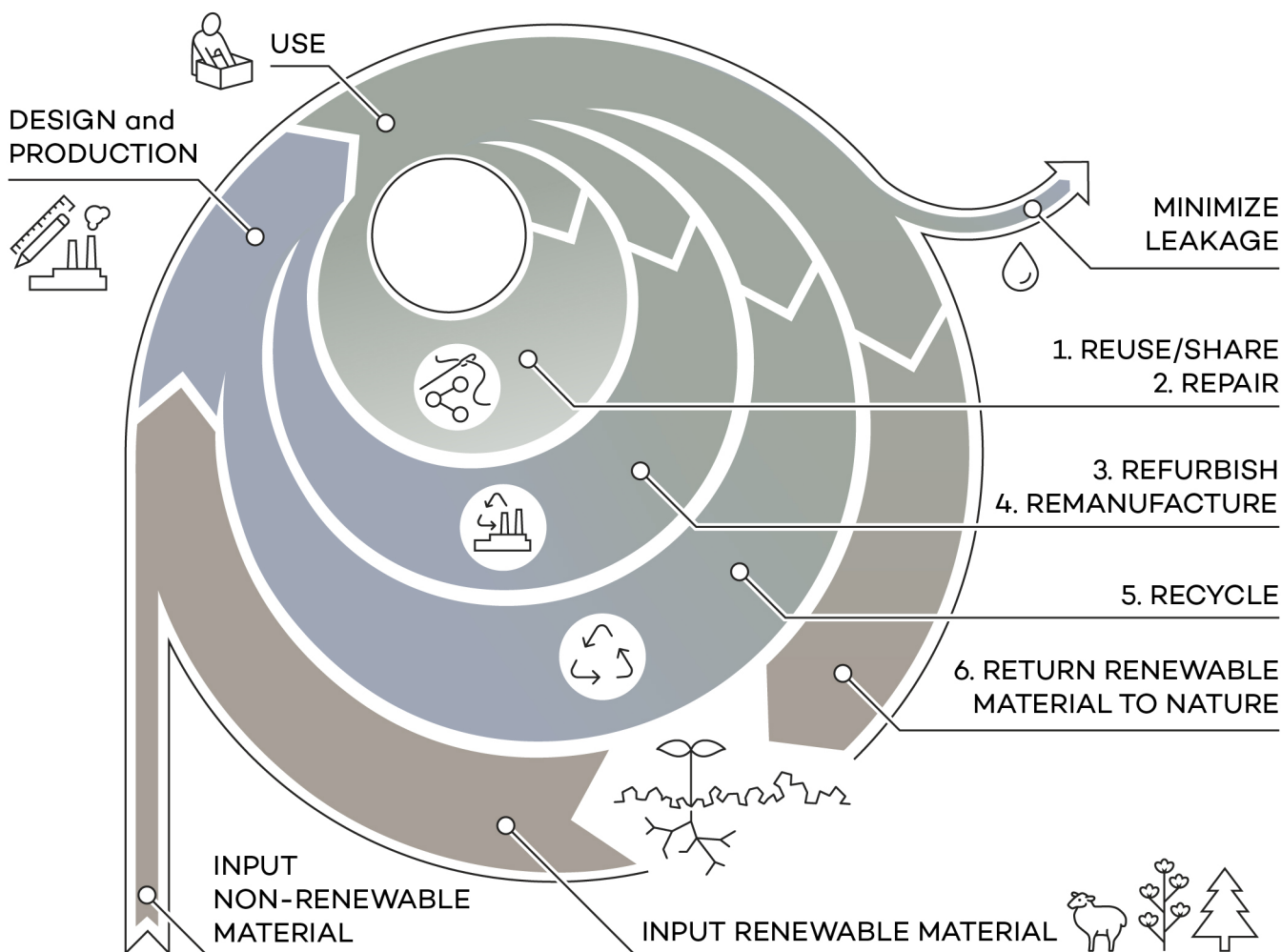


# HUR BLIR MAN CIRKULÄR?

GVK



*Nu räcker det inte längre att arbeta hållbart, med återvinning, minimerade koldioxidutsläpp och så vidare. Nu är inriktningen cirkulära materialflöden. Men vad innebär det i praktiken? Hur ska ett GVK-företag förhålla sig till det cirkulära? Det är inte lätt att få svar på sådana frågor. Så vi har ställt dem till två personer som bör veta, om någon: Johan Solberg på U&We som är konsulter i "hållbarhetsdriven affärsutveckling" samt Markus Olofsgård, konsult inom hållbarhet hos ÅF. Och fått deras synpunkter i ett långt och eftertänksamt samtal. Allt kanske vi inte håller med om, men det kan vara värt att tänka igenom ...*

Fyra jordklot om året. Det är vad vår mänsklighet skulle förbruka – om alla levde som vi svenskar lever idag. Vi är inte allra värst – fjorton andra rika länder ligger före oss i resurs-slöseriligan – men vi skulle kunna sträva mot att bli bäst!

Idag tror många att vägen dit är vad de kallar en cirkulär ekonomi. Bland dem den rödgröna regeringen som i augusti i år inrättade *Delegationen för cirkulär ekonomi* för att,

enligt innovations- och näringsminister Mikael Damberg: *"Bidra till minskad miljö- och klimatpåverkan och samtidigt underlätta för svenskt näringsliv att ligga i framkant på globala marknader."*

Att tänka cirkulärt innebär att göra allt man kan för att inte utnyttja jordens obrukade resurser utan istället se potentialen i till synes uttjänta produkter. Och att tänka på en produkts eller tjänsts hela livscykel, från råvaru-

utvinning via tillverkning och transporter till vad man gör när produkten tjänat ut sitt initiala syfte.

## ENORM POTENTIAL

Johan Solberg är en av konsulterna på företaget U&We som kallar sig "katalysatorer för goda affärer". För honom är goda affärer lika med affärer som är både ekonomiskt lönsamma och snälla mot vår planet och oss människor som bebor den.

**> BILDEN OVAN:**  
**ÅFS BESKRIVNING**  
av hur det cirkulära materialflödet fungerar – där nästan allt återvinns eller återanvänds och resursläckaget ur systemet minimeras. Illustrationen är gjord av ÅF/HM efter förlaga av Ellen MacArthur Foundation.

**> TEXT:**  
Monica Bengtsson

**> FORTSÄTTNING**  
på sid 30

*”Det finns ett växande intresse för vintagekakel. Det finns en marknad, om än liten för nedknackat kakel, och om det fanns ett större utbud skulle troligen efterfrågan öka. Det kanske skulle kunna bli lika stort som vintagekläder!”*

– Vi tror att vi återvinner. Men en studie (gjord av *Ellen MacArthur Foundation*) visar att vi i EU-länderna återvinner och återanvänder mindre än en tiondel av alla restprodukter vi ger upphov till ...

Den informationen kan man uppfatta på olika sätt. Johan Solberg väljer att se den från den ljusa sidan:

– Det finns med andra ord en enorm potential!

Hur uppfyller vi då denna potential?

– Vi måste ändra vårt beteende och konsumera mindre. Än så länge gör vi det inte i tillräckligt snabb takt. Tack och lov kan vi ta hjälp av tekniken. Historien visar att teknikutvecklingen kan komma att ta språng som vi inte kan ana oss till – se bara på den exponentiella ökningen av installerad solcellseffekt och den lika stora sänkningen av priset på solceller.

Men vi kan inte förlita oss enbart på tekniken. Den är ett hjälpmedel för oss att förändra vårt beteende och göra smartare val.

## ETT VERKTYG

Ett val som alla som arbetar med tätskikt och ytskikt skulle kunna göra är alltså att tänka mer cirkulärt. Då ser man helhetsbilden tydligare.

Johan Solberg nämner några saker man skulle kunna få syn på då.

– Hantverkare med bredare kompetens kan innebära mindre åkande fram och tillbaka till en byggplats. Någon kanske kommer på ett smartare sätt att torka ett underlag innan man monterar tät- och ytskikt än att låta en elslukande byggfläkt stå och snurra i flera dygn. Man kan göra materialval där inte bara tillverkningens miljöavtryck ingår i beräkningen, utan andra faktorer, som ett golvs livslängd och dess återanvändbarhet.

I en cirkulär ekonomi tänker man nämligen inte bara på återvinning

utan i första hand på återanvändning. Man tänker också att tillgång kan vara bättre än ägande.

– I golvvärlden skulle sådan funktionsförsäljning kunna vara ett incitament för att leverera ett ännu hållbarare golv – ett golv med mindre servicekostnader, lägre resursåtgång och lägre klimatpåverkan.

## NY HÖJD

Många inom golvbranschen arbetar klimatsmart. De väljer råvaror som har mindre påverkan på miljön, de väljer klimatsmarta transporter, de återvinner spill. Men räcker det?

Markus Olofsgård är konsult med fokus på hållbarhetsfrågor hos *AF*, som har som affärsidé att hjälpa andra att skapa hållbara teknik- och designlösningar. Han har i sitt arbete gjort miljöstudier åt många olika företag, bland annat inom golvbranschen, och då känt en frustration över hur snävt man än idag tolkar en verksamhets eller produkts miljöpåverkan och därmed hamnar i fällan suboptimering.

Ett företag tillverkar golv och väggar till ett badrum, ett annat monterar golven och väggarna som sedan i decennier underhålls av någon som alldeles för ofta använder kemikalier som är förödande för människor och miljö och kanske till och med förkortar livslängden på badrummet. När golvet och väggarna sedan har tjänat ut är det en fjärde aktör som river ut dem och en femte som försöker återvinna dem.

– Det blir lite meningslöst om man monterar rätt golv på rätt sätt, men sedan inte har någon koll. Man kan lämna råd om hur golvet ska underhållas eller återvinnas, men det finns alltid de som tror sig veta bättre eller vill spara pengar.

Markus Olofsgård tillstår att det tog ett tag innan han själv var redo att ta talet om cirkulär ekonomi på riktigt allvar.

– På sätt och vis har liknande tankar funnits i olika former sedan 1970-talet, och det har känts som om det handlat om samma sak fast med ett nytt namn påklustrat. Men nu känns det som om avsikterna tagit ny höjd, när företag faktiskt gör om sin affärsmodell för att bli mer cirkulära.

Han drömmer om en golvbransch som följer sina produkter och tjänster från vaggan till graven; att tillverkare och montörer knyts tätare ihop, men också att man inte är klar när man lagt in golvet utan står för underhåll, reparationer, nedmontering, återbruk ...

## SYSTEMATISERAD ÅTERKOPPLING

Johan Solberg och hans kolleger på *U & We* har hjälpt *Golvkedjans* företag att klimatberäkna sin egen verksamhet. Det inkluderar deras energiförbrukning, hur deras egen verksamhet påverkar miljön och deras resor. Men nästa steg vore att se hur deras verksamhet passar in i en hel livscykel.

– En svårighet för aktörerna inom golvbranschen är att det inte är ett företag som har ett helhetsgrepp på hela kedjan.

När det är olika företag som tillverkar, monterar, sköter, river, återvinner och återbrukar gäller det att förbättra möjligheterna att hjälpa och inspirera varandra.

– En golvläggare får ju ta emot en färdig produkt men kan tipsa tillverkaren om hur mattor, kakel, klinker, lim och fix fungerar i verkligheten.

Återkoppling mellan olika led förekommer såklart, men är enligt Johan Solberg inte fullt utvecklad och systematiserad än.

– I golvbranschen finns väldigt många duktiga aktörer. Kunskaperna och även viljan finns så vitt jag kan förstå. Det gäller bara att knyta ihop säcken.

I det arbetet är livscykelanalyser av en produkts eller tjänsts klimatpåverkan ett bra jämförelsemått som gör det möjligt för alla inblandade parter att tala samma språk. Man kan jämföra äpplen och päron helt enkelt.

## DESIGNA FÖR ÅTERBRUK

Det underlättar när man ska tänka djupare och bredare. Att tänka på återanvändningen redan när man väljer råmaterial och när man designar sin produkt.

– Titta på de förpackningar som är tillverkade av kartong, metall och plast på en gång. Sådana lösningar kan innebära att två tredjedelar av en sådan förpackning i praktiken är

## CHECKLISTA

### för den som vill bli cirkulär

Fråga dig om din organisation designar produkter som går att

- återvinna
- återanvända
- plocka isär
- återförsälja
- energiåtervinna
- kompostera

Tål din affärsmodell att produkterna används mer cirkulärt?



omöjlig att återvinna, säger Johan Solberg.

— Till ett badrum skulle man till exempel kunna tänka sig att man utvecklade lim eller fix som gjorde mattor eller keramik lättare att tvätta rena och återanvända eller åtminstone återvinna.

Idag eldas mycket rivningsmaterial, men med lite fantasi och uppfinningsrikedom kanske det skulle gå att återvinna eller till och med återanvända det.

— Kommersiella hyresvärdar byter väldigt ofta slentrianmässigt ut golv- och väggbeklädnader när det kommer en ny hyresgäst. Med en klimatberäkning och lite extra insatser och hjälp från golvläggaren när man gör i ordning ett badrum kanske hyresvärderna kan erbjuda hyresgästen en lägre hyra om han kan tänka sig att behålla det gamla golvet i badrummet?

## VINTAGEKAKEL

ÅFs Markus Olofsgård funderar också på varför vi svenskar byter badrum så ofta. Är vi osäkra på det gamla badrummets funktion, eller tycker vi helt enkelt att det är fult?

— Ingen, varken tillverkare eller kund, vill väl satsa på ett ytskikt som skulle kunna hålla i sjuttio år när designen kan bli utdömd efter fem. Om du väljer ett neutralt, grått kakel tror du att du väljer ett ytskikt som kan stå pall för modets alla svängningar. Det trodde de nog på 1970-talet också, när de valde brunt kakel med blommönster...

— Däremot kan man knappast göra fel om man tar fram ett tätskikt med oändlig livslängd.

Men då gäller det alltså att tänka på framtiden med den konstruktion man gör.

— Att ta ner kakel utan att skada tätskiktet är inte lätt. Men om tillverkare och montörer slår sina kloka huvuden ihop kan de säkert komma på något revolutionerande.

Det kan finnas en särskild poäng med att riva ner kakel oskadat.

— Det finns ett växande intresse för vintagekakel. Det finns en marknad, om än liten, för nedknackat kakel, och om det fanns ett större utbud skulle troligen efterfrågan öka – det är lättare att efterfråga det som



› JOHAN SOLBERG, konsult på U & We, trivs på ett golv tillverkat av spöknät – gamla fisknät i plast som driver runt i haven och som har samlats in runtom i världen och blivit en råvara som bland andra Interface tillverkar nya golv av.

› FORTSÄTTNING  
på sid 32



## NUDIE JEANS

Nudie Jeans säljer jeans som är både rättvisa och tillverkade av ekologisk bomull och dessutom helt otvättade och oblekta – det moderiktiga slitaget får kunden själv stå för. Helst genom att använda dem i ett halvår utan att tvätta dem. Går man alltför hårt fram mot sina jeans kan man lämna in dem till närmaste *Repair Shop* (så kallas Nudies butiker numera) och få dem lagade helt gratis, oavsett när eller var man köpt dem. Tröttnar man ändå på sina gamla Nudie-jeans och vill byta modell kan man byta in dem i butiken mot en rabatt på de nya jeansen. Efter uppträffning säljer Nudie de inlämnade jeansen till dem som trots allt inte har tålamodet att gå in sina jeans själva. Helt utslitna jeans blir antingen till lappar för lagning eller helt andra produkter.

Nudie försöker till och med återbruka så mycket som möjligt av den ursprungliga inredningen när de övertar en affärslokal för att starta upp en ny *Repair Shop*. I bästa fall även golven ...



› **MARKUS OLOFSGÅRD** arbetar i en fastighet som byggts av ett företag och sedan direkt sålts till ett annat som hyr ut den. Hur gör man då med kostnaderna och vinsten av ett cirkulärt tänkande vid byggnationen?

finns än det som inte finns. Det kanske skulle kunna bli lika stort som vintagekläder!

Första reaktionen kanske är: Varför skulle en industri som tillverkar golv vilja medverka till att människor inte köper det de tillverkar utan istället produkter som är femtio, hundra år gamla?

– Men å andra sidan, tänk vilken bra reklam det vore att kunna visa upp att ens produkter håller i evigheter ...

## CIRKULÄRA JEANS

Markus Olofsgård har stort förtroende för golvbranschens möjligheter att komma på nya produkter och tekniker.

– Den stora utmaningen är att komma på hur man får ekonomi i det hela.

Det kanske kan förefalla udda, men när han ombeds ge ett exempel på ett företag som lyckats genomföra ett cirkulärt koncept redan idag, är det första som dyker upp i hans hjärna jeansföretaget *Nudie*, med rötterna i Göteborg.

– Någon liknande form av återbruk av golv skulle kunna vara ett första steg. Vilken marknadsföring! Vi köper tillbaka ert gamla golv för tio procent av priset. En sorts pant på fler produkter än läskflaskor ...

## PRENUMERERA PÅ BADRUM

Grundläggande i en cirkulär ekonomi är, enligt Markus Olofsgård, att inse att vi tror att vi vill ha en produkt, men det vi egentligen är ute efter är en lösning på ett problem.

Men företagen ska ju tjäna pengar på att sälja grejer. Eller?

Om miljövännen tidigare har pratat om återbruk och återvinning så talar förespråkarna för en cirkulär ekonomi gärna om en helt ny affärsstrategi, när de talar om att sälja en funktion i stället för en produkt.

Man kanske behöver en bil som uppfyller vissa kriterier – men man måste inte äga den. Pilotprojekt med stadsdelar där man delar allt från leksaker till verktyg och tjänster och ytor, pågår idag i några av våra största städer.

– Om femtio år säljer man kanske inte bilar, utan tjänsten att ta sig från en plats till en annan. Funktionen

istället för egendom.

– Så man skulle ju faktiskt kunna tänka sig att man prenumererar på badrum. Att en fastighetsägare eller en bostadsrättsförening istället för att göra en stor engångsinvestering vänder sig till ett företag som säljer funktionen "ett hållbart, lättskött och återbrukbart badrum" och betalar en månadsavgift för det.

Då skulle golvläggaren inte bara lägga in ett nytt golv utan medverka till att golvet sköts på rätt sätt, komma och reparera golv som gått sönder, riva golv och väggar som tills sist blivit utslitna. Och han skulle arbeta med tät- och ytskikt från leverantörer som tillverkar golv och väggar som kan återanvändas.

– Det gäller att se nya affärsmöjligheter. Man har kunskap och kompetens – det handlar bara om att tjäna pengar på att använda dem på ett annorlunda sätt.

## STÖDSYSTEM

Men säkert kan man stöta på lite oväntade problem om man byter affärsmodell.

– Hela vårt samhälle är uppbyggt på en linjär ekonomi. Alla ett företags stödsystem är tänkta att understödja en sådan affärsidé. Nu är jag inte ekonom, men jag antar att det kräver ett nytt tankesätt när man ska hantera bokföringen av betalningen för ett badrum när betalningen inte kommer in som en stor klumpsumma utan kommer droppande in varje månad under överskådlig framtid.

– Ett annat exempel är huset vi sitter i. Det byggdes av ett företag som sålde till ett annat företag som hyr ut det till oss. Om den som bygger en fastighet lägger ned pengar på att satsa på hållbara material – vem ska då häva in vinsten?

Bland annat med tanke på liknande scenarier påpekar Markus Olofsgård att det är viktigt att diskussionerna om cirkularitet inte stannar på företagens miljöavdelningar utan letar sig in i styrelserummen.

## FLERA DRIVKRAFTER

Men varför göra sig besväret? Ett företag är ju till för att tjäna pengar, inte för att rädda världen. U & Wes Johan Solberg menar absolut att man kan göra både och.

– Självklart är en viktig drivkraft i en cirkulär ekonomi att insatserna ska spara pengar likaväl som miljö. Men goodwill är också en vinst. Och att få hjälpa andra att hantera sin klimatångest. Eller hantera sin egen.

– Alla företag med självaktning säger att de vill jobba mot FN:s globala mål och att då hjälpa en beställare att bidra till det arbetet innebär en stor affärsnytta.

## PILOTPROJEKT

– Det finns mycket att tjäna. Om man ger sig in i leken med öppna ögon.

Det är svårt att vara först. Man lägger ned tid och pengar som efterföljarna inte behöver offra när de hoppar på tåget. Ett misslyckande kan bli förödande. Men lyckas man, kan ens mod innebära jättevinst.

Markus Olofsgårds förhoppning är att någon eller några av de stora aktörerna inom till exempel golvbranschen – för byggbranschen är en viktig bransch när det kommer till miljöarbete – går i bräsch genom att åtminstone starta pilotprojekt.

– En enstaka succé räcker kanske inte, men tre, fyra stycken lyckade projekt skulle säkert kunna innebära att väldigt många mycket snart följer efter.

Tack och lov behöver inte hela förändringen ske över en natt.

– Linjär ekonomi sliter på människan och planeten. Men cirkulär ekonomi är inte ett mål i sig. Vi kan börja med att sikta in oss på det som ger mest effekt. Batteritillverkare till exempel kanske inte ska fokusera på plasthöljet utan de sällsynta jordartsmetallerna.

## BAKOM KULISSERNA

Han är så helt övertygad om att cirkulärt tänkande är svaret på planetens och mänsklighetens överlevnad att det bara är en fråga om när, inte huruvida, alla smarta människor inser att de ska börja med det.

– En stor del av företagens omvärldsbevakning torde handla om detta och måste påverka affärsstrategin. Sedan kan tolkningen bli väldigt olika. Ett företag uppfinner sig själv på nytt, ett annat börjar med att finjustera sin verksamhet åt det cirkulära hållet.

Markus Olofsgård menar att vårt ökande utnyttjande av vår planets resurser och planetens ökande befolkning kommer att innebära att det blir en sådan brist på jungfruliga råmaterial, som batteriernas jordartsmetaller, att det snart inte kommer att bli kostnadsmässigt hållbart att använda ens förnybara råvaror på det sätt vi är vana vid.

– I själva verket kan det nog hända mer bakom kulisserna än vi tror ...

Han misstänker att det i näringslivet finns en inbyggd drivkraft att bli bättre hela tiden – även på miljöarbete.

– Inget seriöst företag nöjer sig med sex procents vinst, alla vill ha mer och mer. Troligen gäller det också miljömålen – alla vill bli bättre och bättre.

Och så mycket roligare att göra det innan man tvingas till det av lagar eller nöd eller för att man hamnat på efterkälken ...

– Man tar vara på den stora kompetens som finns inom företaget och vidareutvecklar den. Då blir inte cirkularitet ett hot utan en möjlighet. Då får man inte mindre att sälja utan mer, då blir inte arbetstillfällena färre utan mycket fler.

## HJÄLP ANDRA ATT PÅVERKA

Ett skäl till att det cirkulära tänkandet ännu inte riktigt slagit igenom i golvbranschen, tror Johan Solberg hos U & We, kan vara att efterfrågan saknas från beställarna.

– Ett exempel är fastighetsbolagen. De arbetar för hållbarhet, men har inte börjat efterfråga cirkulära lösningar.

Han menar dock inte att beställarna ska få bära hela hundhuvudet:

– Företag kan inte bara vänta på att beställare ska ta första steget. Man går inte in på en köttrestaurang och frågar efter fisk ... Jag tror att intresset finns om bara golvföretagen erbjuder sina kunder möjligheten.

– Vår affärsidé är att hjälpa andra att påverka andra. Det kan en golv-tillverkare och en golvläggare eller plattsättare också göra. ■

*"Man skulle kunna tänka sig att man prenumererar på badrum. Att man istället för att göra en stor engångsinvestering vänder sig till ett företag som säljer funktionen 'ett hållbart, lättskött och återbrukbart badrum' och betalar en månadsavgift för det."*