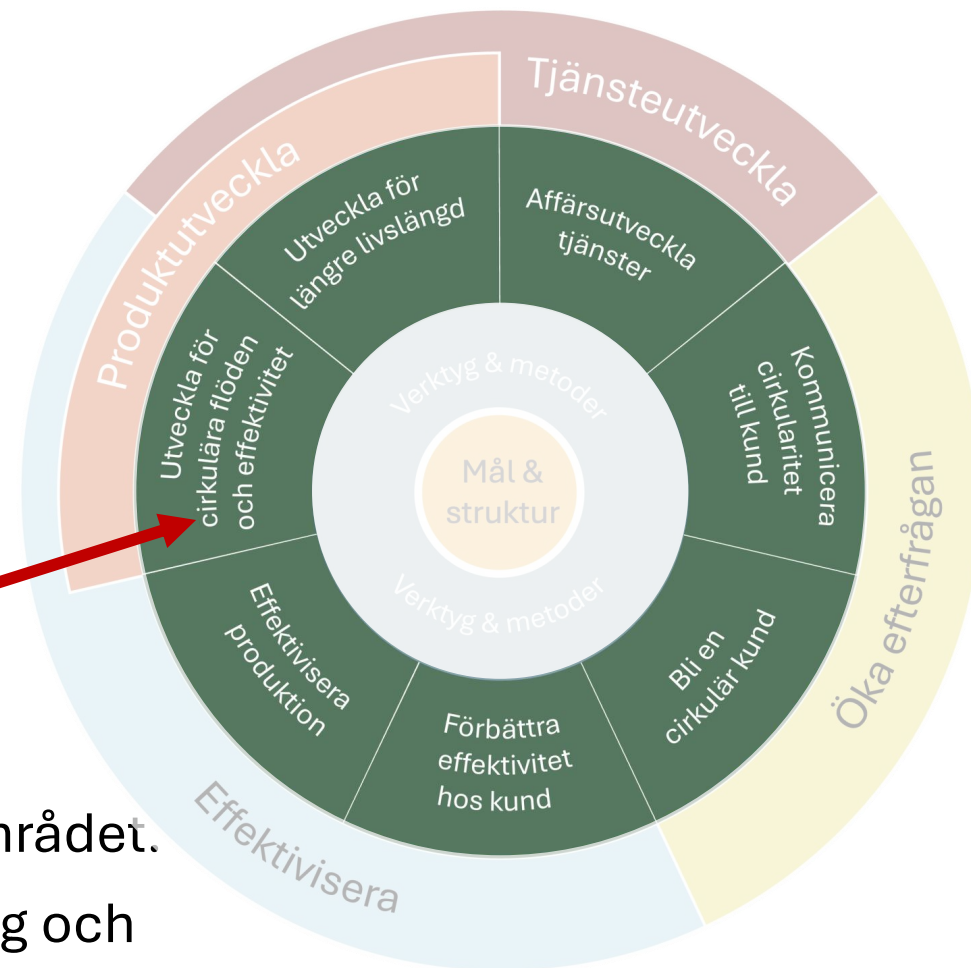
Tavlan är uppbyggd utifrån och in, med olika strategier för att arbeta med cirkularitet.

- Effektivisera
- Produktutveckla
- Tjänsteutveckla
- Öka efterfrågan

För varje strategi finns några fokusområden (gröna fält)

Sen kan du klicka på **de gröna fälten** för att få sammanfattande råd om hur ni kan jobba med det området.

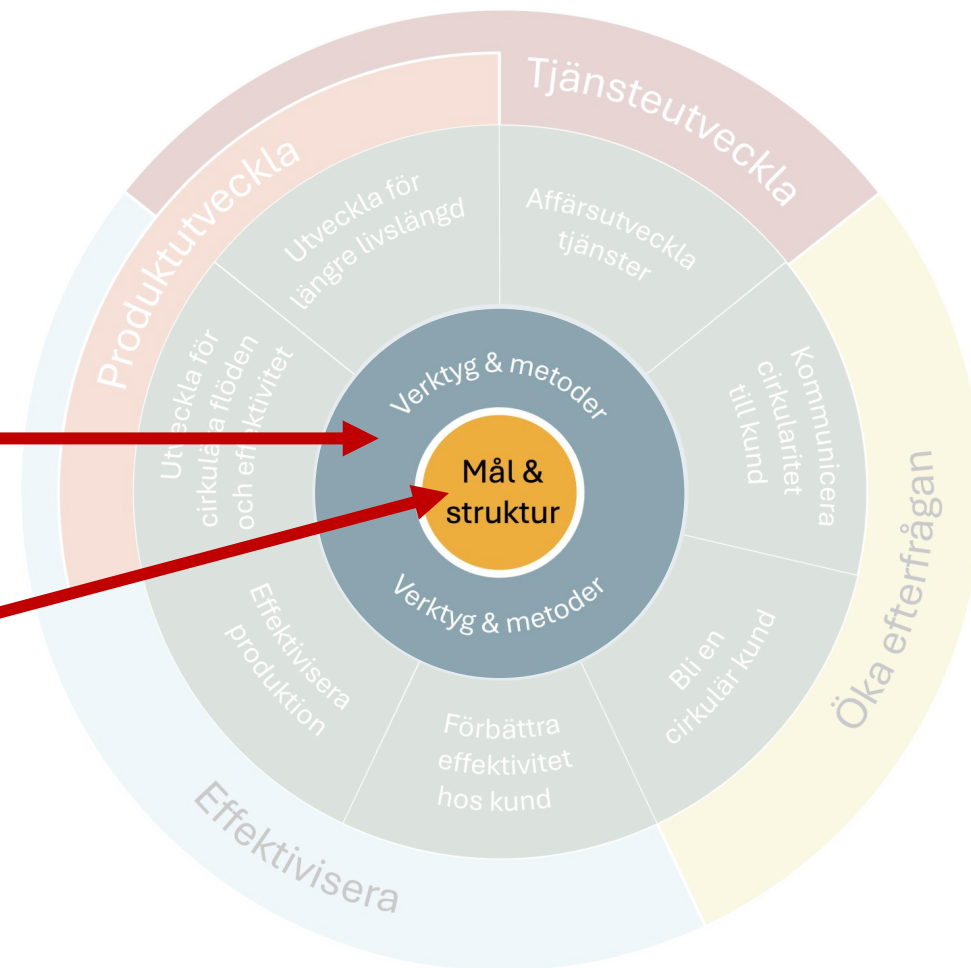
Där finns länkar vidare till ett urval av relevanta verktyg och metoder.



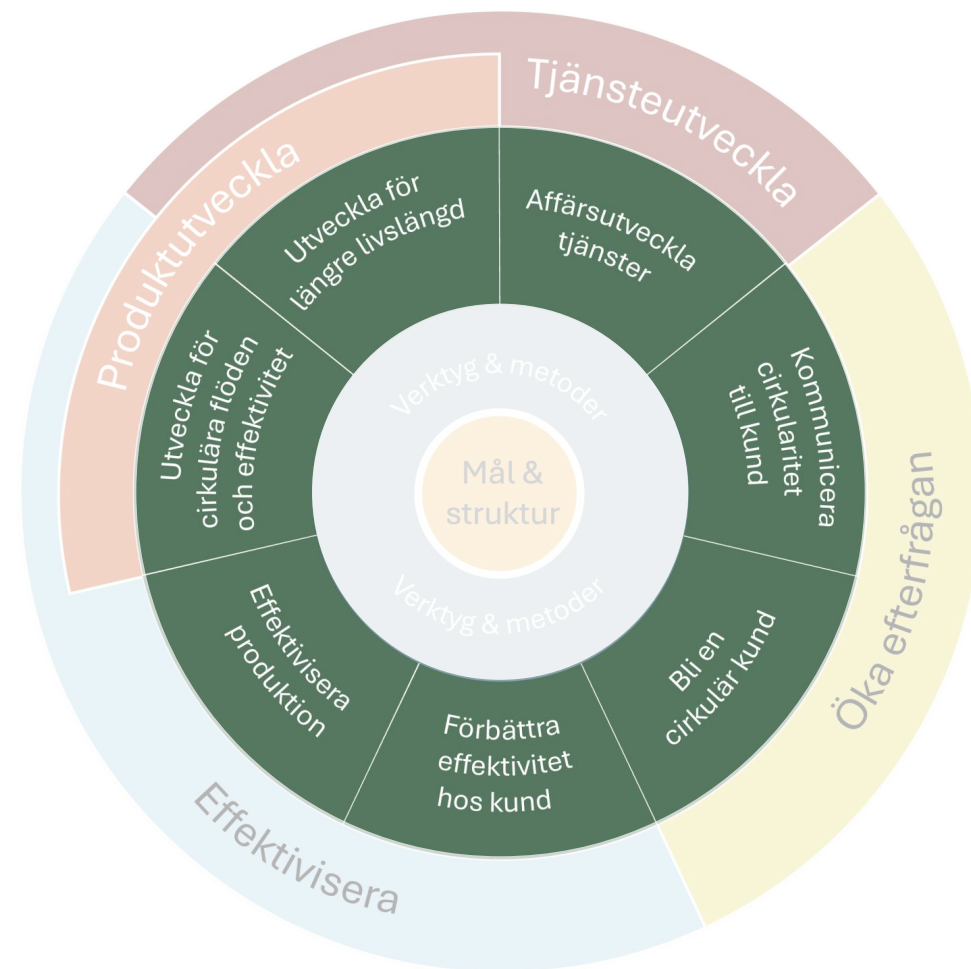
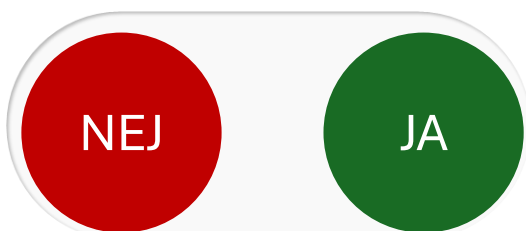
OBS! du kan inte klicka
nu i introduktionen

Cirkeltavlan - mitten

- Om du klickar på **”Verktyg och metoder”** kan du bläddra i urvalet av verktyg och metoder.
- Om du klickar på **”Mål & struktur”** får du tips och råd kring hur ni kan arbeta med det.



Vill du ha mer information om de olika fälten?

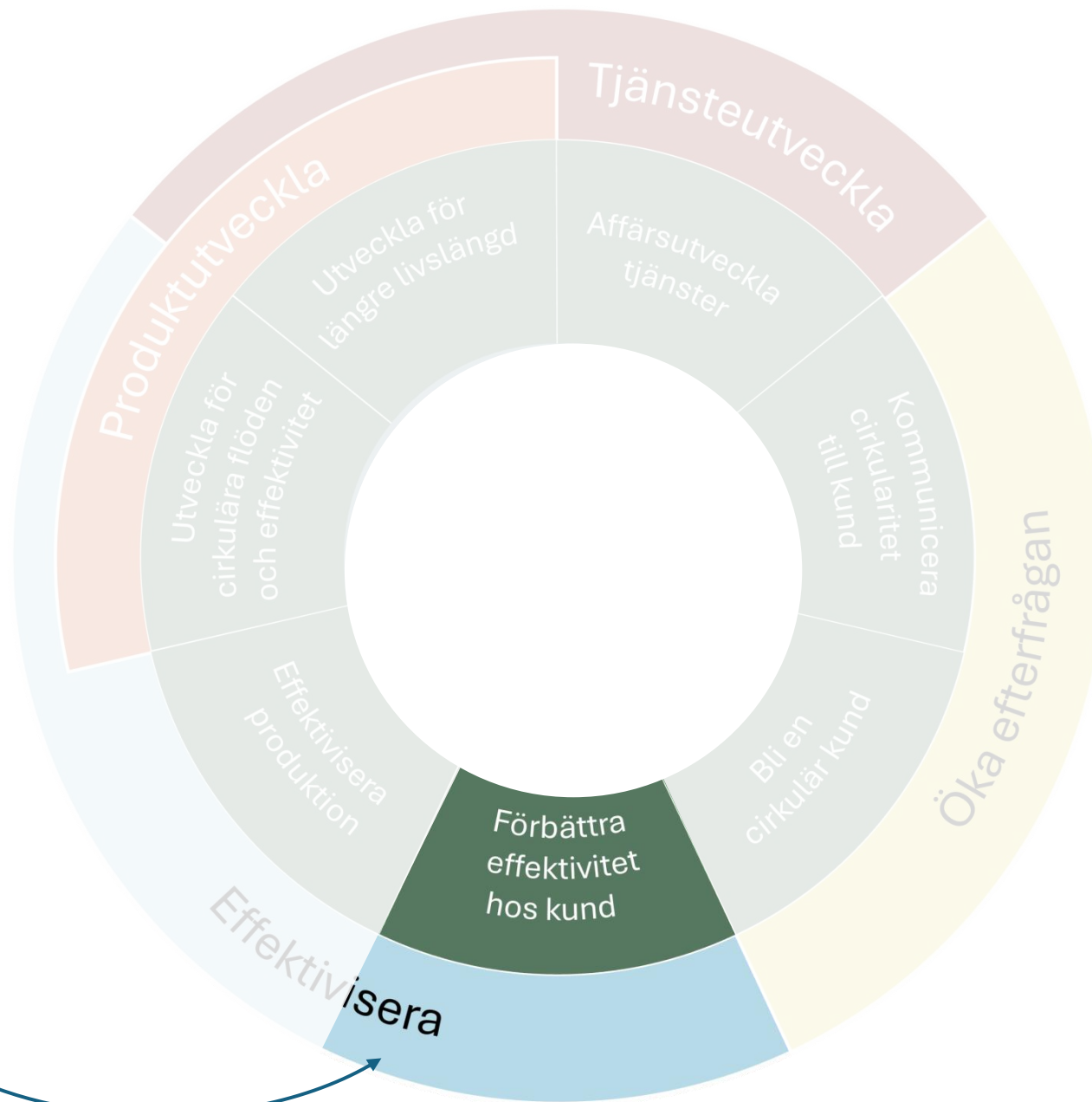


Utforska här:

Om användningen av era produkter eller tjänster hos slutkund medför att de förbrukar material, vatten eller energi.

Om **ökade priser** på råvaror, produkter, drivmedel eller energi påverkar attraktiviteten på era produkter eller tjänster, eller om ni **befarar brist** på detsamma.

Om era kunder har **behov** som kopplar till resurseffektivitet, energieffektivitet eller miljöregler där ni skulle kunna bidra med nya lösningar...



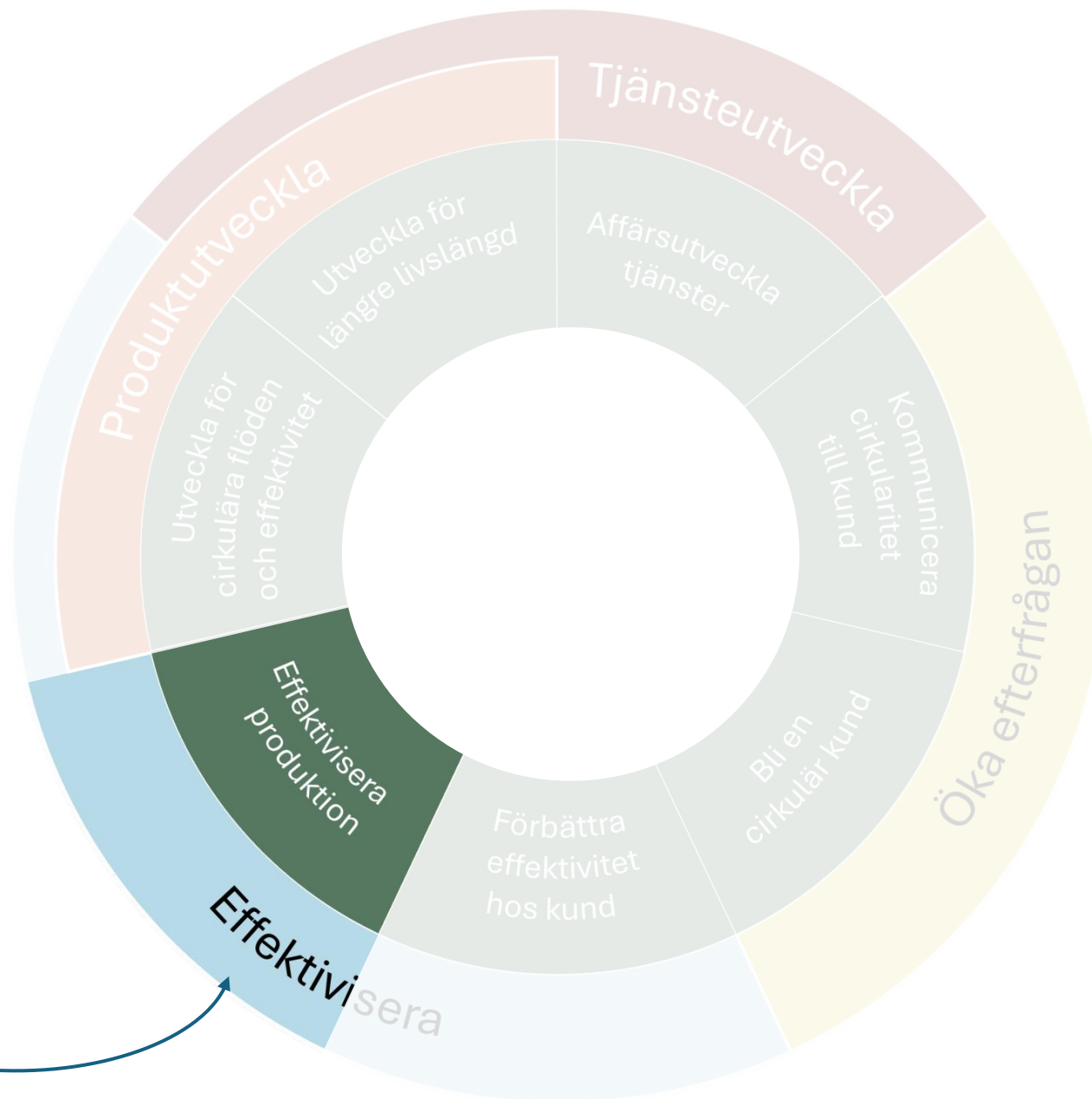
Utforska här:

Om ni känner till **miljöregler** som kommer påverka er tillverkning...

Exempelvis begränsningar i er koncession

Eller ändrade skatter och avgifter för avfall

Om det uppstår **överskott** som en följd av er tillverkning, som restflöden eller spillvärme i er tillverkning som skulle kunna användas bättre.



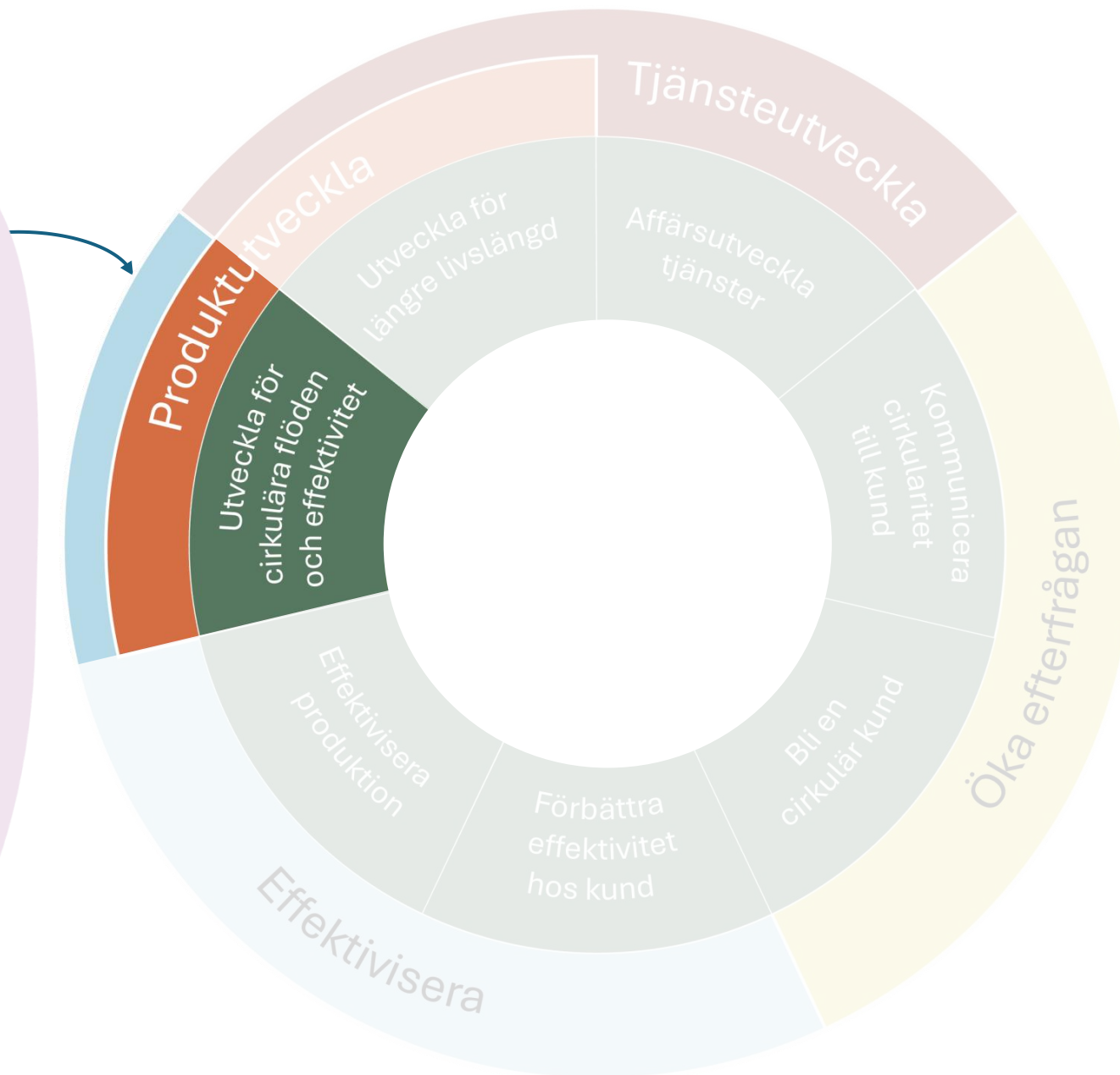
Utforska här:

Om ni har någon **kund som kräver**, eller förväntar sig, att era produkter ska vara mer cirkulära.

Kan uttryckas på olika sätt såsom "reparerbar", "minskat klimatavtryck", "mer återvunnet", "utan farliga kemikalier" mm

Om det finns kommande **miljöregleringar** som påverkar utformningen av er produkt.

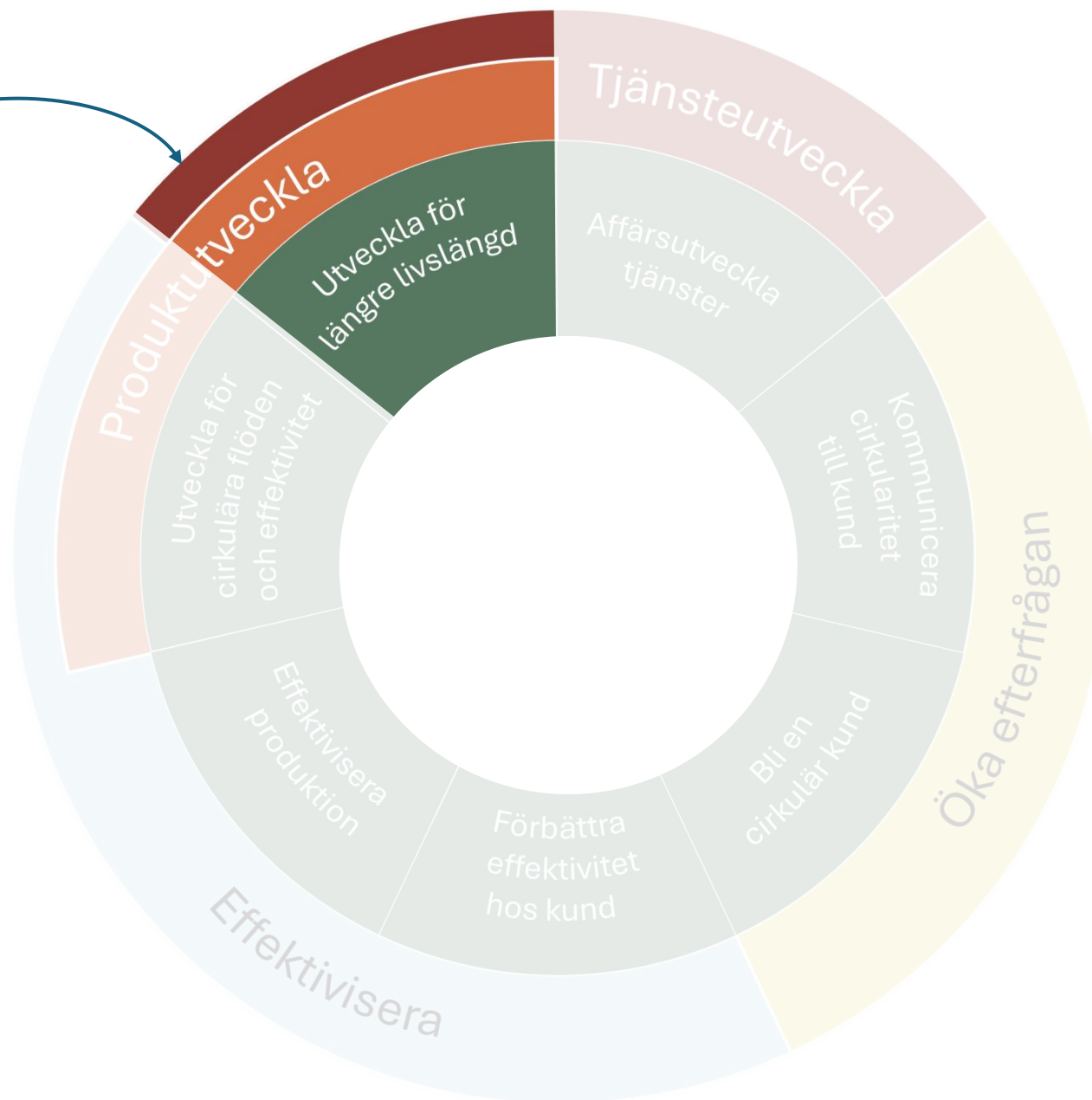
Exempelvis designdirektiv eller kemikaliereregler

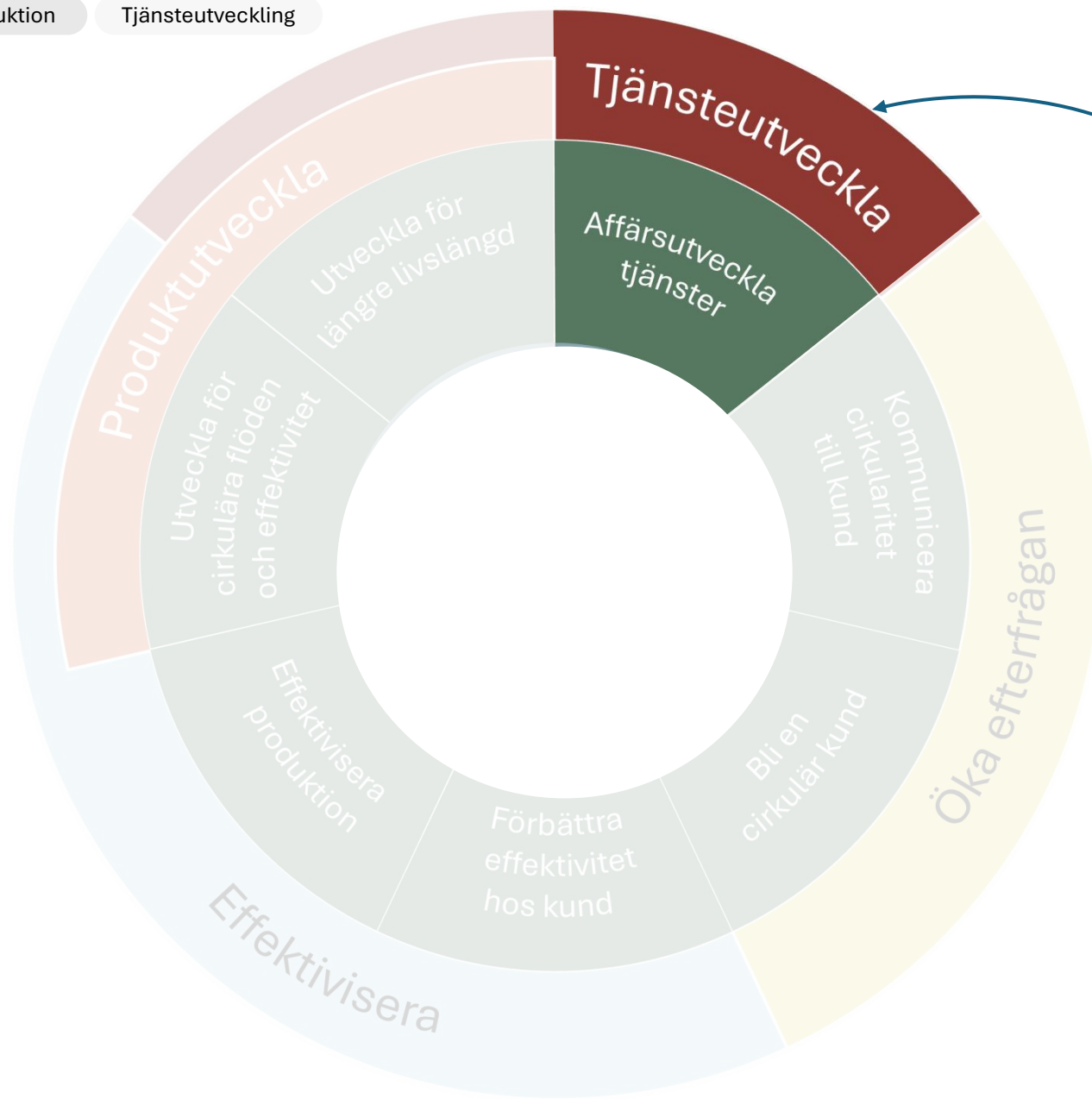


Utforska här:

Om ni skulle kunna bidra till mer kundnytta genom att erbjuda mer **reparation, renovering eller återbruk** kopplat till era produkter.

Om det finns möjlighet att öka era produkters **livslängd** och därmed öka kundernas upplevda kvalitet.



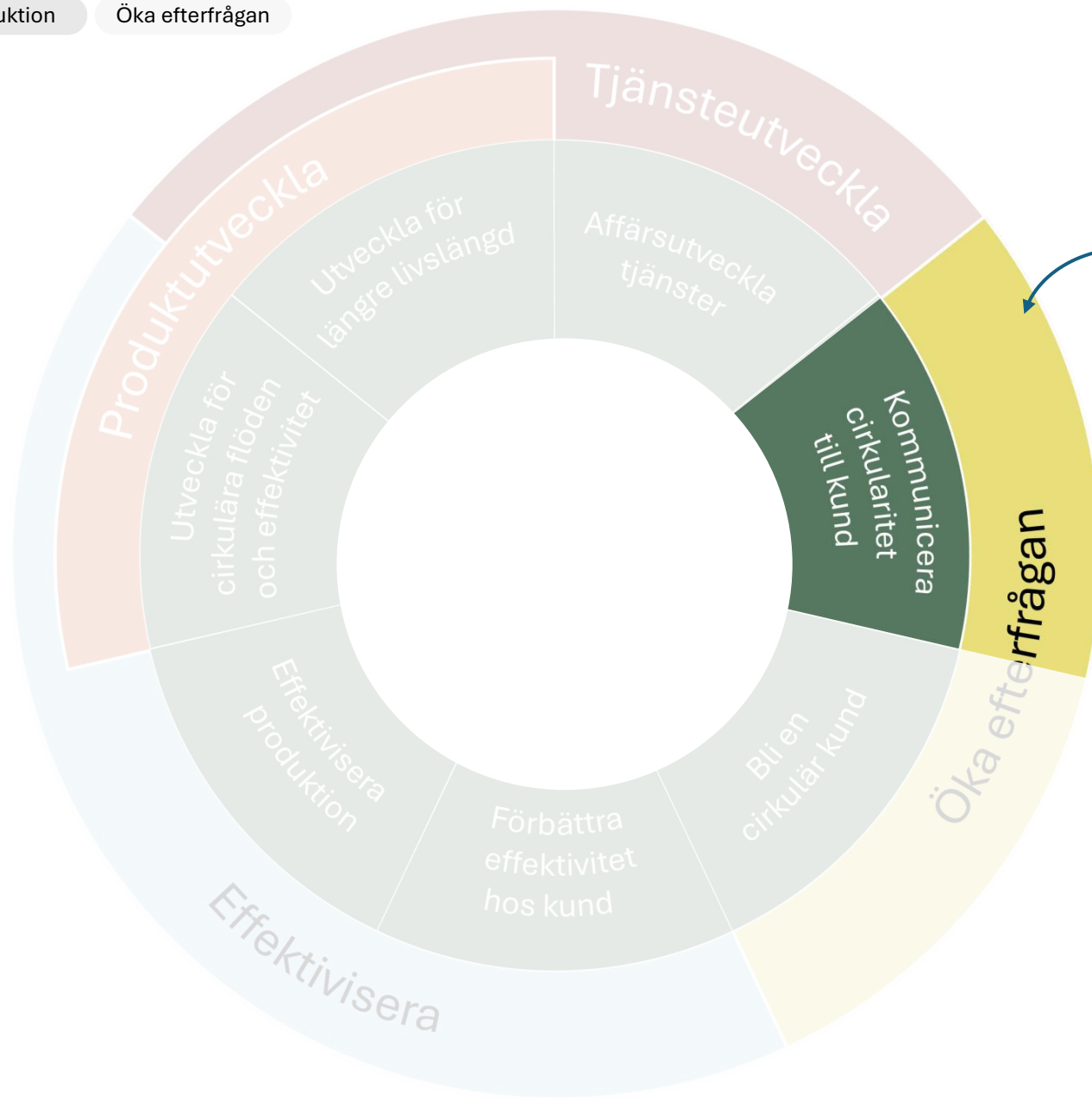


Utforska här:

Om ni vill utveckla era affärer genom att möta kundens behov på nya sätt.

Om ni vill utforska nya sätt att sälja mer.





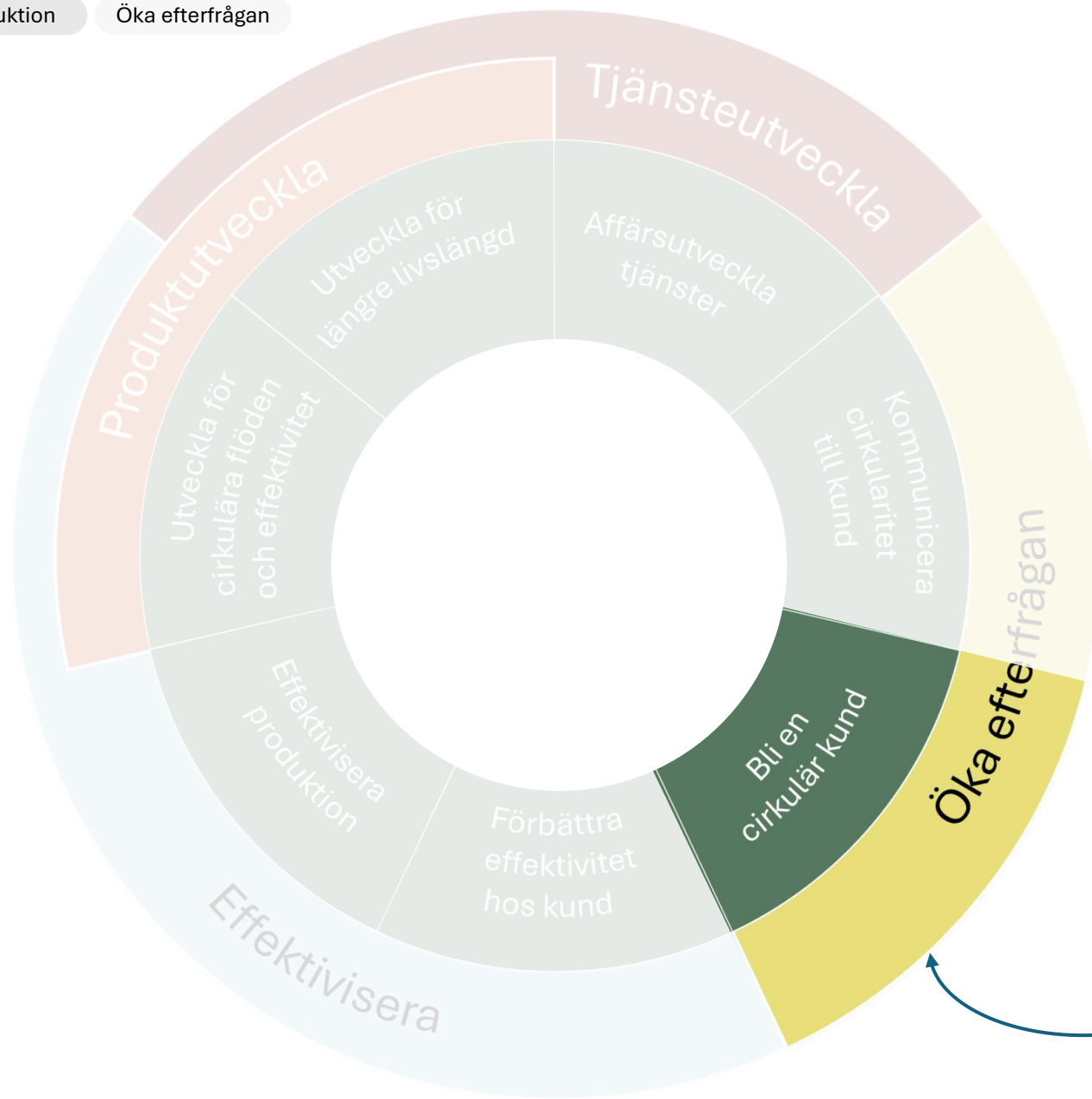
Utforska här:

Om ni har någon **kund som frågar** om hur cirkulära ni eller era produkter/tjänster är.

Kan uttryckas på olika sätt såsom vilket klimatavtryck, hur mycket återbruk, hur mycket återvunnet mm

Om ni behöver **förbättra er kommunikation** till era kunder om hur cirkulära ert företag och era produkter eller tjänster är.





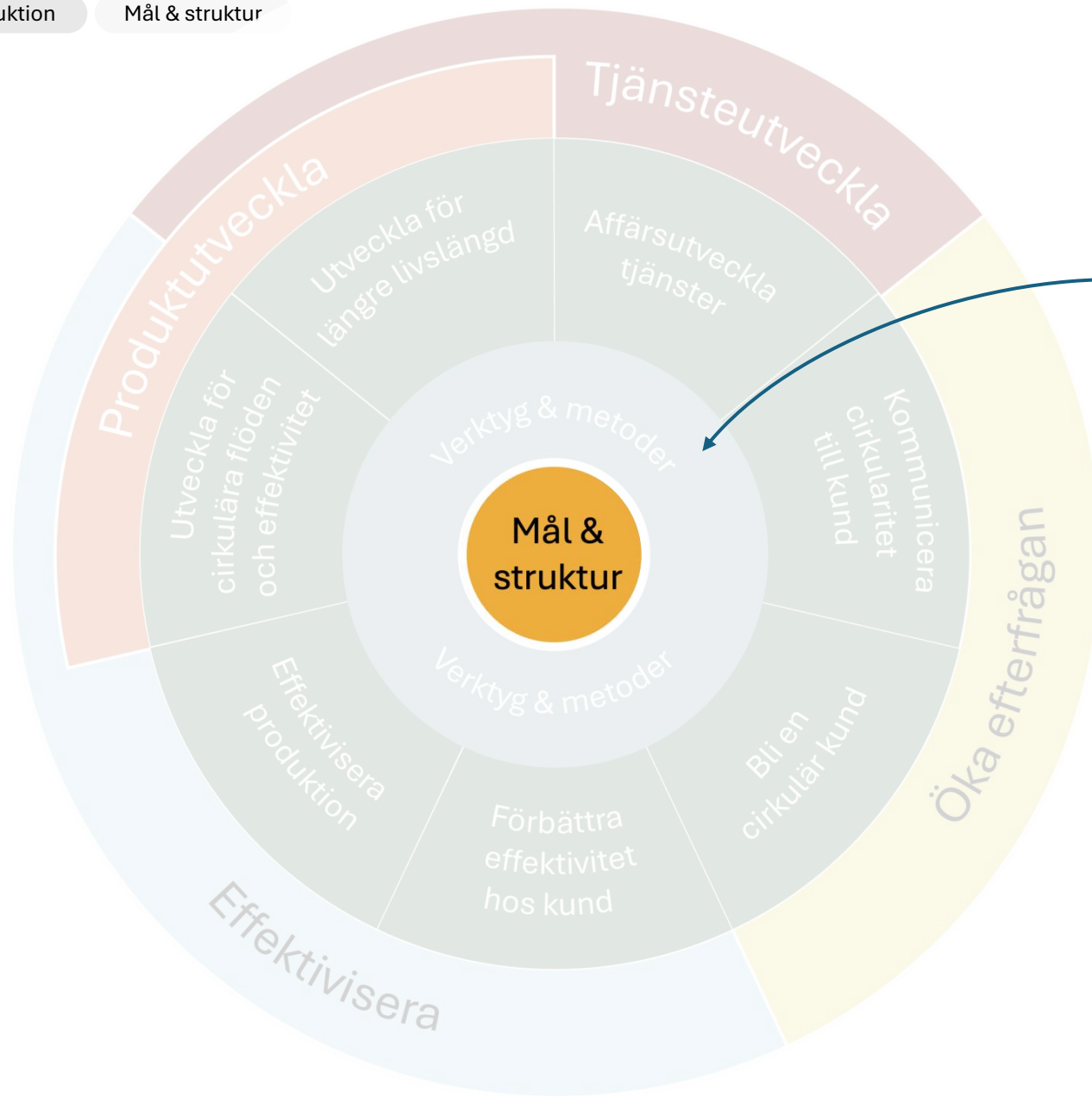
Utforska här:

Om det finns en potential för att era leverantörer kan **samarbeta** med er i er utveckling för mer cirkularitet.

Om ni kan utveckla era **krav** på era leverantörer, så det leder mot mer cirkularitet.

Om ni behöver arbeta med era **värdekedjor** för att säkerställa robusthet eller framtida cirkulära krav från kund.





Utforska här:

Om ni behöver koppla cirkularitet till verksamhetsstyrningen och sätta mål.

Om du vill veta mer vad cirkularitet är och kan betyda för er på en mer övergripande strategisk nivå.



Här uppe ser du var du är i strukturen

Använd inte piltangenterna på din dator utan klicka på avsedda platser såsom pilar eller knappar, så blir det lättare att orientera sig.



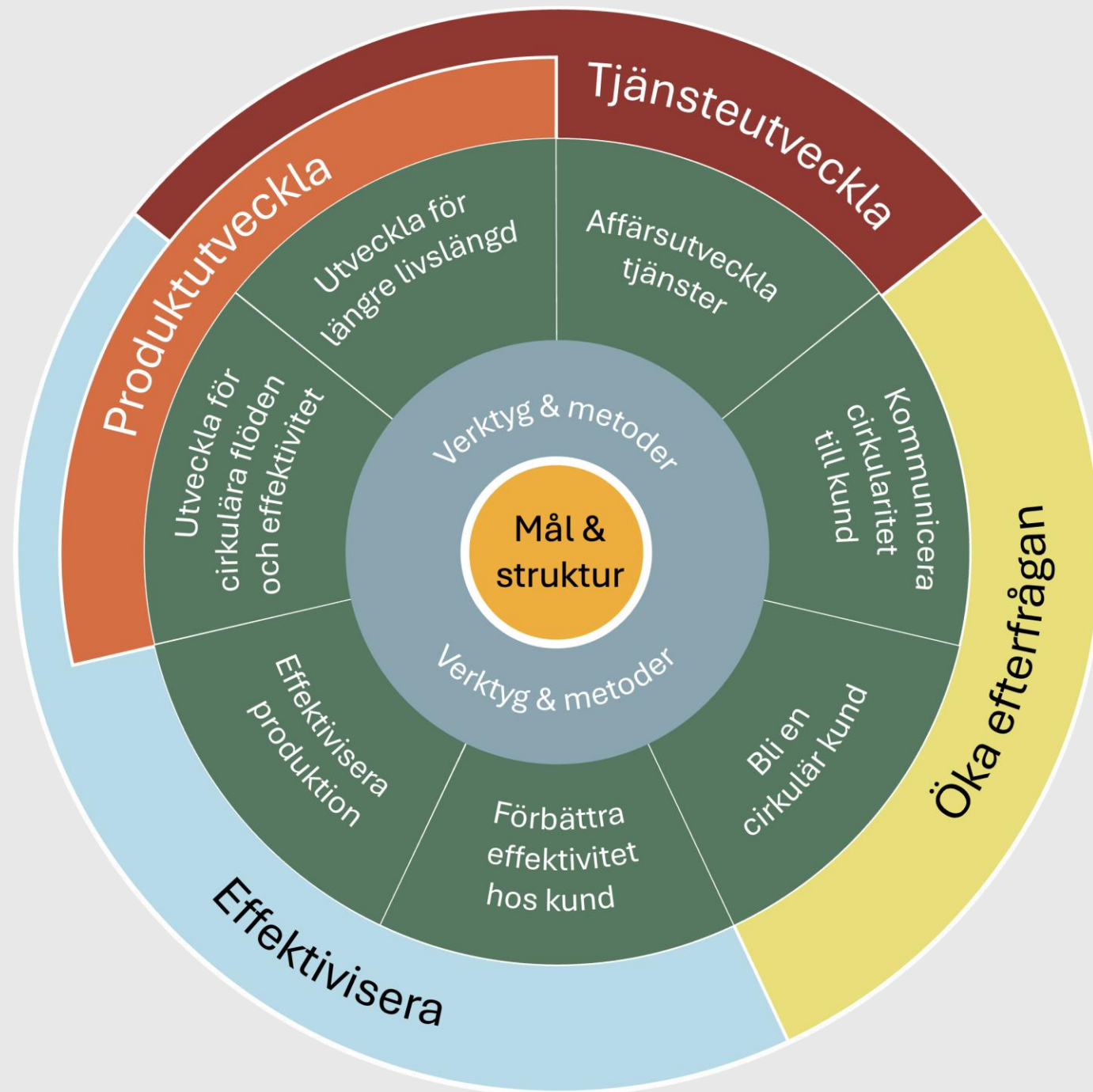
Klickar du på denna symbol kommer du alltid tillbaka till starten, med "tavlan"

Allt klart.
Då börjar vi!



Cirkeltavlan verktygsguide till cirkulära affärer

Starta genom att klicka på valfritt fält på tavlan för tips och råd samt guide till verktyg som kan stötta ditt företag vidare.



Tillbaka till intro

Utveckla för cirkulära flöden och effektivitet:

Cirkularitet kan framtidssäkra produkter

Anpassa produkter så att de kan plockas isär och återvinnas för att undvika framtida förbud, begränsningar, skatter och avgifter.

Exempel:

- Arbeta systematiskt med att **byta ut kemikalier** som inte fungerar i det cirkulära, vilket ofta är samma kemikalier som beläggs med restriktioner.
- Minimera resursåtgången genom **lättningskonstruktioner**.
- Designa och förpacka för **transporteffektivitet**.
- Använd material med lägre miljöpåverkan, som exempelvis **förnybara råvaror**.
- Arbeta med **modulär design** som gör uppgradering och reparationer lättare.
- Använd **återvunnet** material utan ämnen som inte ska cirkulera.
- Underlätta för återvinning genom **återvinningsbara** material och undvik blandade material.



Vill du få fler tips?

NEJ

JÄ

Förbättra effektivitet hos kund:

Lägre driftskostnad uppskattas av kunderna

När det är kunden som betalar för energi- och resursåtgång vid användningen av en produkt eller tjänst är det lätt att missa möjligheten att utveckla mer konkurrenskraftiga erbjudanden. Särskilt om produkterna eller tjänsterna utvecklats i en tid med lägre energi- och råvarukostnader.

- Utforska sätt att möta kundens behov, så att behovet av energi eller resursförbrukning upphör, eller effektiviteten ökar.
- Se över potentialen att utforma eller sälja produkter på ett sätt som minskar slöseri eller energiförbrukning under produktens livscykel.
- Komplettera med tjänster som minskar förbrukningen, såsom service och underhåll eller uppgradering.
- Synliggör driftskostnaderna för kunden och använd det som en "USP – unique selling point" (om det är det!)



Vill du få tips om verktyg?

NEJ

JÄ

Utveckla för längre livslängd:

Längre livslängd – kundnytta och affärsmöjlighet

Längre livslängd är en viktig del i att skapa mer cirkulära produkter. Det hänger ihop med flera positiva kundvärden och affärsmöjligheter.

Exempelvis:

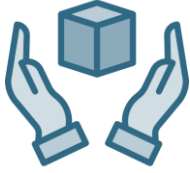
- En **ökad kvalitet**, som ger nöjdare kunder och kan möjliggöra höjda priser och förhoppningsvis bättre marginal.
- **Nya tjänster** såsom återtåg, reparationer eller uppgradering. Det kan ni erbjuda som tjänst i egen regi eller via partners.
- Om ni **underlättar reparation, uppgradering, service och underhåll** genom att exempelvis välja standardkomponenter, en modulär konstruktion eller designar för enklare rengöring, kan kunden bli nöjdare med er produkt.
- Kompletterade tjänster, service eller återtåg, kan bidra till en **tätare kundkontakt och bättre relation med kunden**. Dessutom ökar det er kännedom om kunden och produkternas användning, vilket är en stor fördel i produkt- och tjänsteutveckling.
- **För livsmedel** kan åtgärder för en längre hållbarhet vara en väg, men också förpackningar.



Vill du få tips om verktyg?

NEJ

JÄ



Vi vill utveckla våra produkter



Vi vill utveckla våra tjänster



Vi vill utveckla helt nya erbjudanden



Affärsutveckla tjänster:

Nya tjänstererbjudanden till era kunder – eller nya kunder

Ibland kan man behöva tänka i nya banor, som när konkurrensen hårdnat, nya intäktskällor behövs eller kundbeteenden förändrats.

- **Skapa en tjänst som kan ersätta behovet av att köpa en produkt.** Exempelvis via digitalisering eller delningstjänster.
- **Erbjud produkter genom en tjänst,** såsom hyra eller leasing. Det kan underlätta driften och säkerställa en funktion.
- **Skapa tjänster för förmedling av återbrukade produkter.** Kan göras genom att använda eller skapa en marknadsplats för begagnade produkter, eller genom att ni renoverar produkter för att sedan sälja vidare.
- **Erbjud kompletterande tjänster** till ert produkterbjudande såsom återtåg, reparationer eller uppgradering, som tjänst i egen regi eller via partners. Detta kan även bidra till en bättre relation med kunden och öka er kännedom om kunden och produkternas användning, vilket är en stor fördel i produkt- och tjänsteutveckling.



Vill du få fler tips?

NEJ

JA

Affärsutveckla tjänster och produkter:

Att utveckla nya affärsmöjligheter

Några saker att tänka på:

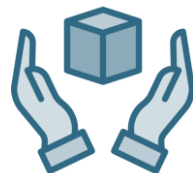
- **Lättare om ni väljer väg - produkt/tjänsteutveckling eller marknadsutveckling!**
Generellt är det lättare att utveckla nya erbjudanden till befintliga kunder, eftersom ni då har fördelen att känna era kunder och deras behov. En annan bra väg är att erbjuda befintliga tjänster eller produkter till en ny marknad, eftersom ni kan fokusera på sälj och inte utveckling. Att både utveckla nya erbjudanden och samtidigt lära känna en ny marknad är generellt den svåraste (och dyraste) vägen.
- Vilka **fördelar och nackdelar** skulle kunden uppleva i förhållande till dagens lösning?
Ha en öppen dialog med (potentiella) kunder för att bättre förstå behoven.
- **Finns det andra behov** som kunderna har, som skulle kunna mötas bättre samtidigt som ni erbjuder en cirkulär tjänst? Exempelvis kundanpassningar i utseende eller funktion samtidigt som ni reparerar?
- **Hur ser konkurrensen ut** inom era tänkta tjänster, finns det liknande tjänster på marknaden? Hur går det för dem? Är de konkurrenter eller möjliga partners?
- **Var finns kompetensen?** Har ni tillgång till nödvändig kompetens inom ert företag, eller är det mer konkurrenskraftigt att erbjuda tjänsten via specialiserade samarbetspartners.
- **Logistik och lagerhållning.** Hur påverkas planering och kostnader?



Vill du få tips om verktyg?

NEJ

JA



Vi vill utveckla våra produkter



Vi vill utveckla våra tjänster



Effektivisera produktion:

Minska känsligheten för råvaru- och energikostnader och minska risken för bristsituationer i värdekedjor

I en omvärld med stora svängningar i råvaru- och energipriser samt återkommande störningar i leveranser av viktiga råvaror kan ett cirkulärt förhållningssätt stötta, exempelvis:

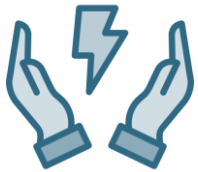
- **Använd det ni köper mer effektivt!** Kartlägg era materialflöden och se var restflöden uppstår. Kartlägg energiåtgång och förluster. Minska restflödena och förlusterna.
- Gå över till **förnybar energi eller smart energistyrning**. Gör en analys av om egen energiförsörjning med solceller eller batteribuffert kan vara ett kostnadseffektivt alternativ samtidigt som det ökar er robusthet.
- **Se över era värdekedjor**. Byt till råvaror med minskad risk för brist eller som går att få tag på i närheten. Förnybart kan vara ett alternativ.
- **Se om restflöden kan komma till nytta** någon annanstans. Ni kan produktutveckla, eller sälja det vidare. Gärna i närområdet för att minska transportkostnader.
- **Har ni spillvärme?** Ta reda på var värmen kan göra nytta. Om ni inte kan återanvända värmen internt, kolla om ni kan sälja vidare den till exempelvis grannar eller ert lokala fjärrvärmeföretag.



Vill du få tips om verktyg?

NEJ

JÄ



Vi vill bara arbeta med energifrågan (extern länk)



Vi vill arbeta med både resurs- och energieffektivitet



Bli en cirkulär kund:

Bli en cirkulär kund och bidra till efterfrågan

- **Vad köper vi mest?** Kolla i bokföringen. Hänger ihop med att ha koll på resurserna som går åt för vårt eget erbjudande till våra egna kunder.
- **Köper vi bara saker som vi verkligen behöver**, eller finns det kvar saker att tänka på här?
- **Har vi frågat våra leverantörer** frågor som vi själva vill ha från våra kunder? Kanske ser de saker vi kan göra för att spara resurser och erbjuda smartare lösningar, precis som vi kan se vad våra kunder kan göra.
- **Kan någon eller några leverantörer bli en samarbetspart** för att utveckla något i mer cirkulär riktning?
- **Finns det leverantörer som vi bör välja bort** för att de inte är tillräckligt intresserade av att hjälpa oss bli mer cirkulära? Om det är så, försök gärna ta er tiden att berätta varför i så fall och inte bara göra en "cut and run".
- När vi ska **välja nya leverantörer**, har vi fått med önskemål eller krav som berör cirkularitet?
- **Har vi ställt krav på våra leverantörer**, eller uttryckt önskemål om att de ska hjälpa oss bli mer cirkulära?
- **Följer vi upp krav** som styr till mer cirkularitet och ger vi återkoppling på resultaten? Se upp med motstridiga krav, exempelvis produktgarantier som förutsätter fabriksleverans. Passa gärna på vid avtalsuppföljning att ha samtal med leverantörer (i alla fall de viktigaste) om hur de kan hjälpa oss minska resursförbrukningen.
- **Om vi ber våra leverantörer om data** såsom klimatberäkningar, statistik på återbruk och liknande, vad använder vi det till? Och har vi kommit ihåg berätta för leverantörer vad som är meningen med datainsamlingen?
- **Har vi sunda proportioner mellan vad vi frågar efter och kräver och vad vi är beredda att betala?**
Cirkularitet sparar ofta pengar, men inte alltid, och inte med en gång.



Vill du få fler tips och se verktyg?

NEJ

JÄ

Kommunicera cirkularitet till kund:

Att kommunicera cirkularitet

Innan ni kommunicerar är det viktigt att veta på vilket sätt ni är ”cirkulära”, så att ni inte kommunicerar saker som inte är sant. Vet ni inte riktigt vad cirkularitet innebär för er, lär er mer först.

Cirkularitet kopplas till ett kundvärde precis som all marknadsföring, men med höga krav på att det ni påstår stämmer.

Fundera på vilka saker ni vill lyfta fram, kika gärna på hur era konkurrenter uttrycker sig.

Se kundfrågor som en **möjlighet** att möta nya önskemål eller tillfälle berätta om saker ni är bra på.

Önskar kunden siffror;

- **Hur tänker kunden använda siffrorna?** Integrera i egen kommunikation eller hållbarhetsredovisning? För att välja mellan olika produkter eller leverantörer? Detta ger ledtrådar till hur ni bör kommunicera de siffror ni presenterar.
- **Räcker det med enkel produktinformation**, såsom procent återvunnet material, kemikalieinnehåll osv.
- Önskar, eller kräver, kunden att siffrorna tas fram enligt någon **särskild standard eller format?**
- Behöver siffror vara **verifierade** av tredje part?



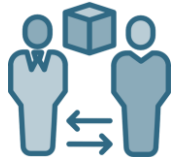
Vill du få fler tips och se verktyg?

NEJ

JA



Vi har kunder som önskar fakta som är enligt standard eller verifierat av någon annan, tex märkning eller EPD



Vi vill kommunicera på annat sätt



Verktyg för att förstå vad cirkularitet innebär för företaget

	Krav på kompetens	Krav på tid
Cirkulär Business Model Canvas , med handledning . Affärsplan på en sida. Verktöget används bäst som underlag för diskussioner i en workshop, med arbete både före och efter.	Medel	Medel
Circular Strategies workshop . Produktfokus. Ett färdigt workshopmaterial på engelska av Ellen Mac Arthur Foundation. Fungerar som en kompetensutvecklingsinsats där man redesignar en vanlig produkt.	Medel	Medel
Ekocentrums mätmetod för hållbar cirkulär ekonomi En kortfattad vägledning för hur man kan styra för cirkulär ekonomi, riktat till mindre företag.	Låg	Medel
Start-kit för Cirkulär Omställning . En guide för dig som vill ta första steget mot cirkulär ekonomi med stöd i ISO 14001 och ISO 44001.	Låg	Medel
Circularity Protocol for Business (GCP) . Ett ramverk för att mäta, hantera och kommunicera företagets cirkulära prestanda, med ett heltäckande grepp på cirkularitet. Den är kompatibel med etablerade standarder som ISO 59020, GRI och GHG-protokollet, vilket gör det användbart för rapportering och jämförbarhet.	Hög	Hög



Verktyg för att förbättra en produkt eller tjänst ur cirkularitetsperspektiv

	Krav på kompetens	Krav på tid
Empathy map. Metoden går ut på att sätta sig in i och förstå kundens behov för att kunna skapa attraktiva tjänster och produkter. Kräver information från riktiga kunder för att ha relevans, exempelvis via samtal kompletterat med enkäter.	Låg	Medel
Circular designs ideation pack. Kort som är tänkta för intern workshop, med frågor för att utmana i framförallt produktutveckling samt exempel på cirkulär design eller tjänster. Behöver föregås av insikter kring vad som är relevant ur cirkularitetssynpunkt för ditt företag, kanske via andra verktyg.	Medel	Medel
Value Hill. Produktfokus. En modell som visualiserar produktens värde över tid och identifierar cirkulära affärsmöjligheter. Den hjälper företag att förstå var i livscykeln värde skapas och förloras. Omfattar perspektivet att samarbeta med andra för att bidra i cirkulära upplägg.	Låg	Låg
Material Circularity Indicator (MCI). Excel-baserat verktyg som mäter hur cirkulära materialflöden är i en produkt och beräknar ett index baserat på återvinningsgrad, materialåteranvändning och produktens livslängd. Verktuget kan användas i produktutvecklingen vid jämförelse mellan alternativ. Kräver excelvana.	Hög	Hög
Circular opportunities Ett workshopstöd för att precisera nya cirkulära möjligheter i framförallt produktutveckling.	Låg	Låg



Verktyg för att utveckla tjänster

	Krav på kompetens	Krav på tid
<u>Empathy map</u> . Metoden går ut på att sätta sig in i och förstå kundens behov för att kunna skapa attraktiva tjänster och produkter. Kräver information från riktiga kunder för att ha relevans, exempelvis via samtal kompletterat med enkäter.	Låg	Medel
<u>Cirkulär Business Model Canvas</u> , med <u>handledning</u> . Affärsplan på en sida.. Verktuget används bäst som underlag för diskussioner i en workshop, med arbete både före och efter.	Medel	Medel
<u>Circular Value proposition</u> Workshopstöd. Metoden går ut på att underlätta att beskriva ett cirkulärt erbjudande till kund. Kräver information från riktiga kunder för att vara relevant, exempelvis via samtal kompletterat med enkäter.	Medel	Medel
<u>Ecodesign assessment services</u> . En kartläggning över hela verksamheten med före och efterperspektivet, fokus på tjänster. Kartläggningen sker genom reflektionsfrågor. Behöver kompletteras med att prioritera och värdera vad som är viktigt ur ett kund och affärsperspektiv.	Låg	Medel



Verktyg för att utveckla nya cirkulära erbjudanden

	Krav på kompetens	Krav på tid
Cirkulär Business Model Canvas , med handledning . Affärsplan på en sida. Verktuget används bäst som underlag för diskussioner i en workshop, med arbete både före och efter.	Medel	Medel
Circular designs ideation pack . Kort som är tänkta för intern workshop, med frågor för att utmana i framförallt produktutveckling samt exempel på cirkulär design eller tjänster. Behöver föregås av insikter kring vad som är relevant ur cirkularitetssynpunkt för ditt företag, kanske via andra verktyg.	Medel	Medel
Lean startup En metod för att bygga och utveckla företag genom förbättringsarbete med kundinsikter och kontinuerligt lärande. Metoden är utvecklad för it-lösningar, men kan anpassas för annan utveckling.	Låg	Hög
Value Hill . Produktfokus. En modell som visualiserar produktens värde över tid och identifierar cirkulära affärsmöjligheter. Den hjälper företag att förstå var i livscykeln värde skapas och förloras. Omfattar perspektivet att samarbeta med andra för att bidra i cirkulära upplägg.	Låg	Låg
Concept selection . Workshopstöd för prioritering av cirkulära idéer.	Låg	Låg



Verktyg för en mer resurs- och energieffektiv tillverkning

	Krav på kompetens	Krav på tid
Energikartläggning. Energimyndighetens gratis verktyg och checklistor som kan användas. Exempelvis excelbaserad "Mall för uppföljning och nyckeltal för företagets energianvändning.	Medel	Medel
Resurskartläggning i Excel. Här finns inget färdigt verktyg, utan ni gör själva i excel. Kartlägg era resursflöden genom produktionen genom massbalanser för in och utflöden, inklusive utsläpp, sidoflöden och avfall. Detta för att få storleksordningen, bild av om det finns resursslöseri någonstans i produktionen. Kan göras med hjälp av befintlig information i form av produktions KPI:er, fakturor eller insamlad miljöinformation för exempelvis EPD:er eller klimatredovisningar. Även genom att följa produktionen på plats.	Medel	Medel
Circularity Protocol for Business (GCP). Ett ramverk för att mäta, hantera och kommunicera företagets cirkulära prestanda, med ett heltäckande grepp på cirkularitet. Den är kompatibel med etablerade standarder som ISO 59020, GRI och GHG-protokollet, vilket gör det användbart för rapportering och jämförbarhet.	Hög	Hög
ISO 59000-serien ger ett gemensamt ramverk för att implementera och mäta cirkulär ekonomi. Serien omfattar flera standarder, där ISO 59004 definierar principer och implementeringssteg, ISO 59010 fokuserar på affärsstrategier och ISO 59020 ger metoder för att mäta cirkularitet. Kräver utbildning och/eller extern kompetens för tillämpning.	Hög	Hög



Verktyg för kommunikation av cirkularitet via standard eller siffror

	Krav på kompetens	Krav på tid
EPD (Environmental Product Declaration). Ett standardiserat sätt att redovisa miljöpåverkan, som ska verifieras av en extern revisor. De är en rad olika standarder som berörs, som den grundläggande europeiska standarden EN 15804 (byggprodukter), den internationella standarden ISO 14025, som fastställer allmänna principer och krav för miljödeklarationer. Dessutom används ISO 14040/14044 som ramverk för livscykelanalyser (LCA). Länken är till Trafikverkets pedagogiska information till leverantörer.	Hög	Hög
Miljömärkning och branschspecifika redovisningsmetoder/märkningar med extern granskning. I olika branscher utvecklas egna ”standards” för hur miljöpåverkan inklusive cirkularitet kan redovisas. Exempel: Svanenmärkningen, där cirkularitet ofta finns med i kriterierna, vanligt för konsumentprodukter. LÄNK. För byggbranschen finns BASTA och Byggvarubedömningen. Plus certifiering av hela byggnader, såsom Miljöbyggnad, BREEAM och LEED, LÄNK	Medel	Hög
Circularity Protocol for Business (GCP). Ett ramverk för att mäta, hantera och kommunicera företagets cirkulära prestanda, med ett heltäckande grepp på cirkularitet. Den är kompatibel med etablerade standarder som ISO 59020, GRI och GHG-protokollet, vilket gör det användbart för rapportering och jämförbarhet.	Hög	Hög
ISO 59000-serien ger ett gemensamt ramverk för att implementera och mäta cirkulär ekonomi. Serien omfattar flera standarder, där ISO 59004 definierar principer och implementeringssteg, ISO 59010 fokuserar på affärsstrategier och ISO 59020 ger metoder för att mäta cirkularitet. Kräver utbildning och/eller extern kompetens för tillämpning.	Hög	Hög



Tidigare verktyg

Bläddra bland verktygen

Tips och råd för att kommunicera cirkularitet till kund

Håll koll på sanningen. Det är viktigt att kommunicera på ett trovärdigt sätt. Ta gärna stöd i Internationella Handelskammarens checklista för påståenden.

Några generella tips*:

- **Var tydliga.** På vilket sätt gäller era påståenden om cirkularitet. Hela livscykeln? Vid användning?
- **Undvik abstrakta och generella begrepp** som cirkulärt, klimatvänlig, hållbar eller grön. Gör det lättare för mottagaren att förstå vad ni menar.
- Säkerställ att era **påståenden är underbyggda** och kan granskas. Bevisbördan ligger på er och ni behöver ha dokumenten tillgängliga.
- Jämför med andra på ett **rättvist** sätt. Säkerställ exempelvis att de tester och data ni hänvisar till bygger på jämförbara förhållanden.
- **Lyft själva fram era svagheter och prata öppet om era utmaningar.** Öppenhet signalerar ansvarstagande, bygger förtroende och visar era högt ställda ambitioner.
- Se till att alla som kommunicerar externt **kan reglerna för hållbarhetskommunikation**. Medarbetare som är trygga med era miljö- och klimatpåståenden är bättre ambassadörer för ert varumärke.

Klicka för mer information



Handelskammarens
checklista (extern länk)



Ekocentrums tips för
kommunikation (Steg 5)
(extern länk)



*) anpassat och plockat från Westander "10 tips om att undvika greenwashing"

Tidigare verktyg

Bläddra bland
verktygen

Verktyg för att bli en mer cirkulär kund

Cirkulära målkartan. En matris som illustrerar olika cirkulära strategier och målsättningar. Finns tillgängligt på svenska.

[Upphandling för att främja cirkulär ekonomi | Upphandlingsmyndigheten](#)

8 steg

[Circular Procurement in 8 steps | European Circular Economy Stakeholder Platform](#)

rapport på 150 sidor som är möjlig att läsa översiktligt och dyka ner i de steg som verkar mest relevanta.

Krav på
kompetens

Krav på
tid

Medel

Låg

Låg

Hög



Tidigare verktyg

Bläddra bland
verktygen

Tips och råd för struktur och mål

Lär er mer om cirkularitet, om ni inte riktigt vet vad ni vill göra. Klicka på ”Övergripande verktyg” till höger.

Integrera i er verksamhetsstyrning. Om ni arbetar i enlighet med ISO14001 eller 9001-standard, baka in cirkulariteten i den. Om ni rapporterar enligt CSRD eller GRI, anpassa efter det.

När ni bestämt er för vad ni vill - sätt mål!

Mål kan vara av olika slag, exempel:

- **Utredande**, dvs ta reda på mer innan beslut.
- **Aktiviteter**, dvs konkreta åtgärder som ska vidtas.
- **Övergripande**, minska klimatbelastningen med Y%. För att bli hanterbart, behöver sådana mål brytas ner så det blir begripliga och hanterbara för de som ska förverkliga dem.

Alla mål behöver vara förankrade, kommunicerade, realistiska och begripliga för dem det berör. För att de ska ha effekt behöver man också bry sig om hur det går med målen, följa upp dem och tillsätta resurser för genomförandet. Ett sätt att uttrycka det är ”SMART”, dvs: Specifikt, Mätbart (eller uppföljningsbart), Accepterat, Realistiskt och Tidssatt.

Klicka för mer information

- Övergripande verktyg
- Integrera i ISO14001 (extern länk)
- Exempel på KPI:er/nyckeltal
- Tips och råd om mätning



Tips och råd för mätning av cirkularitet

Att mäta kräver både tid och resurser, men kan även vara en ”styrsignal” dvs påverka vilka åtgärder ett företag vidtar. Det är därför viktigt att tänka igenom innan vad och varför man mäter.

Några tankar på vägen:

- **Vad är viktigt att mäta?** Koppla gärna det cirkulära till intäkter, produktionskostnader, kundnöjdhet. Detta så att det cirkulära kopplas tydligare till er affär.
- **Vad ska du ha mätvärdena till?** Följa effekterna av insatser ni gör? Följa utvecklingen av marknaden? Hitta nya åtgärdsområden? Välj mått som bäst ger den information ni behöver för syftet.
- **Vilka ska se och bry sig** om mätvärden? Anställda? Ägare? Kunder? Myndigheter? Vissa mätmetoder kan vara kravställda.
- Går det att göra mätning så att de **stärker kundrelationer**? Exempelvis genom att de ger möjlighet till relationsstärkande samtal.
- Innan ni börjar en ny mätning, **kolla om det redan finns mätningar som går att använda**? Exempelvis i bokföringen, i myndighetsrapportering, i kunddialog?

Klicka för mer information

- Mätning enligt standard
- Mätning för resurseffektivitet
- Exempel på KPI:er



Exempel KPI:er Key Performance Indicator (nyckeltal)

TILLVERKNING	PRODUKTER	TJÄNSTER
Energiförbrukning kWh/ producerad enhet	Nyttjandegrad (tid/produkt)	Procent sålt uthyrt/total försäljning
Spill (% , eller kr förlorat värde)	Andrahandsvärde på marknadsplats	Andel köpta fossilfria distributionstjänster
Kostnad avfall/producerad enhet	Genomsnittlig livslängd	Antal serviceavtal
Andel leverantörsavtal med cirkulära krav/önskemål som följts upp	Demonteringstid (minuter/produkt)	Antal renoveringar/total försäljning
Materialåtervinningsgrad (%)	Procent återvunnen råvara	Andel reparationstjänster utan reklamationer.

I slutrapporten för "Cirkulär affärsstyrning" finns fler exempel. Rapporten finns på RE:Sources hemsida

