

# Hvordan redusere bruken av engangskopper i Oslo kommune?

Æra Strategic Innovation for Oslo Kommune  
August 2023



Oslo

ÆRA

# Innhold

1. Om studien
2. Oppsummering
3. Hvorfor starte med engangskoppen?
4. Nye reguleringer
5. Etablerte tiltak og løsninger
6. Hva er en ombruksløsning?
7. Intervjuer med seks ulike ombruksløsninger
8. Feltarbeid i Oslo: Forbrukere
9. Feltarbeid i Oslo: Utsalgssteder
10. Dialogmøte med bransjen
11. Vedlegg



# I. Om studien

# Bakgrunn for studien



## Oslo

- Æra Strategic Innovation tok initiativ til studien og søkte midler gjennom Oslo kommunes utlysning «Tilskudd til tiltak mot plastforsøpling». Bakgrunnen for søknaden var de kommende reguleringer fra EU på reduksjon av engangsemballasje (PPWR), som også vil gjelde for Norge.
- Studien er avgrenset til å se på hvordan redusere bruken av take-away engangskopper for varm drikke i byrommet. Denne avgrensningen er gjort da engangskopper til varm drikke utgjør en betydelig del av take-away emballasjen i byrommet.
- Norge ligger i verdenstoppen på kaffedriking, og mye av engangskoppene til varm drikke kommer fra kaffe. Det er et produkt mange har et forhold til, og det er også et synlig produkt i byrommet. I tillegg er det en forsøplingsrisiko knyttet til engangskoppene, da det er et produkt som tas med på farten. Take-away engangskopper for varm drikke er derfor et interessant utgangspunkt i arbeidet med reduksjon av engangsemballasje til take-away produkter i byrommet.

# Mål for studien



- Studien gir et kunnskapsgrunnlag som kan brukes til å utvikle en strategi for hvordan redusere bruken av take-away engangskopper for varm drikke i Oslo.
- Rapporten inneholder et generelt innsiktsgrunnlag i tillegg til å svare på:
  - 1) Hva er viktige suksesskriterier for å få til reduksjon i Oslo?
  - 2) Hvilke type løsninger og tiltak kan være relevante for Oslo i dette arbeidet?
- Rapporten er ment som et felles kunnskapsgrunnlag for både utsalgssteder, tilbydere og kommunen for videre vurdering av løsninger og innovasjoner på feltet i Oslo.
- Kunnskapen har også overføringsverdi til andre typer av engangsemballasje for take-away, og kan slik ses som et første steg i en større kartlegging.



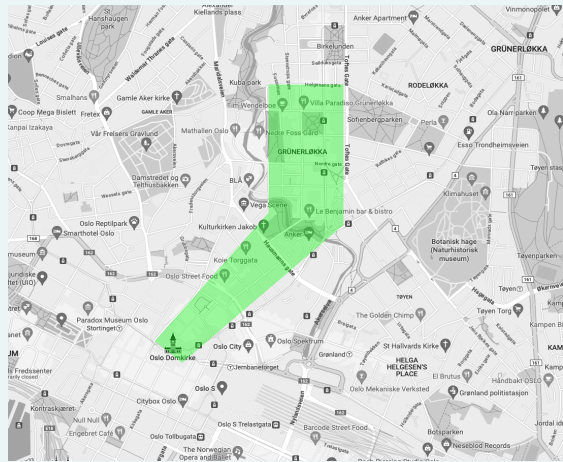
# Gjennomføring av studien

Steg 1: Desk research + intervjuer



Steg 2: Feltarbeid med intervjuer av  
utsalgssteder og forbrukere i Oslo

## HANDLEGATE



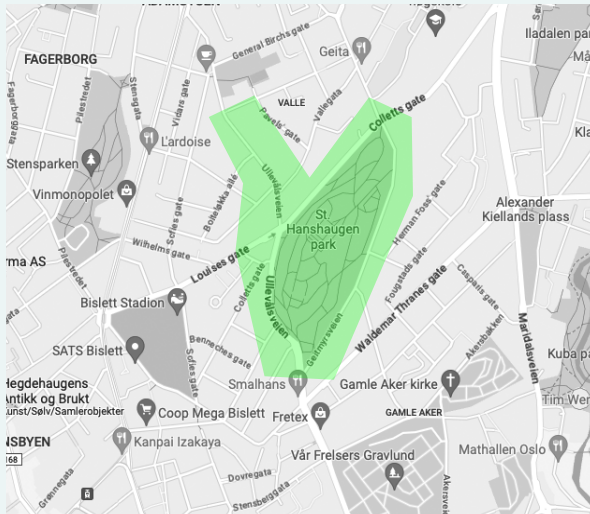
Torggata + Markveien  
(opp til Olaf Ryes plass)

## KNUTEPUNKT



Majorstuen stasjon og  
området rundt

## GATEBASERT OG PARK



St. Hanshaugen – Ullevålsveien  
og parken

## VED HAVET



Bjørvika/Bispevika

Steg 3: Dialogmøte med bransjen





# Steg 1: Desk research + intervjuer



- Kartlegge kommende reguleringer for bruk av engangskopper i Norge og Europa
- Kartlegge løsninger og tiltak i Europa som har mål om å redusere bruken av engangskopper og annen take-away emballasje
- Intervju med seks utvalgte løsninger innen ombruksemballasje
- Valg av arena for feltarbeid i Oslo basert på første læring fra desk research og intervjuer

# Steg 2: Feltarbeid i Oslo

## HANDLEGATE



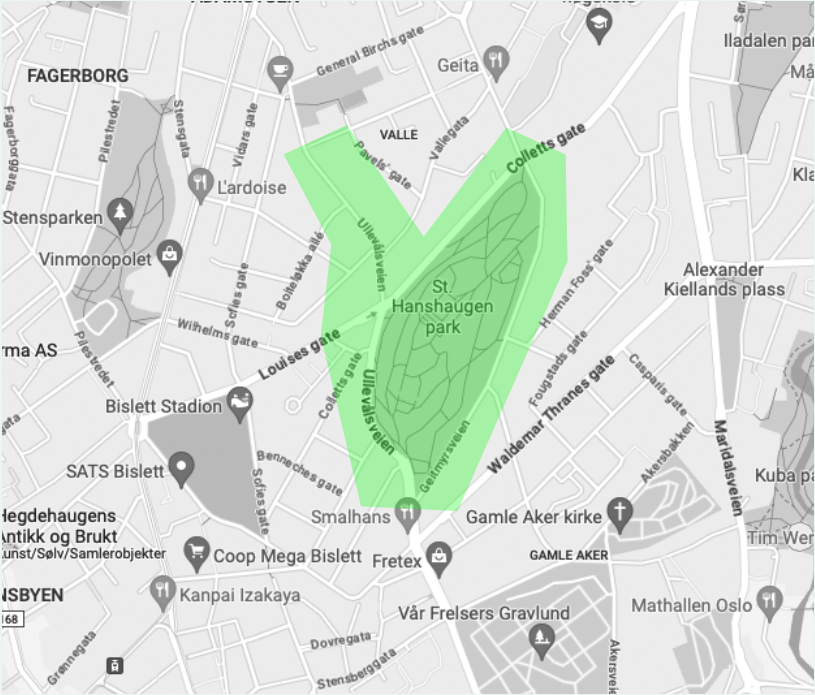
Torggata + Markveien (opp til Olaf Ryes plass)

## KNUTEPUNKT



Majorstuen stasjon og området rundt

## GATEBASERT OG PARK



St. Hanshaugen – Ullevålsveien og parken

## VED HAVET



Bjørvika/Bispevika

## Fordelt på fire arenaer er det gjennomført :

- Observasjon av forbrukere på utsalgssteder og på farten/på gaten
- Observasjon og uformelle samtaler med ansatte på ulike utsalgssteder
- 40 intervjuer med forbrukere på farten som har engangskopp eller termokopp i hånden
- Dybdeintervjuer med daglig leder fra seks forskjellige utsalgssteder

## Om valg av arenaer:

Basert på læring fra steg en, ble det klart at det er mest utfordrende å finne nye løsninger for på-farten-adferd, og det er også størst forsøplingsrisiko knyttet til denne typen adferd. Arena for *handlegate*, *knutepunkt* og *gatebasert+park* er områder som dekker denne adferden godt.

Arena *ved havet* ble lagt til etter ønske fra Oslo kommune, og har mer forbruk (sammenlignet med de andre arenaene) som skjer innen et mer avgrenset område.



# Steg 3: Dialogmøte med bransjen



- Oslo kommune og Æra arrangerte et dialogmøte med bransjen 13. juni 2023.
- Deltakerene i dialogmøtet ble presentert for foreløpige funn fra denne rapporten og gav sine innspill. De diskuterte også ulike oppgaver i grupper.
- Da studien er avgrenset til å se på engangskopper for varm drikke, og på-farten adferd blant kundene, inviterte vi ulike typer utsalgssteder som dekker denne adferden.

Det deltok representanter fra følgende utsalgssteder: Starbucks, Kaffebrenneriet, Espresso House, Baker Hansen, Godt Brød, Narvesen, 7-11, Deli de Luca og Neongrut

Andre inviterte var: Stockfleth, Backstube, Java, Baker Samson og Naturli.



## 2. Oppsummering – Første del

Oppsummeringen er todelt. Denne første delen omhandler hva som er dagens status når det kommer til bruk av engangskopper, kommende reguleringer og etablerte løsninger og tiltak.

# Engangskoppen er et godt utgangspunkt for reduksjon av engangsemballasje

Engangskopper til varm drikke på farten er et synlig produkt i byrommet. Det er også et produkt mange har et forhold til. Den største andelen av koppene blir brukt til varme kaffedrikker.

Engangskoppen tas ofte med på farten, og det øker også forsøplingsrisikoen. I dag utgjør drikkebeger 7 % prosent av avfall på avveie i Oslo.

Høy synlighet, kjennskap og volum\* gjør at engangskoppen er et godt utgangspunkt for arbeid med reduksjon av take-away emballasje for mat og drikke på farten.

\* Per i dag finnes det ikke tall på hvor mange engangskopper som havner i byens avfallsbøtter. Men gjennom salgstall fra enkelte utsalgssteder og observasjoner av avfallsbøtter i byrommet vet en at koppene utgjør en betydelig del av avfallet.

*Kaffedrikkere i Norge drikker 5,5 kopper per dag i snitt*

*74 % av alle over 18 år i Norge drikker kaffe daglig*

*Det utgjør 17,4 millioner kaffekopper per dag*

## 5 fakta om engangskoppen

1. Den er kortlivet
2. Den inneholder plast
3. Den gjenvinnes ikke
4. Den utgjør en stor andel av avfallet i byrommet
5. Den havner på avveie

7 % av avfall på avveie i Oslo er drikkebeger

Oslo kommune bruker årlig **55,8 millioner** på opprydding av avfall på avveie



# Nye reguleringer for engangskopper er varslet

Reguleringene forespeilet fra EU gjennom *Packaging & Packaging Waste Regulation* (PPWR) vurderes som en forordning i Europaparlamentet, og vil også gjelde for Norge.

I PPWR ligger forslag om krav til at 20 % av all take-away drikkeemballasje skal være ombruksemballasje i 2030, og 80 % i 2040.

Reguleringer vil tvinge frem endringer gjennom målene om reduksjon. I tillegg kan også reguleringene påvirke lønnsomheten i dagens system gjennom å innføre avgifter på engangskopper, og slik motivere til en ny type adferd.



# Det finnes allerede flere etablerte løsninger i Europa

## Eksempler på tiltak og løsninger i Europa

### 1) Iverksettelse av tiltak på myndighetsnivå

Enkelte land og byer i Europa har allerede innført tiltak for å redusere bruken av engangsemballasje til take-away, inkludert engangskoppen.

### 2) Ombruksløsninger i regi av kommersiell aktør

Det finnes en rekke ombruksløsninger i flere land i Europa. Tyskland regnes som foregangsland og har flere etablerte løsninger i bruk.

### 3) Samarbeid mellom kommune og ombruksløsning

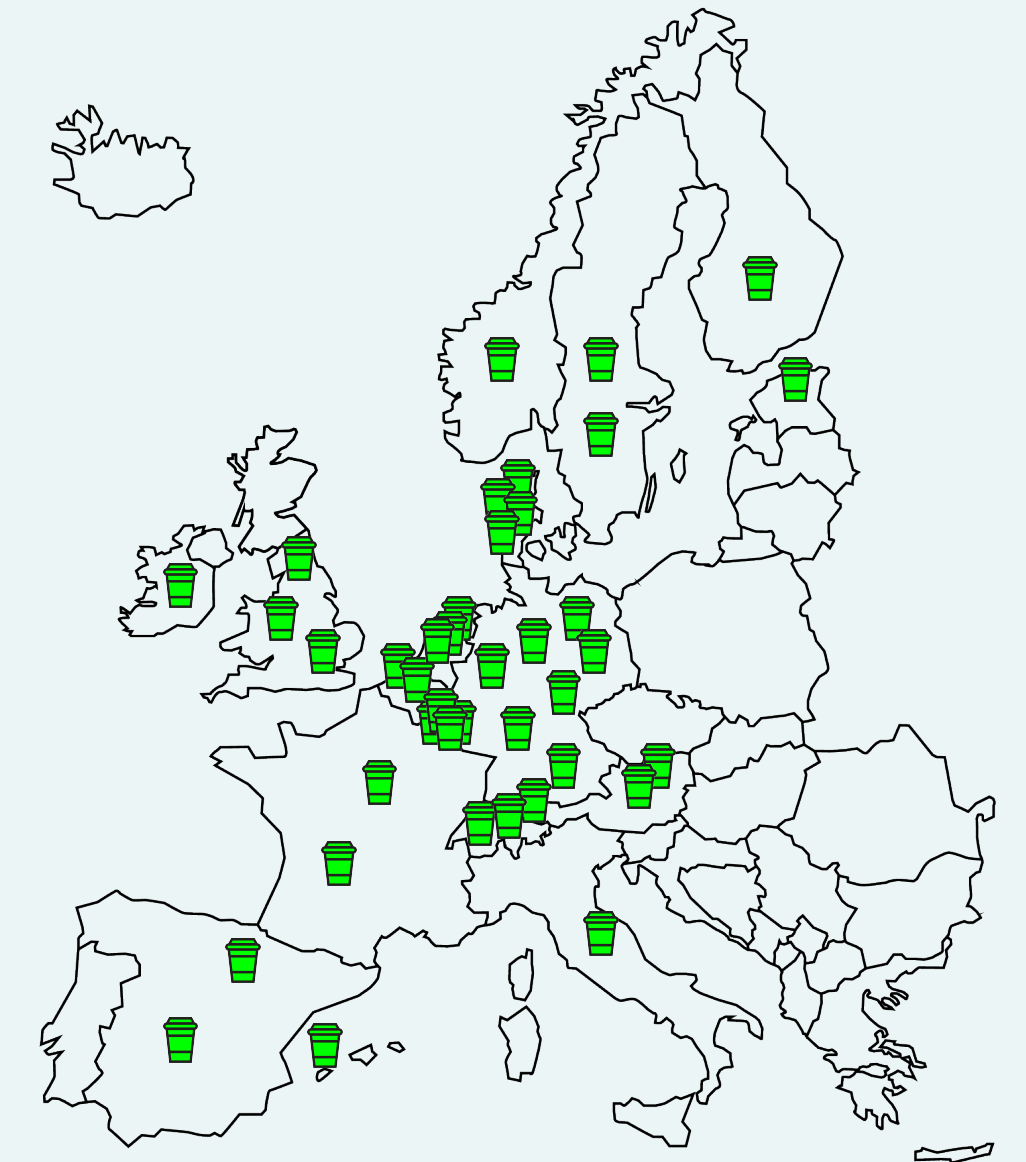
Enkelte kommuner har tatt initiativ til å samle utsalgsstedene, for så å inngå et samarbeid med en ombruksløsning som ønskes brukt av flest mulig utsalgssteder i hele kommuner eller byer.

### 4) Løsninger for «ta med egen kopp» i regi av utsalgssted

Det at forbruker kan ta med egen kopp er en løsning flere utsalgssteder tilbyr.



Eksempler på land som allerede har satt i gang ulike tiltak for reduksjon av engangsemballasje.



Kartet viser steder hvor ombruksløsninger allerede er tatt i bruk. Oversikten er ikke uttømmende.



# Dagens løsninger har noen felles utfordringer – men reguleringer kan bidra til å løse dette

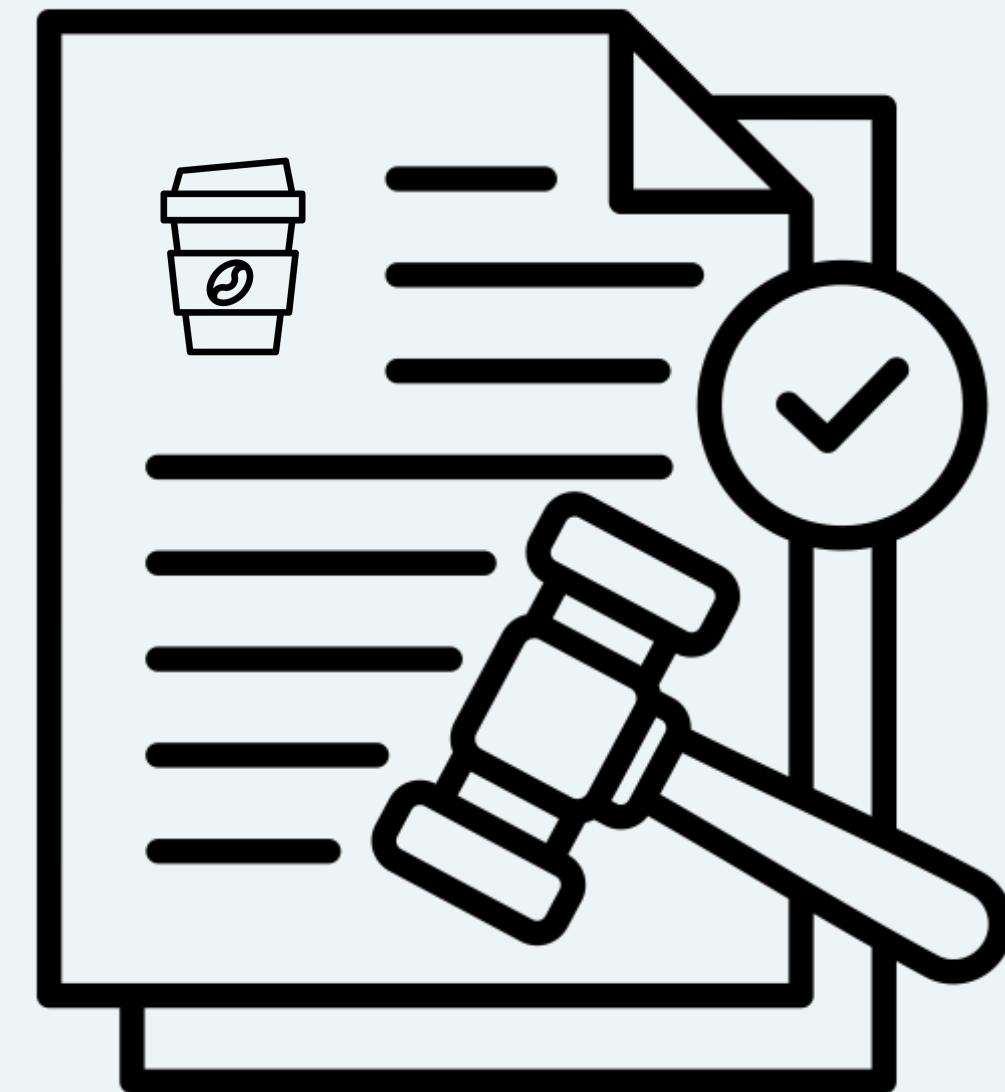
Det er vanskelig å få kundene til å endre adferd.

Den manglende oppslutningen blant kundene forklares blant annet med at det i dag er to løsninger som opererer side om side: engangskopper og ombrukskopper. I tillegg oppfordres forbruker noen steder til å bruke egen termokopp.

De alternative løsningene til engangskoppen er per i dag mindre *convenient*\* for alle parter. Ombrukskoppen er også dyrere eller til samme pris som engangskoppen. Det er et håp om at de kommende reguleringene kan være med å snu på dette.

Reguleringene kan også bidra til økt kunnskap og til å sette fokus på alternative løsninger.

\*Engelsk begrep som beskriver tilgjengelighet, praktisk, enkel og behagelig i bruk.



# **Status i Oslo: Alternativene til engangskoppen er lite kommunisert**

## **Alternativer til engangskoppen for varm drikke i Oslo i dag:**

- 1) Ta med egen termokopp
- 2) Kjøp (og gjenbruk) utsalgsstedets egen termokopp
- 3) Låne ombrukskopp fra Vytal

*Vytal ble etablert i Norge i 2022, og det er i dag 18 utsalgssteder i Oslo som benytter seg av denne løsningen.*

## **Alternativene er lite kommunisert og lite brukt**

Flere av stedene i Oslo som har miljørabatt kommuniserer ikke dette synlig på utsalgsstedet. Det er også lav kjennskap til denne løsningen blant forbrukere, og det er få som benytter seg av egen kopp og miljørabatt. Stedenes egne termokopper er også ofte plassert lite synlig for forbruker. I tillegg er det lite kunnskap om de alternative løsningene til engangskoppen blant ansatte.

## **Ikke en felles standard for miljørabatter**

Flere utsalgssteder gir rabatt dersom forbruker tar med egen kopp, men hvor mye rabatt som gis og om en kan bruke «hvilken som helst termokopp» eller kun utsalgsstedets egen kopp, varierer. Dette kan også variere innenfor samme kjede.

## **Lav kjennskap til kommende reguleringer**

Dette er også lite kjennskap både blant ansatte og forbrukere når det gjelder kommende reguleringer som vil påvirke bruken av engangskopper.

# Bransjen er klar for samarbeid – og etterlyser føringer fra det offentlige

Det er begrenset kunnskap i bransjen om kommende reguleringer, men det er forståelse for at omstillingen må skje gjennom samarbeid.

For å få til en omstilling ser bransjen fordelene med at de samme reglene/tiltakene er gjeldende på tvers av ulike utsalgssteder, da de bekymrer seg for tap av kunder dersom løsningene i en overgangsperiode vil bety mindre *convenience* og høyere pris for kundene.

Den raskeste veien til endring anses å være gjennom like regler for alle – og at kravene kommer fra myndighetsnivå.





## 2. Oppsummering – Andre del

Denne andre delen av oppsummeringen tar for seg de to systemene for take-away kopper til varm drikke som vil operere parallelt i tiden fremover. Disse to systemene danner utgangspunktet for videre arbeid med reduksjon av engangskopper i Oslo kommune.

# To systemer å jobbe med for å oppnå reduksjon av engangskopper

## 1. Dagens system:

Redusere avtrykk av dagens system hvor engangskopper dominerer, og hvor også løsningen med «ha-med-egen kopp» finnes som alternativ.

## 2. Nytt ombrukssystem:

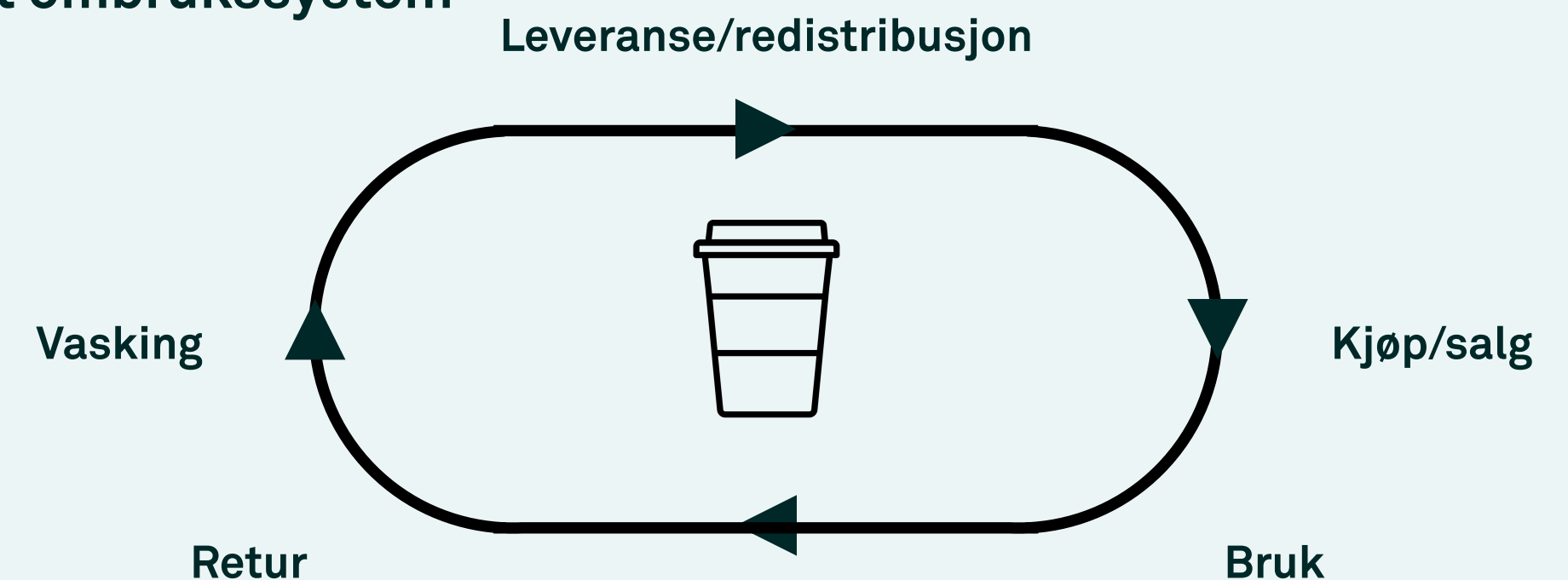
Etablere et nytt system for ombruk gjennom å ta i bruk etablert eller ny ombruksløsning.

Disse to systemene vil leve side om side mens engangskopper fases gradvis ut i tråd med nye reguleringer fra EU. Systemene kan jobbes med parallelt for å møte krav om reduksjon av engangskopper.

### 1. Dagens system



### 2. Nytt ombrukssystem



Visualiseringen viser verdikjede for engangskopp og verdikjede for kopp i ombrukssystem.

# **Dagens system: Miljøavtrykket fra engangskopper kan reduseres på ulike måter**

## **1) Styrke løsningen «ta-med-egen kopp»**

Rammene for løsningen «ta-med-egen kopp» er etablert på flere utsalgssteder, men det må settes tydeligere fokus på denne løsningen gjennom f.eks. opplæring av ansatte og forbrukere. I tillegg kan det etableres tydeligere kommunikasjon og en felles standard for miljørabatt.

## **2) Redusere situasjoner for bruk av engangskopper**

Det kan iverksettes økonomiske insentiver for å redusere bruk av engangskopper. Det kan også innføres forbud mot å bruke engangskopper når forbruker sitter på utsalgsstedet.

## **3) Redusere negative miljøkonsekvenser når engangskoppen er løsningen**

Det kan iverksettes tiltak for å redusere bruk av lokk, og ikke gi dette ut uoppfordret. I tillegg kan tiltak som forhindrer forsøpling iverksettes, som f.eks. nok tilgjengelige søppelkasser, belønningssystem for å kaste engangskopper riktig og ryddeaksjoner som skaper forståelse for utfordringer med forsøpling. Det kan også være aktuelt å bytte til mer miljøvennlige engangskopper dersom det kommer på markedet.

**Dagens system**





# Nytt ombrukssystem: Volum er det viktigste suksesskriteriet for en ombruksløsning

## Rammevilkår og avgifter

Reguleringer vil kunne drive frem alternative løsninger til engangskoppen og vilje til å ta i bruk nye løsninger.

## Samarbeid mellom utsalgssteder

For å få mange utsalgssteder med i samme løsning, kreves det samarbeid mellom utsalgsstedene.

## Høy grad av convenience

Antall utsalgssteder som er med i løsningen vil påvirke hvor *convenient* løsningen er for forbruker.

## Økt lønnsomhet

Antall forbrukere som benytter seg av løsningen, vil igjen påvirke lønnsomheten for drift for både løsningen og utsalgsstedene.

## Opplæring av ansatte og forbruker

Praksisen med ombruk er nytt, og de ansatte trenger opplæring og informasjon for å lære opp forbruker i en ny type adferd.

## Informasjonssamarbeid

Informasjonsarbeidet om hvordan løsningen fungerer er krevende, og flere aktører enn utsalgsstedene bør involveres.

## Felles løsning gir lavest avtrykk

Når flest mulig forbrukere og utsalgssteder benytter samme løsning, gir det lavere miljøavtrykk enn mange ulike løsninger med egne verdikjeder.

Volum er nøkkelen til en attraktiv løsning ...

### ... for forbruker

Volum er det viktigste suksesskriteriet for at løsningen skal være *convenient* og prisgunstig

### ... for utsalgssted

Volum er det viktigste suksesskriteriet for konkurransedyktig pris og høy konsumentadapsjon

### ... for drift av ombruksløsningen

Volum er det viktigste suksesskriteriet for å få til lønnsomhet i drift og et lavest mulig miljøavtrykk

# En ombruksløsning krever et nytt system hvor mange elementer må spille sammen

## En ombruksløsning ...

### ... krever et nytt system

En ombruksløsning krever nye verdikjeder, ny adferd og tilrettelegging fra myndigheter. Det er ikke bare en ombruksløsning som skal etableres, men et ombrukssystem.

### ... må tilpasses lokale forhold

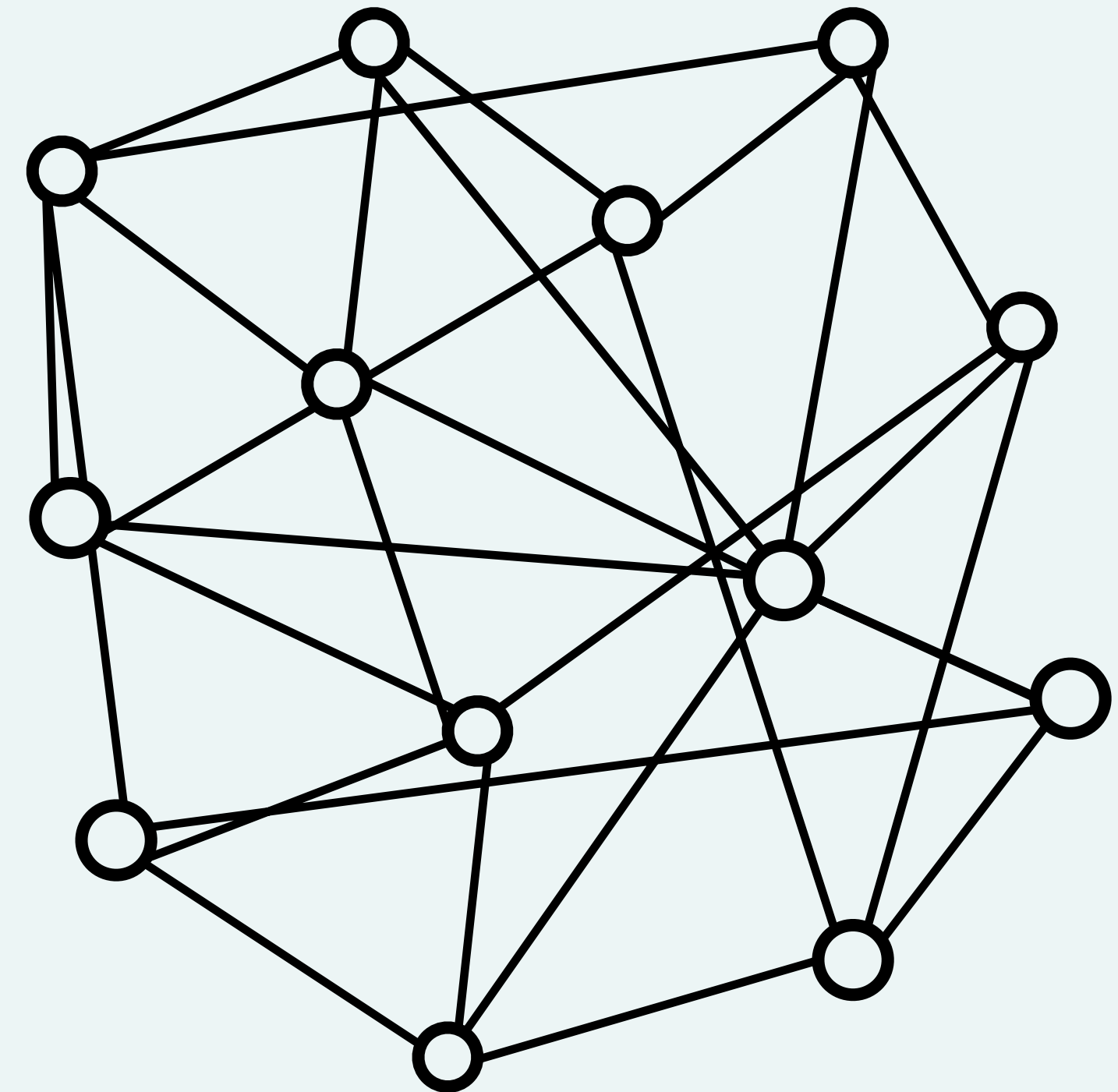
Ved valg av ombruksløsning vil det være viktig å forstå den lokale konteksten, og kartlegge hva som finnes eller må bygges. I tillegg vil miljøanalyser være avhengig av lokale forhold.

### ... må sikre attraktivitet for alle aktører

Det er mange forskjellige aktører som må se verdien av den nye løsningen for at den skal kunne ta over for dagens system.

### ... består av flere små men kritiske elementer som må spille sammen

Volum er det viktigste suksesskriteriet, men for å få løsningen til å fungere, så må også faktorer som app/teknologi, koppens design og hygieneaspektet fungere for alle involverte.



# 3. Hvorfor starte med engangskoppen?

Studien er avgrenset til å se på take-away engangskopper for varm drikke. I denne delen forklares det hvorfor engangskoppen er et viktig sted å starte for å redusere bruken av take-away emballasje i byrommet.



Hvorfor starte med engangskoppen?

# 5 fakta om engangskoppen

1. Den er kortlivet
2. Den inneholder plast
3. Den gjenvinnes ikke
4. Den utgjør en stor del av avfallet i byrommet
5. Den havner på avveie





Hvorfor starte med engangskoppen?

# 7 prosent av avfallet på avveie er drikkebeger

| Topp 10 funn i antall gjenstander som ble manuelt plukket | Prosent |
|-----------------------------------------------------------|---------|
| Annet papp/papir                                          | 16,2 %  |
| Sneip (med plastfilter)                                   | 15,9 %  |
| Snackspapir i plast                                       | 9,6 %   |
| Ikke identifiserbar plast                                 | 8,2 %   |
| Takeaway-emballasje av papp/papir                         | 7,6 %   |
| Drikkebeger (inkludert lokk)                              | 7,1 %   |
| Plasterstatningsprodukter (skjeer, sugerør o.l)           | 3,5 %   |
| Emballasjeposer og -folie for matvarer                    | 3,2 %   |
| Snus                                                      | 2,9 %   |
| Våtservietter                                             | 2,5 %   |

Per i dag finnes det ikke tall på hvor stor andel drikkebeger som havner i avfallsbøtter i byrommet i Oslo.

| Engangsplast                                                      | Estimert antall engangs plastprodukt som årlig forsøples i Oslo | Estimert antall engangs plastprodukt per innbygger som ryddes opp |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Bestikk og tallerkener                                            | 150 000                                                         | 0,2                                                               |
| Bæreposer                                                         | 400 000                                                         | 0,5                                                               |
| Andre poser                                                       | 150 000                                                         | 0,2                                                               |
| Drikkebeger inkl. lokk                                            | 3 000 000                                                       | 4,2                                                               |
| Drikkevareemballasje inkl. korker                                 | 1 500 000                                                       | 2,1                                                               |
| Matbeholdere                                                      | 500 000                                                         | 0,7                                                               |
| Plastflasker med pant                                             | 100 000                                                         | 0,2                                                               |
| Plastflasker utenlandske                                          | 150 000                                                         | 0,2                                                               |
| Snackspapir i plast og andre matvarer som inngår i SUP-direktivet | 3 300 000                                                       | 4,7                                                               |
| Sneip (med plastfilter)                                           | 25 000 000                                                      | 35,5                                                              |
| Våtservietter                                                     | 650 000                                                         | 0,9                                                               |

Kilde: Norwaste



Hvorfor starte med engangskoppen?

# Opprydding er kostbart

Oslo kommune  
bruker årlig  
**55,8 millioner**  
på opprydding  
av avfall på  
avveie



- I beregningen er det kun tatt med søppel som ryddes av offentlige aktører eller som er finansiert av det offentlige.
- Det inkluderer lønnsutgifter, kostnader for utstyr og administrative kostnader. Det er også inkludert kostnader ved holdningsskapende arbeid og kommunikasjonsiltak rundt forsøpling.
- Kostnader knyttet til håndtering av søppel fra søppelkassene er ikke inkludert.

Kilde: Norwaste



Hvorfor starte med engangskoppen?

# Eksempel fra Århus

44 % av alt avfall i søppelkassen i Århus er emballasje.\*

7, 4 % av dette er kaffekopper.\*

Kommunen bruker cirka 30 millioner danske kroner på renhold og renovasjon.\*\*

Gjennom å fjerne engangsemballasjen kan en oppnå store besparelser.

\*Per i dag finnes ikke disse tallene for Oslo kommune  
\*\*Tall knyttet til renovasjonskostnader er fått i intervju med Århus kommune

Tabel 3: Emballagefraktioner i indsamlet stikprøve fra affaldskurve, Aarhus Midtby, december 2022. Fraktionens vægt er anført i kg, fraktionens andel af affald i den samlede stikprøve er anført i %.

| Fraktion                                          | Vægt i stikprøve kg | Andel af samlet stikprøv % |
|---------------------------------------------------|---------------------|----------------------------|
| Hård plastemballagb, inkl. pant                   | 41                  | 2,2                        |
| Ølkrus, plast                                     | 11                  | 0,6                        |
| Plastkrus – ej ølkrus                             | 16                  | 0,8                        |
| Take-away, plast, emballage                       | 13                  | 0,7                        |
| Plastfolier og -poser                             | 35                  | 1,9                        |
| Glasemballage, inkl. pant                         | 187                 | 9,9                        |
| Metalballage, inkl. pant                          | 27                  | 1,4                        |
| Pap og karton                                     | 62                  | 3,3                        |
| Mad- og drikkekartoner                            | 10                  | 0,5                        |
| Kaffekopper, pap                                  | 139                 | 7,4                        |
| Papkopper – ej til kaffe                          | 11                  | 0,6                        |
| Take-away og convenience food emballage, ej-plast | 219                 | 11,6                       |
| Pizzabakker                                       | 62                  | 3,3                        |
| Samlet andel emballager i stikprøve               |                     | 44,2                       |
| Samlet vægt stikprøve                             | 833                 |                            |

Kilde: Econet (2022): Analyse af affald opsamlet i det offentlige rum i Aarhus Midtby

Hvorfor starte med engangskoppen?

# En stor andel av engangskoppene kommer fra kaffe

*74 % av alle  
over 18 år  
driker kaffe  
daglig*



*Kaffedrikkere  
driker i snitt  
5,5 kopper  
per dag*

*Det drikkes  
17,4 millioner  
kaffekopper  
per dag*

Norge ligger på verdenstoppen når det kommer til kaffedriking – og en del av dette forbruket er take-away.



Mange har derfor et forhold til engangskoppen. Den utgjør også en betydelig andel av avfallet i byrommet. I tillegg er det et synlig produkt som vil ha symboleffekt hvis det byttes ut.

Kilde: [kaffe.no](https://kaffe.no)



# 4. Nye reguleringer

I tillegg til at engangskoppen inneholder plast og utgjør en del av avfall på avveie og avfall i avfallsbøtten – kommer det også nye reguleringer fra EU som vil kreve reduksjon av engangsemballasje.

# Nye reguleringer for engangsemballasje

## Gjeldende i dag:

### **SUP-direktivet**

Direktivet for *single use plastic* ble vedtatt i 2019, og har blant annet ført til forbud på en rekke plastprodukter f.o.m. 3. juli 2021.

## Kommer:

### **Packaging & Packaging Waste Regulation (PPWR)**

PPWR er en del av European Green Deal, og er nå oppe i Europaparlamentet som forslag til en forordning. PPWR vil erstatte dagens SUP-direktiv.

Hovedmålene med forordningen er:

- Redusere plastavfall pr. innbygger med 15 % innen 2040
- All emballasje på markedet skal være resirkulerbar innen 2030
- Redusere behovet for bruk av primære naturressurser, og skape et velfungerende marked for gjenvunnede ressurser



# Take-away drikkeemballasje: Hva er forslaget som behandles?

**20%** av take-away-drikkeemballasje skal være ombruksemballasje innen 2030

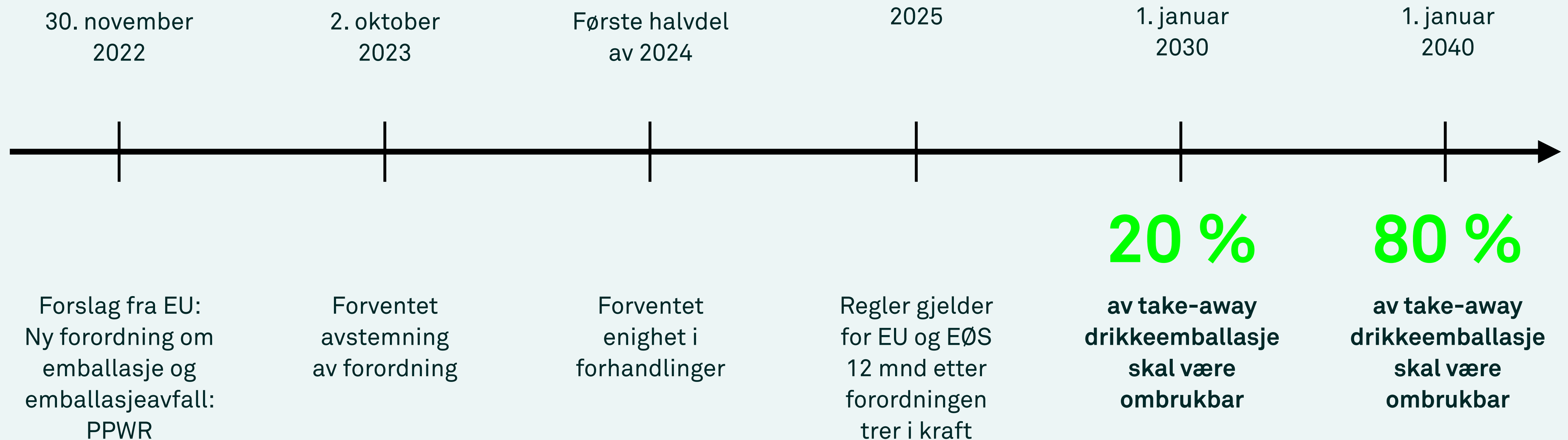
**80%** av take-away-drikkeemballasje skal være ombruksemballasje innen 2040

Det er også foreslått et **utvidet produsentansvar**, hvor produsentene er ansvarlig for emballasjen gjennom hele livsløpet, også etter emballasjen har blitt til avfall. Produsentene må betale for produktene basert på hvor resirkulerbare de er.

## ESPR – Varslet

«Ecodesign for sustainable products regulation» er også ventet. Reguleringen skal fremme grønnere produkter gjennom ytelses- og informasjonskrav, digitalt produktpass (DPP) og nye regler for merking. Emballasje er et av fokusområdene.

# Når kan lovendringene for bruk av take-away drikkeemballasje tre i kraft?





# 5. Etablerede tiltak og løsninger

Selv om PPWR fremdeles ikke er vedtatt, finnes det allerede flere ulike tiltak og løsninger i Europa for å redusere bruken av engangskopper. I denne delen presenteres noen ulike tilnærminger til reduksjon.

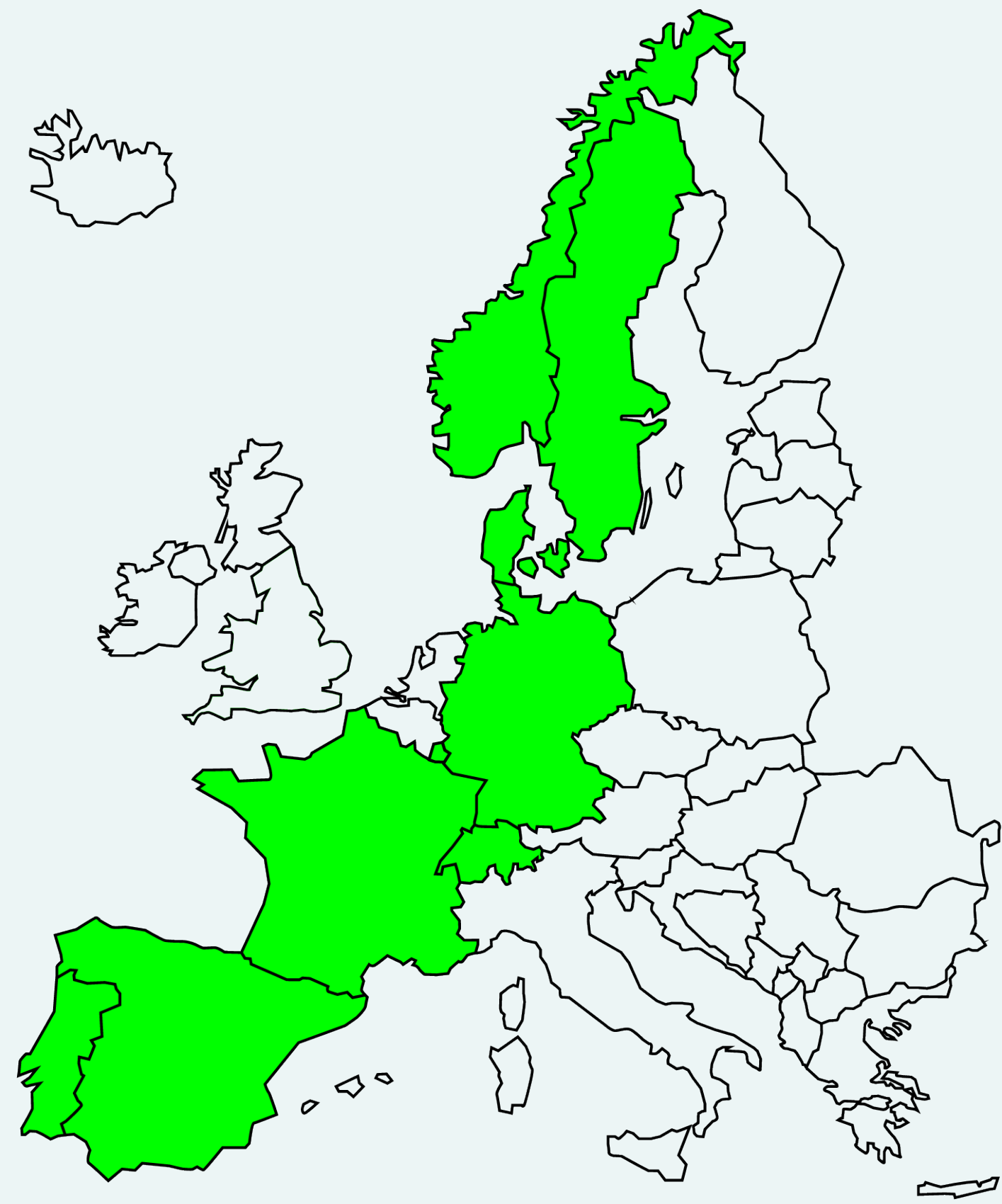
# Fire ulike tilnærminger:



I tillegg jobbes det med å finne mer miljøvennlige materialer for engangskopper. Dette er ikke en tilnærming denne studien har sett nærmere på, da eksisterende løsninger foreløpig virker til å ha lav utbredelse.

\*Tilnærming nummer fire er studert via feltarbeid i Oslo og omtales under «Feltarbeid i Oslo».

# Allerede iverksatte tiltak på myndighetsnivå



| Region     | Tiltak                                                                                                                                                     |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tyskland   | 2023: Utsalgssteder på mer enn 80 kvm må kunne tilby ombruksemballasje til take-away.                                                                      |
| Frankrike  | 2023: Forbud mot engangsemballasje ved konsum av mat og drikke på utsalgssteder med mer enn 20 sitteplasser.                                               |
| Sverige    | 2024: Utsalgssteder med 150+ porsjoner mat/drikke må kunne tilby ombruksemballasje.                                                                        |
| Spania     | 2022: Plastskatt innført for engangsplastemballasje. Nasjonal lov med krav til resirkulerbare materialer i emballasje.                                     |
| Portugal   | 2023: Utsalgssteder må kunne tilby et alternativ til engangsemballasje. Avgift på engangsemballasje for mat fra 1 juli (plast)/september (aluminium) 2023. |
| Luxembourg | 2023: Forbud mot engangsemballasje ved konsum av mat og drikke på utsalgsstedene. Utvides til all take-away fra 2025.                                      |

Til tross for at PPWR enda ikke er vedtatt, har myndighetene i flere land allerede satt i gang ulike tiltak for reduksjon av engangsemballasje. Dette er kun noen eksempler og ikke en uttømmende liste over land som har iverksatt tiltak.



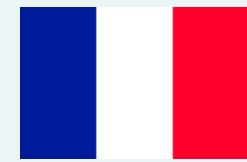


## Tyskland

Fra 1. januar 2023 har utsalgssteder på over 80 kvm måttet tilby ombruksemballasje som et alternativ, gjennom krav fra «The German Packaging Law».

Tyskland ses på som et foregangsland og har en rekke ulike tilbydere av løsninger for ombruksemballasje.

Kilde: Ecosistant



## Frankrike

I 2020 kom «The Anti-Waste Law», som bla. innebærer at mat og drikke som konsumeres på utsalgssteder med mer enn 20 sitteplasser må serveres i ombruksemballasje.

Utsalgsstedene har hatt frem til 2023 på å forberede seg på lovendringene. I tillegg er det satt mål om 100 % resirkulerbar plastemballasje innen 2025.

Store kjeder som McDonalds, Burger King, Subway og Starbucks har måttet introdusere nye emballaseløsninger. Det finnes også tilbydere av løsninger for ombruksemballasje i Frankrike.

Kilde: The local



## Sverige

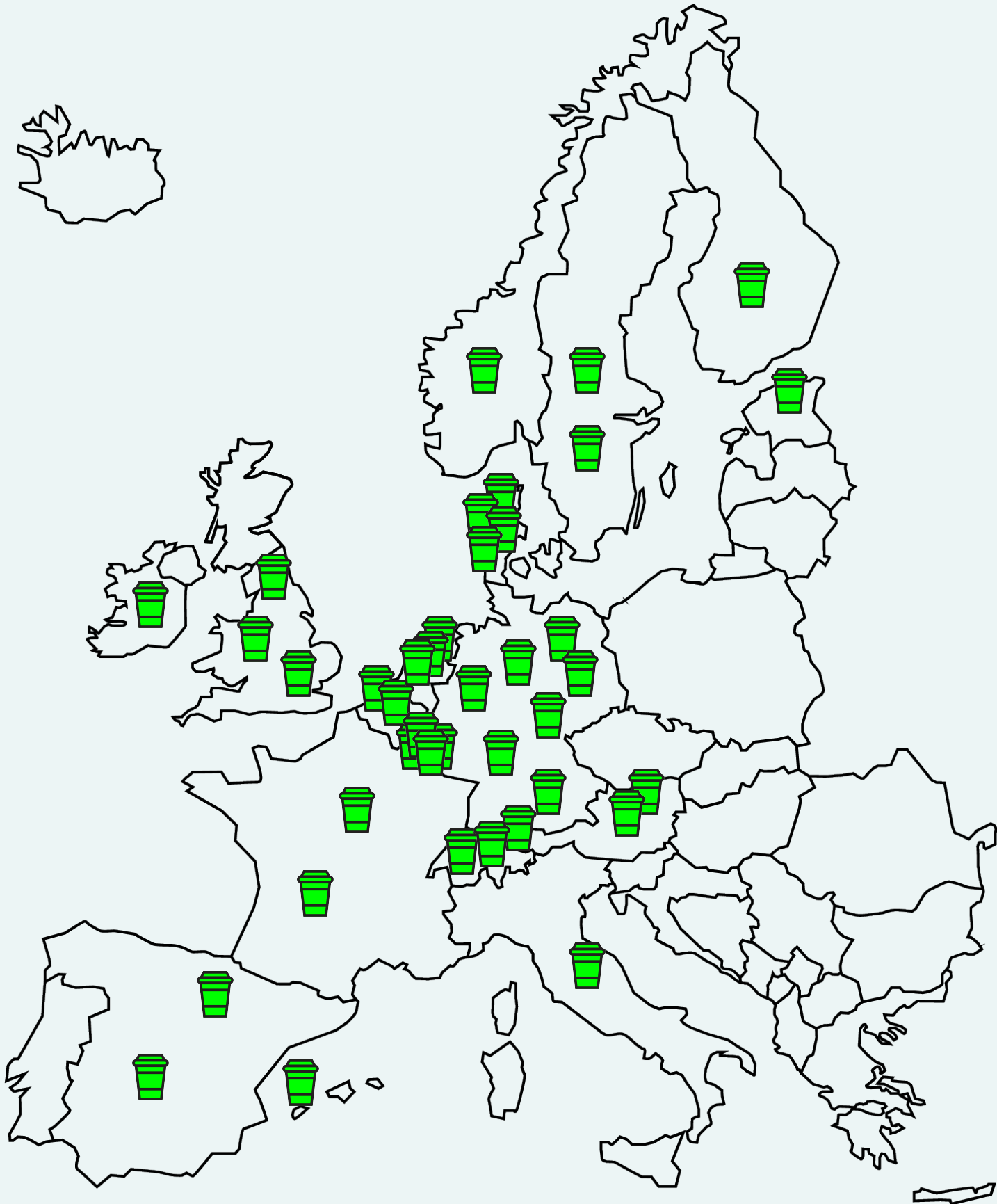
Fra 1. januar 2024 må alle utsalgssteder som selger flere enn 150+ enheter pr. dag kunne tilby et alternativ til take-away engangsemballasje.

Fra 2026 gjelder dette fra 75+ enheter pr. dag.

Et par ulike tilbydere av løsninger for ombruksemballasje har blitt startet opp allerede. Disse forventer økt interesse frem mot 2024 når reguleringene trer i kraft.

Kilde: Svensk författningssamling

# Ombruksløsninger for take-away emballasje finnes i en rekke land allerede



| Land       | Løsning                                                                                                                                                       |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sverige    | <a href="#">Panter</a> , <a href="#">&amp;Repeat</a>                                                                                                          |
| Finland    | <a href="#">Kamupak</a>                                                                                                                                       |
| Danmark    | <a href="#">Kleen Hub</a> , <a href="#">New Loop</a> , Aarhus kommune                                                                                         |
| Tyskland   | <a href="#">ReCup</a> , <a href="#">Freiburg Cup</a> , <a href="#">FairCup</a> , <a href="#">Relevo</a> , <a href="#">Tiffin Loop</a> , <a href="#">Vytal</a> |
| Sveits     | <a href="#">ReCircle</a>                                                                                                                                      |
| Frankrike  | <a href="#">&amp;Repeat</a>                                                                                                                                   |
| Spania     | <a href="#">Reusam</a> , <a href="#">Bumerang</a>                                                                                                             |
| Nederland  | <a href="#">Swap-box</a>                                                                                                                                      |
| Luxembourg | <a href="#">Ecobox</a> , <a href="#">Luloop</a>                                                                                                               |
| England    | <a href="#">Club Zero</a> , <a href="#">Caulibox</a> , <a href="#">Shrewsbury Cup</a>                                                                         |

Tabellen viser noen av de største løsningene i Europa og hvilket land de har sitt utgangspunkt i. Mange av løsningene er nå i flere land enn sitt opprinnelsesland. Dette er forsøkt illustrert på kartet til venstre i form av en grønn kopp i hvert land som har en eller flere av løsningene i tabellen.

# Eksempler på samarbeid: Kommune og ombruksløsning



Göteborgs  
Stad



**PANTER**

Göteborg by kartla omfanget av bruk av engangsemballasje til take-away i ulike etater innad i byen (kontorer, skoler, eldrehjem osv), som resulterte i en handlingsplan for reduksjon av engangsemballasje som de tok utgangspunkt i. Sammen med selskapene «Göteborg & Co» og «Tint», testet de ut ombruksemballasje på store arrangementer arrangert av kommunen.

Videre startet de et pilotprosjekt, som resulterte i ombrukssystemet Panter. Prosjektet fikk 300.000 SEK i finansiering fra Naturvårdsverket. Prosjektpengene ble brukt til å subsidiere utsalgssteder slik at det ble gratis for dem å delta i prosjektet. Etter testperioden og subsidieringen tok slutt, så trakk flere av utsalgsstedene seg ut av økonomiske årsaker.

Göteborg by har nå trukket seg ut av Panter. Panter har fortsatt driften på egen hånd, og utvidet til utsalgssteder i både Uppsala og Stockholm.



AARHUS  
KOMMUNE



 **TOMRA**

Aarhus kommune har tatt initiativ til å samle bransjen og finne en løsning for ombruksemballasje for take-away kopper som kan fungere i hele byen.

Kommunen har gjort en omfattende kartlegging av tilgjengelig kunnskap på feltet. I tillegg til å snakke med byens utsalgssteder har de gjennomført både kvalitative og kvantitative undersøkelser med innbyggerne. Det er også blitt gjort analyser av sammensetningen av avfallet i byen for å kartlegge hvor stor andel som er take-away kopper.

Analysen og resultatene av denne kartleggingen er blitt brukt til å lage et anbud, hvor Århus søkte en samarbeidspartner til et pilotprosjekt for en ombruksløsning for take-away engangskopper i Århus. I juni 2023 ble det kunngjort at det er Tomra som vant dette anbudet, og at en pilot settes i gang innen kort tid.

Aarhus kommune støtter prosjektet med 3,5 millioner, som skal subsidiere utsalgsstedene, slik at ombruksemballasje holdes på økonomisk nivå med engangsemballasje i testperioden.

Århus kommune sin innsats og økonomiske støtte til prosjektet motiveres av en renere by for innbyggerne og potensielt store besparelser innen renovasjon, spesielt dersom løsningen skaleres til å omfatte flere engangsprodukter for take-away.

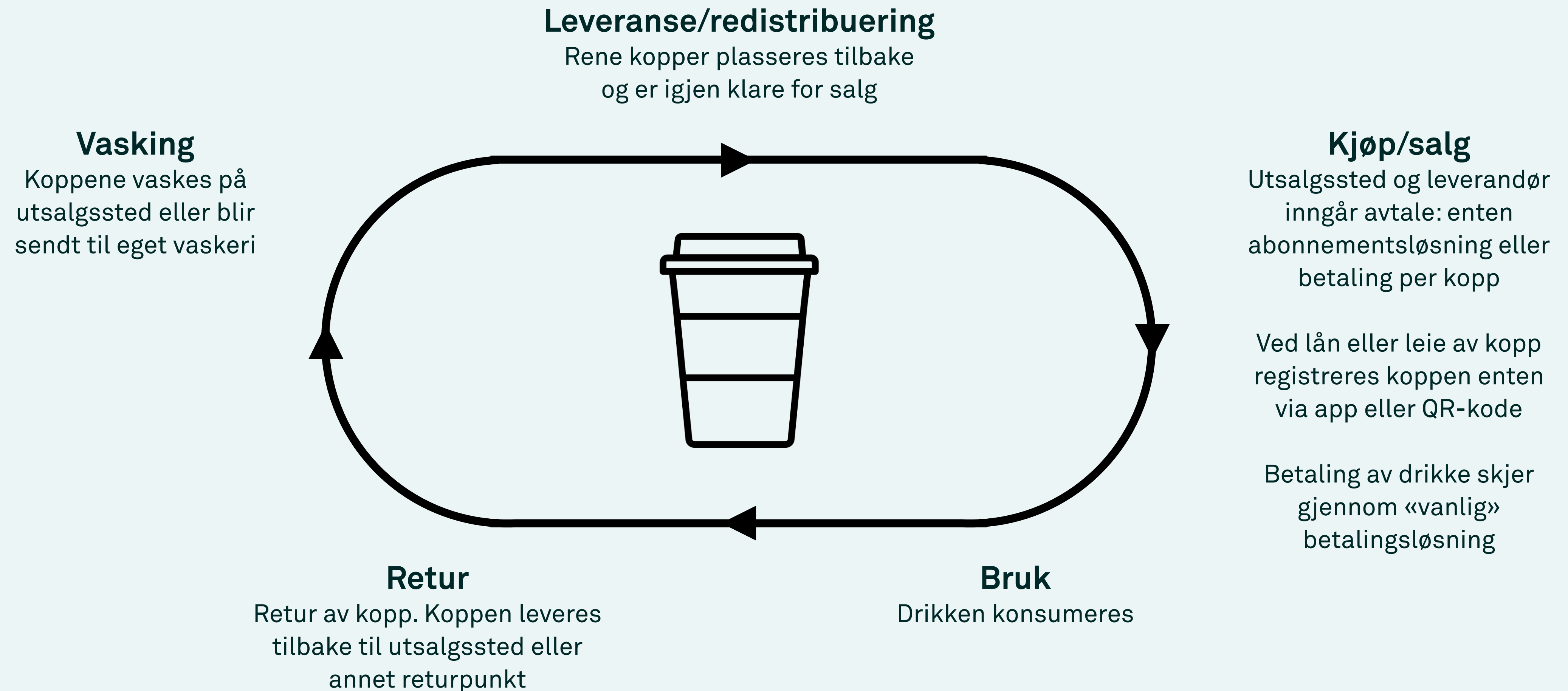


# 6. Hva er en ombruksløsning?

Ombruksløsninger blir benyttet stadig flere steder for å oppnå reduksjon av engangsemballasje. Det finnes mange ulike tilbydere av denne typen løsninger i dag, og i denne delen forklares det i generelle trekk hvordan en slik løsning fungerer i praksis.

Hva er en ombruksløsning?

# Løsningene er litt ulike, men i grove trekk fungerer en ombruksløsning slik:



# Hva skiller de ulike løsningene fra hverandre?

## Utbredelse/land

Det er ulikt hvor store og utbredte de ulike løsningene er. Flere er kun i ett land, mens andre har internasjonal utbredelse. Enkelte systemer brukes på mindre enn ti ulike utsalgssteder, mens andre brukes på så mange som 21.000. Tyskland har flest ulike løsninger, og størst antall utsalgssteder pr. løsning.

## Partnere

De fleste løsningene er initiativ fra private aktører. Noen har også blitt initiert av kommuner, eller har fått støtte fra det offentlige i oppstartsfasen.

## Type emballasje

Sortimentet varierer fra kun kopp, til kopp, boks, bolle, pizzaboks, sushiboks mm. Mange av løsningene tilbyr flere ulike størrelser på både kopper og bokser. De fleste emballasjeløsningene er laget av plast, mens et par er laget av stål.

## Teknisk løsning

De fleste løsningene tilbyr lån av emballasje gjennom app, hvor emballasjen har en QR som scannes ved lån. En annen løsning er at kunden lager en bruker direkte på løsningens nettside og scanner QR koden på emballasjen. Andre løsninger er analoge og fungerer kun med depositum. De fleste digitale løsningene har en gratis utlånsperioden, men enkelte opererer med et depositum.

## Utleieform utsalgssteder

Utsalgsstedene betaler for løsningen ut i fra ulike modeller. Noen har en månedspris/årspris. Andre har satt en pris per gang emballasjen blir brukt på utsalgsstedet, eller per emballasjeenhet utsalgsstedet har bedt om. En del løsninger kombinerer flere av de ulike utleieformene.

## Utleieform forbrukere

Utlån er enten gratis i en periode fra syv dager til en måned, eller med et depositum som betales tilbake når emballasjen returneres. Hvis emballasjen ikke leveres tilbake, blir kunden trukket et bestemt beløp.

## Logistikk vask

De aller fleste løsningene baserer seg på vasking av emballasje på utsalgsstedene. Enkelte tar i bruk egne fasiliteter eller eksterne selskaper som spesialiserer seg på vasking av ombruksemballasje.

## Returordning

Det å levere tilbake emballasjen til et av utsalgsstedene i løsningen er den mest utbredte returordningen. Men enkelte løsninger har også pante-automater og returbokser, hvor emballasjen blir samlet inn og fraktet til ekstern vasking, før den fraktes tilbake til utsalgsstedene.



Hva er en ombruksløsning?

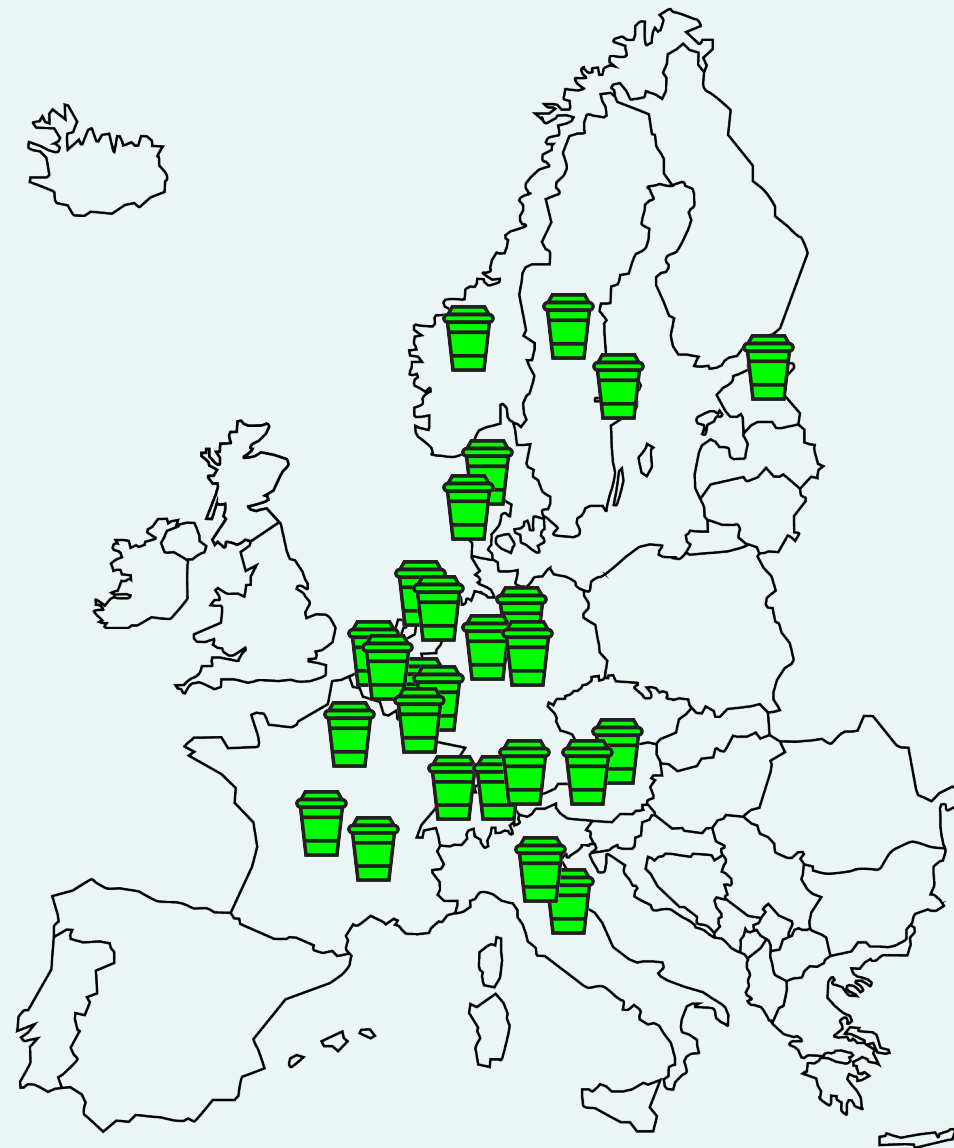
# Sammenligning av de ulike løsningene

| Løsning        | Oppstart | Land               | Samarbeider med                            | Partnere | Type emballasje | Teknisk løsning         | Utleieform utsalgssteder      | Utleieform forbrukere            | Logistikk vask                | Returordning                     |
|----------------|----------|--------------------|--------------------------------------------|----------|-----------------|-------------------------|-------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Panter         | 2021     | Sverige            | Gøteborg kommune                           | 20       | Kopp            | Nettside, bruker + QR   | Månedspris                    | 7 dager (10kr)<br>1 mnd ( 90 kr) | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| &Repeat        | 2020     | Sverige, Frankrike | BarePack                                   | 700(+)   | Kopp, boks      | App + QR                | Månedspris                    | 14 dager                         | Utsalgssted/<br>mobil løsning | Utsalgssteder                    |
| Kamupak        | 2018     | Finland            | Miljødepartementet                         | 100(+)   | Kopp, boks      | App + QR/ depositum     | Månedspris                    | 14 dager                         | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Kleen Hub      | 2019     | Danmark + Ibiza    | -                                          | 150 (+)  | Kopp, boks      | App + NFC card          | -                             | 10 dager (150DK)                 | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| New Loop       | 2020     | Danmark            | Wolt, MUDP                                 | 12       | Kopp            | Pant                    | Betaling pr kopp              | Pant (5DK)                       | Dansk mobil oppvask           | Returbokser                      |
| Aarhus kommune | 2023     | Danmark            | Tomra                                      | 50(+)    | Kopp            | Pant                    | -                             | Pant                             | Tomra                         | Panteautomater                   |
| ReCup          | 2016     | Tyskland           | -                                          | 21 000   | Kopp, boks      | App                     | Månedspris + depositum        | Depositum 1/5 €                  | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Freiburg Cup   | 2016     | Tyskland           | Freiburg + ReCup                           | 160(+)   | Kopp            | App                     | Månedspris + depositum        | Depositum 1/5 €                  | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Vytal          | 2019     | Tyskland, Norge +  | -                                          | 6000(+)  | Kopp, boks      | App                     | Betaling pr bruk              | 14 dager                         | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| FairCup        | 2016     | Tyskland           | Tomra, Sielaff                             | 2000     | Kopp, boks      | App/depositum           | Månedspris + pr kopp/<br>boks | 1 mnd                            | Utsalgssted/<br>FairCup       | Utsalgssteder +<br>pantemaskiner |
| Relevo         | 2020     | Tyskland           | -                                          | 3000(+)  | Kopp, boks (+)  | App + QR                | Betaling pr bruk              | 14 dager                         | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Tiffin Loop    | 2021     | Tyskland           | -                                          | 28       | Kopp            | App                     | Betaling pr bruk              | 14 dager (20€)                   | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| ReCircle       | 2015     | Sveits ++          | -                                          | 2 400(+) | Kopp, boks      | Pant                    | Årspris + pr kopp/boks        | Depositum                        | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Reusam         | 2020     | Spania             | -                                          | 8        | Kopp            | App                     | Månedspris pr bruk            | 15 dager                         | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Bumerang       | 2020     | Spania             | Enisa                                      | 100 (+)  | Kopp, boks      | App + QR                | -                             | 15 dager (6€)                    | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Swap-Box       | 2020     | Nederland, Belgia  | -                                          | 100      | Kopp, boks (+)  | App + QR, barcode, RFID | Månedspris                    | 14 dager                         | Utsalgssted/<br>Swap-box      | Collection point                 |
| Ecobox         | 2018     | Luxembourg         | Miljødepartementet &<br>Superdreckschëscht | 150      | Boks            | Depositum               | Betaling pr boks              | 5 € depositum                    | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Luloop         | 2021     | Luxembourg         | IMS Luxembourg                             | 18       | Kopp, boks      | Depositum               | Månedspris + pr kopp/<br>boks | 1 € depositum                    | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |
| Club Zero      | 2018     | England            | Just Eat                                   | 150      | Kopp, boks      | App                     | Betaling pr kopp/boks         | 7 dager                          | Club Zero                     | Returbokser                      |
| Caulibox       | 2019     | England + Irland   | Westminister City Council                  | -        | Kopp, boks      | App + QR                | Betaling pr bruk              | 7 dager (£5)                     | Caulibox                      | Returautomater                   |
| Shrewsbury Cup | 2019     | England            | Shrewsbury by                              | 35       | Kopp            | Pant                    | Månedspris + pr kopp          | £ 1 depositum                    | Utsalgssted                   | Utsalgssteder                    |

# 7. Intervjuer med seks ombruksløsninger

Det er gjennomført intervjuer med seks utvalgte ombruksløsninger for å bedre forstå hvordan løsningene fungerer i dag. Funn som presenteres her baserer seg på intervjuer med aktører bak ombruksløsningene samt tilgjengelige rapporter om tematikken (se kildeliste i vedlegg).

# Kort om de seks løsningene:



De seks løsningene er valgt ut slik at en får spredning på størrelse, geografi, samarbeidspartnere og returordninger.

Det finnes mer detaljert informasjon om hver av løsningene som vedlegg til rapporten.

## Vytal

Norge, Tyskland, Belgia,  
Frankrike, Nederland,  
Østerrike, Italia, Luxembourg  
18 partnere i Oslo  
5000+ Tyskland



## ReCircle

Sveits, Nederland, Belgia,  
Frankrike, Danmark, Estland,  
Tyskland, Italia, Litchenstein og  
Luxembourg  
2400+ partnere



## Faircup

Tyskland og Sveits,  
Luxemburg og Østerrike  
2000+ partnere  
4000-5000 returpunkter



## &Repeat

Sverige og Frankrike  
700+ partnere



## Göteborgs kommun/Pantern

Sverige  
Göteborg, Stockholm, Uppsala  
Samarbeid mellom Göteborg  
kommune og Pantern  
20 + partnere



Göteborgs  
Stad

## Aarhus kommune/Tomra

Danmark  
Aarhus kommune har nylig  
inngått samarbeid med  
Tomra for ombruksløsning for  
engangskopper i Aarhus





# Overraskende lav konsumentadapsjon

*Det er forskjell på  
hva folk sier at de vil gjøre  
VS  
hva de faktisk gjør*

En gjennomgående utfordring for de ulike løsningene er å få kundene til å bruke systemet. Viljen til å ta gode valg for miljøet er der, men det skjer ikke i praksis.

*«60–70 % sier at de hadde vært positive til en sånn løsning, og ville ha testet den ... Og så når du lanserer det i praksis, da er det under 5 % som faktisk gjør det.»*

*«Vår hypotese er at når kunden svarer at det vil jeg ... og liksom gjør noen forutsetninger ... at det er like enkelt, det er like billig, og det er like convenient. Men det er ikke det i dag. Det er liksom det som er kjedelig. ... Det kommer aldri til å bli like convenient som engangsemballasje.»*

CEO, &Repeat, Sverige.

# Informasjonsarbeidet er krevende

Både forbrukere og ansatte  
mangler erfaring

Dette er noe helt nytt både for forbrukere og ansatte. Det trenger derfor forklaring.

I kjøpsøyeblikket tenker ikke forbrukere på det, siden de ikke har noe erfaring med det.

Og de ansatte opplever ofte at innsalget er krevende. Både fordi de selv ikke har nok kunnskap, og fordi tiden med hver kunde er knapp.

Det er høyere adaptasjonsnivå på steder som kantiner, skoler osv. – hvor en oppholder seg daglig, og kan få informasjon om løsningen og tid til å sette seg inn i det.

# Vanskelig å få til lønnsomhet

... både for tilbyder  
av løsningen og  
for utsalgssteder

Ombruksemballasje er per i dag både mindre *convenient* og mer kostbart sammenlignet med engangsemballasje.

Dette kan nye reguleringer endre på, dersom det kommer avgifter på engangsemballasje.

Lønnsomheten er avhengig av utbredelse, men også av av konsumentadapsjon. Konvertering av kunder er vanskeligere å få til så lenge engangskoppen finnes som et alternativ.

Det jobbes også med å finne gode løsninger for vasking av kopper, som i dag utgjør en betydelig kostnad.



# Volum = convenience & lønnsomhet

Volum er viktigste  
suksesskriteriet for en  
ombruksløsning

Volum krever samarbeid. Det er derfor avgjørende å få med flest mulig utsalgssteder på samme løsning, og få flest mulig forbrukere til å bruke det. Det er først da det blir både *convenient* for forbruker og lønnsomt for selskapet bak løsningen.

Det at en samles om én løsning og ikke flere, påvirker også miljøavtrykket for løsningen.

*«Det som er gjennomgående ... det er både convenience og stort (volum). Det skal være lett tilgjengelig og det skal være overalt. Det fungerer ikke at det er fem virksomheter som går sammen om å bruke en tjeneste, og fem virksomheter som går sammen om å bruke en annen.»*

Prosjektleder sirkulære emballasjesystemer  
Århus kommune

# Det er mange faktorer som spiller sammen

*Design, hygiene og teknisk løsning er viktig for en god opplevelse*

Koppens design spiller også inn. Forbruker vil ha en kopp som gir en god opplevelse og som er tett, slik at det ikke blir søl i vesken/sekken ved oppbevaring.

Både utsalgssteder og kunder tenker på hygiene. Vil koppen bli ren nok? En kopp som er tett vil f.eks. være mer krevende å vaske.

Den tekniske løsningen som benyttes påvirker også hvordan løsningen oppleves. App gjør terskelen for å ta i bruk tjenesten høyere for mange, og det er heller ikke alle som har like gode forutsetninger for å få dette til.

# De beste løsningene er enda ikke laget

Det er flere pågående  
diskusjoner og  
forslag til endringer

Det arbeides med å finne gode returløsninger, utover retur på utsalgssted, for å gjøre tjenesten mest mulig *convenient* for forbruker.

Det utforskes også hva som er den beste løsningen for vask, og om dette skal skje på utsalgsstedene eller et eksternt sted.

Hva som er en god samarbeidsform er under diskusjon. Den siste tiden har både Gøteborg og Aarhus tatt initiativ til å starte opp en ombruksløsning som skal gjelde i hele byen.

Det har også kommet og kommer livssyklus-analyser (LCA) basert på ulike løsninger, og det utforskes stadig hvordan løsningene kan bli mest mulig bærekraftige (se vedlegg).



# 8. Feltarbeid i Oslo: Forbrukere

Det er gjennomført observasjoner og intervjuer med forbrukere på farten som har med seg engangskopp eller termokopp med varm drikke. Feltarbeidet er gjennomført på fire utvalgte arenaer, og de viktigste funnene blir presentert her.



# Forbrukere

40 intervjuer  
fordelt på disse  
områdene:

## HANDLEGATE



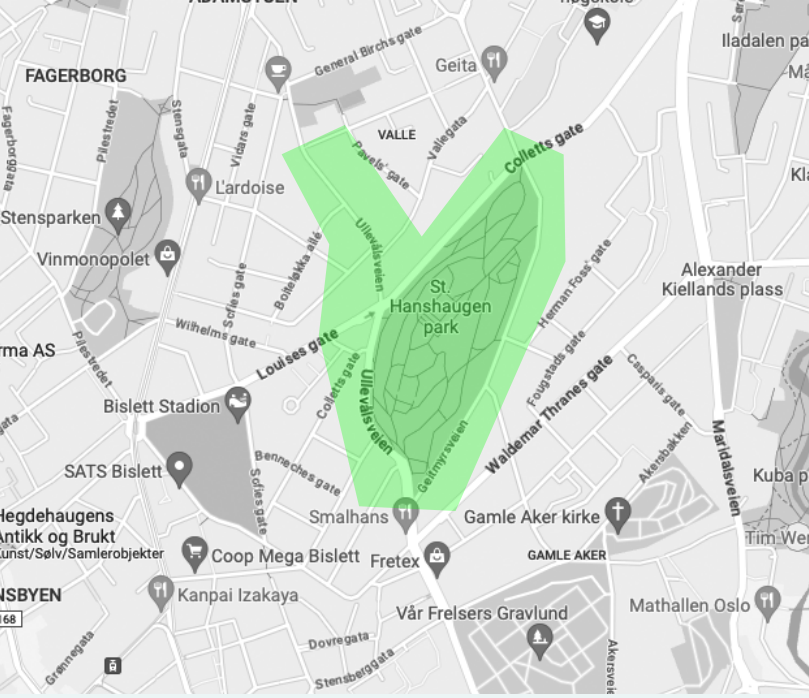
Torggata + Markveien (opp til  
Olaf Ryes plass)

## KNUTEPUNKT



Majorstuen stasjon og området  
rundt

## GATEBASERT OG PARK



St. Hanshaugen – Ullevålsveien  
og parken

## VED HAVET



Bjørvika/Bispevika





# Fire ulike emballasje-muligheter for varm take-away drikke i Oslo

Hovedfokuset har vært på engangskoppen, da det er den mest utbredte løsningen. Av de 40 som er intervjuet var det kun et par som brukte egen kopp ved kjøp av varm take-away drikke, og ingen som brukte utsalgsstedenes egen termokopp. Forbrukere som bruker ombrukskopp fra Vytal er ikke intervjuet, da det foreløpig er få som benytter seg av dette tilbudet. (To utsalgssteder som benytter ombruksløsningen fra Vytal er intervjuet, se avsnitt: Feltarbeid i Oslo – Utsalgssteder)



Engangskoppen



Egen kopp/  
termokopp



Utsalgsstedets egen  
termokopp



Låne ombrukskopp  
fra Vytal

*Nykommer!*



# Engangskoppen er normen – og veldig convenient!

De aller fleste bruker engangskoppen til varm take-away drikke. Engangskoppen muliggjør det enkle, raske og spontane.

Det er også vanlig å omfavne take-away-kulturen, og friheten den gir. Og det å ta med seg drikke på farten anses som et gode og en luksus i hverdagen.





# ... men den kan gi litt dårlig samvittighet

Enkelte forteller at de tenker på at engangskoppen nok ikke er så miljøvennlig.

Samtidig ser mange kun sitt eget forbruk med én til tre engangskopper i uken, og tenker at det utgjør så lite i det store og det hele. De tar ikke innover seg det større bildet.

Flere tenker også at koppen er av papp, og at så lenge de kaster den i søppelkassen, så bør det være greit.





# Største barriere for å velge annerledes: Tenker ikke på at det finnes alternativ!

Den største barrieren er ikke at forbruker glemmer egen termokopp hjemme – men at de overhodet ikke tenker på å ta den med seg når de skal kjøpe take-away drikke!

Mange vet heller ikke at det er mulig å bruke egen kopp ved kjøp av take-away drikke, og at flere steder har miljørabatt.

*Når folk som har egen termokopp (med seg eller hjemme) blir spurt om de også bruker denne koppen når de kjøper seg take-away drikke i byen – så er svaret for de aller fleste: «Det har jeg ikke tenkt på! Er det mulig?»*





# Mange små barrierer for å ta med egen termokopp

Forbruker har også noen forestillinger/begrunnelser om hva som gjør at de ikke tar med egen termokopp:

- Det er enda en ting å huske på!
- Og enda en ting å ha plass til!
- I tillegg så må du huske å vaske den
- Og det er fort at det blir gris i vesken
- Og er det ikke litt uhygienisk?



# Forbruker kjenner ikke til nye ombruksløsninger for take-away drikkeemballasje:

De færreste har hørt om denne type løsninger.

De ser miljøaspektet som hovedmotivasjon – og så dukker det opp en del spørsmål og betraktninger som ...

*Jeg orker ikke laste ned en app bare for å kjøpe en kaffe!*

*Hvor skal jeg legge koppen? Jeg har ikke noe å ha den i.*

*Nytter det egentlig, eller er det grønnvasking?*

*Det må være for de spesielt interesserte ...*

*Jeg er ikke så god på teknologi. Barna pleier å hjelpe til med apper og slikt.*



# Ombrukskoppen antas å være enklere i bruk ved rutine

Det er lettere for folk å se for seg at løsningen med en ombrukskopp kan fungere i situasjoner hvor en kjøper drikke på steder hvor en jevnlig oppholder seg som f.eks. på vei til eller fra jobb/skole eller i en pause.

Da ser en for seg at en kan planlegge for å ha med seg veske/sekk til oppbevaring av kopp, og at en kan levere koppen tilbake til utsalgsstedet ved neste besøk (som en vet kommer til å finne sted snart).





# 9. Feltarbeid i Oslo: Utsalgssteder

Det er gjennomført intervjuer med daglig leder på seks ulike utsalgssteder på de fire utvalgte arenaene. I tillegg er det gjennomført en rekke observasjoner og uformelle samtaler med ansatte på ulike utsalgssteder. Denne delen viser de viktigste funnene fra feltarbeidet knyttet til utsalgssteder.



# Utsalgssteder

Seks utsalgssteder er intervjuet:

Torggata + Markveien:

**Eftir\*** og **7-11** (ved Youngstorget)

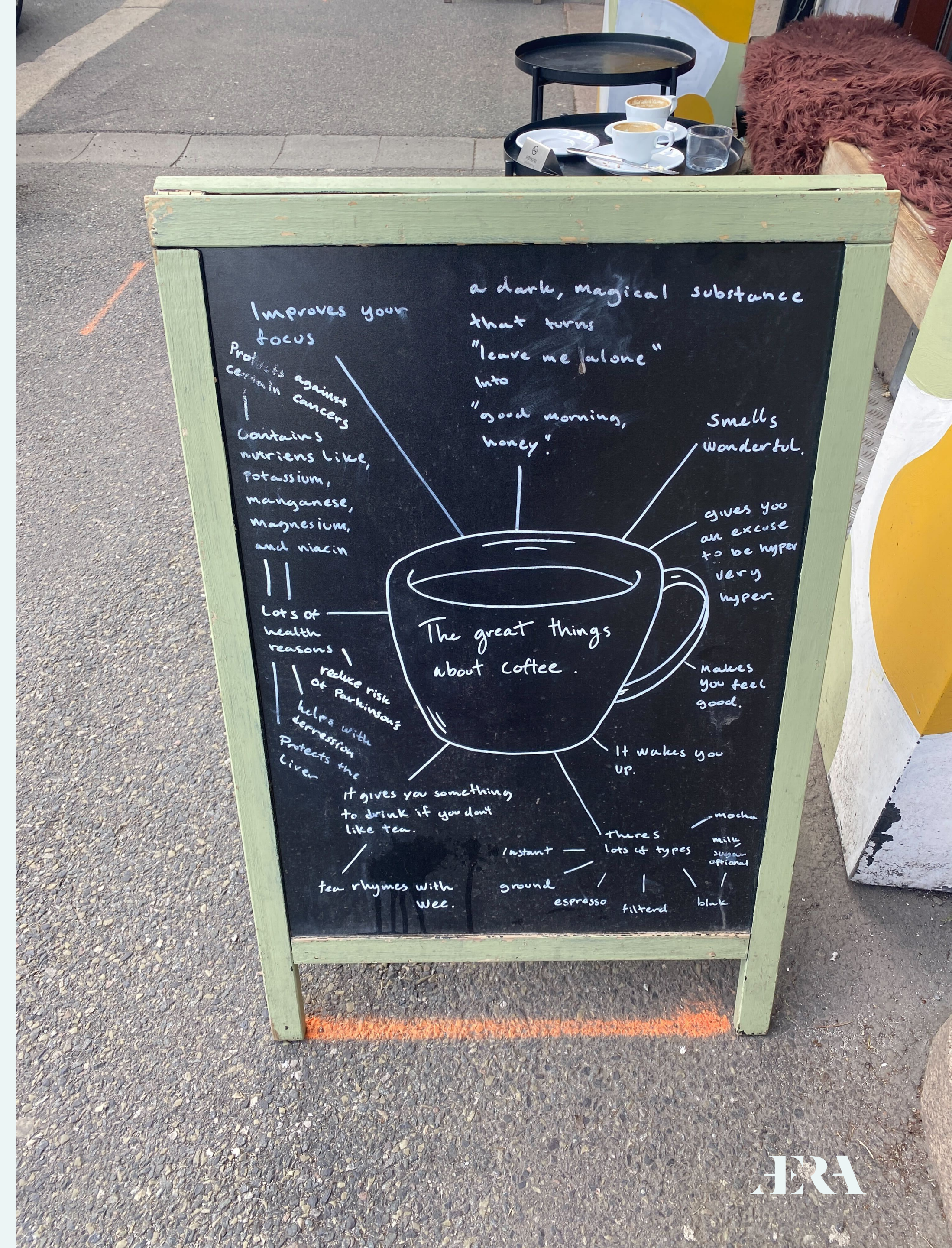
Majorstuen stasjon + området rundt:

**Baker Hansen** og **Deli de Luca**

St. Hanshaugen + park:

**Java** og **Kaffebrenneriet**

*\*Eftir er også valgt ut fordi de har ombrukskopp fra Vytal.  
Utsalgsstedene er ellers valgt ut slik at det blir en miks av bakeri,  
kiosk, kafé og kaffebar.*





# Effektivitet er viktig!

## Raskt inn – raskt ut

Engangskoppen gjør både kjøp, salg og bruk raskt og enkelt. Den bidrar til mulighet for økt salg av take-away drikke for kafé/kaffebar/bakeri som har begrenset med sitteplasser. Og den utgjør en viktig del av kiosksortimentet.

*«Kunden går fort inn og fort ut. Vi er en kiosk. Det er litt som en dagligvare. Du kjøper det du skal ha også går du. Vi liker ikke at folk bruker for lang tid, det skaper kø, blir trangt i lokalet osv.»*





# Utsalgsstedenes termokopper og miljørabatter er (nesten) usynlige

Mange utsalgssteder har miljørabatt, men både ansatte og kunder har begrenset kjennskap til dette. Miljørabatten blir også sjeldent synlig kommunisert.

Flere steder har også egne termokopper – men koppene er plassert lite synlig for kundene som skal kjøpe varm take-away drikke.

I tillegg er tiden de ansatte har tilgjengelig pr. kunde begrenset, noe som gjør det vanskelig å informere om miljørabatt og stedets egne termokopper.

*Bildet til høyre er fra Kaffebrenneriet som er ett av de få stedene som tidvis har fokus på å kommunisere miljørabatt.*





# Det finnes heller ikke en felles standard for miljørabatt

Det kan være ulike praksiser mellom de forskjellige utsalgsstedene innen samme kjede.

Miljørabatten er alt fra to til fem kroner. Og noen gir uansett denne rabatten til faste kunder, selv om de ikke har med egen termokopp.

Det varierer også om du får rabatt hvis du tar med egen termokopp – eller om du må ha stedets egen termokopp for å få rabatten.





# Ansatte kjenner heller ikke til ombruksløsninger for take-away drikkemballasje:

De færreste har hørt om denne type løsninger.

De tenker det er fint å tenke fremover med tanke på reguleringer – men det dukker også opp en del spørsmål om hvordan kundene deres vil ta imot dette.

*«Det største problemet er hvis løsningen tar ekstra tid. Hvis det legger til ti sekunder ekstra på hver kunde, så får vi et problem. Da kommer nok fem av ti i køen til å dra og heller gå innom et annet sted ... det er sånn det er her hvor kundene er ut og inn hele tiden. Hvis det tar for lang tid drar de.»*

*«Den største barrieren vil være å forklare kundene hvordan tjenesten virker.»*

*«Jeg tror å få med folk på de greiene vil bli det vanskeligste.»*

*«Jeg tror det må være en fordel hvis folk skal bry seg – plastproblematikken er for langt unna hverdagen til folk.»*

# De ansatte lurere på hvordan en ombruksløsning vil påvirke egen drift:

*Hvor mye tid  
tar dette  
administrativt?*

*Hvordan foregår  
bestillinger og  
distribusjon?*

*Hvor mye  
lagringsplass  
tar dette?*

*Hvor mye tid  
tar det overfor  
kunden?*

*Hva med hygiene  
og vask av  
kopper?*

*Hva skjer med  
markedsføring  
gjennom koppene?*



# Ombruksløsningen fra Vytal i Oslo er foreløpig lite brukt

Vytal Norge startet opp i 2022, og det er i dag 18 utsalgssteder i Oslo som tilbyr denne løsningen.

Foreløpig er det få forbrukere som benytter seg av dette.

Det er lav kjennskap til løsningen blant forbrukere Æra har møtt på gaten.

Det er også lav kjennskap blant ansatte som har løsningen på sitt utsalgssted.

Noe av forklaringen kan være at det ikke har vært gjort et systematisk opplærings- og kommunikasjonsarbeid knyttet til løsningen.



Æra har intervjuet daglig leder ved Eftir, som er ansvarlig for Vytal i Norge. I tillegg har Æra snakket med Neongrut, Håndbakt og Naturli for å se hvordan de bruker løsningen.

# 10. Dialogmøtet

Oslo kommune og Æra inviterte til dialogmøte hvor hovedfunn fra studien og informasjon om nye reguleringer for engangsemballasje for take-away ble presentert. I denne delen er innspillene fra deltakerne i dialogmøtet oppsummert.



# Om dialogmøtet

Deltakerne diskuterte i grupper og på tvers av ulike utsalgssteder. De diskuterte drivere og barrierer for å ta i bruk en ombruksløsning, samt hvilke andre tiltak som kan redusere de negative miljøkonsekvensene av engangskoppen.

I og med at prosjektet er avgrenset til å se på engangskopper for varm drikke, og på-farten-adferd blant forbrukere, så var ulike typer av utsalgssteder som dekker denne typen adferd invitert.

Deltakere fra:

Starbucks, Kaffebrenneriet, Espresso House, Baker Hansen, Godt Brød, Narvesen og 7-11 (Reitan), Deli de Luca (Norges Gruppen) og Neongrut.

Andre inviterte var: Stockfleth, Backstube, Java, Baker Samson og Naturli.





# Tilbakemeldinger fra deltakerne i dialogmøtet

## Ikke oppdatert oversikt på feltet

Det er en felles oppfatning om at det er mye som skjer på feltet, men det er få som har en oppdatert oversikt over dette.

## Imøtekomme reguleringer

Den største driveren for å sette i gang tiltak for å redusere bruk av engangskopper, er de kommende reguleringene som bransjen må forholde seg til.

## Interesse for samarbeid

Samarbeid mellom utsalgsstedene er interessant. En felles standard skaper mindre bekymring for tap av kunder og inntekt.

## Gevinst av samarbeid

Det er også forståelse for at flest mulig utsalgssteder bør bruke samme løsning for at det skal bli convenient for kundene.

## Dokumentert miljøgevinst

Det etterlyses dokumentasjon som viser at nye løsninger og tiltak er mer miljøvennlig enn engangskoppen, slik at det ikke blir stemplet som grønnvasking.

## Etterlyser tydelige føringer fra det offentlige

Det er tro på at regelverk vil være sentralt for å få til endringer i fellesskap. Det etterlyses tydelig regelverk fra offentlig avsender utenfor bransjen.



# Forslag til tiltak for å redusere de negative miljøkonsekvensene av engangskoppen

Deltakerne i dialogmøtet diskuterte tiltak som kan iverksettes allerede nå. Dette er en oppsummering av tiltak som ble foreslått:

- Opplæring av egne ansatte om tematikken
- Opplæring av forbruker om tematikken
- Tydeligere kommunikasjon av miljørabatt
- Iverksette flere økonomiske insentiver for å redusere bruk av engangskopper
- Forbud mot å bruke engangskopper når det ikke er take-away og kunder sitter på utsalgssted
- Ikke gi ut lokk til forbruker med mindre de spør om det
- Flere søppelkasser for å forhindre forsøpling
- Belønningssystem for å kaste engangskoppen riktig
- Ryddeaksjoner som skaper forståelse for utfordringer med forsøpling knyttet til take-away

*Det er ikke blitt gjort en vurdering av tiltakene mtp hvilken miljøeffekt de vil ha. Tiltakene er heller ikke plassert i en prioritert rekkefølge, men viser de tiltakene som kom opp og ble diskutert i dialogmøtet.*

# II. Vedlegg

- Om de seks ulike ombruksløsningene som er intervjuet
- Eksempler på tilgjengelige livssyklusanalyse (LCA)
- Kildeliste



# Informasjon om løsningene vi har sett nærmere på: Recircle og Vytal



## **Recircle**

2015

Privat aktør

### Tilgjengelig i:

Sveits, Tyskland, Nederland, Danmark, Estland, Italia, Litchenstein

Tilbyr både kopp og boks

Har over 2400 partnere i form av utsalgssteder

Logistikk: Retur og vask på utsalgsstedet

Utleieform forbruker: Pant/depositum

Utleieform utsalgssted: Årspris + pr kopp/boks



## **Vytal**

2019

Privat aktør

### Tilgjengelig i:

Tyskland, Norge, Belgia, Frankrike, Nederland, Østerrike, Italia, Luxembourg

(18 partnere i Oslo)

Tilbyr både kopp og boks

Har over 6000 partnere i form av utsalgssteder

Logistikk: Retur og vask på utsalgsstedet

Utleieform forbruker: App + scanne QR

14 dager gratis utleie

Utleieform utsalgssted: Betaling pr. bruk

# Informasjon om løsningene vi har sett nærmere på: Fair Cup og & Repeat



## **Faircup**

2016

Privat aktør

Samarbeid med Tomra og Sielaff

### Tilgjengelig i:

Tyskland, Sveits, Luxembourg og Østerrike

Tilbyr både kopp og boks

Har over 2000 partnere i form av utsalgssteder

Logistikk: Retur og vask på utsalgsstedet/  
pantemaskiner

4000-5000 returpunkter

Utleieform forbruker: App/depositum - 1 mnd  
gratis utleie

Utleieform utsalgssted: Månedspris + pris pr.  
kopp/boks

## **& REPEAT**

## **&Repeat**

2020

Privat aktør

Samarbeid mellom &Repeat og BarePack

### Tilgjengelig i:

Sverige og Frankrike

Tilbyr både kopp og boks

Har over 700 partnere i form av utsalgssteder

Logistikk: Retur og vask på utsalgsstedet  
(tester pilot på Presbyrån med mobil  
vaskestasjon)

Utleieform forbruker: App + scanne QR  
14 dager gratis utleie

Utleieform utsalgssted: Månedspris



# Informasjon om løsningene vi har sett nærmere på: Gøteborg kommune og Aarhus kommune



## Göteborg kommune/Panter

2021

Initiativ fra Göteborg kommune

Samarbeid med Panter

## PANTER

Tilgjengelig i:

Sverige: Göteborg, Stockholm, Uppsala

Fokus på kopp

Har 20 partnere i form av utsalgssteder og eventer

Logistikk: Retur og vask på utsalgsstedet

Utleieform forbruker: Nettside med bruker

+ scanne QR. 7 dager gratis lån, deretter 10 kr pr dag, og 90 kr etter 1 mnd.

Utleieform utsalgssted: Månedspris



## Aarhus kommune/Tomra

2023

Initiativ fra Aarhus kommune

Samarbeid med Tomra



Blir tilgjengelig i:

Danmark: Aarhus

Fokus på kopp

50 interesserte utsalgssteder til pilot (2023)

Logistikk: panteautomater + Tomra ansvarlig for vask

Utleieform forbruker: Kunde betaler depositum med cash eller bankkort

Utleieform utsalgssted: Månedspris (dekket av kommunen de første 2 årene)

# Eksempler på tilgjengelige livssyklusanalyser

Resultatene av LCA-rapportene for engangskopper vs ombrukskopper avhenger av en rekke ulike variabler som:

- Hvordan koppene produseres og hva de er laget av
- Hvor mange ganger hver kopp brukes
- Hvor ofte og hvordan koppene vaskes
- Hvordan koppene transporteres til vask og tilbake til utsalgssted
- Konsekvensene av forsøpling av engangskopper (ulikt om denne inkluderes eller ikke)

## Eksempler på LCA-rapporter

Rapporter som viser at ombrukskopp har *lavere* miljøavtrykk enn engangskopp:

- [KeepCup](#)
- [FN's miljøprogram](#)
- [Rethink Plastic Alliance](#)

Rapporter som viser at ombrukskopp har *høyere* miljøavtrykk enn engangskopp:

- [Cepi](#)
- [McKinsey](#)
- [Huhtamaki](#)



# Eksempel: Livssyklusanalyse fra «Keep Cup»

## Produksjon av kopp:

- KeepCup ombrukskopp i stål: 23600kj
- Gjennomsnittlig engangskopp: 880kj

## Mulighet for ombruk:

- Ombrukskoppen: 2000 ganger (5 dager i uka i 8 år)
- Engangskoppen: ingen

## Karbonregnskap per år:

- Ombrukskoppen (1/8): 219 g CO<sub>2</sub>eq (Hver vask legger til 7.8 g CO<sub>2</sub>eq)
- Engangskoppen: 37 gCO<sub>2</sub>eq

Etter åtte ganger bruk har ombrukskoppen lavere påvirkning enn engangskoppen:

- Ombruks: 219 g CO<sub>2</sub>eq + 8 x 7.8 g CO<sub>2</sub>eq = 295 g CO<sub>2</sub>eq
- Engangs: 8 x 37 gCO<sub>2</sub>eq = 300 gCO<sub>2</sub>eq



I utdraget av analysen fra «Keep Cup» er ikke transport av koppene inkludert. Det er heller ikke forsøpling av engangskopper.

Kilde: Keepcup

# Kildeliste:

- EY/Repeat (2021): Takeaway Packaging Recycling Insight Report
- Econet (2022): *Analyse af affald opsamlet i det offentlige rum i Aarhus Midtby, december 2022*
- Wilke (2021): *Bærekraftig emballage*
- Chalmers Industriteknik (2022): Behavioural insight to promote reusable cups – a field study on reducing the use of single-use cups
- Stockholm Stad (2023): Utredning av retursystem för muggar och matlådor för avhämtning och leverans samt gemensamma pantsystem för dricksglas under evenemang
- IVL Svenska miljöinstitutet (2022): Policylab för återanvändning av take away-förpackningar
- Miljøministeriet (2021): Forbrugeradfærdsundersøgelse af takeaway i genbrugelig emballage
- IVL Svenska miljöinstitutet (2021): Minskad användning av take away engångsförpackningar
- Norwaste (2023): Kartlegging av forsøpling i Oslo kommune
- Zero Waste Europe (2018): The story of Recircle
- Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon (2023): Returboks erstatter engangsbeholdere for takeaway-mat i regjeringskvartalet
- Oslo Rusken (2022): Elverusken Akerselva 2022
- Norwaste (2020): Redusert forsøpling gjennom bedre oppsamlingsløsninger
- Bymiljøetaten (2022): Take-away uten throw-away - gjenbrukbar take-away emballasje i Oslo
- Miljødirektoratet (2022): Videreutvikling av produsentansvaret i Norge



ERA

era.as