



Oslo

Toftes gate



Håndbok for deg som ønsker å etablere en sirkulær møteplass – inspirasjon og praktisk guide

Publisert juli 2024

Innhold

Innledning	3
1. Hva er en sirkulær møteplass	4
1.1. Hva kjennetegner et sirkulært konsept?	5
1.2. Sirkulære møteplasser og sosial bærekraft	6
2. Idéutvikling	8
3. Driftsmodeller og samarbeid	10
3.1. Eksempler på driftsmodeller og samarbeidsformer	10
3.2. Finn samarbeidspartnere	17
3.3. Kommunen som medspiller	18
3.3.1. Kommunale etater og virksomheter innen miljø og klima i Oslo kommune	18
3.3.2. Muligheter for samarbeid med kommunen	19
4. Økonomi, forretningsmodell og selskapsform	20
4.1. Budsjett	21
4.2. Finansielle støtteordninger	21
4.3. Forretningsmodell	23
4.3.1. Oppstartsbedrifter med økonomiske mål	23
4.3.2. Sirkulære forretningsmodeller	23
4.3.3. Oppstartsbedrifter med sosiale mål	24
4.4. Selskapsform	24
5. Regelverk	25
6. Plassering og lokaler	27
7. Markedsføring	32

Innledning



Oslo kommune vil tilrettelegge for et bærekraftig og redusert forbruk for å følge opp ambisjonen om at Oslo skal bli en grønnere, varmere og mer skapende by med plass til alle. Sammen med næringslivet, frivillige organisasjoner, forskningsinstitusjoner og innbyggere skal kommunen legge til rette for deling og utlån, sambruk av lokaler, bruktmarkeder, loppemarkeder, reparasjon, ombruk og bytting.¹

I Oslo finnes det flere kommunale, frivillige og private aktører som legger til rette for bærekraftig og redusert forbruk. Av kommunale og frivillige initiativer kan nevnes utlån av sports- og fritidsutstyr i bydelene, utlån av bøker, musikkinstrumenter og verktøy på bibliotekene, ombrukstilbudet på gjenvinningsstasjonene, og bytting av klær og ting gjennom familiesentre, helsestasjoner og aktivitetshus. I tillegg finnes det en rekke private aktører innen reparasjon og ombruk, og det har vokst fram en større interesse for reparasjon gjennom arrangementer der folk kan få hjelp til for eksempel å fikse sykler, klær eller ødelagt småelektronikk.

For å legge til rette for flere aktører og sirkulære løsninger jobber kommunen blant annet med forsknings- og utviklingsprosjekter, nettverks- og kommunikasjonsarbeid, i tillegg til ulike støtteordninger.

Denne håndboken er ment som inspirasjon og en praktisk guide for deg som ønsker å etablere en sirkulær møteplass.

Håndboken deler både tips til hvordan du kan komme i gang med enkle aktiviteter, og den gir verktøy for forretningsutvikling rettet mot større prosjekter. I håndboken kan du lese om eksempler på driftsmodeller, lokaler, markedsføring og relevant regelverk.

Målgruppen er bred, og ikke alt av innholdet er relevant for alle. Derfor har vi valgt å organisere deler av innholdet i bokser og merke dem med målgruppen. Vi skiller da mellom informasjon rettet mot deg som vil lage et mindre initiativ,

typisk et arrangement, og informasjon rettet mot deg som vil lage et større, mer permanent initiativ.

Håndboken inneholder mange lenker til videre informasjon og fungerer derfor best i et digitalt format.

Denne håndboken er utarbeidet av Renovasjons- og gjenvinningsetaten i samarbeid med Bymiljøetaten og Bykuben.

Vi håper håndboken kan bidra med nyttig kunnskap på veien for sirkulære møteplasser i oppstartsfasen.

¹⁾ Framtidens forbruk – strategi for bærekraftig og redusert forbruk 2019–2030 Byrådssak 249/19

1.

Hva er en sirkulær møteplass?

Vi har valgt å definere en sirkulær møteplass som et fysisk sted som rommer aktiviteter innenfor sirkulære konsepter, og som i tillegg fungerer som en møteplass for folk og idéer.

Sirkulære konsepter dreier seg om aktiviteter eller tilbud som reduserer materielt forbruk, og kan for eksempel skje gjennom deling, utlån, ombruk, bytting, reparasjon eller redesign.

En sirkulær møteplass kan enten være et fast tilbud eller være midlertidig, som for eksempel et arrangement eller en aktivitet. I noen tilfeller vil den sirkulære aktiviteten være en del av et bredere tilbud, som utlånsordningen for verktøy på bibliotekene. I tillegg kan en sirkulær møteplass være et samlingsted for grønne virksomheter og tjenester.

Sirkulære møteplasser kan involvere ulike aktører og startes og driftes på ulike måter. Noen av eksemplene vi beskriver i håndboken driftes og finansieres av kommunen eller private alene, mens andre er et spleiselag eller delt innsats mellom offentlige, frivillige og private aktører.

Kort oppsummert inkluderer vår definisjon et bredt spekter av sirkulære initiativer som har til felles at de bringer folk sammen, og støtter overgangen til en mer sirkulær økonomi. Håndboken inkluderer ikke digitale markedsplasser, som for eksempel Finn.no og Facebook-grupper.



1.1. Hva kjennetegner et sirkulært konsept? ²

Et sirkulært konsept bidrar til å redusere behovet for uttak av naturressurser. Med andre ord, sirkulære konsepter kan være med å forandre dagens vane fra bruk og kast til et mer bærekraftig og redusert forbruk.

I det følgende fokuserer vi på sirkulære konsepter som handler om materielt forbruk. Disse konseptene kan deles inn i tre hovedkategorier basert på hvordan de påvirker det materielle forbruket: redusere, dele og sirkulere, og erstatte.

Å redusere viser til å redusere forbruket av materielle ressurser. På den måten reduseres behovet for å hente ut råmaterialer fra naturen, såkalte jomfruelige materialer. Eksempler på metoder for å redusere er å designe produkter med færrest mulig materialer, på en måte som gir minst mulig avfall i produksjonsfasen. Som forbruker kan du redusere ditt materielle forbruk ved å handle mindre nytt, og ved å dreie forbruket over mot opplevelser og tjenester fremfor materielle produkter.

Å dele og sirkulere viser til å holde ressursene i bruk så lenge som mulig, før vi erstatter dem. Dette handler både om hvordan produkter og tjenester blir designet, og hvordan vi bruker dem. Eksempler på strategier som bidrar til å dele og sirkulere kan være å legge til rette for ombruk (at ting brukes om igjen av ny eier), reparasjon, redesign, deling og å tilby tjenesten fra et materielt produkt fremfor eierskap til produktet. Et eksempel på sistnevnte kan være å tilby lys, istedenfor lysærer. I designfasen betyr dette å ta valg som resulterer i produkter som varer lenge, muligheten for å bytte ut deler, reparasjon og oppgradering.

Å erstatte handler om produktsubstitusjon, altså en erstatning av miljø- og klimabelastende produkter med produkter med lavere miljøbelastning, mindre miljøgifter og mindre ressurs- og energifotavtrykk. Bruk av resirkulerte råmaterialer istedenfor nye råmaterialer, design for materialgjenvinning, ved for eksempel å unngå bruk av blandede materialer som ikke lar seg materialgjenvinne, eller å sørge for at ulike materialer enkelt kan skilles i materialgjenvinningsprosesser, er eksempler på strategier som bidrar til å erstatte. Som forbruker kan du bidra ved å velge produkter laget av resirkulerte materialer som kan gjenvinnes hvis du må kjøpe et nytt produkt.

Sirkulær sjekkliste



Hvordan bidrar mitt konsept til å redusere materielt forbruk?

Det kan for eksempel være å tilby opplevelser fremfor produkter, få folk til å skaffe seg færre ting, eller designe produkter som trenger mindre mengder materialer.



Hvordan bidrar mitt konsept til å fremme deling og sirkulering?

Det kan for eksempel være å tilby reparasjonstjenester, kurs i reparasjon, redesign, salg av brukte varer, leie og leasing.



Hvordan bidrar mitt konsept til å erstatte?

Det kan for eksempel være bruk av resirkulerte materialer i nye produkter, designe produkter som er egnet for gjenvinning, og velge produkter laget av resirkulerte materialer og som igjen kan gjenvinnes.



Nyttige lenker om sirkulære konsepter:

- [Online kurs – Circular Economy -Sustainable Material Management](#)
- [Kurskompendium – Circular Economy – Sustainable Material Management](#)
- [Framtidens forbruk – strategi for bærekraftig og redusert forbruk 2019-2030 \(pdf\)](#)

²⁾ Dette kapittelet baserer seg på innholdet som du finner i lenkene ovenfor.

1.2. Sirkulære møteplasser og sosial bærekraft

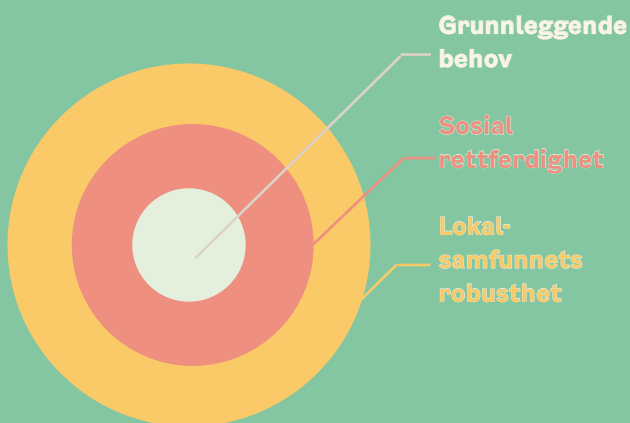
I dette kapittelet introduserer vi begrepet sosial bærekraft. Vi presenterer også en sjekkliste for hvordan den sirkulære møteplassen kan bidra til den sosiale bærekraft-dimensjonen.³

Bærekraftbegrepet består av flere dimensjoner. Det er vanlig å dele det inn i miljømessig, sosial og økonomisk bærekraft. Sosial bærekraft er et vidt begrep som favner flere faktorer, både fysiske og ikke-fysiske.

Noen av begrepene som kan knyttes sosial bærekraft er helse og livskvalitet, lik tilgang til ressurser og goder, inkludering, medvirkning, stedsidentitet, tilhørighet og trygghet og gode omgivelser.

Ifølge NIBR By- og regionforskning er sosial bærekraft et begrep som kan forstås langs tre dimensjoner: grunnleggende behov, sosial rettferdighet og lokal samfunnsrobusthet.

Hva er sosial bærekraft?



Grunnleggende behov

Den første dimensjonen handler om at folks grunnleggende behov ivaretas. Grunnleggende behov dreier seg om nødvendige fysiske behov som helse, til materielle behov som utdanning og arbeid. I tillegg handler det om psykososiale faktorer som selvrespekt og identitet, livskvalitet og trivsel.

Sosial rettferdighet

Den andre dimensjonen dreier seg om å sikre sosial rettferdighet. Sosial rettferdighet handler om hvordan grunnleggende behov og muligheten til å oppleve livskvalitet og trivsel er fordelt, for eksempel mellom grupper og geografi i samfunnet. Det dreier seg om like muligheter uavhengig av for eksempel kjønn og inntekt til å tilegne seg goder og ressurser.

Lokalsamfunnets robusthet

Den tredje dimensjonen handler om å bygge opp lokalsamfunnets robusthet. Lokalsamfunnets robusthet dreier seg om sosiale relasjoner, arenaer og sosial integrasjon i nærmiljøet. Sentralt er omfanget av sosial tilhørighet og sosial kapital i et lokalsamfunn.

Sjekkliste – hvordan bidrar din sirkulære møteplass til sosial bærekraft?

- Hvordan bidrar den sirkulære møteplassen til innbyggernes grunnleggende behov, som helse, livskvalitet og trivsel?
- Hvordan bidrar den sirkulære møteplassen til sosial rettferdighet, for eksempel lik tilgang til goder og ressurser?
- Hvordan bidrar den sirkulære møteplassen til lokalsamfunnets robusthet, for eksempel ved å styrke sosiale relasjoner, arenaer og økt sosial integrasjon i nærmiljøet?

Sirkulære møteplasser kan som en sosial arena i nærmiljøet, bidra til alle de tre dimensjonene. For eksempel kan den bidra til å styrke enkeltpersoners følelse av identitet, tilhørighet og innflytelse. Den kan også støtte opp under lokalsamfunn ved å tilby kollektive, lokale arenaer for koordinering av idéer og aktiviteter. I tillegg kan den fungere som en informasjonsplattform mellom kommune, offentlige myndigheter og innbyggere.

³⁾ Dette kapittelet baserer seg på webinaret *Sosial bærekraft - hvordan kan natur og kulturmiljø bidra?* Nordisk webinar 12. september 2022 i regi av Klima- og miljødepartementet og Nordisk ministerråd.



Barnehagebarn med Løkkabonden i Sofienbergparken.

Foto: Nikolai Kobets Freund/Oslo kommune

2. Idéutvikling

Ønsker du å komme raskt i gang med en sirkulær møteplass eller aktivitet, er det mange eksempler på aktiviteter du kan teste ut. Ønsker du derimot å utvikle et nytt konsept, vil prosessen ofte starte med idéutvikling. Hva er behovet eller problemet din løsning skal svare på?



Ombrukspop-up på Trosterud.
Foto: Silje Slåtten Thoen / Oslo kommune

Det finnes mange sirkulære møteplasskonsepter med oppskrifter rettet mot arrangører.

Ombruksmarked:

- [Tipsliste og materiell for arrangører av klesbyttemarked](#)
- [Tips til nabolagsmarked](#)
- [Nabolagsmarked før komprimatorbilen](#)
- [Guide til miljøvennlige nabolag](#)
- [Veileder for gjenbruksmarked rettet mot barnhage og ungdomsskole](#)

Fiksefest:

- [Fiksetips](#)
- [Informasjon om hvordan bli en fikser](#)

Sømkurs og redesignverksted:

- [Tips til reparasjon og redesign](#)

Ønsker du å utvikle et nytt konsept for en sirkulær møteplass, kan en [oppskrift på idédugnad ved bruk av tankekart](#) være en god start.

Idéutvikling starter med å definere behovet din idé skal svare på. Trenger du hjelp til å definere behovet, kan du benytte:

- [Oppskrift på en god behovsbeskrivelse](#)
- [Ungt entreprenørskaps tips til idéutvikling](#)

Neste steg er en problem- eller mulighetsanalyse, som innebærer å beskrive problemet du ønsker å løse eller en mulighet du ser. Tenk på hvordan problemet er relevant for Oslo som by. Er du godt kjent med problemstillingen du vil jobbe med? Hvem er det som opplever problemet du ønsker å løse? Har du gjennomført brukerundersøkelser om tema hos målgruppen, eller er denne kunnskapen tilgjengelig et annet sted?

Etter at du har vurdert behovet og gjennomført en problem- eller mulighetsanalyse, vurderer du hvordan utfordringen du har identifisert kan lede til et innovativt pilotprosjekt. Fokuser heller på utfordringen enn løsningen. Se flere tips fra [Collaborative Innovators](#).⁵

Har du en idé til et prosjekt, men trenger litt hjelp til å komme i gang? I [Digitaliseringsdirektoratets prosjektveiviser](#) finner du ressurser som kan hjelpe deg fra idé til gjennomføring.

Mange organisasjoner kan bistå oppstartsbedrifter med å utvikle og teste innovative idéer og løsninger.



Nyttige lenker om idéutvikling:

- Pilotprogrammer, anskaffelser og andre muligheter
- Støtteorganisasjoner, akseleratorprogrammer og inkubatorprogrammer

⁵⁾ The City of Oslo as a testbed and engine for innovation

3.

Driftsmodeller og samarbeid

En driftsmodell beskriver samarbeid, organisasjon og finansiering av den sirkulære møteplassen. Et nyttig sted å starte for å finne riktig driftsmodell er å stille seg spørsmålet: Hvem kan ha tilsvarende mål som oss, og derfor interesse av å bidra til oppstart eller drift av møteplassen?



To gode kolleger. Foto: Nikolai Kobets Freund/Oslo kommune

3.1. Eksempler på driftsmodeller og samarbeidsformer

Samarbeid mellom ulike aktører kan bidra til å skape initiativer som den enkelte aktør ikke ville startet alene. I tillegg kan samarbeid bidra til å fordele risiko på flere og gi initiativet nye dimensjoner. Samarbeid kommer i mange former og det finnes ingen fasit på hvordan man bør innrette et samarbeid. Hva som er hensiktsmessig med tanke på hvem dere bør samarbeide med, hvilke aspekter dere bør samarbeide om, grad av involvering og risikofordeling mellom de ulike partene er noe som må vurderes for hvert enkelt prosjekt.

Eksempelene på de neste sidene er ment som inspirasjon til ulike måter å organisere og drifte en sirkulær møteplass på.



Kommunale initiativer

I Oslo kommune finnes det i dag flere sirkulære møteplasser som eies og driftes av kommunen selv. Eksempler på dette er små gjenvinningsstasjoner, biblioteker og utlåns- og bytteordninger i bydelene.

Flere av de kommunale sirkulære møteplassene drives av én enkeltaktør. Andre har blitt til og driftes gjennom samarbeid på tvers av kommunens virksomheter.

Eksempler på kommunalt drevne sirkulære møteplasser er Lindeberglokalet, Nærmiljøhuset Rachel Grepp, FRIGO og Folkeverkstedet.



Lindeberglokalet.
Foto: Philip August Elde Frigaard / Oslo kommune

Lindeberglokalet

Lindeberglokalet er en kommunalt drevet gjenvinningsstasjon, ombruksstasjon og sosial møteplass for lokalbefolkningen på Lindeberg.

Driftsmodell og samarbeid

Lokalet drives og finansieres gjennom en samarbeidsavtale mellom Renovasjons- og gjenvinningsetaten og Bydel Alna. Driftsutgifter til én ansatt, husleie og felleskostnader fordeles mellom bydel og etat. Det samme gjelder for kostnader til oppussing. Frem til 2018 fungerte Lindeberglokalet som kontor og møteplass for områdeløftet på Lindeberg. På kveldene arrangeres det aktiviteter i regi av lokale frivillige organisasjoner som låner lokalet.

[Mer om Lindeberglokalet](#)

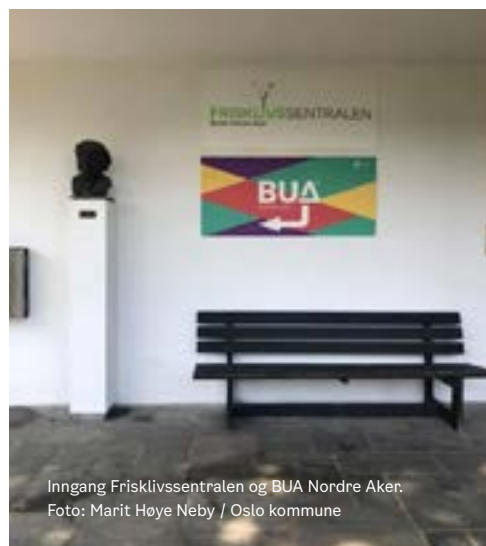
Nærmiljøhuset Rachel Grepp

Huset rommer tilbudene Frisklivssentralen, BUA Nordre Aker – utlån av gratis fritidsutstyr, sykkelverksted og åpen møteplass for ungdom. Lokalene leies ut til frivillige organisasjoner, idrettsforeninger, kulturliv og andre som holder til i Nordre Aker. Huset har en gjennomgående miljøvennlig profil med fokus på gjenbruk, plastfri drift og innkjøp av brukt inventar.

Driftsmodell og samarbeid

Huset og tilbudene driftes av Bydel Nordre Aker. Bydelen leier også ut lokalene.

[Mer om Nærmiljøhuset Rachel Grepp](#)



Inngang Frisklivssentralen og BUA Nordre Aker.
Foto: Marit Høye Neby / Oslo kommune



Glade ungdommer på FRIGO. Foto: FRIGO

Friluftssenteret i Gamle Oslo (FRIGO)

FRIGO tilbyr gratis utlån av frilufts- og sportsutstyr til skoler, frivillige organisasjoner og privatpersoner. De arrangerer turer for skoleklasser, fritidsaktiviteter og ferietilbud for barn og ungdom. I tillegg tilbyr de gratis utlån av utstyr ved flere åpne møteplasser i byen, som Rudolf Nilsens Plass ved Vahl skole, Jordal skatepark, Gamlebyen skatepark, Olafiagangen på Grønland, skiutlån ved Lillomarka arena med flere. FRIGO gir også veiledning til enkelt vedlikehold og reparasjon av sykler og skateboard. Utstyret som brukes i FRIGOs aktiviteter og som lånes ut ved FRIGOs utstyrs-lager skal være attraktivt og i god stand. Noe av utstyret som lånes ut er hentet på byens gjenvinningsstasjoner.

Driftsmodell og samarbeid

FRIGO driftes av Bydel Gamle Oslo. Flere av tilbudene har blitt til ved å trekke inn eksterne samarbeidspartnere. Samarbeidspartnere er Oslo Vinterpark, Den Norske Turistforeningen, Eivind Astrups Allmenntilgittige Stiftelse, Skiforeningen, Tøyen Sportsklubb, Jordal Rulleklubb, Gamlebyen sport og fritid, Bymiljøetaten, Norsk maritimt museum, Seilskuta Vega, Sjøkorpset i Oslo, BUA, OXLO, Vindskift og Skur 13.

[Mer om Friluftssenteret i Gamle Oslo \(FRIGO\)](#)

Folkeverkstedet

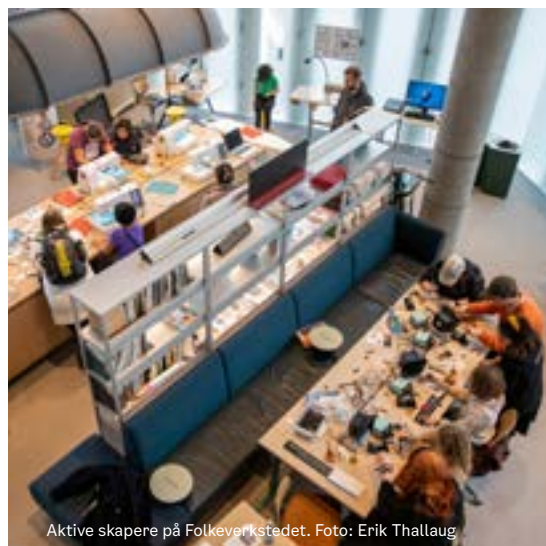
Folkeverkstedet er et skaperverksted i Deichman Bjørvika som er åpent for alle. Her finner innbyggerne et bredt utvalg av verktøy og maskiner. Verktøyparken er selvbetjent og må bookes på forhånd. De ansatte bistår med hjelp når de har kapasitet. Tilbudet er gratis med unntak av betaling for enkelte materialer.

Det arrangeres jevnlig kurs innen søm, reparasjon og lignende. Folkeverkstedet fungerer som en møteplass hvor du kan treffe andre med samme nysgjerrighet og skaperglede.

Driftsmodell og samarbeid

Tilbudet driftes av Deichman, som er en av etatene i Oslo kommune.

[Mer om Folkeverkstedet](#)



Aktive skapere på Folkeverkstedet. Foto: Erik Thallaug

Private intitiativer

Sirkulære møteplasser kan også etableres i regi av privat og frivillig sektor, uten kommunal involvering.

Nydalen Fabrikker, nabolagsmarked for å redde ting fra komprimorbilen på Ellingsrud, Restarters Norway, Sykkelkjøkkenet Oslo, Pop-up ombrukslokale på Ellingsrudåsen senter og RELOVE er eksempler på dette.

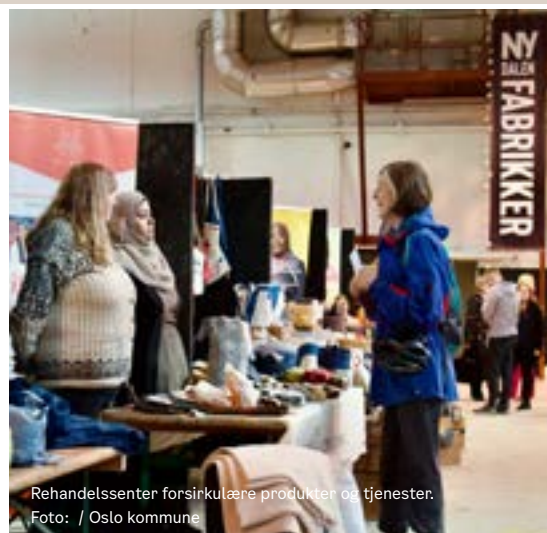
Nydalen Fabrikker

Visjonen er at de gamle fabrikklokalene skal gjøres om til et rehandels-senter for sirkulære produkter og tjenester, og et samvirke for folk som jobber med ombruk, redesign, upcycling og grønn produksjon.

Driftsmodell og samarbeid

Nydalen Fabrikker er et samarbeidsprosjekt mellom de private aktør-ene Nydalen Fabrikker AS og Eiendomsselskapet Avantor.

[Mer om Nydalen Fabrikker](#)



Rehandels-senter for sirkulære produkter og tjenester.
Foto: / Oslo kommune



Nydelig kaffeservice. Foto: / Oslo kommune

Pop-up nabolagsmarked for å redde brukbare ting fra komprimorbilen på Ellingsrud

Ting ble samlet i et partytelt utenfor boligblokker i borettslaget, som hadde bestilt komprimorbil for grovavfall. Beboere kunne levere inn brukbare ting i teltet istedenfor å kaste det i en avfallshaug. Tingene ble gitt bort til andre beboere eller besøkende. Det ble servert kake og varm drikke til de besøkende.

Driftsmodell og samarbeid

Fem tillitsvalgte i et borettslag gikk sammen om å arrangere nabolagsmarkedet. Tilbudet ble videreført og flyttet til innendørs lokaler som holder åpent en gang i uken. Lokalene lånes av OBOS.

[Mer om pop-up nabolagsmarked](#)

Restarters Norway

Restarters Norway er en organisasjon som jobber for å skape en kultur for reparasjon med fokus på bærekraftig elektronikk. De arrangerer fiksefester, tilbyr workshops og holder foredrag.

Driftsmodell og samarbeid

Restarters Norway ble startet med hjelp fra Norway Makers, Naturvernforbundet, Deichmanske bibliotek og Institutt for Informatikk ved Universitetet i Oslo. De har bygget et nettverk av frivillige fikserere og tilbyr fiksearrangementer som er gratis for deltakerne. Har mottatt støtte fra Sparebankstiftelsen.

[Mer om Restarters Norway](#)



Fiksefest. Foto: Forskningsparken



Sykkelkjøkkenet Oslo

Sykkelkjøkkenet Oslo er en ideell forening, som har som overordnede mål å bygge en sykkelkultur i Oslo. De lærer bort hvordan du vedlikeholder, reparerer og håndterer en sykkel. Sykkelkjøkkenet jobber også med gjenbruk for å redusere sykkelavfall. De har et sykkelverksted i Gamlebyen som fungerer som et gratis tilbud for alle som vil lære seg mer om sykkelmekking eller bare trenger å reparere noe.

Driftsmodell og samarbeid

Sykkelkjøkkenet Oslo blir drevet av frivillige sykkelmekkere og har fått driftsmidler gjennom Sparebankstiftelsen DNB.

[Mer om Sykkelkjøkkenet Oslo](#)

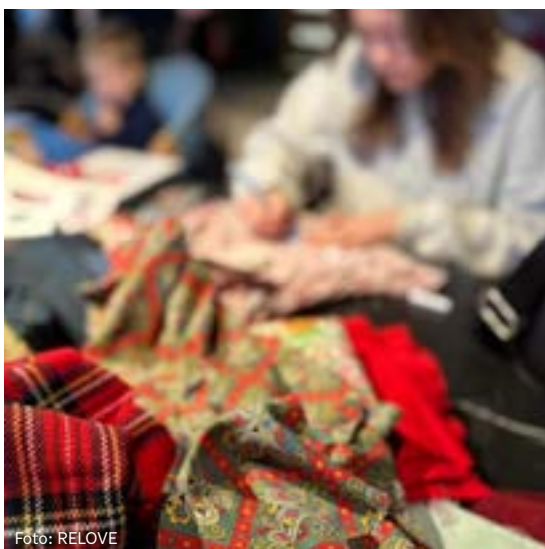
Pop-up ombrukslokale på Ellingsrudåsen senter

Tomme næringslokaler ble omgjort til et pop-up ombrukslokale for nærmiljøet med tilbud som bruktmarked, fiksing av klær og redesign.

Driftsmodell og samarbeid

Initiativet kom fra Klimanettverk Ellingsrud, bestående av Ellingsrud og Furuset menighet, Ellingsrud velforening, Ellingsrudåsen Frivillig-sentral og Naturvernforbundets lokale gruppe. Det ble realisert gjennom et samarbeid med Lindeberglokalet, Framtiden i våre hender, Dominicus Systue, Kulturkjeller'n, Andelslaget Enga, i tillegg til enkeltpersoner. Næringslokalene ble lånt ut av OBOS.

[Mer om pop-up ombrukslokale på Ellingsrudåsen senter](#)



RELOVE

RELOVE er en frivillig organisasjon som sprer kunnskap om redesign og reparasjon av klær og tekstiler. De tilbyr kurs og workshops.

Driftsmodell og samarbeid

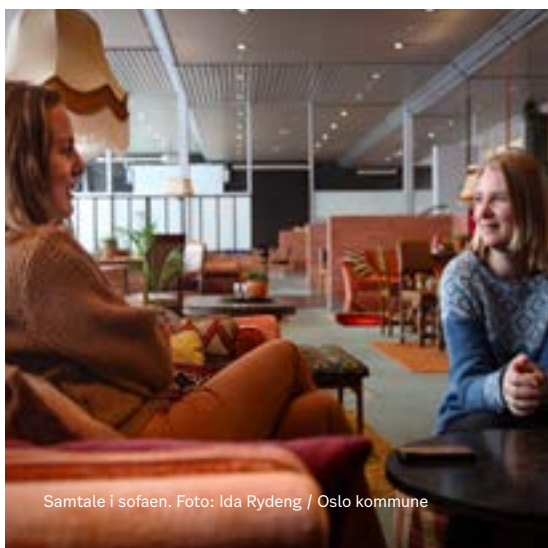
Organisasjonen ble startet av tekstilkunstner Eline Medbøe og består av frivillige og profesjonelle kursholdere. RELOVE mottar donasjoner og tar betalt for medlemskap. De har mottatt støtte til arrangementene sine fra blant annet Bufdir, Sparebankstiftelsen DNB og grønne midler fra ulike bydeler.

[Mer om RELOVE](#)

Initiativer basert på privat-offentlig samarbeid

Andre sirkulære møteplasser har blitt til gjennom samarbeid mellom private aktører og kommunen.

Eksempler på dette er Startblokka, Furuset sykkelverksted og Vollebekk fabrikker.



Samtale i sofaen. Foto: Ida Rydeng / Oslo kommune

Startblokka

Startblokka kjennetegnes av en miks av private, frivillige og offentlige virksomheter innen innovasjon, kunst, gjenbruk og sosial bærekraft. Alle bidrar til inkluderende aktiviteter og sosial utvikling.

Driftsmodell og samarbeid

Startblokka er et samarbeidsprosjekt mellom Bydel Bjerke v/Grorudalssatsingen og den private eiendomsutvikleren Stor-Oslo Eiendom, som står for utviklingen av Linderudløkka. Startblokka eies av to partnere; den kommersielle eiendomsutvikleren Stor-Oslo Eiendom, og Bydel Bjerke i Oslo kommune. De har inngått samarbeid om å etablere og videreutvikle Startblokka på Linderud. Cirka 120 leietakere med gradert leie ut ifra evne og vilje er frivillige organisasjoner, kunstnere, sosiale entreprenører, privat næringsliv og kommunale tjenester. Fem prosent av leieinntekter går inn i startfondet

som etter søknad gir tilskudd til aktiviteter og utstyr rettet mot fellesskapet. En driftsleder er lønnet med inntekter fra prosjektet. I tillegg er en prosjektleder finansiert av områdeløft, og en midlertidig konsulent på spleis mellom Bydel Bjerke og Stor Oslo Eiendom.

[Mer om Startblokka](#)

Furuset sykkelverksted (ikke lenger i drift)

Frivillige møttes hver torsdag for å mekke sykler og lære bort mekking. Verkstedet holdt åpent på kveldstid, én fast dag i uken.

Driftsmodell og samarbeid

Sykkelverkstedet var et samarbeid mellom Furuset bibliotek og aktivitetshus, Sykkel i Oslo og Stiftelsen Betanien Oslo. Tilbudet ble driftet av frivillige i nabolaget.

[Mer om Furuset sykkelverksted](#)



Mekking av sykkel. Foto: Furuset sykkelverksted



Foto: Vollebekk fabrikker

Vollebekk fabrikker (ikke lenger i drift)

Fabrikken la til rette for utvikling og inkubasjon av løsninger innen gjenbruk, reparasjon og grønn produksjon – og tok i bruk lokaler som stod midlertidig tomme.

Driftsmodell og samarbeid

Vollebekk fabrikker var et offentlig-privat samarbeidsprosjekt mellom OBOS, Aspelin Ramm, Pådriv og Bydel Bjerke. Fabrikken var organisert som et prosjekt under utbyggingsselskapet Brobekkveien 50 AS, et selskap som var eid likt av OBOS og Aspelin Ramm. Bydelen stilte med en prosjektleder som jobbet heltid gjennom et år med blant annet konseptutvikling og oppstart av drift. Prosjektet ansatte en fabrikkseier og en community manager, som begge ble leid inn som nøkkelpersoner i driften. Vollebekk fabrikker hadde i tillegg en egen arbeidsgruppe og styringsgruppe. Blant aktørene som fylte lokalene på Vollebekk Fabrikker med aktivitet kunne man finne nabolagsforeninger, grønne selskaper, sosiale entreprenører og kulturaktører.

Flere detaljer om organisering og gjennomføring kan man lese i [prosjektets erfaringsrapport](#).

[Mer om Vollebekk fabrikker](#)



Dame som støtter seg til en innendørs lysstolpe. Foto: Ida Rydeng / Oslo kommune

3.2. Finn samarbeidspartnere

I kapittel «3.1. Eksempler på driftsmodeller og samarbeidsformer» på side 10, viste vi eksempler på ulike måter å organisere drift av en sirkulær møteplass på. Uavhengig av hvilke ambisjoner du har for din sirkulære møteplass, er det viktig å tenke over hvem som bør involveres for at initiativet skal lykkes.

Et bra sted å starte for å finne relevante samarbeidspartnere er å gjennomføre en interessentanalyse. Hvem kan ha samme behov og ønske om å bli involvert i oppstart og/eller drift av møteplassen? Hva trenger du av bistand, kompetanse og ressurser?

Mindre initiativer

Her er noen spørsmål som kan hjelpe deg på veien:

- Har du noen i ditt nettverket som du kan spørre om vil bidra?
- Finnes det grupper på Facebook eller lignende, hvor du kan komme i kontakt med personer som kunne være interessert i å være med å arrangere en sirkulær møteplass?
- Er det krefter i lokalmiljøet du kan spille på, for eksempel frivillige organisasjoner, velforeninger, frivilligsentraler eller engasjerte innbyggere?
- Er det mulig å etablere et felles nettverk for å få gjennomført ulike arrangementer og aktiviteter? Dette kan også være en måte for å komme i kontakt med andre ildsjeler i lokalmiljøet.
- Er det personer i nærmiljøet med kompetanse innen for eksempel søm eller reparasjon som kan bidra til læring på tvers av generasjoner?
- Finnes det lokale bedrifter som kunne være interessert i å bidra, for eksempel ved å låne ut sine lokaler?

Oslo kommune samarbeider med næringslivsaktører i byen for å øke kunnskap og engasjement for bærekraftig og redusert forbruk. Dette samarbeidet bidrar også til å skape grønne arbeidsplasser gjennom nye sirkulære løsninger. Det er blant annet etablert nettverk og støtteordninger som bidrar til økt samarbeid mellom næringsliv og kommunen på klima- og miljøutfordringene.

På Oslo kommunes nettside kan du lese mer om:

- [Samarbeid med nærings- og organisasjonslivet og forskning](#)
- [Evalueringsrapport av prosjektstøtteordninger – bærekraftig og redusert forbruk 2019-2022](#)
- [Bærekraftig og redusert forbruk – hva, hvordan og hvorfor](#)

For oppstartsbedrifter kan det være nyttig å gjøre et søk på [Dealroom](#).

For å få mer innsikt i markedet kan det være nyttig å møte [næringsklustre og huber](#) som kan gi deg en oversikt over markedet og muligheter for å koble deg direkte på mulige partnere og prosjekter. Du kan også delta på arrangementer og møte andre oppstartsbedrifter. Se [arrangementskalender](#).

Oslo Business Region foreslår at du nøye planlegger hvordan du kan ramme inn ditt prosjekt for å tiltrekke deg mulige samarbeidspartnere. Prosjektet bør ha et gjennomførbart omfang, og være realistisk med tanke på arbeidsintensitet og behovet for kompetanse som kreves. Det er også en fordel om prosjektet er initiert av en aktør i offentlig sektor som er villig til å ta en aktiv rolle i å skape finne en løsning sammen med deg.

Se også [tips til forhandlingsstrategier og bruk av taktikk i forhandlingssituasjoner](#).

Se også kapittel «3.3.2 Muligheter for samarbeid med kommunen» på side 19.

Større initiativer



Nyttige lenker om driftsmodeller og samarbeid:

- [Hva er interessenter og hvordan](#)
- [Prosjektveiviseren – interessenter](#)

3.3 Kommunen som medspiller

Når vi ønsker å legge til rette for mer samarbeid mellom offentlige virksomheter og eksterne aktører, er det to parter som skal lære hverandre bedre å kjenne. Det kan være vanskelig å finne frem i en kommune for folk som ikke kjenner den fra innsiden. For å gjøre det enklere for deg å vite hvem du bør komme i kontakt med, har vi forsøkt å lage en oversikt som viser etater og virksomheter innen miljø- og klima i Oslo kommune. I siste del av kapittelet deler vi tips til aktører som ønsker støtte eller samarbeid med kommunen.

3.3.1. Kommunale etater og virksomheter innen miljø og klima i Oslo kommune

Oslo kommunes arbeid med miljø og klima er ledet av Byrådsavdeling for miljø og samferdsel, med underliggende etater som blant annet Bymiljøetaten, Klimaetaten og Renovasjons- og gjenvinningsetaten. Se [Oslo kommunes organisasjonskart](#).

Bymiljøetaten koordinerer Oslo kommunes arbeid med [bærekraftig og redusert forbruk](#), som blant annet innebærer ansvar for oppfølging av [strategi for bærekraftig og redusert forbruk](#) med tilhørende [tiltaksliste](#). Tiltakslisten gjennomgås hvert år, og viser ulike tiltak forskjellige virksomheter i kommunen har ansvar for som skal bidra til å redusere det materielle forbruket i Oslo.

Renovasjons- og gjenvinningsetaten har ansvar for innsamling av husholdningsavfall, og drift av ombruks-tilbudet ved [gjenvinningsstasjonene i Oslo](#).

Klimaetaten har ansvar for oppfølging av [Klimastrategi for Oslo 2020-2030](#). Etaten samarbeider med innbyggerne, næringslivet, academia, organisasjoner og andre offentlige myndigheter for å fremme klimavennlige atferdsendringer og utvikle gode klimaløsninger i Oslo.

[Bykuben](#) er et kommunalt senter under Plan- og bygningsetaten som jobber for at Oslo skal være en by der folk tar vare på naturen og hverandre. Dette gjør de gjennom samarbeid og dialog med de som bor i, bruker og bygger byen. De jobber på tvers av kommunale sektorer og virksomheter, og forankrer arbeidet i relevante satsinger og fagmiljøer.



Dame i gul overdel med Oslo-logo. Foto: Silje Thoen Løken / Oslo kommune

Oslo består av [15 bydeler](#) som omsetter klima og miljøarbeidet i praksis lokalt. Enkelte bydeler utlyser såkalte grønne midler. Støtteordningen har til hensikt å stimulere til økt miljøengasjement i bydelene.

3.3.2 Muligheter for samarbeid med kommunen

Du som aktør kan ha behov for samarbeid som krever stor grad av involvering fra kommunens side, eller former for mer generell støtte.

For å realisere et større samarbeid med kommunen, er det ofte en forutsetning at tiltaket er innarbeidet i virksomhetens tildelingsbrev eller planer.

Større initiativer

[Tiltaksliste for redusert forbruk](#) – ta kontakt med tiltaksansvarlig for å høre status på tiltak som er relevant for deg.

En del [bydeler](#) har en miljøkoordinator, og noen utlyser [grønne midler](#). Ta kontakt med din bydel og undersøk muligheter for samarbeid.

Følg med på kommunes nettsider for [informasjon om tilgjengelige tilskuddsordninger](#) for bærekraftig og redusert forbruk.

Undersøk tilskuddsordninger som:

- [Smart Oslo](#)
- [Innovasjonsprogram Oslo](#)
- [Tilskudd til forprosjekt for å mobilisere bedrifter til forskning](#).

Se også kapittel «2. Idéutvikling» på side 8, for en oversikt over pilotprogrammer, anskaffelser og andre muligheter.

Følg også med på Oslo kommunes utlysninger av konkurranser om samkjøpsavtaler på [Doffin.no](#).

Utviklings- og kompetanseetaten inngikk i 2023 nye samkjøpsavtaler med aktører innen ombruk, reparasjon og redesign av møbler og inventar.

Mindre initiativer

I kapittel «2. Idéutvikling» på side 8, ble det gitt eksempler på arrangementer som fungerer som sirkulære møteplasser.

Ønsker du å lage et slikt arrangement, kan et godt råd være å legge arrangementet til Oslo kommunes årlige [ombruksuke](#). Da vil du kunne få nyttig drahjelp i form av markedsføring og materiell. Kanskje er det også mulig å bli del av et større felles arrangement under ombruksuka eller låne lokaler.



Tre blide damer på åpningen av ombruksuka i Rådhuset Foto: Silje Thoen Løken / Oslo kommune

4.

Økonomi, forretningsmodell og selskapsform

Sirkulære møteplasser vil ha utgifter i forbindelse med aktiviteter og drift. En del møteplasser er avhengig av økonomisk støtte. I dette kapitlet gir vi råd til hvordan du kan lage et enkelt budsjett, og tips til relevante støtteordninger du kan søke.

Uavhengig av om møteplassen har kommersielle eller sosiale mål, vil en del av forretningsutviklingen dreie seg om hvordan selskapet kan bli økonomisk bærekraftig. Til slutt i kapitlet introduserer vi forretningsmodeller for oppstartsbedrifter med både økonomiske og sosiale mål, og tips til valg av selskapsform.



Bygårder på Toyen. Foto: Liz Palm / Oslo kommune



4.1 Budsjett

Et budsjett hjelper deg å få oversikt over kostnadene knyttet til ditt planlagte prosjekt, i tillegg til inntektene eller egenkapitalen du trenger for å balansere disse utgiftene.

I et enkelt budsjett summerer du kostnadspostene på den ene siden, og inntektspostene på den andre siden. Deretter trekker du summen av kostnader fra summen av inntekter for å finne ut om budsjettet går i null, eller om det gir et underskudd eller overskudd.

Aktuelle utgiftsposter kan for eksempel være reise, leie av lokaler, honorarer, mat og drikke, pynt og interiør, utstyr, reklame og skilting.

Aktuelle inntektsposter kan for eksempel være billettinntekter, prosjektstøttemidler, salg av mat og drikke, donasjoner og inntekter fra innsamlingsaksjoner.

Hvis du planlegger for større utgifter enn inntekter, så budsjetterer du for et underskudd som du må dekke med egne oppsparte midler.

4.2 Finansielle støtteordninger

Det finnes mange ulike økonomiske støtteordninger som kan være aktuelle for sirkulære møteplasser. Ofte vil den enkelte ordning rette seg mot en spesifikk type prosjekter og ha kriterier som søkeren må oppfylle for å kvalifisere som mottaker av støtte. I tillegg vil det ofte være spesifisert hvilke utgifter du kan søke om støtte til.

Tips!



Hvis du ikke kvalifiserer som søker alene, kan det hende at du vil kvalifisere for støtte gjennom samarbeid med en annen type aktør eller prosjekt.

Å skrive søknader om midler kan være tidkrevende. Du bør derfor starte med å sette deg godt inn kriteriene for den enkelte støtteordning, slik at du unngår å bruke tid og krefter på å søke på støtteordninger som du eller ditt prosjekt ikke er kvalifisert for. Når du har funnet en støtteordning du vil søke på, er det viktig å bruke tid på å forstå formatet søknaden skal leveres i. Formuler en søknad hvor du får presentert helheten i ditt prosjekt med vekt på de elementene som etterspørres i utlysningen.

Det er verdt å merke seg at støtteordninger ofte gir økonomisk støtte i form av utbetaling av et engangsbeløp øremerket spesifikke utgifter. Som regel kreves det rapportering av resultater i etterkant på bruk av mottatte midler for å sikre at midlene er brukt som beskrevet i søknaden. Du bør derfor vurdere innsatsen du må legge ned i søknadsprosessen og rapportering på midler, opp mot nytten disse midlene kan gi deg.

Noen støtteordninger tilbyr økonomisk støtte i form av lån, men disse er ofte rettet mot oppstartsbedrifter.



Nyttige lenker om budsjett for mindre initiativer:

- [Hvordan sette opp et enkelt budsjett i Excel](#)
- [Tips om hvordan holde kontroll på økonomien](#)

Utvalgte støtteordninger

Listen under viser eksempler på tilbydere av støtteordninger. Den inkluderer ulike former for støtteordninger som økonomiske tilskudd, tilgang på ombruksvarer, lån og utviklingsmidler. Vær oppmerksom på at støtteordningene har egne søknadsfrister, og at oppdaterte og utfyllende detaljer finnes på tilbyderens egne nettsider:

- [Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet](#) (Bufdir) har fler tilskuddsordninger, blant annet innenfor temaet barn og unge. Offentlige instanser, kommuner, frivillige organisasjoner og private aktører kan søke om ulike tilskudd hos Bufdir.
- [Cultura Bank](#) tilbyr støtte gjennom Cultura gavefond. Her kan du søke om støtte til utviklingsaktiviteter som har et bærekraftig og samfunnsnyttig formål.
- [DOGA](#) tilbyr støtte til bruk av designere i idéfasen av et innovasjonsprosjekt for å sikre at prosjektet treffer brukernes behov.
- [Gjensidigestiftelsen](#) deler ut midler gjennom ulike utlysninger med definerte formål. De har blant annet gitt støtte til møteplasser som bidrar til mestring.
- [Handelens miljøfond](#) lyser hvert år ut midler til gode og effektive tiltak som løser plastens miljøproblemer.
- [Handle Norgesgruppens bærekraftsfond](#) deler ut midler til prosjekter som gjør den norske verdikjeden for mat og drikke mer bærekraftig.
- [Kulturtanken](#) gir tilskudd til styrking av barn og unges mulighet for å delta på fellesarenaer innen kunst- og kulturaktiviteter. Søker må være registrert i Frivillighetsregisteret.
- [OBOS](#) gir støtte til frivillige lag og foreninger. Det gis blant annet støtte til å skape fysiske og sosiale møteplasser for barn og unge.
- [Olav Thon Stiftelsen](#) og [Olav Thon Legat](#) deler ut økonomisk støtte til prosjekter med allmennnyttige og samfunnsnyttige formål.
- [Oslo kommune](#) har en egen nettside med oversikt over alle tilskudd, legater og stipend som kommunen tilbyr, inkludert tilgang til ombruksvarer fra gjenvinningsstasjonene og grønne midler i bydelene. Eventuelle tilskudd som er direkte rettet mot oppstart av sirkulære møteplasser, vil bli lagt ut på denne siden.
- [Oslofjord Sparebank](#) gir gjennom sitt gavefond støtte til et bredt spekter av allmennnyttige formål innenfor Osloområdet.
- [Sparebankstiftelsen Bien](#) støtter blant annet nærmiljøtiltak i Oslo og omegn.
- [Sparebankstiftelsen DNB](#) gir tilskudd til lag og foreninger knyttet til aktiviteter innen kunst og kultur, nærmiljø og kulturarv, natur og friluftsliv, i tillegg til idrett og lek. Tiltakene må være rettet mot barn og unge.
- [Storebrand](#) arrangerer «Vi heier på»-konkurranse hvor enkeltpersoner, organisasjoner, bedrifter, lag og foreninger som gjennomfører spesielt bærekraftige tiltak på lokalt og nasjonalt plan, kan vinne midler.

Tips!



Kan prosjektet ditt samle inn nødvendig kapital gjennom folkefinansiering? På Sparebank1 sine nettsider [Spleis](#), kan du lese mer om ulike former for folkefinansiering.

Tips!



Ta direkte kontakt med bedrifter i det private næringsliv som du tenker kan få noe ut av ditt prosjekt. Kanskje kan du overtale dem til å bli sponsor.

Sjekk ut [Hvordan skaffe en sponsor](#)



Nyttige lenker til prosjektsøknadsskriving:

- [Tips til en god søknad](#)
- [Veileder til å skrive gode prosjektsøknader](#)
- [Tips til hvordan skrive søknad](#)

4.3 Forretningsmodell

Vi skiller mellom forretningsmodeller for oppstartsbedrifter som har et økonomisk formål og et sosialt formål.

4.3.1 Oppstartsbedrifter med økonomiske mål

En forretningsmodell er en plan for hvordan du skal gjennomføre ideen din i praksis. Den sier noe om hvilke ressurser du trenger og hvordan du kan nå potensielle brukere eller kunder med ditt konsept, slik at du kan tjene penger på løsningen din. Jo større prosjektet du planlegger er, jo mer avgjørende kan en forretningsmodell være på veien mot suksess.

Innovasjon Norge har god erfaring med å bruke verktøyet [Business Model Canvas](#) (BMC) for å jobbe frem en forretningsmodell. Dette verktøyet hjelper deg å kartlegge:

1. Kundesegment – Hvem skaper du verdi for og hvem er de viktigste brukerne og kundene?
2. Verdiløfte – Hva slags verdi tilbyr du kundesegmentet?
3. Kanaler – Gjennom hvilke kanaler når du brukerne og kundene?
4. Kunderelasjoner – Hva slags relasjon vil du bygge med brukerne og kundene?
5. Inntektsstrøm – Hva tar du betalt for, og hvordan?
6. Nøkkelressurser – Hvilke ressurser trenger du for å oppfylle verdiløftet? (Fysiske, intellektuelle, menneskelige og finansielle).
7. Kjerneaktiviteter – Hvilke kjerneaktiviteter må du utføre for å oppfylle verdiløftet?
8. Samarbeidspartnere – Hvem er samarbeidspartnerne dine?
9. Kostnader – Hva er de viktigste kostnadene?

En forretningsmodell bør være en dynamisk plan som du reviderer etter hvert som du får nye erfaringer.

Ofte kan du oppnå nyttig innsikt ved å teste ut idéen i småskala, såkalt pilotering. En pilot kan for eksempel gi deg mer kunnskap om etterspørsel blant brukerne.

4.3.2 Sirkulære forretningsmodeller

For å sikre en gjennomgående sirkulær forretningsmodell, bør du se på hvordan du kan implementere og skape verdi langs alle de følgende dimensjonene av sirkulære konsepter: redusere, dele og sirkulere, og erstatte. Se kapittel «1.1. Hva kjennetegner et sirkulært konsept?» på side 5.

Det kan være lurt å være klar over at tiltak for å redusere, dele og sirkulere og erstatte ikke nødvendigvis resulterer i redusert materielt forbruk. For å få en pekepinn på om ditt prosjekt vil føre til redusert materielt forbruk, er det nødvendig å ha kunnskap om hva som ville skjedd uten ditt tiltak? For eksempel gir det ingen miljøgevinst å erstatte ny plast med resirkulert plast hvis den resirkulerte plasten tas fra et tilnærmet lukket materialkretsløp, der plasten allerede blir til andre nye produkter som igjen kan gjenvinnes til samme produkter. Et eksempel på et tilnærmet lukket plastkretsløp er PET-plast i pantesystemet for plastflasker.



Tips!

Kan du sjekke av på flere av de sirkulære dimensjonene ved å samarbeide med andre sirkulære virksomheter?



Nyttige lenker om sirkulære forretningsmodeller:

- [Guide som gir praktiske tips til hvordan du kan gå frem for å finne sirkulære muligheter og hvordan du designer en sirkulær forretningsmodell \(engelsk\).](#)
- [Verktøy for sirkulær forretningsutvikling \(engelsk\).](#)
- [Hjelp til å sette sammen en sirkulær forretningsmodell og eksempler til inspirasjon \(engelsk\).](#)



Tips!

Flere ulike inntektskilder gir økt økonomisk robusthet.

4.3.3 Oppstartsbedrifter med sosiale mål

En sosial entreprenør tar i bruk nye metoder og nye løsninger for å løse samfunnsmessige problemer.⁶ Ensomhet, arbeidsledighet, fattigdom og utenforskap er eksempler på samfunnsutfordringer som sosiale entreprenører kan bygge sin virksomhet rundt å løse.

Et nyttig verktøy for etablering av en sosial virksomhet er [Social Business Model Canvas](#). Verktøyet er inspirert av Business Model Canvas, men fokuserer i større grad på de positive effektene virksomheten har på lokal- og samfunnsnivå, heller enn å skape økonomisk overskudd. Siden en sosial entreprenør har mål om å gjøre samfunnet bedre i tillegg til å tjene penger, er det like viktig å måle utvikling av sosiale resultater som økonomiske resultater. Økonomiske resultater måler du gjennom regnskapet, mens de sosiale resultatene fins det ingen standard for. Måling av sosiale resultater kan derfor være krevende. Noen metoder finnes for å gjøre dette på en systematisk måte, og fagfeltet er under stadig utvikling.

I inspirasjonsheftet «[Veien til samarbeid](#)» kan du lese mer om metoder, og se eksempler på hvordan andre sosiale entreprenører måler sosiale resultater. Et annet verktøy for effektmåling av sosialt entreprenørskap er [Vis det](#) som er utviklet av Norge Unlimited.

4.4 Selskapsform

Skal du etablere et varig initiativ, må du ta stilling til den forretningsmessige organiseringen av aktiviteten. For oppstart av en næringsvirksomhet vil valget ofte stå mellom enkeltpersonsforetak, aksjeselskap (AS), ansvarlig selskap eller samvirkeforetak.⁷ Sosiale virksomheter velger ofte å etablere seg som forening, samvirke, stiftelse eller AS.⁸

Du kan lese mer om [valg av organisasjonsform på Altinn.no](#). Er du usikker på hva slags selskapsform du skal velge, kan du prøve Altinn sin [e-guide for valg av organisasjonsform](#).

Eksempler på temaer som gjennomgås er skattemelding, regnskap, bokføring, merverdiavgift og MVA-melding.

En virksomhet kan ha ansatte uavhengig av virksomhetens selskapsform. Å ha ansatte fører med seg et stort juridisk ansvar. Uansett selskapsform er du som eier eller leder juridisk ansvarlig dersom bedriften drives på en uforsvarlig eller ulovlig måte.⁹



Nyttige lenker om selskapsform:

- [Valg av organisasjonsform](#)
- [Oppstart av bedrift](#)
- [Søknader og skjema for å starte egen bedrift](#)
- [Registrere og slette bedrift](#)
- [Er jeg næringsdrivende?](#)



Nyttige ressurser:

- [Norge Unlimited](#)
- [Håndbok i sosialt entreprenørskap – fra idé til levebrød](#)
- [Verktøy for utvikling av måleindikatorer for verdiskaping](#)

⁶⁾ Håndbok for Norge Unlimited (pdf.)

⁷⁾ Altinn – valg av organisasjonsform

⁸⁾ Håndbok for Norge Unlimited (pdf.)

⁹⁾ Skatteetaten – ny som næringsdrivende

Tips!



De viktigste sidene å kjenne til er:

- [skatteetaten.no](#)
- [altinn.no](#)
- [brreg.no](#)

5. Regelverk

I dette kapittelet gir vi en oversikt over regelverk vi mener vil være nyttig for de fleste å kjenne til. Det er alt fra krav om forsvarlig avfallshåndtering for arrangementer, til brukthandelloven for sirkulære møteplasser som selger ombruksvarer. Oversikten er ikke uttømmende og kun ment som hjelp i riktig retning. Regelverk knyttet til utendørs arrangementer finner du i kapittel «Plassering og lokaler» på side 27.

Avfallsregelverk

Når du starter aktiviteter for å redusere materiell forbruk, oppstår det ofte problemstillinger knyttet til avfall. Enten fordi du ønsker å redde gjenstander fra å ende opp som avfall, eller fordi aktivitetene dine genererer avfall.

Innsamling av husholdningsavfall er kommunens ansvar og plikt. I forurensningsloven er husholdningsavfall definert som avfall fra private husholdninger. Det motsette kalles næringsavfall, og defineres som avfall fra offentlige og private virksomheter og institusjoner. Innsamling av næringsavfall skjer hovedsakelig i det private avfallsmarkedet.

Behandling av avfall er strengt regulert i [lover og forskrifter](#). Som produsent av næringsavfall må du sørge for at avfallet blir forsvarlig tatt hånd om. Hvis du gjennomfører aktiviteter som produserer avfall, må du regne med kostnader knyttet til avfallshåndtering.

Næringskunder kan levere avfall mot betaling til private avfallsmottak, eller ved utvalgte kommunale gjenvinningsstasjoner. Du defineres som næringskunde dersom du leverer avfall på vegne av en frivillig organisasjon, kommunal virksomhet, borettslag eller bedrift.

Det finnes noen unntak for betaling: Frivillige og ideelle organisasjoner i Oslo kommune kan søke om [gratis levering av avfall](#). Det finnes en egen ordning for [gratis levering av restlopper](#).



Bildet illustrer møtevirkomhet.

Foto: Nikolai Kobets Freund/Oslo kommune

Brukthandelloven

Hvis ditt sirkulære konsept innebærer salg av brukte varer, bør du gjøre deg kjent med brukthandelloven. Dagens regelverk for brukthandel stiller en rekke krav til butikker som selger brukt. Formålet med loven er å forhindre ulovlig omsetting av stjalne varer. Butikken og selgerne må godkjennes av politiet, alle varer må loggføres i en fysisk protokoll, og varene må oppbevares i to uker før de kan omarbeides eller selges videre. Det er mulig å søke om unntak fra disse bestemmelsene. For å søke om brukthandelbevilling, klikk på [Politiet brukthandel](#).

Det vil mest sannsynlig komme endringer i brukthandelloven som vil innebære at den kun vil omfatte kunstverk, antikviteter, samleobjekter, kulturgjenstander og varer av edelt metall, edelstener, perler og motorvogner.¹⁰ [Endringer i brukthandelloven](#) behandles i Stortinget sommeren 2024.

Merverdiavgiftsloven

Hvis ditt sirkulære konsept innebærer salg av varer og tjenester over en viss verdi, bør du gjøre deg kjent med merverdiavgiftsregelverket. Merverdiavgift (mva) er en statlig avgift på kjøp og salg av varer og tjenester. Mva-registrerte foretak må legge mva på salgene sine, men får fradrag for mva de selv har betalt ved innkjøp til bedriften sin. Skatteetaten har laget en [veileder som hjelper deg å finne ut om du må registrere din virksomhet i merverdiavgiftsregisteret](#) (se kapittel «4.3 Forretningsmodell» på side 23).

Lov om offentlige anskaffelser

Dersom du ønsker å etablere et prosjekt, tilby en tjeneste eller et produkt til en kommune, er det viktig å være klar over at offentlige virksomheter er underlagt anskaffelsesregelverket. Gjennomføring av anskaffelser er regulert i anskaffelsesloven. Et grunnleggende prinsipp er at oppdragsgiveren skal handle i samsvar med prinsipper om konkurranse, likebehandling, forutberegnelighet, etterprøvnbarhet og forholdsmessighet. Loven gjelder når oppdragsgivere inngår i vare-, tjeneste- eller bygge- og anleggskontrakter, inkludert konsjunkskontrakter, eller gjennomfører plan- og designkonkurranser med en anslått verd på 100 000 kroner eller mer, eksklusive merverdiavgift.

Prosjektet ditt kan kvalifisere for et [FoU unntak](#) hvis hovedelementet i prosjektet eller kontrakten er forskning eller utvikling. En annen mulighet er etablering av et pilotprosjekt i samarbeid med en offentlig eller kommunal virksomhet gjennom støtteordninger som [Smart Oslo](#).

Regnskapsloven

Regnskapsloven definerer hvilke virksomheter som er regnskapspliktige. Les mer om [Hvem har regnskapsplikt?](#)

Skatteregler

Skal du starte en organisasjon eller virksomhet, er det en rekke skattemessige regler du må forholde deg til. Eksempler på skatteregler er regnskap og bokføring, forskuddsskatt, skattemelding, næringsoppgave, fradrag og merverdiavgift og mva-melding. Mer informasjon finner du på [Skatteetaten](#).

Nyttige lenker om regelverk:

- [Startups guide](#)(engelsk)
- [Kurs for næringsdrivende](#)



Dame som skriver. Foto: Nikolai Kobets / Fredrikstad kommune

¹⁰⁾ Tar grep for enklere brukthandel

6.

Plassering og lokaler

I dette kapittelet gir vi deg nyttige ressurser og kontaktpunkter i Oslo kommune hvis du vil låne eller leie et lokale eller uteområde for et arrangement, møteserie eller lignende. Hvis du trenger mer permanente lokaler, presenterer vi også tips for å vurdere valg av lokale og en sjekkliste for etablering av nytt lokale.

Mindre initiativer

Oslo kommune tilbyr et variert utvalg av lokaler og uteområder som frivillige organisasjoner og andre aktører kan låne eller leie for en begrenset periode. Lokalene har ulike lånebetingelser og priser, se [lokaler og uteområder til lån og leie](#). Det er anbefalt å kontakte forvalter for å få avklart om arealet er egnet for aktiviteten du planlegger. Flere av lokalene er tilgjengelig ved bruk av [OsloNøkkel](#) (utenfor ordinær åpningstid), og har et eget bookingsystem som gjør det enkelt å låne til ønsket tid.

Når du planlegger et utearrangement, er det viktig å være klar over at uansett størrelse eller type arrangement, må du søke godkjenning fra grunneieren. Grunneieren kan være enten en offentlig eller en privat

aktør. Det anbefales å være tidlig ute med å få avklart om arealet er egnet og å sikre bookingen av arealet til ønsket dato.

Arrangementskontoret i Oslo kommune er i gang med å utarbeide en digital oversikt over uteområder som egner seg til arrangementer. Inntil denne er på plass, kan du benytte [oversikt over uteområder for arrangementer – Indre by](#). Oversikten gir opplysninger om forvalter, hvilken type arrangement områdene er egnet for, tilgjengelig infrastruktur og hvor søknad om lån og leie skal sendes. Se også [arrangementssiden](#) til Oslo kommunes arrangementskontor for annen nyttig informasjon og veiledning.

Tips!

Finnes det næringslokaler i nærområdet som står tomme? Ta kontakt med byggeier for å forhøre deg om muligheter for midlertidig lån eller leie av lokalene.



I kapittel «3.1. Eksempler på driftsmodeller og samarbeidsformer» på side 10, viste vi eksempler på aktører som samarbeider med en privat eiendomsaktør. Ofte vil den private aktøren finansiere utleieklare lokaler som byggeier. Byggeier kan også støtte den sirkulære møteplassen indirekte ved redusert markedspris på lokalene. I områder som står overfor større utvikling, kan aktøren og eiendomsutvikler ha overlappende interesser. Utvikleren har behov for modning, stedsutvikling og markedsføring av området og sine prosjekter. Aktøren kan få tilgang til lokaler og midler til å realisere den sirkulære møteplassen.¹¹

For deg som ønsker å komme i kontakt med en utbygger, kommunen eller andre utviklingspartnere, er det en rekke aktører og programmer innen bærekraftig byutvikling det er verdt å følge med på.

[FutureBuilt](#) er et innovasjonsprogram for de mest ambisiøse aktørene og prosjektene i byggenæringen. Visjonen er å vise at det er mulig å utvikle den bærekraftige og attraktive nullutslippsbyen. Programmet retter seg først og fremst mot profesjonelle aktører i byggebransjen, som utbyggere, arkitekter og rådgivere. [FutureBuilt har utviklet kvalitetskriterier](#) innen ulike temaer, blant annet sosial bærekraft, som er obligatoriske for alle FutureBuilt prosjekter.¹² FutureBuilt arrangerer og deler fagseminarer og samlinger, følg med på deres [arrangementskalender](#).

[Nasjonal kunnskapsarena](#) for ombruk i byggevarebransjen har flere arbeidsgrupper og arrangerer jevnlig temasamlinger som kan være nyttige.

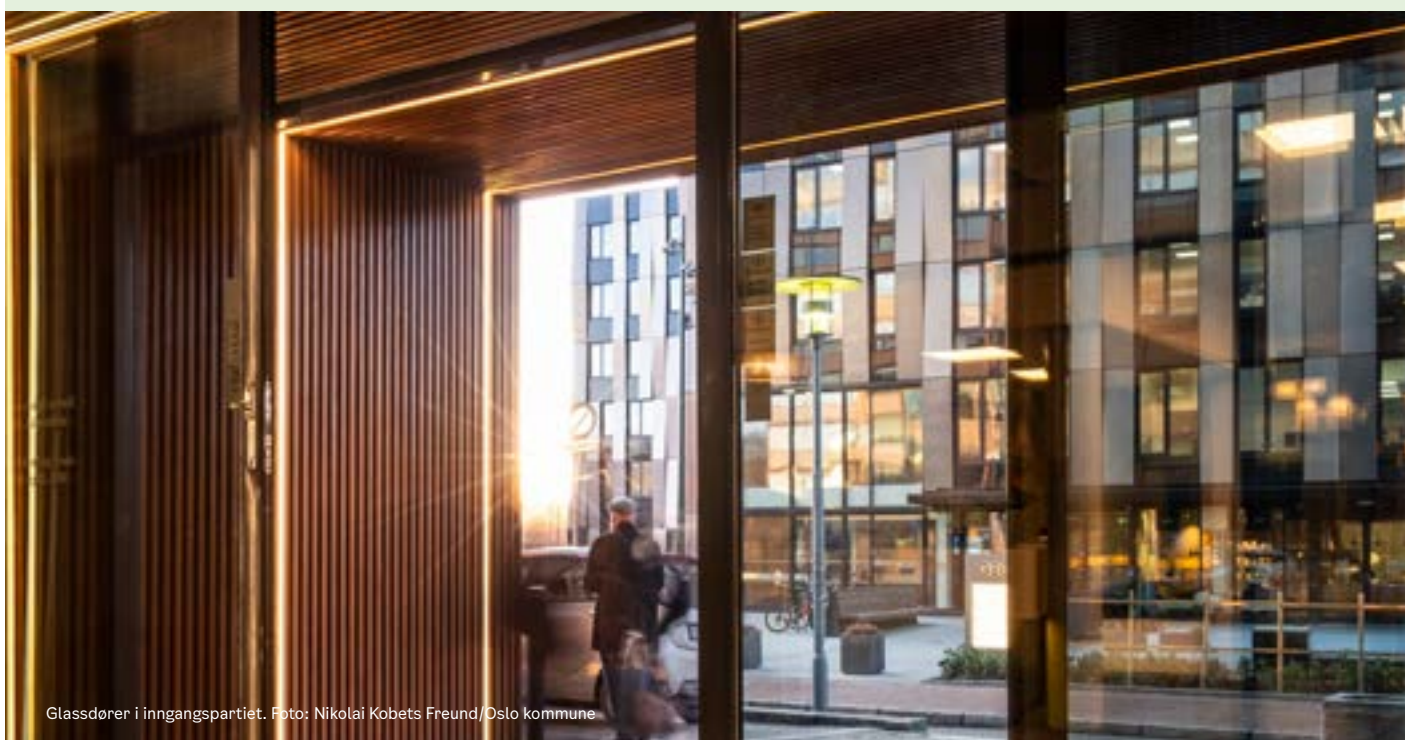
[Hovinbyen Sirkulære Oslo](#) (HSO) er en del av satsingen på innovasjonsdistrikter i «[Campus Oslo – strategi for utvikling av kunnskapshovedstaden](#)», som ble vedtatt av Oslo bystyre i 2019. Et hovedgrep er å se by-, kunnskaps- og næringsutvikling i tettere sammenheng enn før, og levere på bærekraftsmålene og Oslos mål for klima og miljø. HSO tar utgangspunkt i områdene Økern, Ulven og Haraldrud.

Partnerne i innovasjonsdistriktet, Hovinbyen sirkulære Oslo, har gått sammen om å løfte frem området med utgangspunkt i sirkulærøkonomi og i å utvikle området som en test- og demonstrasjonsarena for bærekraftig by- og næringsutvikling. Flere prosjekter er allerede i gang, inkludert [Sirkulær ressursentral](#) på Økern.

[ByLab Oslo](#) er en fysisk arena for bærekraftig byutvikling. Målet med ByLab Oslo er bedre samarbeid og dialog mellom alle aktører i utviklingen av Hovinbyen Oslo. ByLab Oslo driftes som et privat-offentlig samarbeid i en forening, og er midlertidig etablert i lokalene til Økernsenteret.

¹¹ Veileder – slik får dere gode innendørs møteplasser (PDF.)

¹² FutureBuilt



Glassdører i inngangspartiet. Foto: Nikolai Kobets Freund/Oslo kommune

Hvordan finne riktige lokaler?¹³

Her er en oversikt over vurderinger du bør gjøre når du skal finne lokaler til din sirkulære møteplass.

1. Målgruppe og tilgjengelighet

Start med å identifisere målgruppen din. Hva er deres alder, interesser og preferanser? Dette vil hjelpe deg med å finne et område der målgruppen er til stede. Er du usikker på om plasseringen treffer målgruppen din, bør du spørre deg om du kan nå dem enklere ved å være i et annet område.

Sjekk om området du vurderer har enkel tilgang for målgruppen din. Er det sentralt og lett tilgjengelig å komme seg til?

2. Driftsmodell

Er det aktuelt å samlokalisere din tjeneste med andre aktører? Kan lokalet leies ut? Kan prisen justeres til den enkelte leietaker ut ifra betalingsevne? Å finne riktig driftsmodell er en viktig del av arbeidet med å finne riktige lokaler.

3. Synlighet

Vurder hvor mange fotgjengere og hvor mye trafikk det er i området. Lokalet bør være lett tilgjengelig og synlig i nærmiljøet.

4. Leiekostnader

Undersøk leieprisene i området. Pass på at leiekostnadene samsvarer med ditt prosjekts budsjett. Undersøk eventuelle oppgraderinger som kan gi prisøkninger.

5. Infrastruktur og fasiliteter

Kreves det store investeringer for å få bygget i god nok stand? Oppfyller bygget krav til en arbeidsplass? Se «Sjekkliste for rehabilitering av lokaler» på side 31. Kan bygget brukes i en midlertidig periode uten store endringer eller oppgraderinger? NB. Krav til arbeidsplass gjelder også for midlertidig bruk av bygg.

Vurder lokalets generelle infrastruktur og fasiliteter som strømforsyning, vann og avløp, og om det er nødvendige tilkoblinger, som bredbånd eller liknende.



Kvinne med rosa skjerf under ombruksuka. Foto: Silje Thoen Løken / Oslo kommune

6. Reguleringer og tillatelser

Sjekk lokale reguleringer og brukstillatelser for lokalet på [Oslo kommunes plan, bygg og eiendom](#). Er det nødvendige tillatelser for den typen virksomhet du ønsker å starte, og er det spesifikke reguleringer som påvirker virksomheten din i dette lokalet eller området?

7. Risikovurdering

Vurder eventuelle risikoer knyttet til lokalet, for eksempel behov for større investeringer, lokale reguleringer og byggetillatelser. Vurder fremtidige endringer i lokale reguleringer eller nærliggende infrastruktur som kan påvirke prosjektet ditt.

8. Fleksibilitet

Har du tatt høyde for at lokalet og løsninger er fleksible, slik at du kan møte nye behov?

9. Budsjettering og økonomisk analyse

Lag et detaljert budsjett og en økonomisk analyse for å forstå kostnadene og forventet inntekt ved valg av lokale.

¹³⁾ Innholdet er basert på ChatGPT (men bearbeidet og kvalitetssikret av forfatterne) og Oslo kommunes guide til innendørs møteplasser.

Utseende og funksjon

Romløsninger, interiør og praktiske og estetiske egenskaper er viktig for den sirkulære møteplassens funksjonalitet og identitet.

Tips for valg av romløsninger:¹⁴

- La lokalenes fysiske rammer og tilstand definere bruk.
- Ha en grad av fleksibilitet, slik at den sirkulære møteplassen kan tilpasses ulike aktiviteter.
- Ha tilstrekkelig plass til indirekte funksjoner, som for eksempel oppbevaring, garderobe og kontorer til ansatte.
- Sørg for universell utforming, slik at romløsninger er tilgjengelige og brukbare for alle, uansett funksjonsevne.
- Sørg for grunnleggende funksjoner, som minimum enkle kjøkkenfasiliteter, og toaletter.
- Sørg for fellesrom, minst ett allrom, der alle kan møtes.
- Sørg for egne spesialiserte rom for ulike brukergrupper eller aktiviteter som potensielt kan forstyrre hverandre, for eksempel rom for støyende aktivitet og konsentrasjonsaktiviteter.
- Skal du drive ombruksaktivitet? I så fall bør større biler kunne stanse utenfor lokalet for lasting og lossing. Dette må kunne foregå uten å skape problemer for trafikken i nærliggende gater.

Sikkerhetsutstyr¹⁵

- Brannslukningsutstyr.
- Medisinskap/førstehjelpsutstyr.
- Gode låser, alarm og videoovervåking kan vurderes.



Tips!

Involver viktige målgrupper i å bestemme utforming og bruk av lokalet.

Tips til interiør¹⁶

- Velg brukte møbler dersom det er mulig. Benytt ulike ombrukskanaler eller gjennomfør grønne anskaffelser (se framgangsmåte på neste side). Du finner mange ombruksforhandlere på nett. Bruk for eksempel søkeord som «forhandler, brukte møbler Oslo».
- Sørg for fleksible møbler, som kan brukes til ulike aktiviteter, og som kan flyttes på etter behov.
- Sørg for at interiøret ditt varer lengst mulig. Velg robuste løsninger i form av god kvalitet og gjennomtenkte materialvalg, slik at inventar og utstyr holder seg lenger og enkelt kan holdes rent.
- Sørg for en funksjonell belysning som lyser opp områder for konsentrasjonsaktiviteter, og som gir lyse lokaler uten å blende. Samtidig bør belysningen kunne dempes og skape en god atmosfære.
- Det kan være fristende å ty til rimelige løsninger, men det er ikke sikkert det lønner seg i lengden.
- Innfør gode rutiner for vedlikehold.
- Steder som raskt blir ødelagte gjør at brukerne ikke føler det er noe poeng å ta vare på det, og dette fører til ytterligere forfall.

Sjekkliste fasade¹⁷

- Er fasaden åpen, inviterende og godt synlig fra byrommet utenfor?
- Kan folk på utsiden se noe av aktiviteten gjennom vinduene?
- Er åpningstider tydelig skiltet fra utsiden?
- Er det reklamert for aktiviteter på utsiden i form av informasjonstavler, tv-er og plakater?
- Er det skiltet til møteplassen (fra senter, kollektiv, der folk ferdes)?
- Er møteplassen godt belyst?

14), 15), 16) og 17 Kilde: Oslo kommunes guide til innendørs møteplasser

Slik kan du dekke møbelbehovet ditt på en miljøvennlig måte:¹⁸

- Innfør en innkjøpsrutine som fremmer valg av sirkulære løsninger.
- Velg sirkulære løsninger gjennom å:
 1. benytte reparasjons- og oppgraderingstjenester.
 2. skaffe deg brukte møbler. For eksempel via kommunens ombrukstelt på Haraldrud og Grønmo. Eller gjennom andre ombruksforhandlere for brukte møbler. Lett tilgjengelig gjennom et nettsøk på «brukte møbler Oslo».
 3. skaffe deg møbler gjennom en leieavtale.
 4. velge møbler designet for lang levetid og lav miljøbelastning.
 5. stille miljøkrav når du kjøper nye møbler.
 6. bruke tildelingskriterier til å premiere møbler med gode klima- og miljøegenskaper.

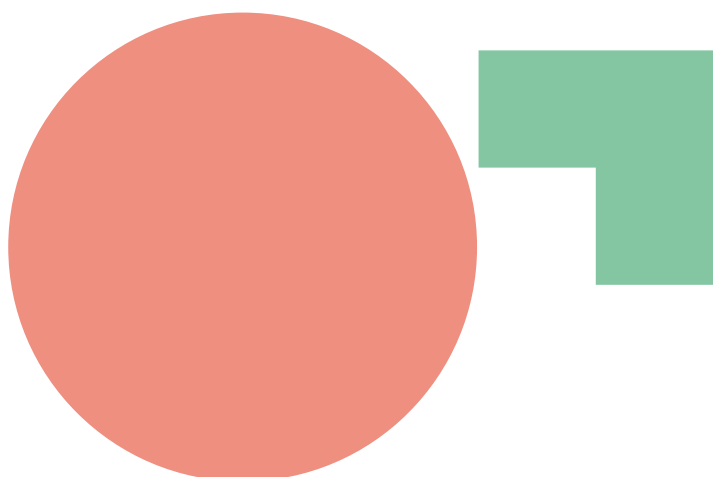
¹⁸) Kilde: Anskaffelser.no

Nyttige lenker for plassering og møtelokaler:

- [Arrangementskontoret](#)
- [Veileder for gode lokale møteplasser](#)

Sjekkliste for rehabilitering av lokale

- Kontakt mulige samarbeidspartnere for å finne aktuelle lokaler i det tiltenkte området. Kontakt eventuelt Plan- og bygningsetaten eller Eiendoms- og byfornyelsesetaten for å få informasjon om eiendommen er offentlig eller privat eid. Er det spesielle reguleringer tilknyttet eiendommen (Byantikvarens gule liste eller liknende)? Må det søkes om bruksendring eller dispensasjon? Vær klar over at søknadsprosessen kan ta inntil seks måneder. Ta kontakt med byggeier for å avklare mulighet for leie.
- Dersom det er mulig å leie et tomt lokale eller et allerede innredet lokale, kan det være lurt å utarbeide et kostnadsoverslag og beregne nåverdier for begge alternativene.
- Leiekontrakt må utarbeides.
- Utarbeid planskisser for lokalet med bistand fra arkitekt.
- Ved leie av ferdig innredet lokale er det spesielt viktig å utarbeide en tydelig og godt spesifisert beskrivelse eller kravspesifikasjon av hvordan lokalet skal innredes. Det er også viktig med en klar ansvars- og arbeidsfordeling, der involverte parter har deltatt i spesifiseringsarbeidet. Spesifiseringen av lokalet og planskisser vil normalt være bilag i en leiekontrakt ved leie av et ferdig innredet lokale.
- Skaff nødvendige håndverkertjenester.
- I løpet av etableringsfasen, underveis og ved overtakelse, bør det arrangeres befaringer i lokalet med relevant personell og eventuelle samarbeidspartnere. På befaringer gjennomgås krav til utforming av lokalet.
- Igangsettingstillatelse, samtykke fra arbeidstilsynet, midlertidig brukstillatelse/ferdigattest, søknad om endring av fasade ved skilt og liknende er prosesser som tar tid og må huskes på ved utarbeidelse av framdriftsplaner. NB. Plan- og bygningsetaten stiller krav til samtykke fra Arbeidstilsynet før de kan behandle søknaden din. Erfaringsmessig er det viktig å minne utbygger eller byggeier om disse prosessene.
- Skal lokalet driftes i samarbeid mellom flere aktører, bør det utarbeides en samarbeidsavtale om drift.



7. Markedsføring

I dette kapitlet deler vi tips til markedsføring for arrangementer og mindre initiativer. I tillegg deler vi tips til trinn du kan vurdere hvis du skal utarbeide en markedsføringsstrategi for et større initiativ.

Mindre initiativer

Har du bestemt deg for å lage et arrangement? Da er det på tide å lage en plan for hvordan du skal markedsføre arrangementet ditt.

Her er noen spørsmål som kan hjelpe deg på veien:

- Hvem ønsker du å nå ut til med arrangement ditt (målgruppen)?
- Gjennom hvilke informasjonskanaler kan du nå målgruppen din?
- Hvilken informasjon trenger mottaker om arrangementet?
- Til hvilken tid trenger mottaker informasjonen?
- Hva kan folk forvente av arrangementet, og hvordan kan dette beskrives med ord, bilder eller illustrasjoner?
- Hvilke virkemidler kan du bruke for å få folks oppmerksomhet?
- Kan du få hjelp av noen du kjenner med stort nettverk til å spre informasjon?

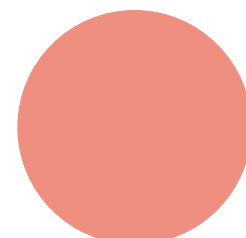
Hvis arrangementet ditt er del av en større markering så kan det hende at hovedarrangøren tilbyr hjelp til markedsføring. Oslo kommune har for eksempel de siste årene tilbudt synlighet i et digitalt kart for arrangementer som er tilknyttet ombruksuka i slutten av november.

Naturvernforbundet har laget maler for plakater, pressemeldinger og leserinnlegg til arrangører av klesbyttemarkeder og nabolagsmarkeder.



Nyttige lenker om markedsføring for mindre initiativer:

- [Ombruksuka](#)
- [Nabolagsmarked](#)
- [Tips til deg som vil arrangere klesbyttedag](#)



Å markedsføre din sirkulære møteplass kan være en spennende og viktig oppgave for å oppnå suksess. Her er noen trinn du kan vurdere å følge for å markedsføre tiltaket ditt:²⁰

1. Definer målgruppen din

Du bør starte med å definere hvem du ønsker å nå ut til med din sirkulære møteplass, og lage deg et bilde av deres behov.

Hvem er interessert i bærekraft, sirkulær økonomi og lignende temaer, og kan tenkes å besøke eller bidra til din sirkulære møteplass? Er det bedrifter, enkeltpersoner, studenter eller en annen gruppe? Jo bedre du forstår målgruppen din, desto mer effektivt kan du tilpasse markedsføringsstrategien din ved å velge riktig budskap og kanaler.

2. Lag en markedsføringsstrategi

Ta deg tid til å utvikle en markedsføringsstrategi som inkluderer budskap, kanaler og mål. Tenk på hva som gjør din sirkulære møteplass unik, og hvordan du kan kommunisere dette til målgruppen din. Her er det naturlig å se på verdiløftet i forretningsmodellen din (se kaptittel «4.3 Forretningsmodell» på side 23. Lag en oversikt over de ulike informasjonskanalene du kan bruke for å nå målgruppen din. Du bør også definere målene med markedsføringen slik at du kan måle effekten og gjøre eventuelle justeringer for å forbedre resultatene.

²⁰⁾ Innholdet er basert på ChatGPT, men bearbeidet og kvalitetssikret av forfatterne.

Eksempler på mulige kanaler og innhold til markedsføringen:

• Bygg en nettside eller plattform

Opprett en nettside eller plattform dersom målgruppen din kan nås på digitale kanaler. Her kan du dele oppdatert informasjon om møteplassen din. Dette kan være et sentralt sted for påmelding, programoversikt og annen relevant informasjon.

• Sosiale medier

Er målgruppen din digital? Aktiv bruk av sosiale medier kan være effektiv måte å markedsføre møteplassen din på. Del innlegg som er relevante for temaet ditt, legg ut oppdateringer om møteplassen din og aktivitetene der. Bruk relevante emneknagger (#) for å nå ut til folk som potensielt kan være interessert i din sirkulære møteplass.

Sjekk om det finnes lokale grupper eller profiler som når ut til din målgruppe gjennom sine sosiale mediekkanaler. Hør om de kan reklamere for ditt tiltak.

• E-postmarkedsføring

Samle e-postadresser fra interesserte deltakere og bruk e-postmarkedsføring for å sende ut invitasjoner, oppdateringer og påminnelser om arrangementet. Vær oppmerksom på at du må følge regelverket rundt personvernopplysninger (GDPR). Det innebærer blant annet at eier av e-postadressen må samtykke til innsamling og bruk av e-postadressen til markedsføringsformål.

■ Fysisk markedsføring

Lag flyers og plakater. Vurder om målgruppen din er mottakelig for informasjon som de mottar direkte i hånden. I så fall, bør du sette av tid til å dele ut flyers et sted hvor mange i målgruppen din ferdes. Alternativt kan det være like effektivt å legge igjen noen flyers eller henge opp plakater på etablerte møteplasser som skoler, universiteter, nærbutikker, biblioteker eller lignende.



Plakat som ønsker velkommen til pop-up ombrukstelt med julestæs.

Foto: Silje Thoen Løken / Oslo kommune

- **Kart**

Planlegger du å etablere en sirkulær møteplass med fast tilholdssted, bør du vurdere å gjøre den synlig på Google Maps. Dette kan du enkelt gjøre ved å opprette en Google My Business-konto. Deretter kan du dele lenken til din Google Maps-listing på nettsiden din, i e-postsignaturer og på sosiale medier. Dette vil gjøre det enklere for folk å finne og navigere til møteplassen din.

Flere bydeler har utarbeidet kart som viser sirkulære initiativer i deres områder:

- [Gjenbruksguide Bydel St. Hanshaugen og sentrum](#) (pdf.)

- [Ombrukskart Bydel Sagene](#) (pdf.)

- **Samarbeid med relevante organisasjoner**

Samarbeid med organisasjoner, universiteter, bedrifter eller andre grupper som har interesse for sirkulær økonomi. Dette kan hjelpe deg med å nå ut til en bredere målgruppe og gi troverdighet til arrangementet ditt.

- **Nettverk og relasjoner**

Delta i relevante arrangementer, webinarer og konferanser for å bygge nettverk og relasjoner innenfor sirkulær økonomi. Dette kan hjelpe deg med å øke synligheten til din egen møteplass.

På denne nettsiden finner du flere nettverk som kan være aktuelle: [samarbeid med nærings- og organisasjonslivet og forskning](#)

- **Markedsføring på selve møteplassen**

Sørg for at selve møteplassen er engasjerende og verdifull for deltakerne. Gode opplevelser fra tidligere brukere kan føre til positive videre anbefalinger og gjentakende deltakelser.

- Sørg også for at den sirkulære møteplassen er godt synlig og innbydende på utsiden, slik at tilfeldig forbigående enkelt kan oppdage den og bli fristet til å stikke innom.

- **Lag innhold som appellerer til målgruppen din**

Dette kan inkludere artikler, blogginnlegg, videoer eller podkaster om temaer relatert til sirkulær økonomi. Del dette innholdet gjennom sosiale medier og e-post for å øke bevisstheten om møteplassen din.

Husk at markedsføring er en kontinuerlig prosess. Jo tidligere du starter planleggingen og markedsføringen, desto større sjanse har du for å tiltrekke deg deltakere til din sirkulære møteplass.



Nyttige lenker om markedsføring

- [Hvordan definere din målgruppe?](#)
- [Målgrupper i sosiale medier](#)

