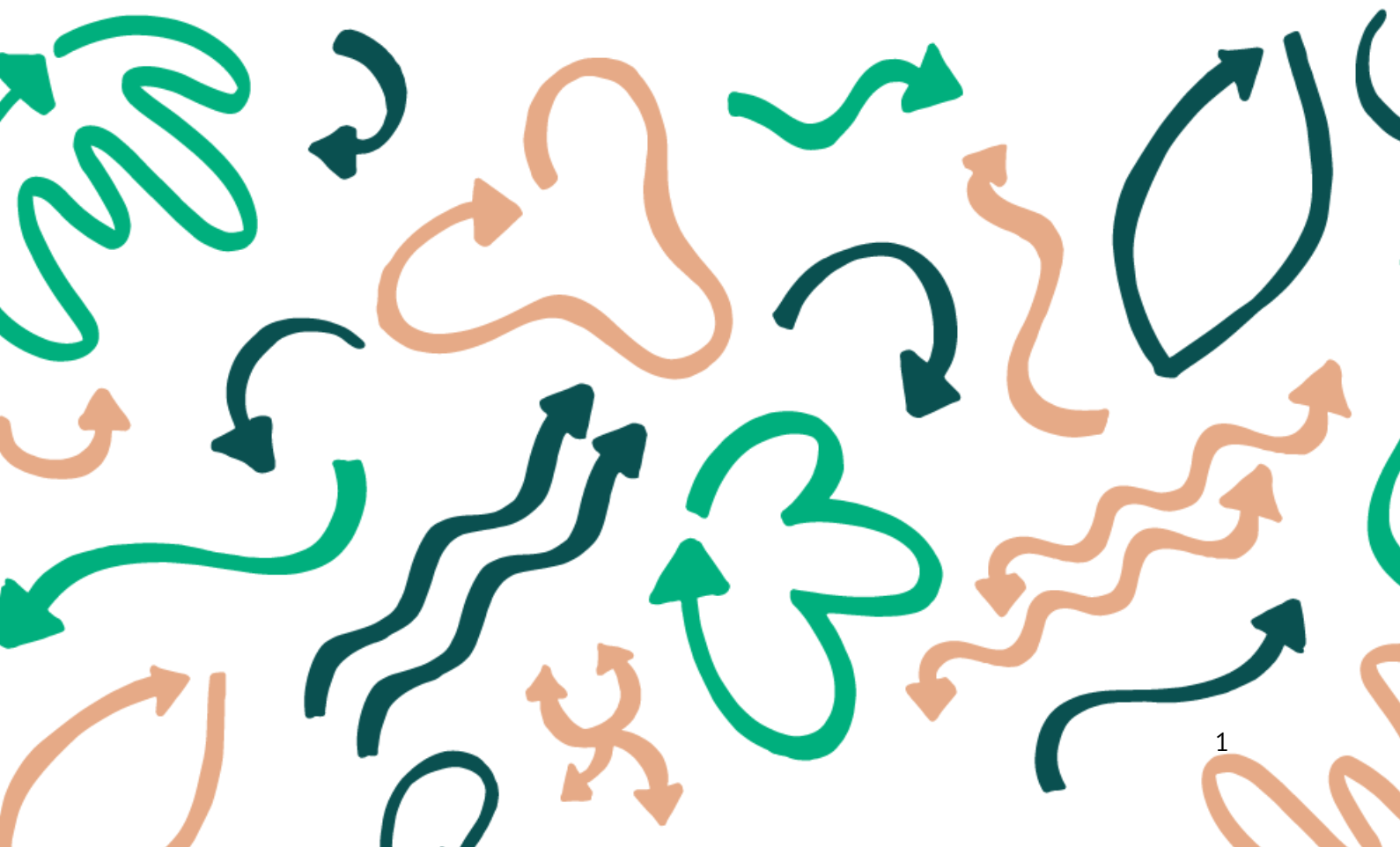


loop

# LOOPs strategi 2025-2027



## Om LOOP



LOOP er en ideell stiftelse som forvalter nasjonale plattformer for kildesortering og skaper kommunikasjon og tjenester som gjør det enklere å kaste mindre og sortere mer.

LOOP er bransjens samarbeidsarena for kommunikasjon om kildesortering og gjenvinning, og ble stiftet i år 2000 av returselskapene som forvalter produsentansvarsordninger i Norge for å “forestå effektiv og samordnet informasjon om kildesortering og gjenvinning, samt tilrettelegge for lokale og nasjonale tiltak i denne forbindelse.” (Fra LOOPs vedtekter).

LOOP har driftet og utviklet sin virksomhet effektivt og i henhold til målsettingen siden etableringen, og er i dag en faglig autoritet på kommunikasjon om kildesortering og gjenvinning, og en viktig og samlende stemme for avfalls- og gjenvinningsbransjen ut mot forbrukere og bedrifter.

## Om strategien

Strategien skal gi retning og beslutningsgrunnlag til LOOP og LOOPs styre. Den skal bidra til at LOOP når sine mål og at Norge når målet om 65 % materialgjenvinning og ombruk av husholdningsavfall og lignende næringsavfall innen 2035.



LOOPs misjon er å gjøre det enklere å kaste mindre og sortere mer.

Verden står overfor en klima-, natur- og ressurskrise og både folk og bedrifter kommer til å oppleve store endringer i hvordan vi lever og virker. Det er vanskelig å ta de gode valgene som er bra for jorda, og flere rapporter dokumenterer at mange, og særlig de unge, er i ferd med å miste håpet og troen på at det finnes løsninger - og dermed også troen på at det nytter å gjøre en innsats.

Hvis vi skal nå klimamålene, må vi gjøre det enklere for folk og bedrifter å ta gode valg for jorda og miljøet, skape tillit til at det nytter og motivere til handling gjennom kunnskapsformidling, kommunikasjonstiltak og praktisk tilrettelegging.

## Våre verdier



LOOP er troverdig, samlende, modig og inspirerende.

LOOP har ikke særinteresser eller kommersielle interesser. Vi representerer bransjen bredt og kan kommunisere om helheten, noe som bygger tillit til innsikten og tjenestene våre. Vi er en positiv og inkluderende samarbeidsarena for aktører fra både offentlig og privat sektor, og en viktig og samlende stemme mot forbrukere og bedrifter. Vi er en pådriver som tør å teste, utfordre og løfte frem gode løsninger.

LOOPs arketype er den gode nabo, med støtte fra vismannen og magikeren. Vi er på lag med folk og jorda og jobber innsikts- og kunnskapsbasert. Vår kommunikasjon overrasker, engasjerer og sprer litt magi.

## Våre overordnede mål

Det overordnede målet for LOOP er en sirkulær økonomi med minimal belastning på jordas ressurser. For å få til dette må vi ha med oss barn og unge, folk og bedrifter.

LOOPs overordnede mål:

- En avfalls- og gjenvinningsbransje som kommuniserer sammen for å nå gjenvinningsmålene.
- Kommunikasjon og tjenester av høy kvalitet som gjør det enklere å kildesortere og ta vare på ressursene.
- Kunnskapsformidling av høy kvalitet som inspirerer til å kildesortere og ta vare på ressursene.



## Våre målgrupper

Innbyggere og bedrifter er sluttbrukere av LOOPs tjenester, og våre viktigste målgrupper.

Bransjens deltakelse og engasjement er både viktig for å finansiere LOOPs virksomhet, og for å nå ut til forbrukere og bedrifter med oppdatert og kvalitetssikret informasjon om kildesortering og gjenvinning.

LOOPs viktigste målgrupper er:

- **Innbyggere og bedrifter**

Innbyggere og bedrifter er sluttbrukere av LOOPs kommunikasjon og verktøy. De skal få kunnskapen, verktøyene og inspirasjonen de trenger for å kaste mindre og sortere mer.

- **Returselskap som forvalter produsentansvarsordninger**

Returselskapene er LOOPs hovedpartnere og grunnstammen i LOOP. De har en informasjonsplikt i Avfallsforskriften som ivaretas gjennom å være hovedpartner i LOOP.

- **Kommuner og kommunale renovasjonsselskap**

Kommuner og kommunale renovasjonsselskap bruker LOOPs kommunikasjonsressurser ut mot egne innbyggere og oppdaterer Sortere databasen.

- **Barnehager, skoler og lærere**

Barnehager og skoler kan fritt benytte seg av undervisningsressursene i LOOP Miljøskole.

- **Avfalls- og gjenvinningsselskap og andre som jobber med næringsavfall**

Avfalls- og gjenvinningsselskap og andre som jobber med næringsavfall bruker LOOPs kommunikasjonsressurser rettet mot virksomheter og oppdaterer Sortere databasen.

- **Produsenter og varehandel**

Produsenter av varer med emballasje og butikker med mottaksplikt for drikkevarer med pant, batterier, lyspærer og elektronikk.

- **Andre**

Myndigheter, strategiske alliansepartnere og potensielle ansatte er viktige for å sikre finansiering, attraktive samarbeidspartnere og riktig kompetanse.

# Strategiske veivalg - slik gjør vi det



- **Vi harmoniserer og samordner på tvers av avfallstyper og verdikjeder**  
Vi harmoniserer og standardiserer begrepsbruk og kommunikasjon til folk og bedrifter om kildesortering og gjenvinning, og fungerer som et effektiviserende og samordnende bindeledd mellom returselskap, kommuner og private avfalls- og gjenvinningsselskap.
- **Vi samarbeider for å nå målene**  
Vi søker alltid samarbeid og bygger sterke partnerskap for å finne de beste løsningene. Når vi samler krefter og samordner kommunikasjonen får vi større gjennomslagskraft - og jo flere som er en del av LOOP og benytter LOOPs tjenester, jo bedre oppfyller vi formålet vårt.
- **Vi jobber innsiktsbasert og brukerorientert for å få til atferdsendring**  
Vi skaffer oss innsikt og tar i bruk oppdatert kunnskap og teknologi for å nå ut til våre målgrupper. Vi tester, justerer og forbedrer våre produkter og tjenester.
- **Vi formidler kunnskap som inspirerer til handling og gir tro på at det nytter**  
Vi gir folk kunnskapen de trenger for å ta vare på ressursene, redusere avfallsmengdene, kildesortere og gjenvinne. Gjennom å vise hva som skjer med avfallet og være åpne og ærlige om hva som fungerer og ikke fungerer, viser vi at det nytter og bygger tillit til systemet.
- **Vi skaper verdi for samfunnet og våre partnere**  
LOOP er et spleiselag som er tids- og ressursbesparende for den enkelte – og nyttig for alle. Vi forvalter felles kommunikasjonsplattformer for bransjen på en måte som bygger tillit og troverdighet internt i bransjen og ut mot folk og bedrifter.
- **Vi er en trygg og god arbeidsplass**  
Vi har gode arbeidsverktøy og rutiner og tydelige ansvarsområder og oppgaver. Vi vet at all endring starter med oss selv, og at et godt og trygt arbeidsmiljø er en forutsetning for innovasjon og produktivitet. Vi ser hverandre, støtter og tar vare på hverandre.

# Prioriterte satsingsområder i strategiperioden

Merknad: Prioriteringer og KPIer kan justeres og endres dersom nye behov oppstår eller rammebetingelsene endres. Enkelte av prioriteringene forutsetter økt finansiering.

|                                                           |                                                         |                                                                         |                                                                          |                                                        |                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Nå ut til alle Norges innbyggere og bedrifter med Sortere | Nå ut til alle barn og unge i Norge med LOOP Miljøskole | Få alle til å ta i bruk den nasjonale merkeordningen for kildesortering | Skape attraktive faglige arenaer og møteplasser for gjenvinningsbransjen | Styrke LOOPS posisjon og sikre langsiktig finansiering | Videreutvikle LOOP som en attraktiv arbeidsplass med dyktige og engasjerte medarbeidere |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

## Nå ut til alle Norges innbyggere og bedrifter med Sortere

Tiltak:

- Lage engasjerende artikler, innhold og tjenester i Sortere og Sortere App.
- Markedskommunikasjon overfor innbyggere og bedrifter.
- Søke samarbeid med aktører som kan bidra til at Sortere når ut til et bredere lag av befolkningen.
- Vedlikeholde og videreutvikle den tekniske plattformen for nettsider og app, slik at tjenesten er enkel å bruke og fungerer i henhold til brukernes forventninger.

KPI: Økning i kjennskap og bruk av Sortere (antall økter og årlig omnibus).

## Nå ut til alle barn og unge i Norge med LOOP Miljøskole

Tiltak:

- Lage engasjerende og aktuelle undervisningsopplegg og pakketere eksisterende innhold på nye og attraktive måter.
- Markedsføre LOOP Miljøskole overfor kommuner, barnehager, skoler og lærere.
- Søke samarbeid med aktører som kan bidra til at LOOP Miljøskole når ut til flere barnehager og skoler.
- Vedlikeholde og videreutvikle den tekniske plattformen til LOOP Miljøskole slik at tjenesten fungerer i henhold til brukernes forventninger og skaper lojale brukere.
- Vurdere LOOP Miljøskole opp mot LOOPS øvrige tjenester og merkevarer for å skape større synergier mellom tjenestene og større gjennomslag i markedet.

KPI: Økning i kjennskap og bruk av LOOP Miljøskoles undervisningsressurser (antall økter og årlig omnibus).

## Nå ut til alle med Sorteringsmerkene

Tiltak:

- Forvalte og utvikle merkeordningen slik at den bidrar til felles begrepsbruk og standardisering i avfalls- og gjenvinningsbransjen.
- Ha god dialog med returselskapene om riktig bruk av Sorteringsmerker på emballasje.
- Markedskommunikasjon overfor brukere og interessenter.
- Samarbeide med avfalls- og gjenvinningsbransjen, myndigheter og andre relevante aktører for at europeiske og norske myndigheter skal bruke den norske merkeordningen.

KPI: Økning i kjennskap til Sorteringsmerkene i befolkningen (årlig Omnibus/ større innsiktsundersøkelse annenhvert år). Økning i antall virksomheter som har tatt i bruk merkeordningen på avfallsløsninger. Økning i antall sorteringsmerker på emballasje (antall sorteringsmerker på emballasje på vetduat.no).

## Skape attraktive faglige arrangementer og møteplasser

Tiltak:

- Gjennomføre årlige LOOP-dager, workshops, webinarer og sosiale tilstelninger med faglig tilsnitt.
- Gjennomføre fire årlige møter for våre partnere i Infoutvalget.

## Styrke LOOPs posisjon og sikre langsiktig finansiering

Tiltak:

- Implementere en rettferdig og robust forretnings- og partnermodell for eksisterende og nye partnere og brukere av LOOPs tjenester.
- Aktivt selge inn LOOPs tilbud til aktører i avfalls- og gjenvinningsbransjen og synliggjøre LOOPs tilbud til bransjen på relevante arenaer og kanaler.
- Fylle på med attraktivt innhold i Verktøykassa og Verktøykassa Pluss.
- Vise eksisterende og nye avtalepartnere hvordan de kan bruke verktøyene våre.
- Gjennomføre årlige nasjonale kampanjer som er bredt forankret og delt i bransjen.
- Synliggjøre og styrke LOOPs posisjon som forvalter av den nasjonale merkeordningen for kildesortering overfor myndigheter og bransje.
- Holde innlegg i relevante fora og posisjonere LOOP overfor politikere, myndigheter, potensielle samarbeidspartnere og ambassadører.
- Være tilstede i media som autoritet på spørsmål om kildesortering og gjenvinning.

KPI: Økning i antall partneravtaler og LOOP-avtaler. Økning i andel av befolkningen som dekkes av LOOP Avtale (Kom/IKS). Økning i antall økter i Verktøykassa.

## Videreutvikle LOOP som en attraktiv arbeidsplass med dyktige og engasjerte medarbeidere

Tiltak:

- Gjennomføre faste og gjentakende sosiale tiltak, refleksjoner og praksiser som skaper trygghet og samhold.
- Legge til rette for normale arbeidsdager, gode fysiske arbeidsforhold, gode rutiner og arbeidsverktøy.
- Jobbe systematisk med HMS og Bedriftshelsetjenesten.
- Rekruttere mangfold og bredde i alder, kjønn og kulturell bakgrunn.
- Samarbeide med aktører som rekrutterer unge talenter for å tiltrekke oss dyktige, unge mennesker. Ta inn praksisstudenter og praktikanter i kortere perioder.

KPI: Høyt engasjement og trivsel (jevnlige pulsundersøkelser), lavt sykefravær (i %)

