



som ny
igen

CHECKLISTA för cirkulär pop up-vecka



Trollhättans
Stad



CITY
TROLLHÄTTAN



VÄSTRA
GÖTALANDSREGIONEN

Dokumentbeteckning: Checklista

Senast uppdaterad: Juni 2025

Syfte: Syftet med denna checklista för cirkulär pop up-vecka är att stötta handläggare och rådgivare till att skapa evenemang som stöttar den cirkulära omställningen på ett lättömt sätt som involverar många.

Innehåll

01

Bakgrund

02

Kortfattad kunskap

03

Checklista för cirkulär pop up-vecka

3.1 Projektorganisation

3.2 Planering

3.3 Förberedelser

3.4 Kommunikation

3.5 Genomföra

3.6 Kommunikation

1. Bakgrund

Denna checklista har tagits fram som en del av projektet - **"Demonstration av stadskärna för cirkulär konsumtion och handel (DESC)"**, som pågår 1 mars 2024 till 30 juni 2025 med stöd från Västra Götalandsregionen. Projektet bygger vidare på en förstudie från 2023 där unga vuxna testade att handla cirkulärt i stadskärnan.

Inom projektet DESC har flera aktiviteter genomförts, men huvudfokus har legat på att skapa och genomföra en temabaserad pop-up-vecka. Den cirkulära pop-up-veckan "Som ny igen" genomfördes i April 2025.

För att ta vara på de insikter, den kunskap och de erfarenheter som samlats under arbetets gång har en checklista tagits fram. Denna checklista beskriver de steg som krävs för att arbeta med cirkulär centrumutveckling, där evenemang används som metod.

In i cirkeln, ut ur avfallet.

In i cirkeln, ut ur avfallet.

[illegible]

Kärnan i hållbar konsumtion är att göra genomtänkta val: att välja kvalitet före kvantitet, att återbruka och dela i stället för att köpa nytt, och att tänka på produktens hela livscykel – från produktion till avfall. Det handlar inte om att sluta konsumera, utan om att konsumera klokare och mer behovsstyrt, med respekt för de planetära gränserna

Återbruk innebär att man använder en produkt, ett material eller en del av något igen, i sitt ursprungliga skick eller med små förändringar, i stället för att slänga det. Syftet med återbruk är att förlänga livslängden på saker och minska avfall, vilket är bra för både miljön och ekonomin. Det kan handla om allt från att ge gamla möbler nytt liv, använda byggmaterial på nytt, till att skänka bort kläder i stället för att kasta dem.

3. Checklista för cirkulär pop up-vecka

3.1 Projektorganisation

☐ Säkerställ rätt kompetens

Att bedriva förändringsarbete utifrån ett specifikt tema och med event som metod, kräver en projektorganisation med specifika kunskaper och ansvarsområden. Samtliga kompetenser behöver säkerställas inom organisationen, men roller kan vara tvärvetenskapliga.

Följande kompetenser är identifierade:

Projektledare: Övergripande ansvar för ekonomi, tidplan och genomförande.

Hållbarhetsansvarig/hållbarhetskompetens: Bidrar med ämnesspecifikkunskap inom och säkerställer därigenom att projektet fokuserar på rätt frågor utifrån temat.

Eventkoordinator: Kunskap inom anordning av event.

Kommunikatör: Kunskap kring kommunikativa medel och möjligheter



Lokal kännedom och etablerade relationer till företagare och andra aktörer har varit en viktig del i projektet. Säkerställ därför (om möjligt) att nyckelpersoner med både lokalkännedom och etablerade relationer ingår i projektgrupp.

Ha en komplett projektorganisation vid projektstart

Det är viktigt att samtliga kompetenser deltar i de inledande skedena för att säkerställa att relevant kunskap och input i de tidiga strategiska beslut som tas vid en projektstart.

3.2 Planering

☐ **Definiera syfte och mål. Vad vill vi uppnå med evenemanget?**

Exempel på tema kan vara; öka medvetenheten och kunskap om cirkulär ekonomi, att främja återbruk eller att stärka centrumhandeln utifrån ett cirkulärt perspektiv.

☐ **Definiera målgrupp**

☐ **Visualisera målbilden**

För att säkerställa så att samtliga i teamet arbetar mot samma mål. Det kan göras genom att ta fram referenser eller exempel, alternativt genom en workshop där målbilden konkretiseras i ord.



Kom igång – samtalsguide för projektgrupp:

- Vad betyder cirkulär centrumutveckling för oss?
- Vilka lokala utmaningar och möjligheter ser vi?
- Hur kan vi koppla våra mål till strategiska hållbarhetsmål? (Antagna policies och styrdokument, Agenda 2030 etc.)
- Vad behöver vi för att lyckas?
- Vem gör vad?

☐ **Välj ett tema**

Utgå från syfte och mål. Att välja och eventuellt avgränsa ett tema gör processen tydligare.

☐ **Sätt en tidplan**

Bestäm datum och längd för evenemanget.

☐ **Bestäm en lokal eller plats**

Välj lokal eller plats med projektets syfte och mål i åtanke. Att genomföra projektet i stadskärnan kan medföra en större spridning, samtidigt som en extern lokal kan ge större möjlighet att samla alla aktiviteter till en och samma plats.



När vi gjorde “Som ny igen”

Pop up-veckan hölls i Vårvik, en ny stadsdel med hållbarhetsprofil nära centrum, vilket gav möjlighet att aktivera områden utanför stadskärnan och stärka kopplingarna i staden. Trots att vissa centrala aktörer inte kunde delta fullt ut gav veckan viktiga lärdomar om platsvalets påverkan på deltagande och publikflöde – insikter som blir värdefulla för framtida evenemang

☐ **Säkerställ finansiering**

Exempelvis genom kommunala medel, sponsorer eller genom stöd från andra myndigheter.



Budgetera rätt; med hjälp av rätt kompetens

I detta skede – att säkerställa finansiering – är det viktigt att projektorganisationen är komplett för att säkerställa realistiska ekonomiska poster som tex eventkostnader och kommunikation.

3.3 Förberedelser

☐ **Skapa ett program och sätt en programstruktur**

Utgå från syfte och mål.

☐ **Planera aktiviteter**

- Föreläsningar
- Workshops
- Studiebesök
- Utställningar
- Prova-på-aktiviteter
- Barnaktiviteter. Exempelvis: återbrukspyspel, cirkulär skattjakt, teaterföreställning utifrån temat, leksaksbyttardag, lär dig reparera
- Tävlingar eller utmaningar – även digitala challenges

☐ **Lämna luft i programmet för oförutsedda händelser**

☐ Kartlägg aktörer

Lokalt fokus: identifiera butiker, företagare, föreningar, kommunala verksamheter och andra som kan bidra med innehåll, lokaler eller engagemang

Nationellt fokus: Identifiera större aktörer som kan bidra med inspiration och kunskap.



När vi gjorde "Som ny igen"

Under pop up-veckan låg fokus på att lyfta fram lokala aktörer i Fyrbodal, vilket skapade en genuin och nära koppling till platsen och dess invånare. Deras engagemang och närvaro bidrog till en varm och inkluderande stämning, samtidigt som det gav utrymme för mindre företag att synas och växa. I framtiden finns en spännande möjlighet att komplettera detta lokala fokus med medverkan från större, nationella aktörer. Dessa skulle kunna bidra med inspiration och värdefull kunskap genom sina etablerade hållbarhetsprocesser – något som ytterligare kan stärka evenemangets helhet och skapa nya möten mellan olika typer av erfarenheter och perspektiv.

☐ Säkerställ ett attraktivt erbjudande

- Erbjud medverkan i olika aktiviteter, vid föreläsningar, ge möjlighet till försäljning.
- Erbjud kunskapshöjande insatser riktade mot specifika grupper av små- och/eller lokala företagare.
- Erbjud en kontaktyta - skapa insatser där olika professioner som har möjlighet att komplettera varandra kan mötas
- Tydliggör värdet i "synlighet", nya kundgrupper och "gratis" marknadsföring inom ramen för pop-upveckan.



När vi gjorde "Som ny igen"

Som förberedelser inför pop up-veckan genomfördes både ett **Learning Lab** och **Som ny igen- Challenge**, vilka båda syftade till att skapa nyfikenhet inför själva pop up-veckan

3.4 Kommunikation

☐ **Ta fram kommunikationsplan**

Kommunikation är en väsentlig del av ett evenemang, både inför och under genomförande. Genom att tidigt i projektet upprätta och besluta om en kommunikationsplan så säkerställer man att rätt medel och tidsåtgång avsätts.

☐ **Definiera syfte med kommunikationsplanen.**

Beskriv varför den behövs och hur den ska bidra till att uppfylla evenemangets mål.

☐ **Identifiera målgruppen/grupperna**

för att kunna rikta olika insatser till olika målgrupper

☐ **Definiera "huvudbudskapet"**

baserat på temat.

☐ **Anpassa budskapet för olika målgrupper**

Till exempel pysselaktiviteter riktade mot barnfamiljer, återbruk av mode riktat mot unga vuxna

☐ **Blanda kunskapshöjande insatser med reklam för eventet**

☐ **Ta fram en grafisk profil**

En grafisk profil som kopplar tydligt till evenemanget ger möjlighet att tydligt kommunicera och bygga eventet via kommunikation på både digitala plattformar, på evenemanget samt i fysisk form.



När vi gjorde "Som ny igen"

I projektets inledningsfas togs en grafisk profil fram för "Som ny igen", vilket har haft stor betydelse för projektets genomslag. Den har bidragit till en tydlig och enhetlig kommunikation i alla kanaler, hjälpt projektet att sticka ut i bruset och skapat ett professionellt intryck redan från planeringsstadiet och i de första offentliga inläggen. Den grafiska profilen har därmed stärkt projektets trovärdighet och igenkänning.

☐ **Definiera vilket språkbruk som ska användas.**

Definiera vad ord som till exempel "cirkulär", "hållbar" och "återbruk" betyder inom ramen för projektet – och kommunicera det tydligt utåt. Se till att alla som arbetar med projektet använder samma språk.

☐ **Kanaler och format**

- Digitala plattformar, sociala medier, nyhetsbrev, e-postsignatur
- Affischer, flyers, banderoller och skyltar i den offentliga miljön
- Dekaler till deltagande aktörer för att stärka den lokala kopplingen till evenemanget

☐ **Tidplan för kommunikationsplan**

Före eventet: Sätt förväntningar, sprid information och bygg upp nyfikenhet och intresse

Under eventet: dela bilder, livesändningar, tagga och använd #

Efter eventet: Tacka deltagare, summera resultat.

☐ **Uppföljning**

Följ upp statistik för att tydliggöra kommunikationens viktiga roll i projektets resultat.

3.5 Genomföra

☐ **Samordna ansvar**

Tydliggör rollerna i projektet även under genomförandet

☐ **Kommunicera aktivt under eventet**

Liveuppdateringar, presskontakter, digitala "challenges" på plats.
Enligt tidigare fastställd kommunikationsplan

☐ **Dokumentera**

Foton, video och statistik för uppföljning

3.6 Uppföljning



Samla in feedback från deltagare och aktörer

Kunskapsåterföring från deltagare för att säkerställa att hela upplevelsen omhändertas.

Utvärdera

Vad gick bra, vad kan förbättras?



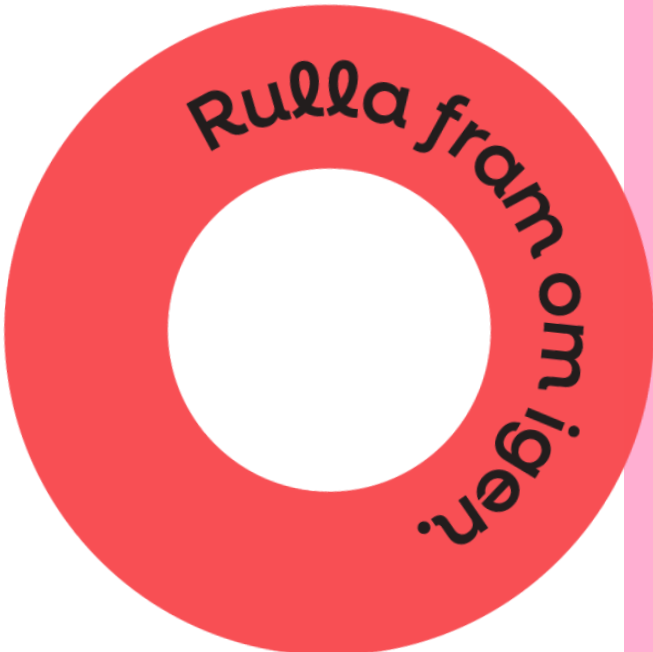
Slutrapportera

Formulera lärdomar och utvecklingspotential och sammanställ för framtida bruk



Dela resultatet

Intressenter, finansörer och liknande.



Rulla fram om igen.



**Lycka till med ditt
cirkulära evenemang!**



