

The background of the page is a light beige color, decorated with a pattern of colorful arrows. The arrows are in three colors: dark teal, light green, and light orange. They vary in shape, including straight arrows, wavy lines, loops, and circular paths, all pointing in various directions. The text is centered on the page.

Loop

Årsrapport  
2018

# Innhold



Forord	3
Om LOOP	4
LOOP som samarbeidsarena	5
LOOP strategi 2018–2020	5
LOOP Miljøskole	6
Undervisningsopplegg om marin forsøpling	7
#5forhvalen – samarbeid med Miljøagentene	7
Pilotprosjekt: Holdningskampanje i videregående skole	8
Bruk av materiellet	9
LOOP Kommunikasjon	10
Prosessillustrasjoner	10
Initiativet: #5forhvalen	10
Resultater	11
Sortere.no	14
Økende interesse for avfall og økt trafikk	14
Forbedringsarbeid innhold og drift	15
Norske Byggeklosser – en nasjonal kampanje	16
Mobile gjenvinningsstasjoner og mottak for marint avfall	18
Nytt kart med oversikt over mottak for kasserte fritidsbåter	19
Sorteringsguide for OsloMet	20
PR, salgs- og markedsarbeid	21
Mediearbeid	21
Sosiale medier	22
Arrangementer	24
Oppsummering	25

# Forord

Hvordan skal vi klare å leve mer bærekraftig og ta bedre vare på jordas ressurser? Med dagens livsstil og forbruksvaner bruker vi tre ganger så mye naturressurser som det jorda klarer å gjenopprette i løpet av et år. **Vi lever på lånte ressurser, og slik kan det ikke fortsette.**

Som samfunn må vi endre våre holdninger fra å bruke og kaste til å bevare og gjenvinne. Dette kan vi klare om vi bruker ressursene smartere, skaper mindre avfall, og ikke minst sørge for at det som skal kastes kan brukes på nytt som råstoff for nye produkter.

Kildesortering er fortsatt det mest effektive virkemidlet for å sørge for at avfallet hver og en av oss kaster kan brukes på nytt. Men når vi samtidig vet at 2/3 av det som havner i restavfallet enten kunne vært spist, blitt sortert, eller brukt på nytt, ser vi at vi fortsatt har en lang vei å gå for å nå målet om at 65% av husholdningsavfallet skal materialgjenvinnes innen 2035. Fremfor alt må vi øke forståelsen for at det vi kaster fra oss faktisk har en verdi og at avfall er og blir en stadig viktigere ressurs.

Heldigvis blir stadig flere opptatt av disse spørsmålene og ønsker å leve mer bærekraftig. I LOOP tror vi på kraften i positive budskap og at små handlinger kan få store ringvirkninger. For ingen kan gjøre alt, men alle kan gjøre litt. For å få folk til å gjøre små endringer i sin hverdag må disse grepene føles meningsfulle og viktige i folks liv. Å begynne å plukke 5 søppelting om dagen på vei til jobb gjør at folk legger merke til forsøpling der de ferdes og kanskje får de en større bevissthet rundt forsøpling som problem. Å kildesortere, bli matredder, eller velge bort å kjøpe ting man ikke trenger; alt dette er små grep som alle kan klare. Dette ønsker vi i LOOP å inspirere til gjennom vårt arbeid.

# Om LOOP

LOOP – Stiftelsen for kildesortering og gjenvinning arbeider for å få folk til å kildesortere mer og kaste mindre. Våre aktiviteter er forankret i, og skal bidra til å nå EUs mål om **65 % materialgjenvinning** av husholdningsavfall og lignende næringsavfall innen 2035.

Vi samarbeider tett med kommuner og renovasjons-selskaper som benytter våre tjenester for å nå ut med god og faktabasert informasjon om alle typer avfall. LOOP fungerer også som et bindeledd mellom returselskapene og kommuner/renovasjonsselskaper.

Våre to viktigste satsningsområder over mange år er LOOP Miljøskole og sortere.no. LOOP Miljøskole tilbyr gratis undervisningsmaterieell om kildesortering, gjenvinning og miljø for skoler og barnehager. Sortere.no er et nasjonalt nettsted og en database som gir folk svar på hvordan de skal kildesortere og levere ulike typer avfall - hjemme og på jobben. I tillegg har vi i 2018 etablert LOOP Kommunikasjon. Her lager vi kommunikasjonsressurser som kommuner og IKS m.fl. kan bruke i sin formidling ut mot befolkningen, og tar initiativ til felles kampanjer og prosjekter som har kildesortering, gjenvinning og miljø som tema.

LOOPs prosjekter og arbeid er finansiert gjennom bidrag fra returselskaper, kommuner og interkommunale avfallsselskap, bransjeorganisasjoner og annen offentlig og privat virksomhet. LOOP mottar årlig grunnstøtte fra Klima- og miljødepartementet.

## Styrets medlemmer

**Øivind Brevik**, *styreleder*  
**Jaana Røine**, *nestleder*  
**Bjørn Sørensen**, *styremedlem*  
**Jacob Smith**, *styremedlem*  
**Randi Haavik Varberg**, *styremedlem*  
**Kari Aa**, *observatør oppnevnt av Klima- og miljødepartementet*

## I administrasjonen

**Hildegunn Iversen**,  
*daglig leder*  
**Sylvelin Aadland**,  
*ansvarlig for sortere.no*  
**Fredrikke Bertheussen**,  
*ansvarlig for LOOP Miljøskole*  
**Marianne Heggenhougen**,  
*ansvarlig for LOOP Kommunikasjon*  
**Olga Korkasheva**,  
*digital innholdsutvikler*

## LOOP som samarbeidsarena

Gjennom LOOPs arbeid forvaltes og sikres samordning av nasjonal informasjon om avfall. Dette er ressursbesparende for svært mange, og bidrar til god informasjonsflyt. I alle våre prosjekter søker vi et bredest mulig samarbeid, og gjennom våre tjenester samarbeider en rekke aktører. Blant annet er LOOP den eneste felles samarbeidsarenaen om kommunikasjon for returselskapene.

LOOP har også avtale med nær 80 interkommunale selskaper eller enkeltstående kommuner som benytter seg av sortere.no og/eller LOOP Miljøskole. Mange av disse samler vi også til felles nasjonale kampanjer. I Norske Byggeklusser, en nasjonal kampanje som ble lansert i 2018, deltok rundt 50 kommunale og interkommunale avfallsselskaper og 5 returselskaper. Disse kunne benytte seg av kampanjematerialet som ble utviklet og tilrettelagt for lokal bruk av LOOP.


## LOOP strategi 2018-2020

LOOP har i løpet av høsten 2017 og våren 2018 arbeidet med ny strategi for virksomheten. Strategien ble vedtatt i første halvdel av 2018. Det viktigste grepet som er gjort er å forankre stiftelsens aktivitet i EUs mål om 65% materialgjenvinning innen 2035. I tillegg har LOOP satt tydelige målsetninger om at vår aktivitet skal føre til endret adferd hos målgruppene. Det er dermed foretatt en dreining mot at LOOP skal jobbe både handlings- og holdningsskapende.

# LOOP Miljøskole

Formålet med LOOP Miljøskole er å motivere barn og unge til å kildesortere på skolen og hjemme, samt lære de hvordan og hvorfor de gjør det. For å nå disse målene tilbyr LOOP Miljøskole gratis undervisningsressurser for lærere og pedagogisk ansatte på skoler og barnehager som ønsker å undervise om kildesortering, gjenvinning, ressurser og ressursknapphet. Undervisningsressursene dekker alle alderstrinn 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 Miljøskole har egen abonnementsordning for kommuner, kommunale og private avfallsselskap. Abonnentene kan fritt benytte LOOP Miljøskoles materiell og tilby gratis bestilling fra miljøskole.no til skoler og barnehager i sitt område. I 2018 telte denne ordningen 65 abonnenter.



“ Vi har store planer for LOOP Miljøskole. Vårt undervisningsopplegg skal vekke engasjementet hos barn og unge, og gi dem kunnskapen de trenger for å se sammenhenger og ta bedre vare på ressursene.”

**Fredrikke Friis Bertheussen**, *prosjektleder for LOOP Miljøskole*

Å nå ut til, og engasjere så mange som mulig er viktig for LOOP Miljøskole. Vi når ut til mange, men vi vet at det fortsatt er mange elever og lærere som ikke har kjennskap til oss. Derfor har vi i 2018 jobbet med å styrke samarbeidet med andre aktører på miljøfeltet som for eksempel Miljøagentene, NRK Skole og Grønt Flagg. Det er flere grunner til at vi gjør dette: Vi ønsker å lære av hvordan andre jobber mot barn og unge. Og vi ønsker å jobbe ressurs-effektivt siden vi har begrensede midler til produksjon og markedsføring av eget innhold. Ikke minst ønsker vi på denne måten å nå ut med våre budskap i samarbeidspartnerne sine kanaler og nettverk.

## Undervisningsopplegg om marin forsøpling

I forbindelse med Strandryddeuka 30. april – 6. mai laget LOOP Miljøskole en samleside med tips til ulike opplegg som kan brukes i undervisningen. Her sammenstilte vi innhold og ressurser fra en rekke aktører på en felles samleside hvor lærere kunne sette sammen opplegg etter hvor mye tid de hadde til rådighet. Vi samarbeidet med NRK Skole, Miljøagentene og redaksjonen bak Planet Plast om innholdet på siden. Samlesiden ble delt til lærere på NRK Skole sin Twitter konto, og ble rost av aktørene som hadde bidratt med innhold. Siden ble godt besøkt av lærere og gjorde at mange skoler fikk gjennomført et eget opplegg om marin forsøpling i sin klasse.

## #5forhvalen – samarbeid med Miljøagentene

Gjennom et samarbeid med Miljøagentene ble #5forhvalen (se kapittel 3.2) en del av Beintøft, Miljøagentenes gå til skolen-kampanje. Hele 40 000 elever var med, plukket #5forhvalen på vei til skolen og lærte om forsøpling i undervisningen.

Målet med dette prosjektet var å engasjere og bevisstgjøre elever. LOOP Miljøskole laget undervisningsopplegg om temaet for alle trinn. Gjennom #5forhvalen fikk de lære om forsøpling i sitt nærområde og konsekvenser dette kan ha for natur og dyreliv på land og i havet.



*Hamartun skole var blant vinnerne av det kreative oppdraget under Beintøft.*

LOOP Miljøskole laget også et opplegg for Grønt Flagg Barnehager og Private barnehagers landsforening (PBL) som ønsket å plukke #5forhvalen på turdagen som disse aktørene tok ut i [egne kanaler](#).



“Vårt samarbeid med LOOP Miljøskole har vært givende og en vinn-vinn-situasjon for begge parter. Vi har mange felles mål og ved å forene kreftene har vi fått til mye positivt i årets Beintøft kampanje”

**Rasmus Norsted**, kommunikasjonsansvarlig i Miljøagentene

## **Pilotprosjekt: Holdningskampanje i videregående skole**

Sande Videregående skole tok kontakt med LOOP Miljøskole for de ønsket å forbedre kilde-sorteringen på skolen. Det resulterte i et spennende prosjekt om avfallsminimering og kildesortering som både engasjerte elever og lærere: Tre naturfagsklasser på skolen fikk i oppgave å gjøre en plukkanalyse og lage en holdningskampanje som de skulle kjøre på sine medelever. Til slutt skrev elevene en rapport om det de hadde gjort med funn og resultater. I følge lærerne var dette kanskje første gang elevene virkelig satt igjen med noe etter et endt prosjekt.

Prosjektet ble så vellykket at skolen vil gjenta det årlig. På bakgrunn av dette prosjektet ser LOOP Miljøskole på hvordan opplegget kan videreutvikles for å kunne tilbys til skoler over hele landet. LOOP Miljøskole laget også [en film](#) fra prosjektet.



“Jeg er sikker på at dette prosjektet påvirket elevene følelsesmessig, og at de har fått en annen bevissthet rundt kildesortering”.

**Marit Mikkelsen**, lektor ved Sande Videregående Skole



## Bruk av materiellet

Omlag 20 % av alle grunnskoler og 12 % av alle barnehager har bestilt fysisk materiell fra LOOP Miljøskole sin nettbutikk i løpet av 2018. I tillegg har LOOP Miljøskole bestillinger fra kommuner og IKS som også distribuerer materiell til skoler og barnehager i sitt område, så det reelle tallet er noe høyere.

Det ble foretatt 1330 ordre av fysisk materiell i nettbutikken. Bruk av våre digitale filmer, spill og undervisningsopplegg kommer i tillegg.

Miljøskole sitt digitale undervisningsopplegg [avfallspyramiden.no](http://avfallspyramiden.no) er et aktuelt verktøy for å øke kunnskapen om kildesortering og gjenvinning. I 2018 har 23 861 brukere (dette kan være hele skoleklasser eller individuelle elevpålogginger) logget seg på [avfallspyramiden.no](http://avfallspyramiden.no). Dette er en økning fra 2017 hvor det ble registrert 16 615 pålogginger for hele året.

LOOP Miljøskole tilbyr også spill-appen Waste Invaders som handler om om matsvinn, kildesortering og gjenvinning. Appen kan lastes ned via appstore eller spilles på nettstedet, [wasteinvaders.no](http://wasteinvaders.no). Nettstedet har hatt ca 20 800 sidevisninger i løpet av 2018, som er fire-dobling fra 2017 da det var 5806 sidevisninger.

Antall besøk til nettsiden [miljoskole.no](http://miljoskole.no) økte med litt over 20% fra 2017.

# LOOP Kommunikasjon

LOOP Kommunikasjon utvikler kommunikasjonsressurser for kommuner og IKS.

LOOP Kommunikasjon fremmer også LOOP som samarbeidsarena og tar initiativ til samarbeid og kampanjer med kommuner og IKS, returselskaper, miljøorganisasjoner, myndighetene og næringsliv.

I forbindelse med den felles, nasjonale kampanjen om kildesortering “Fra null verdi til full verdi” i 2012 etablerte LOOP en verktøykasse for kommuner og IKS. Denne er videreført og inneholder per i dag blant annet faktaartikler, statistikk, bildearkiv, avfallssymboler, m.m. Høsten 2018 satte LOOP i gang en revidering av dette innholdet og lagde en plan for videreutvikling av verktøykassa. Den nye verktøykassa vil bli et eget område på LOOPs nye nettsider som vil lanseres i 2019.

## Prosessillustrasjoner

Flere kommuner og IKS har etterspurt enkle og tydelige illustrasjoner som forklarer hvordan de mest typiske avfallstypene blir gjenvunnet. LOOP har derfor utviklet denne typen illustrasjoner for avfallstypene

- Papp og papir
- Glassemballasje
- Metallemballasje
- Plastemballasje
- Pant
- Matavfall

Hensikten er å gi kommuner og IKS gode forklarende illustrasjoner de kan bruke i sitt kommunikasjonsarbeid. LOOP har valgt et uttrykk som passer både barn og voksne slik at illustrasjonene kan brukes i kommunikasjon til et bredt spekter av målgrupper. Illustrasjonene kan brukes for eksempel på nettsider, i presentasjoner og i trykte medier, og med og uten tekst. Kommuner og IKS kan også endre farge på illustrasjonene og legge til tekst med lokal vri om de ønsker dette.

Illustrasjonene har vært på høring både hos et utvalg kommuner og IKS, samt hos returselskapene som har ansvar for de ulike avfallstypene. Illustrasjonene vil bli en del av verktøykassa til LOOP Kommunikasjon i 2019.

## Initiativet: #5forhvalen

#5forhvalen - Rydd verdens hav på farta, er en kampanje som handler om å få folk til å plukke fem søppelting om dagen, når som helst, og hvor som helst. Målgruppen for #5forhvalen er folk som bor i byer eller større tettsteder som er mye på farta og dermed også bruker mange av produktene som lett forsøpler og havner i havet. Målet med kampanjen er å senke folks terskel for å plukke søppel og få folk til å tenke at det er et felles ansvar å forhindre at søppel havner i havet.



“Noen av oss har gjort dette i årevis, og har nok gjort det diskret og litt skjult så når det blir en kul greie og at man kan dokumentere det for verden med #5forhvalen, er det en gave av gull! (hadde man gjort det samme for noen år tilbake ville man bli oppfatta som en koko tulling). Det er ganske slit-somt med søppelbriller, men nå er det flere der ute - det hjelper. Takk for hæsjetæggen.”

@ingunnchristensen, profil på Instagram



Instagram ble valgt som kanal fordi det er her vi møter store deler av målgruppa. For å lykkes med #5forhvalen jobbet vi for å mobilisere influencere på Instagram.



**janneckeweeden** • Følg

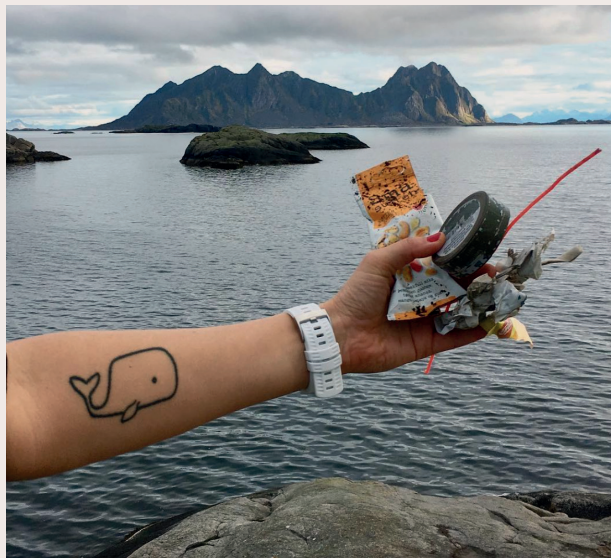
janneckeweeden Jeg er vokst opp på ei øy. Havet er elementet jeg liker aller mest. Jeg blir derfor oppriktig engasjert til å gjøre noe for å hindre den enorme mengden plast og søppel som havner i havet hver dag. En fin ting, er at hvis hver 5.nordmann plukker litt søppel fra bakken/sjøen/strandkanten hver dag, f.eks 5 om dagen.. fjerner vi 35 tonn fra naturen hver eneste dag!!! Vi kaller det #5forhvalen

Jeg oppfordrer alle dere fine, lojale, greie, engasjerte følgere til å gjøre nettopp det. Også er det fint å kutte ut unødvendige plastdupperingser som sugerør og vannflasker i plast. Kjøp flegangsbruksflasker. Vi kan ikke gjøre alt, men alle kan gjøre noe! Jeg oppfordrer alle til å plukke med seg litt søppel hver dag, og legg gjerne ut «beviset» med hashtagen #5forhvalen

Klem fra meg

2 817 liker

26. AUGUST



**hannesorvaag** • Follow  
Svolvær, Norway

hannesorvaag Ekte #5forhvalen i dag med @kristinfoisland og nydelig natur i Lofoten som påminnelse om hvorfor! «He who has a why to live for can bear almost any how» -F. Nietzsche

Load more comments

the\_noble\_oldtimer Åh hvor herlig den var den hval 🥰

fashion.by.amina Nydeleg jobba Hannel! ♥

plastnorge 🍷 ♻️ 🌿

worldwidewithus Fy f....! Dette er IKKE bra. 🤔

Liked by fredrikkefriis and 1,698 others

OCTOBER 5, 2018



**funkygine** • Follow  
Akerselva

funkygine Rett utenfor døra vår! På under 2 timer, plukket Morten, ungene og jeg 5 poser med søppel. Og selv om det er trist og leit at det flyter tomflasker, plast og rusk i Akerselva, var det en veldig koselig ting å gjøre sammen! Anbefales! #rausdesember #merpåbloggen #femforhvalen

Load more comments

kildesorteringioslo Så fantastisk initiativ 🍷 ♻️ 🌿

hillerss Fantastisk!!! 🥰

lillygir69 fantastisk bra julekalender,så flinke dere er <3

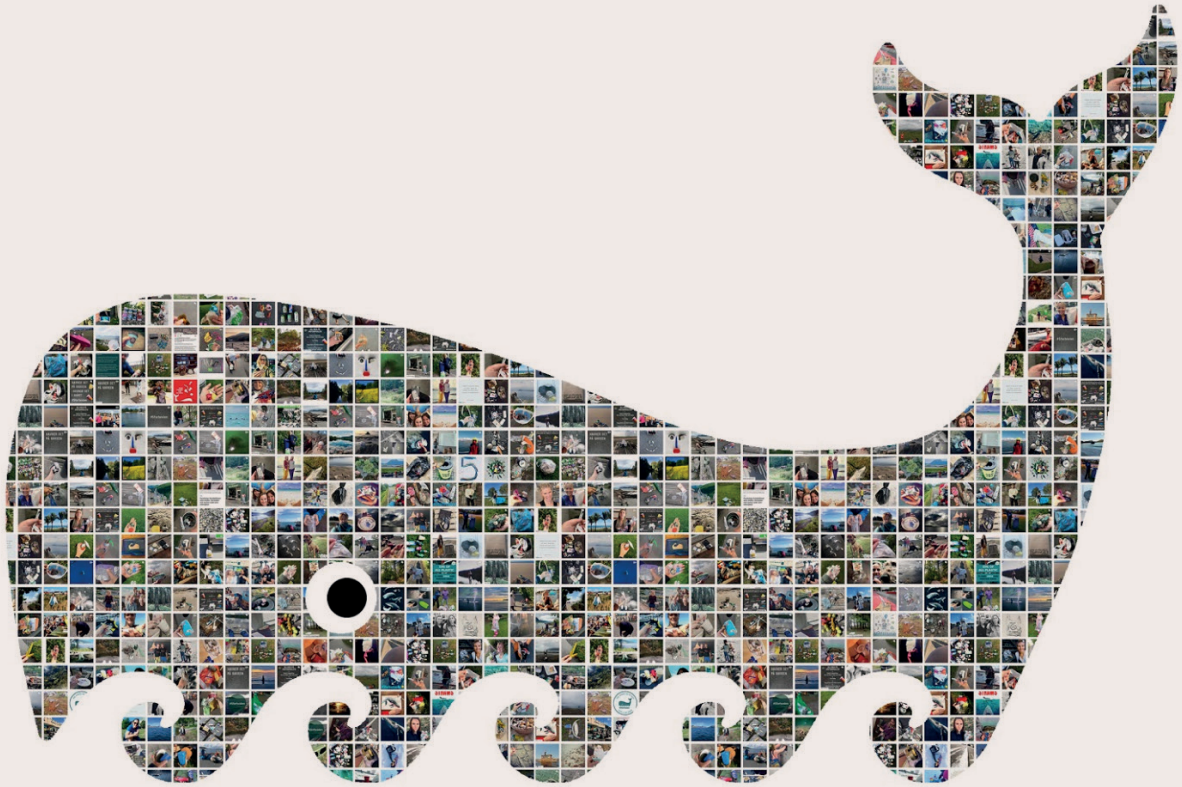
johannefjermstadelarsen Så flink å fornuftig 🤔

## Resultater

LOOP har fått med seg kjente Instagramprofiler som Jenny Skavlan, Tise, Radical Broccoli, Hanne Sørvaag, Jannecke Weeden og Funkygine for å nevne noen. Sistnevnte skrev også et innlegg på bloggen sin som har mellom 20.000-40.000 daglige lesere (blogglisten.no). Alle influencere har stilt opp gratis.

Kjente miljøprofiler på Instagram som Spisoppmaten, Fredrik Myhre (WWF), Framtiden i våre hender og marinbiolog Pia Ve Dahlen, kjent fra NRK serien Planet Plast, har sluttet opp om kampanjen og bruker hashtaggen #5forhvalen aktivt.

Én uke etter lansering hadde kontoen @5forhvalen mer enn 1000 følgere. Hashtaggen #5forhvalen hadde ved utløpet av 2018 blitt brukt hele 2500 ganger av åpne profiler. Private profiler som bruker hashtaggen synes ikke i denne statistikken. Det vil si at det reelle tallet er mye større.



# #5forhvalen

Collage av innlegg tagget med #5forhvalen på Instagram.

Illustrasjon: Marianne Heggenhougen

# Sortere.no

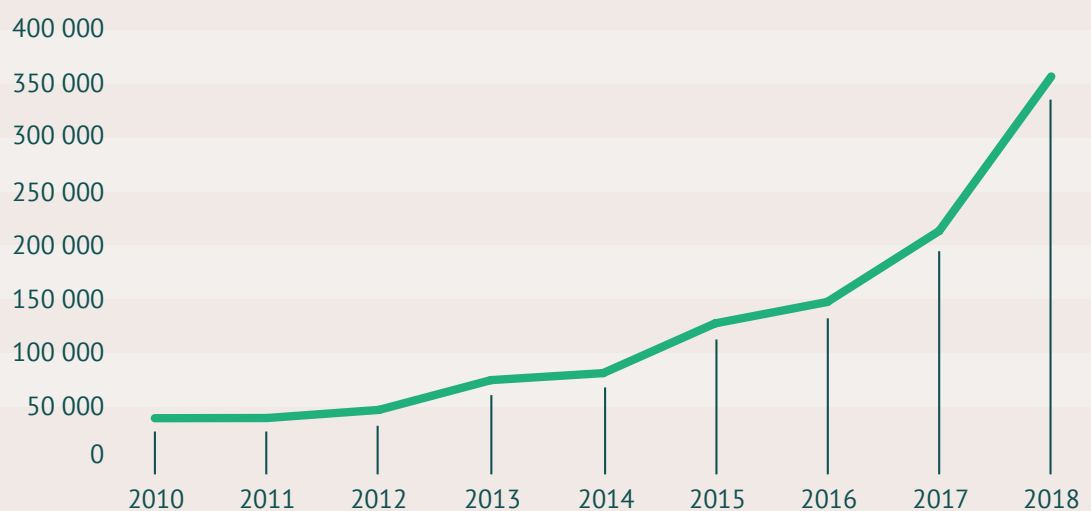
Sortere.no er en nasjonal nettjeneste for avfall, kildesortering og gjenvinning. Sortere.no skal jobbe for å få forbrukere og bedrifter til å kaste mindre og kildesortere mer. Et godt og relevant innhold sikres blant annet gjennom at alle landets kommunale avfallsselskaper oppdaterer egen lokal informasjon i en felles database. LOOP oppdaterer og publiserer nasjonal informasjon i samarbeid med returselskaper, kommunale selskaper og andre samarbeidspartnere. Informasjonen er samlet i en database slik at den kan også benyttes av andre aktører.

“Jeg elsker sortere.no! For en utrolig bra og enkel side! Er ofte vi diskuterer hvor ting skal sorteres hjemme så ender alltid med å finne fasiten her. Foretrekker sortere.no framfor å spørre Google om sortering!”

Tilbakemelding fra bruker

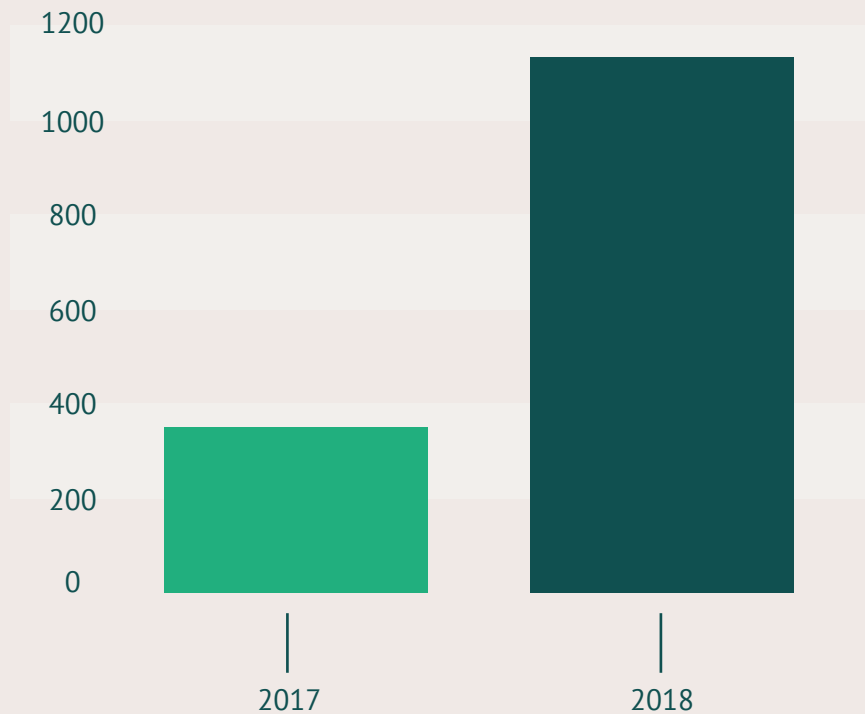
## Økende interesse for avfall og økt trafikk

Vi ser at både trafikken til sortere.no er økende og antall henvendelser fra publikum øker betraktelig sammenlignet med tidligere år. Antall brukere på sortere.no har økt med 67% fra 2017 til 2018. Trafikken økte spesielt da NRKs serie Planet Plast og strandryddedagen ble lansert. Økningen i trafikk har vedvart gjennom hele året.



I 2018 fikk sortere.no over 1100 henvendelser fra publikum, mot 350 henvendelser i 2017.

Publikum ønsker kunnskap om kildesortering, om lokale avfallsordninger og utstyr. Vi ser at spørsmålene blir mer intrikate og henvendelsene gjelder ofte hvorfor og hva som skjer videre med avfallet.



## Forbedringsarbeid innhold og drift

I 2018 har LOOP hatt et stort fokus på å forbedre egne tjenester. LOOP har iverksatt flere tiltak for å gjøre tjenestene enda bedre og tilrettelegge for effektiv drift:

### Forbedring drift av sortere.no

- Etablert et system for håndtering av spørsmål fra publikum.
- Etablert en ressursgruppe for sortere.no: ressursgruppen består av representanter fra kommuner/renovasjonsselskaper og Avfall Norge. Ressursgruppen er etablert for å sikre god informasjon av høy kvalitet, diskutere felles problemstillinger og prioritere utvikling videre.
- Etablert rutiner for håndtering av fylkes- og kommunesammenslåinger, noe som også vil involvere renovasjonsselskapene i stor grad (enkelte sammenslåinger i 2018 - hovedparten av sammenslåinger kommer i 2020)



## Oppdatering og kvalitetssikring av innhold

### Brukertilpasset innholdsutvikling:

I 2017 ble de viktigste brukeroppgavene konkretisert med en struktur på innhold på [sortere.no](http://sortere.no). I 2018 er det etablert en innholdsstrategi, skriveprinsipper og struktur. LOOP har jobbet systematisk med å oppdatere informasjon på [sortere.no](http://sortere.no) for å møte de viktigste brukeroppgavene. Dette krever et løpende og godt samarbeid med returselskap, gjennvinnere og renovasjonsselskapene for å sikre høy kvalitet på innholdet. Arbeidet vil fortsette i 2019, spesielt med tanke på hva som skjer videre med avfallet, samt oversettelse av innhold til nynorsk. Fremover vil [sortere.no](http://sortere.no) i større og større grad fokusere på kommunikasjon som kan bidra til mindre avfall (kaste mindre).

### Oppgradering av teknisk løsning og design:

LOOP har jobbet kontinuerlig med oppdateringer av design for å skape en helhetlig kommunikasjon på [sortere.no](http://sortere.no). I tillegg er det jobbet med å forbedre måten data hentes ut og presenteres, og det vil det er gjort forbedringer i måten lokasjon håndteres på. Det er flere inkrementelle forbedringer som er under planlegging som vil utføres i løpet av 2019.

### Nye søkefelt:

I 2018 ble det etablert søkefelt som aktører kan legge på egne nettsider slik at forbrukere og bedrifter som har spørsmål om kildesortering kan søke rett fra aktørens nettsider og komme til [sortere.no](http://sortere.no) for å få svar på sorteringsspørsmål.

## Norske Byggeklosser – en nasjonal kampanje



Kampanjebanner: bilde/sitat fra "Norske Byggeklosser" (illustrasjon: LOOP/Jenny Hutchens)

LOOP tok initiativ til en felles nasjonal kampanje for å stimulere til bedre sortering og mer ombruk av oppussingsavfall. Kampanjen ble lansert i februar 2018. Gjennom et filmsamarbeid med Norsk Filmbyrå og filmen Norske Byggeklosser fikk den nasjonale kampanjen ekstra slagkraft og aktualitet. Som en del av avtalen ble [sortere.no](http://sortere.no) skrevet inn i filmmanuset.

Dette er en nytenkende form for kommunikasjon som er unik av sitt slag i avfallsbransjen. Kampanjen er av Norsk Film trukket frem som et forbilledlig eksempel på hvordan et selskap kan ta ut et filmsamarbeid i praksis.



Hele 49 renovasjonsselskap 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 Infinitem var også med og støttet kampanjen. LOOP hadde ansvaret for prosjektledelse, innholdsproduksjonen og design til kampanjen. Sortere.no var felles avsender av kampanjen.

Målet med kampanjen var å bidra til mer og bedre sortering av oppussingsavfall, mer til gjenvinning, samt vise at bransjen jobber med avfallsminimering. Kampanjens hovedbudskap var at sortering under oppussing kan gjøres med enkle grep og at avfallet skal sorteres før det leveres.

Det ble tilrettelagt for at kampanjen kunne gjennomføres lokalt med enkle grep, og kampanjedeltakere fikk tilgang til å benytte alt av kampanjemateriell. Sorteringseksperten Otis fikk en naturlig plass i kampanjen. I tillegg til å bli benyttet i animasjoner og informasjonsmaterieill, fikk han også hovedrollen i reklamefilmen som ble laget. Kampanjen som helhet levde i sosiale medier, noe som gjorde det enkelt å dele og spre innholdet.



*Otis eksperttips - sorter før du leverer (illustrasjon: LOOP/Jenny Hutchens)*

### Kampanjen besto av:

- Otis eksperttips: animasjoner, bilder og tekstinhold om oppussing av avfall til bruk på nettsider og sosiale medier
- Reklamefilm til kino og sosiale medier med renovasjonsselskapenes egen logo som sluttplakat
- Bildeserie fra filmen: "Ikke gjør dette hjemme"
- Konseptet Ukens byggeklosser
- Konseptet "Fra verdiløs til verdifull": bilde-serie (før-etter) og oppskrifter for å bygge nye nyttige gjenstander av restematerialer
- Bannere til sosiale medier med sitater fra film
- Valentines-konkurranse
- Plakat til hyttecontainer og post til sosiale medier
- Pressesaker

LOOP arrangerte en førvisning av “Norske Byggeklosser” på Colosseum kino i Oslo (900 seter). Vinnere og deltakerne i sortere.no`s Valentines konkurranse fikk billetter til førvisningen. Renovasjonsselskaper med nærhet til Oslo delte ut billetter til vinnere lokalt (RfD, ØRAS, ROAF, HRA, Asker kommune), og LOOP inviterte alle sine samarbeidspartnere til filmvisningen.

Basert på LOOPs erfaringer og tilbakemelding fra kampanjedeltakerne er det tydelig at en felleskampanje er nyttig på flere områder. En felleskampanje gir svært gode stordriftsfordeler og det er både ressurs- og kostnadseffektivt å utarbeide en kampanje nasjonalt som alle kan ta ut lokalt sammenlignet med at det enkelte selskap skal bruke ressurser på å utvikle egne kampanjer. Alle kan delta uavhengig av størrelse og kommunikasjonsbudsjett, noe som bidrar til å høyne nivået på kommunikasjonen generelt.

Kampanjens totalbudsjett var 1 million NOK. Prislappen ble derfor ikke stor for den enkelte når returselskaper, 49 kommuner og IKS ble med på spleiselaget.

## Mobile gjenvinningsstasjoner og mottak for marint avfall

Sammen med Hold Norge Rent ble LOOP tildelt midler fra Plastreturs Miljøprosjekt for å gjøre det enda enklere å få oversikt over hvor man kan levere marint avfall fra ryddeaksjoner. Sortere.no har en samlet oversikt over alle gjenvinningsstasjoner i Norge, og renovasjonsselskaper som tar i mot marint avfall kan legge ut informasjon om dette i sortere-databasen. Hold Norge rent henter ut disse mottakene for å vise frem hvilke mottak for marint avfall som finnes i hvilke områder i ryddeportalen.

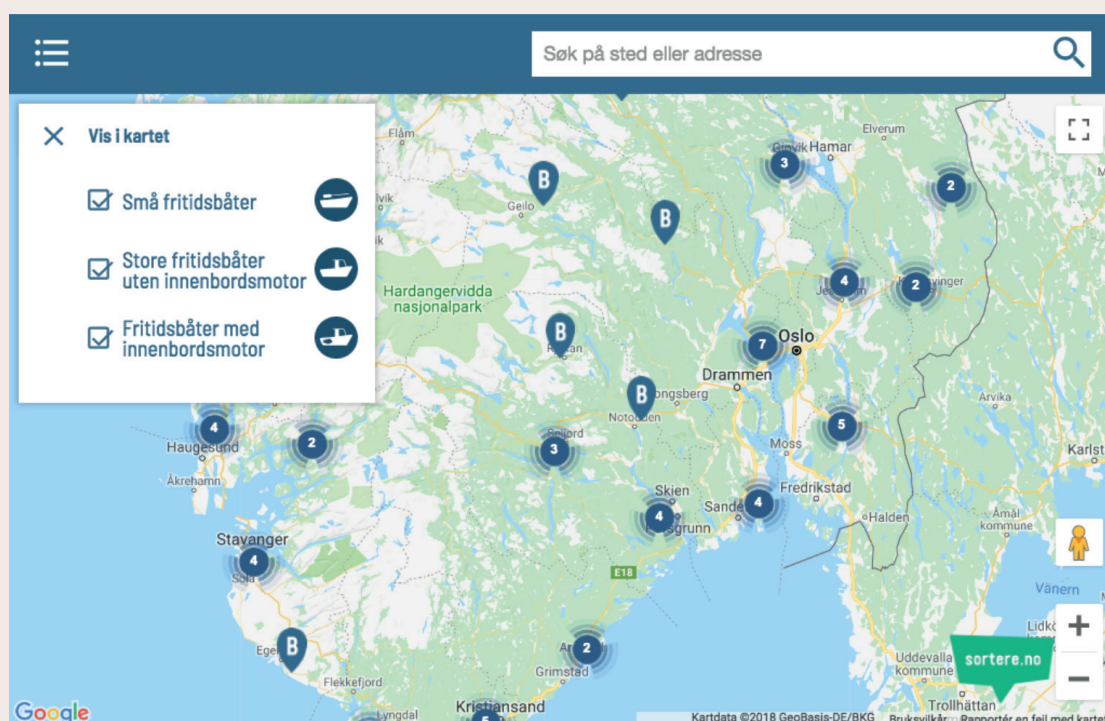
Videreutviklingen innebærer at også midlertidige punkter for innsamling av marint avfall kan legges inn i databasen og vises i den aktuelle perioden, og at også private selskaper kan legge ut slik informasjon. I tillegg gir løsningen renovasjonsselskapene mulighet til å legge ut informasjon om henteordninger for avfall som foregår på enkelte dager eller i perioder, som mobile gjenvinningsstasjoner og henteordninger for farlig avfall.

Formålet med prosjektet har vært å gjøre det enklere å finne ut hvor man kan levere marint avfall eller hvor marint avfall blir hentet i forbindelse med ryddeaksjoner. Dette er en langsiktig løsning som både gir en nasjonal oversikt over hvilke selskaper som tar i mot marint avfall, hvor marint avfall hentes, og ikke minst gir relevant informasjon i til strandryddere om lokale løsninger.

## Nytt kart med oversikt over mottak for kasserte fritidsbåter

Høsten 2017 ble ny ordning for vrakpant på båt etablert. For å kunne tilby en god informasjonsløsning inngikk derfor LOOP og Miljødirektoratet en avtale om å vise mottak for kasserte fritidsbåter i sortere-kartet. Som følge av dette har det vært en stor pågang av henvendelser med spørsmål om hvor en kan levere fritidsbåter. LOOP så derfor behovet for å etablere en egen kartløsning for dette.

I mai 2018 fikk LOOP tildelt midler fra Miljødirektoratet for å utvikle et eget kart med oversikt over mottak for kasserte fritidsbåter. Målet med kartet er å gjøre det enklere å finne lokale mottak, og dermed ble det også mulig for andre aktører å legge kartet inn på egne hjemmesider.



*(Oversikt mottak for fritidsbåter. Foto: [sortere.no/fritidsbater](http://sortere.no/fritidsbater))*

Det ble lagt ut nyhetssak om kartet flere steder, blant annet NRK, Baatsans, Vi Menn, Hold Norge Rent og Båtens verden. Pressemeldingen ble utformet i samarbeid med Norboat og KNBF. NRK Troms laget en sak om levering av fritidsbåter hvor vi ble intervjuet, dette ble også et innslag på Dagsrevyen.

“Det er veldig bra å få en oversikt over hvor båter kan leveres inn. At det er enkelt for både oss og våre medlemmer å ha den på egne nettsider vil også gjøre det lett for båteiere å finne mottakene”

*Leif Bergaas, daglig leder i Norboat, Båtbransjeforbundet i Norge.*

Det har vært stor interesse for informasjon om fritidsbåter på sortere. Hovedsiden med informasjon om fritidsbåter har hatt i overkant av 19.000 sidevisninger i 2018, og de ulike båttypene har hatt rundt 27.000 oppslag på sortere.no i 2018. Dette gir nesten 50.000 oppslag om fritidsbåter på sortere.no i 2018.

## Sorteringsguide for OsloMet

LOOP inngikk et samarbeid med Oslo Met om å lage en digital kildesorteringsguide for universitetet. Dette som del av flere tiltak innenfor bærekraftsområdet som OsloMet satser sterkt på. OsloMet – storbyuniversitetet har 20.000 studenter og 2000 ansatte.

Sorteringsguiden henter informasjon fra sortere-databasen, og guiden ble lagt inn på nettsidene til Grønt OsloMet. Guiden gjør at både studenter og ansatte kan finne informasjon om hva slags avfall som skal sorteres på universitetet og hvor de kan sortere ulike typer avfall. En tilsvarende løsning ble for få år siden også laget for Universitetet i Oslo.

# PR, salgs- og markedsarbeid

## Mediearbeid

Det har vært en kraftig økning i antall henvendelser fra media i 2018, særlig i kjølevannet av NRKs plastaksjon. LOOP er en attraktiv kilde til informasjon om temaer knyttet til avfall, miljø og bærekraft, og er bevisste på at informasjon fra oss skal være enkel å benytte seg av for journalister og andre som etterspør informasjon. Vi jobber derfor med at innhold vi leverer er lettfattelig, attraktivt og relevant.

### Radio

I 2018 har LOOP vært frokostgjest på P1+ og snakket om kildesortering, og ved tre anledninger vært gjest i programmet Holm på P1+ for å snakke om kampanjen #5forhvalen, kildesortering av plastemballasje og aktivitets-julekalenderen.

### TV

LOOP ble intervjuet om returordningen for fritidsbåter av NRK Troms, dette innslaget kom også på Dagsrevyen.

LOOP ble invitert til God Morgen Norge på TV2 med et innslag om som handlet om sortering av emballasje fra tacofredag.

### Aviser og magasiner

LOOP har blitt intervjuet og har bidratt med redaksjonelt innhold til en rekke artikler med kildesortering, reduksjon av unødvendig plast, ombruk og bærekraftige innkjøp som tema. Dette har resultert i to artikler på NRK.no, en artikkel i KK.no, to artikler i Bonytt og en artikkel i Hytteliv.

I forbindelse med Norske Byggeklosser-kampanjen inngikk vi et samarbeid med IFI - informasjonskontoret for farge og interiør om å bidra med redaksjonelt innhold om avfall og kildesortering under oppussing på ifi.no sine sider for. Dette resulterte i tre redaksjonelle saker på ifi.no som også ble sendt til [ifi.no](http://ifi.no) sitt store kontaktnett av journalister i magasiner og lokalaviser over hele landet.

Dobbeltside i Aftenposten om sortering av ulike emballasjeprodukter og regionale forskjeller.

Sak om nytt båtkart for levering av kasserte fritidsbåter kom på trykk i blant annet Vi Menn Båt, Bodøposten og Båtsans.no.

En artikkel om LOOP sin Aktivitets-adventskalender med tips til hvordan tenke avfallsminimering i julen, ble trykket av alle Schibsted-avisene: Aftenposten, Adresseavisen, Stavanger Aftenblad, Fædrelandsvennen og Bergens Tidende. En sak om sortering av glanset julepapir kom også på trykk i alle Schibsted-avisene.

En artikkel om kildesortering på [infinitemovement.no](http://infinitemovement.no).

## Podcast

LOOP har hatt et fast innslag i podcasten Miljøpodden, laget av Henrik Thodesen og Selda Ekiz.

## Sosiale medier

LOOP har en aktiv tilstedeværelse på facebook og instagram. Sosiale medier har blitt en stadig viktigere kanal, og innholdet vi lager og sakene vi deler bidrar til å spre informasjon om kildesortering, gjenvinning og avfallsminimering. Vi jobber strukturert for å tilby godt og relevant innhold i disse kanalene. Mye av innholdet som deles her benyttes videre av andre, særlig kommuner og IKS. LOOP har to facebooksider: en for LOOP Miljøskole, en for sortere.no og en for #5forhvalen. Ved utgangen av 2018 hadde sortere 19 277 følgere, mens Miljøskole hadde 1911. #5forhvalen og sortere.no har også egne instagramkontoer.

LOOP administrerer også lukkede diskusjonsforum for administratorer på sortere.no, og for LOOP Miljøskole abonnenter. Dette er i hovedsak for kommunikasjonsansatte hos kommuner og IKS som jobber med informasjon ut til innbyggerne.

### Eksempel på Facebook-siden for sortere.no

1.01.2018 - antall følgere **18 148**

31.12.2018 - antall følgere **19 277**, en økning på **1129** nye følgere

Mange av følgere engasjerer seg ved å kommentere, like og dele innlegg videre. På denne måten får vi spredt viktige budskap og kunnskap videre til et bredere publikum. Det meste av innholdet vi produserer spres organisk. Typisk innhold som blir produsert er enten at vi deler andres innlegg som har betydning og relevans for følgere, eller at vi skriver og deler egenprodusert innhold. Vi opplever at innholdet vårt blir godt tatt imot og gir en verdi for følgerne våre.

“Årets aktivitetskalender – tid sammen og mindre ting” var et populært innlegg som var delt 334 ganger og hadde en rekkevidde på snaue 40 000 personer. På denne måten fikk vi spredt budskapet om en miljøvennlig julekalender parallelt med at flere av de største regionale avisene skrev om kalenderen. Vi ble også invitert til radioprogrammet Holm på P1+ for å fortelle om kalenderen.

Vi ser at flere etterspør praktisk informasjon om kildesortering. Det er en voksende interesse blant folk som ønsker å vite hvordan ulike avfallstyper skal håndteres og en økende bevissthet rundt at avfall er en ressurs som skal utnyttes. Det er ikke lenger nok med informasjon om hva og hvordan avfallet skal sorteres, men det etterspørres også informasjon om hvorfor det er viktig og hva det blir til. Et viktig nøkkelord her er spredning av relevant informasjon og kunnskap. Innlegget om “Hva skal egentlig i plastemballasjen” ble delt 42 ganger, og hadde en rekkevidde på 16.576 personer.




**sortere.no**  
Publisert av Sylvelin Aadland [?] · 2. november 2018 · 🌐

**ÅRETS ADVENTSKALENDER - TID SAMMEN OG MINDRE TING!**

Vi har laget en adventskalender barna vil huske og ikke kaste. Aktivitetskalenderen fra sortere.no er fiks ferdig, den er skånsom mot julestressede foreldre og kommer med glade-barn garanti!

Last ned kalenderen gratis og finn gode tips til de ulike aktivitetene: <https://sortere.no/jul/adventskalender...> **Se mer**



**sortere.no**  
Ideell organisasjon Finn ut mer

**38 449** Antall personer nådd **5 032** Engasjement Frem på nytt

Fremmet den 7. nov. 2018 Av Sylvelin Aadland	Fullført	Fremmet den 2. nov. Av Sylvelin Aadland
Personer nådd <b>5,2 k</b>	Innleggsgeng: <b>573</b>	Personer nådd <b>5</b>
<a href="#">Vis resultater</a>		

### Innleggsresultater

**38 449** Personer nådd

**839** Reaksjoner, kommentarer og delinger ?

<b>606</b> Liker	<b>272</b> På innlegg	<b>334</b> På delinger
<b>47</b> Hjerte	<b>31</b> På innlegg	<b>16</b> På delinger
<b>1</b> Trist	<b>0</b> På innlegg	<b>1</b> På delinger
<b>46</b> Kommentarer	<b>17</b> På innlegg	<b>29</b> På delinger
<b>140</b> Delinger	<b>130</b> På innlegg	<b>10</b> På delinger

**4 193** Klikk på innlegg

**343** Bildevisninger **1 821** Lenkeklikk ? **2 029** Andre klikk ?

*Årets adventskalender  
– "tid sammen og mindre ting"*

**sortere.no**  
Publisert av Sylvelin Aadland [?] · 19. mai 2018 · 🌐

**Hva skal egentlig i plastemballasjen?**

Plastemballasje er innpakning som har vært rundt og beskyttet matvarer og andre produkter 🍌🍷🍹. Produkter laget i plast skal ikke sorteres sammen med plastemballasjen.

Dette kan forklares med et enkelt eksempel: Kjøper du en lekebil i plast 🚗, skal innpakningen 📦 sorteres som plastemballasje. Plastbilen skal kastes i restavfallet når den er utkjørt.... **Se mer**



**sortere.no**  
Ideell organisasjon Finn ut mer

**16 576** Antall personer nådd **2 830** Engasjement Frem på nytt

Fremmet den 27. mai 2018 Av Sylvelin Aadland	Fullført	Fremmet den 27. mai 2018 Av Sylvelin Aadland
Personer nådd <b>7,1 k</b>	Innleggsgeng: <b>395</b>	Personer nådd <b>7</b>

### Innleggsresultater

**16 576** Personer nådd

**333** Reaksjoner, kommentarer og delinger ?

<b>223</b> Liker	<b>201</b> På innlegg	<b>22</b> På delinger
<b>5</b> Hjerte	<b>5</b> På innlegg	<b>0</b> På delinger
<b>6</b> Wow	<b>5</b> På innlegg	<b>1</b> På delinger
<b>1</b> Trist	<b>1</b> På innlegg	<b>0</b> På delinger
<b>55</b> Kommentarer	<b>43</b> På innlegg	<b>12</b> På delinger
<b>43</b> Delinger	<b>42</b> På innlegg	<b>1</b> På delinger

**2 497** Klikk på innlegg

**128** Bildevisninger **414** Lenkeklikk ? **1 955** Andre klikk ?

*"Hva skal egentlig i plastemballasjen?"*

## Arrangementer

LOOP-dagene ble arrangert den 21.-22. november med rundt 50 deltakere. Temaet for årets LOOP-dager var praktisk kommunikasjon. Dag 1 ble det arrangert fagtur til Infinitums anlegg på Heia hvor de tar i mot og sorterer flasker og bokser fra hele landet. Dag to gav et innblikk i hvordan ulike selskaper jobber med å ta i bruk resirkulerte råvarer i sin produksjon og at det også innebærer en del utfordringer. Vi fikk høre fra blant annet Norske Skog, Orkla og Jotun. Annen del ble satt av til diskusjon og erfaringsutveksling rundt 4 ulike temaer. Evalueringen i etterkant viste at deltakerne var svært godt fornøyd med arrangementet, med en poengsum på 3,7 av 4 mulige for arrangementet som helhet.



# Oppsummering

## Skattefritak

LOOP har ikke erverv som formål, og medvirkning 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. Fram til juni 2018 hadde stiftelsen eget verneombud. Etter dette er det inngått avtale om annen ordning enn verneombud i samråd med de ansatte.

Sykefraværet var i 2018 på 4 %.

## Likestilling

LOOP har ved utgangen av 2018 fem ansatte, alle er kvinner. Styret består 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.

