

LOOP

ÅRSRAPPORT 2017

Innhold

Om LOOP	3
LOOP som samarbeidsarena	5
LOOP Miljøskole	5
Andre prosjekter	7
Sortere	8
Nasjonalt PR- og kampanjesamarbeid	9
PR-, salgs- og markedsarbeid	12
Sosiale medier	13
Nyhetsbrevet Tur Retur	14
Oppsummering	14

1. Om LOOP

LOOP er en stiftelse opprettet av returselskapene i 2000. LOOP arbeider med kommunikasjon innen avfall, gjenvinning og miljø. LOOPs prosjekter og arbeid er finansiert gjennom bidrag fra returselskaper, kommuner og interkommunale avfallsselskap, Avfall Norge og annen offentlig og privat virksomhet. Klima- og miljødepartementet, via Miljødirektoratet, bidrar med årlig grunnstøtte.

LOOP har følgende sentrale mål for sin virksomhet:

- Våre tjenester skaper stadig bedre atferd i våre målgrupper.
- Våre strategisk viktige interessenter har høy kjennskap til LOOP og våre tjenester.
- Våre tjenester gjør våre samarbeidspartnere bedre rustet til å nå sine mål.
- Vi er den foretrukne samarbeidspartneren for kommunikasjon om ressurser og miljø blant strategisk viktige interessenter.
- Vi har et stabilt økonomisk fundament for langsiktig og stabil drift av LOOP.

LOOP har følgende forretningskonsepter:

- LOOP undervisning: verktøy og materiell til bruk i undervisning og opplæring
- LOOP kommunikasjon: kommunikasjonsplanlegging og -tiltak/verktøy (fakta, bilder, kampanjer osv.)
- LOOP forbruker: verktøy og materiell for forbrukere/innbyggere
- LOOP bedrift: verktøy og materiell for bedrifter/næringsliv

LOOPs hovedsatsingsområder er *LOOP Miljøskole*, den nettbaserte kildesorteringsguiden *sortere.no* for husholdninger og bedrifter.

Styresammensetning ved utgangen av 2017:

- Leder: Kjell Håkon Helgesen
- Nestleder: Jaana Røine
- Styremedlem: Bjørn Sørensen
- Styremedlem: Randi Haavik Varberg
- Styremedlem: Øyvind Brevik
- Observatør oppnevnt av Klima- og miljødepartementet: Kari Aa

Det ble i 2017 gjennomført fire styremøter.

I administrasjonen per desember 2017, totalt 5 årsverk:



Hildegunn Bull Iversen,
daglig leder
(I permisjon fra januar til mai 2017)

Sylvelin Aadland,
prosjektleder og ansvarlig for sortere.no

Terje Eckhoff,
prosjektleder LOOP Miljøskole
(konstituert daglig leder fra januar til mai 2017)

Fredrikke Friis Bertheussen,
kommunikasjonsrådgiver

Marianne Heggenhougen,
kommunikasjonsrådgiver

Stine Strachan,
kommunikasjonsrådgiver
(Stine sluttet i september 2017)

2. LOOP som samarbeidsarena

LOOP skal være en samarbeidsarena for kommunikasjon om ressurser og miljø. LOOP har et samarbeid med samtlige returselskaper på ett eller flere områder, Avfall Norge og med de aller fleste kommuner og renovasjonsselskap i landet. LOOP har

i 2017 også samarbeidet med Matvett og Fretex. LOOP samarbeider også med bransjeorganisasjonen Avfall Norge.

3. LOOP Miljøskole

LOOP Miljøskole tilbyr gratis undervisningsmateriell på bokmål og nynorsk for alle alderstrinn. Opplegget er variert og består av hefter, tegneserier, musikk, film, digitale undervisningsopplegg, oppgaver og en teaterforestilling. LOOP Miljøskole er tilpasset kompetansemålene i læreplanene, og kan brukes i ulike fag og i tverrfaglige prosjekter.

LOOP har egen abonnementsordning for kommuner, kommunale og private avfallsselskap som benytter seg av LOOP Miljøskoles tilbud om materiell. Det ble i 2017 arrangert en samling for miljøskoleabonnentene som del av LOOP-dagene (se punkt 7). LOOP Miljøskole fikk én ny abonnent i 2017. Totalt har LOOP Miljøskole 65 abonnenter per 31.12.17.

Hefter for barnehage og grunnskole



I 2017 lanserte LOOP Miljøskole fire nye undervisnings- og aktivitetshafter. Knerten, Kaia og Karim - forbryterjakten, Kaia og Karim - Fuglen som forsvant og en lærerveiledning. Heftene med Kaia og Karim ble oppdatert med nye illustrasjoner og revidert tekst. Det samme ble lærerveiledningen. Knerten-heftet var nytt. Totalt ble det sendt ut omlag 89 000

Miljøskoleprodukter i 2017 til 1651 ulike barnehager og skoler. Dette er på linje med 2016. Bestillingstall for eksisterende og nye hefter i 2017: -

Knutsen & Ludvigsen, bokmål: 11 000,
Albert Åberg: 14 000,
Kaja og Karim - forbryterjakten: 18 000,
Fuglen som forsvant: 14 000
Dina og Jim og den store batterijakten: 6800.

Avfallspyramiden

Det digitale undervisningsopplegget avfallspyramiden.no er fortsatt et aktuelt verktøy for å øke kunnskapen om

kildesortering og gjenvinning. Nettstedet hadde rundt 11 000 besøkende i 2017. Dette er en økning på hele 60% fra 2016!

Waste invaders

Waste Invaders er et kampanjesamarbeid mellom Grønt Punkt og Matvett, fra 2016, som lærer barn i barnehagen og barneskolen hvordan de kildesorterer riktig og hvorfor det er viktig å spise opp matpakka. Det består av et dataspill som kan lastes ned, og en undervisningspakke. I 2017 sendte LOOP Miljøskole ut 5640 undervisnings-pakker. LOOP Miljøskole arrangerte en Waste invaders- tegnekonkurranse med Grønt

Punkt for barn mellom 5 og 8 år. Barna fikk følgende utfordring: Tenk deg at du hadde samme egenskap som melkekartongen for én dag. Altså at du også kunne gjenvinne deg selv og bli til noe nytt, hva skulle du blitt til da? Lukas B. Andreassen fra Kjelsås skole vant med sin tegning av en resirkuleringsbever. Juryen bestod av Gunnar Moen og Marthe Aspelund fra Grønt Punkt, samt representanter fra LOOP.

4. Andre prosjekter



Eventyrkonkurranse-Askeladden

Sirkel Glass ønsket å gjennomføre et kommunikasjonstiltak mot unge i forbindelse med at de hadde et filmsamarbeid med Norsk Filmbyrå og filmen Askeladden i Dovregubbens hall. Askeladden er god på gjenbruk og han ser verdien i ting som andre ser på som søppel. Dette er gode verdier som Sirkel Glass ønsket å formidle videre. Dette resulterte i en nasjonal eventyrkonkurranse for alle Norges 6. klassinger. LOOP var prosjektleder og laget en hjemmeside for

konkurransen der elevene fikk informasjon og inspirasjon til å lage eventyrene sine. De beste innsendte filmbidragene ble satt sammen til en film som ble lagt ut på konkurransesiden. Det kom inn over 700 bidrag og Gamlebyen Skole i Oslo gikk av med seieren. Vinnerklassen vant en drømmedag med selveste Askeladden og regissør Mikkel Sandemose. På denne dagen ble det laget film av vinnereventyret og klassen fikk prøve seg som skuespillere og filmcrew.

5. Sortere



Sortere.no er en nasjonal nett-tjeneste for kildesortering og gjenvinning. På sortere.no finner forbrukere informasjon om hvordan de kildesorterer og hvor de kan levere inn avfall.

Alle landets kommunale avfallsselskaper har tilgang til å oppdatere sin lokale informasjon i en felles database. LOOP oppdaterer nasjonal informasjon i samarbeid med returselskapene.

Det ble i 2017 arrangert en samling for administratorer av sortere.no som del av LOOP-dagene (se punkt 7).

Kommuner og renovasjonsselskaper kan tegne avtale med LOOP for å integrere sortere.no på egne nettsider. To nye avtaler ble inngått i 2017. Totalt har 77 kommuner

Bruk og antall besøkende

Bruken av sortere.no og sortere-løsninger har fortsatt å øke kraftig. Det var 26 % mer trafikk til databasen i 2017, sammenlignet med 2016. Antall brukere av sortere.no totalt økte med 45%, fra 147 000 brukere i 2016 til 212 000 brukere i 2017.

og renovasjonsselskap avtale med LOOP om sortere.no per 31.12.2017. Dette dekker 4,5 millioner innbyggere. LOOPs samarbeidspartnere og deres kunder/medlemmer kan også integrere sortere.no på eget nettsted. Sortere.no leverer også informasjon til flere andre aktører, blant annet finn.no, 1881.no og flere mobilapplikasjoner.

I 2017 trådte Miljødirektoratet sin nye forskrift og tilskuddsordning med vrakpant på kasserte fritidsbåter i kraft. For at båteiere skulle få god informasjon om hvordan de leverer inn kasserte fritidsbåter, inngikk LOOP og Miljødirektoratet en avtale om å bruke sortere.no som kanal. Kommuner og interkommunale avfallsselskaper la ut informasjon om sine mottakssteder på sortere.no og sortere fikk mange henvendelser om denne ordningen.

Henvendelser fra publikum

LOOP mottar via sortere.no mange henvendelser fra publikum med spørsmål om hvordan noe skal kildesorteres, om lokale avfallsordninger og utstyr samt om tips til nye produkter som kan legges inn i basen. I 2017 og mottok sortere over 350 henvendelser.

Oppdatering av teknisk plattform

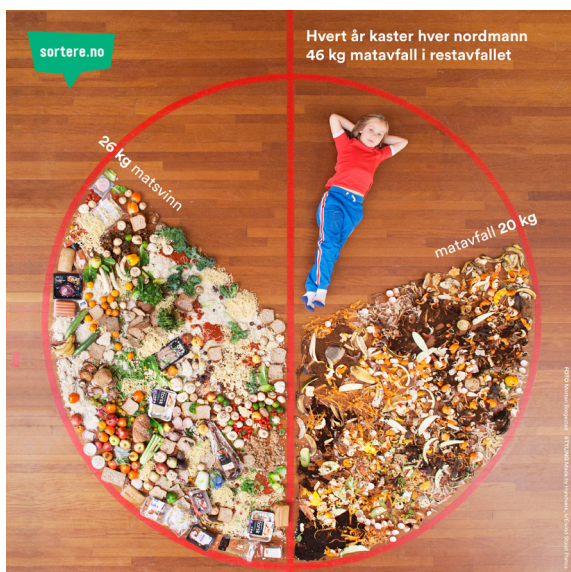
I 2017 har vi oppgradert den tekniske plattformen for sortere.no. Det resulterte i en opprydning og modernisering av teknologien. Med de nye oppgraderingene ble det mulig å gi raskere respons til brukere og tilrettelegge for en mer fleksibel publiseringsplattform.

Sortere bedrift

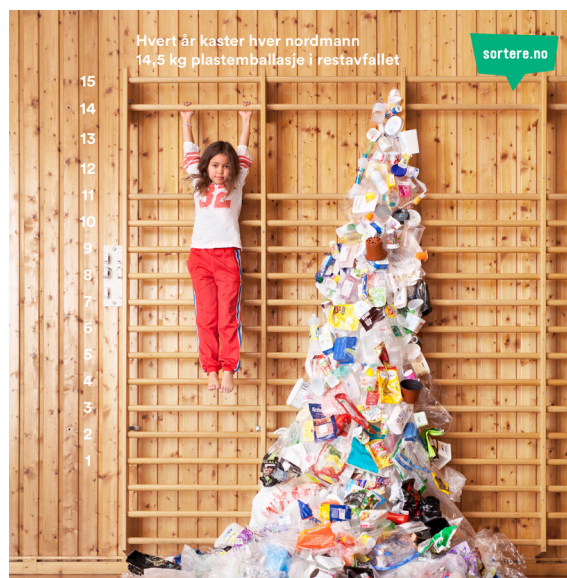
I 2017 har LOOP primært markedsført Sortere Bedrift, blant annet gjennom sosiale medier og trykte publikasjoner. I 2017 hadde sortere bedrift 4500 brukere. Gjennomsnittlig tidsbruk per besøk var på over 4 1/2 minutt.

6. Nasjonalt PR- og kampanjesamarbeid

Nasjonal kampanje: Slank Restavfallet



I første halvdel av 2017 fortsatte utrulling av kampanjen "Slank restavfallet" hvor sortere.no var avsender. 172 kommuner var med på og tok ut kampanjen ut lokalt. Kampanjen var et samarbeid mellom LOOP og følgende selskaper: Grønt Punkt Norge (plastemballasje, kartong og drikkekartong), Syklus (glass- og metallemballasje), Infinitum



(pant), RENAS/ERP Norway/Norsirk (elektrisk og elektronisk avfall), Batteriretur (batterier), Fretex (tekstiler) og Matvett (matsvinn).

Kampanjen hadde som mål å få folk til å reflektere over egne forbruksvaner, ressursene de bruker og avfallet de

produserer. Kampanjen skulle både bidra til at folk kaster mindre og at de blir flinkere til å kildesortere det avfallet de har. Kortfilmen og bildeserien laget på bakgrunn av en analyse om den norske restavfallsposen, fikk spesielt mye oppmerksomhet. Dagbladet Magasinet

laget en stor reportasje med bilder og tall fra analysen over 7 sider. Kortfilmen nådde 134.000 personer på Facebook. Bildeserien og kortfilmen vant pris i kategorien kampanje i Visueltkonkurransen 2017.

Nasjonal kampanje: Norske Byggeklosser



I 2017 startet planleggingen og innholdsproduksjonen til den nasjonale kampanjen "Norske byggeklosser" hvor sortere.no var avsender. LOOP tok initiativ til kampanjen for å stimulere til bedre sortering og mer ombruk av oppussingsavfall.

49 IKS var med på kampanjen. Til sammen dekket kampanjen over 300 kommuner og 3,1 millioner innbyggere. Norsk Resy AS, Grønt Punkt Norge, RENAS, Sirkel Glass og Infinitum var også med og støttet kampanjen. LOOP hadde ansvaret for prosjektledelse, innholdsproduksjonen og design til kampanjen.

Kampanjen bygde på et filmsamarbeid med kinofilmen Norske Byggeklosser. LOOP forhandlet fram avtalen med Norsk filmbyrå som ga sortere.no og alle deltakerne i

kampanjen mulighet til å bruke karakterer, bilder og klipp fra filmen.

Filmen, som handler om et par som skal totalrenovere en bolig, var en gylden anledning til å sette fokus på sortering, avfallsminimering og gjenbruk. Atle Antonsen spiller 11 roller i filmen, blant annet Otis som sitter i bua på gjenvinningsstasjonen. Otis ble også en gjennomgangsfigur for kampanjen. Som en del av avtalen med Norsk Filmbyrå ble sortere.no skrevet inn i manus. Kampanjedeltakerne gjennomført felles stunts og rullet ut flere konsepter på egne hjemmesider og i sosiale medier. Flere kampanjedeltakere viste også kampanjens reklamefilm på sin lokale kino, med egen logo.

Eksempler på virkemidler og innhold som ble tilrettelagt i kampanjen:

Design og designelementer

Kampanjefilmer: "Hvordan cruise gjennom gjenvinningsstasjonen", "Sorter deg ut av oppussingskaoset hjemme", "Fra verdiløs til verdifull", Reklamefilm med deltakernes egen logo.

Konseptene "Ikke gjør dette hjemme" og "Fra verdiløs til verdifull".

Plakat til hyttecontainere

Artikler til bruk på kampanjedeltakernes egne sider

Pressemeldinger for nasjonal og lokal bruk

Bilder, filmer og innhold til bruk i for sosiale medier

Egen ressurside for kampanjedeltakere med nedlastbart materiell



7. PR-, salgs- og markedsarbeid



LOOP markedsfører sine egne forretningskonsepter, for å øke bestillingsantallet fra LOOP Miljøskole, øke besøkstall på sortere.no osv. Med ikke ubegrensede midler, benytter LOOP seg av PR- og mediarbeid, i tillegg til noe betalt markedsføring. I 2017 var LOOPs viktigste PR-, salgs- og markedsarbeid:

PR og media

LOOP gikk aktivt ut med flere pressemeldinger i forbindelse med de nasjonale kampanjene "Slank restavfallet" og "Norske Byggekløsser".

Dagbladet Magasinet laget en stor reportasje med bilder og tall fra analysen "Den norske restavfallsposen" over 7 sider med egen faktaboks om LOOP. Reportasjen anslås å ha en markedsverdi på rundt 1 million kr. Bildeserien og kortfilmen vant pris i kategorien kampanje i Norges største konkurranse innen visuell kommunikasjon: Visueltkonkurransen 2017. Nordens største konkurranse for den kreative bransjen. Arbeidet var en av fire diplomvinnere som ble kåret sammen med gullvinneren i kategorien.

Sortere med Sylvelin og Marianne som talskvinner har dette året figurert som eksperter på kildesortering og gjenvinning i podkasten Miljøpoden i en rekke episoder. Sortere ble omtalt i dagensmedisin.no i forbindelse med et innlegg Sylvelin holdt om gjenvinning av legemidler på Grønt punkt sitt frokostmøte. I forbindelse med overgangen til DAB fikk Sortere også i år flere henvendelser. LOOP ble intervjuet i en artikkel i A3Mag.no om kildesortering. Sortere var også Ukas sponsor på Tusvik & Tønne - ettersnakk i romjulen.

Avfallskonferansen

LOOP deltok på Avfallskonferansen 2017 med egen stand. Konferansen er en viktig arena for å vedlikeholde relasjoner med kommuner og renovasjonsselskap, med

mulighet for å knytte nye abonnenter til seg. Standen var godt besøkt og stemt frem blant de fem mest populære standene på messen.

LOOP-dagene

LOOP-dagene ble gjennomført med ca. 30 deltakere 22. - 23. november 2017. Den første dagen hadde fokus på hvordan jobbe smart med lokalt innhold på sortere.no. Den andre dagen startet med et åpent

frokostmøte om hvordan engasjere barn og ungdom. Etterpå ble det jobbet i grupper med å lage gode undervisningsopplegg. For å bli bedre kjent med målgruppen var elever fra Majorstuen skole invitert og ble intervjuet av gruppene.

8. Sosiale medier

Effektiv bruk av sosiale medier er viktig for LOOP for å nå ut til forbrukere. Facebook er den plattformen med flest brukere blant de sosiale mediene, og er godt egnet til toveis kommunikasjon. LOOP benyttet derfor aktivt Facebook i kommunikasjon med forbrukere i 2017. I tillegg ble kanalene Instagram og Twitter benyttet, men i mindre grad enn Facebook.

Facebooksiden Facebook/sortere.no for forbrukere hadde rundt 18 000 følgere ved utgangen av 2017, mens Facebook/miljøskole for ansatte i skole og barnehage hadde omtrent 1450 følgere.

Facebook er en viktig kanal for sortere.no og i 2017 jobbet vi målrettet med å få

oppmerksomhet i sosiale medier. Vi hadde 282 antall poster på Facebook i 2017 som hadde stor rekkevidde:

Organisk rekkevidde: 1 700 000
(2016: 831 000)

Betalt rekkevidde: 350 000
(2016: 157 000)

Total rekkevidde: 2 050 000
(2016: 988 000)

Engasjement alle poster:
Antall likes/kommentarer/delinger: 36 708
(2016: 11 119). Snitt per post: 130
(2016: 67)

9. Nyhetsbrevet Tur Retur

Tur Retur er LOOPs elektroniske nyhetsbrev med artikler og informasjon om kildesortering og gjenvinning. Tur Returs abonnenter er ansatte i retur- og gjenvinningsbransjen, i kommuner, renovasjonsselskap og i skoleverket.

Det ble sendt ut to utgaver av nyhetsbrevet

i 2017. Utgavene inneholdt saker om nyttige erfaringer fra kommuner eller kommunale avfallsselskap, faktasaker og nyheter fra LOOP. Tur Retur har omtrent 1 500 abonnenter, og en trofast leserskare med omlag 400 aktive lesere per utsendelse.

10. Oppsummering

LOOP Miljøskole lanserte en rekke nye undervisningshefter og videreførte kampanjen Waste Invaders med en tegnekonkurranse i 2017. Sortere.no oppgraderte den tekniske plattformen, forbedret lokasjonsbestemmelser og økte hastigheten betraktelig.

Kampanjen Slank Restavfallet gikk i første halvdel av 2017.

Kampanjen Norske Byggeklusser ble etablert og innhold tilrettelagt for kampanjeperiode i februar - mars 2018.

Skattefritak

LOOP har ikke erverv som formål, og med virkning f.o.m. regnskapsåret 2004 anses stiftelsen som skattefri etter skattelovens § 2-32 (vedtak Oslo ligningskontor 04.11.2005).

Arbeidsmiljø og sykefravær

Det er ikke registrert skader eller ulykker på arbeidsplassen. Arbeidsmiljøet defineres å være godt. Det ble i 2015 opprettet og valgt verneombud for LOOP blant de ansatte. Sykefraværet var i 2017 på 5,68%

Likestilling

LOOP har ved utgangen av 2017 fem ansatte; fire kvinner og en mann på heltid. Styret bestod av tre menn og to kvinner, samt en kvinne som observatør. LOOP vektlegger å forhindre forskjellsbehandling som er i strid med lov om likestilling mellom kjønnene.

Ytre miljø

Stiftelsen forurensrer ikke det ytre miljø.

Oppsummert var 2017 et produktivt og lærerikt år for ansatte i LOOP.