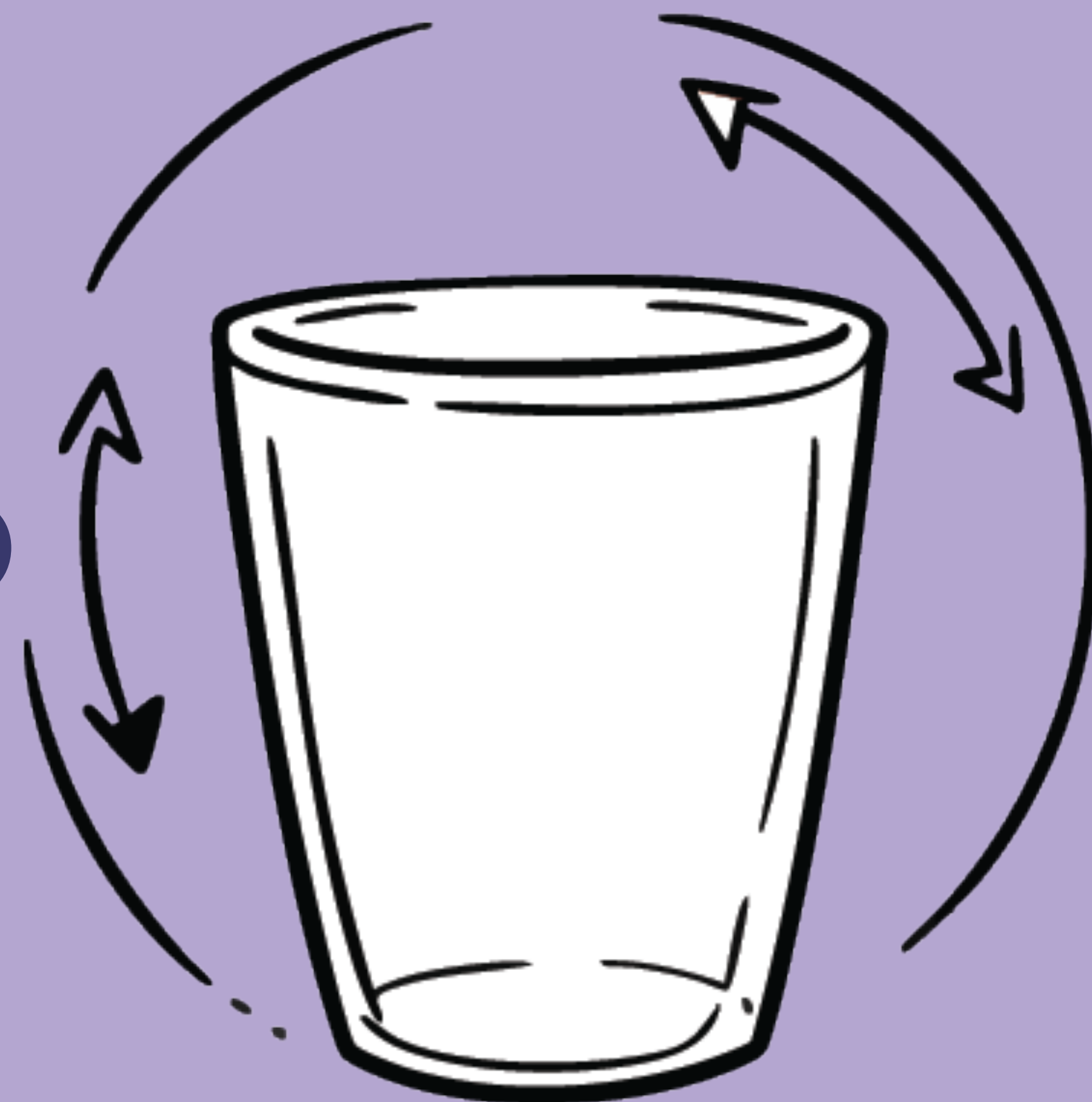


# Grønn Arena: Test av ombrukskopp

Erfaringer og læring fra høsten 2025



# Bakgrunn og om prosjektet

Hvorfor startet vi samarbeidsprosjektet Grønn Arena?

# Bakgrunn for prosjektet

- ◆ Stabæk Fotballklubb blir i løpet av 2024 sesongen pålagt å stoppe salg av drikke servert i flasker.
- ◆ Dette betyr at drikke som selges må serveres i kopper eller begre.
- ◆ For å redusere bruk av engangskopper og forhindre økt forsøpling ønsker Stabæk å gjennomføre en pilot med utgangspunkt i ombruksmodellen.
- ◆ Piloten vil spesielt fokusere på systemnivået for å bedre forstå hva som må fungere sammen for å få til en ombruksmodell på Stabæks arrangementer.

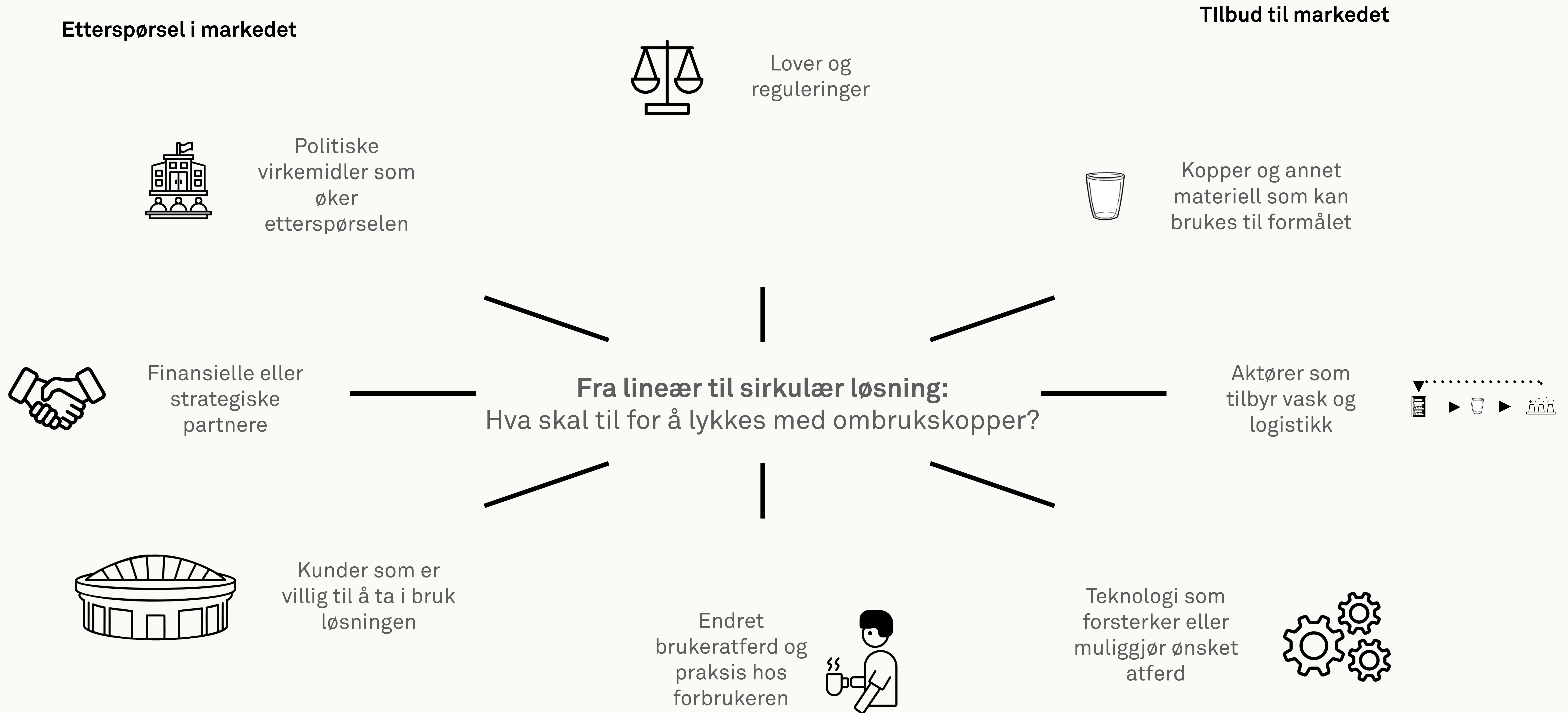


# Fotballarenaens spesielle karakteristika

I test og implementering av av ombruksløsninger er det noen særskilte ting man må ta hensyn til når det gjelder fotballarrangement.

- ♦ I hovedsak er kiosksalget sentrert rundt slag før kamp, og i pausen på 15 minutter.
- ♦ Når kampen er slutt forlater publikum stadion raskt og ved eventuell test av panteordninger, vil dette ha spesielt betydning.
- ♦ Kjøpsmønstre er også noe annerledes enn festivaler o.l da det i hovedsak kjøpes 1 (maks 2) enheter per person.
- ♦ Dette vil også ha noe betydning for en eventuell test av mekanismen «Betal en avgift/pant på første drikke, men ikke på neste».
- ♦ Fotball er følelser. Det er derfor også et sikkerhetsaspekt på plast vs. pappkopper.





# Grønn Arena - pilot del 2

Prosjektgruppen bestående av Stabæk Fotball, Norsk Toppfotball, Bærum Kommune, ARBA og ÆRA, fortsatte denne høsten piloten med å benytte gjenbrukskopper på Nadderud Stadion. Denne gangen ble det utvidet til både kald og varm drikke.

Etter fjorårets test fikk vi god innsikt i forbruketferd, resirkulering og logistikk. Samtidig viste det seg at konseptet trengte videreutvikling og behovet for en fast partner på vask og logistikk var avgjørende. Her kom ARBA inn.



# Roller i prosjektet

- ◆ NTF - prosjekteier og pådriver for bærekraftige løsninger i fotballen
- ◆ Stabæk fotball - testarena, og deltaker i kjerneteam/prosjektgruppe
- ◆ ÆRA - prosjektledelse og design, deltaker i kjerneteam/prosjektgruppe
- ◆ Arba - testleverandør av ombrukstjenesten, deltaker i kjerneteam/prosjektgruppe
- ◆ Bærum kommune - pådriver for grønn omstilling i kommunen og finansiell støtte til prosjektet Grønn Arena pilot del 2
- ◆ Kjerneteam har hatt forberedende møter og evalueringsmøter etter hver test, for å justere til neste test.
- ◆ Prosjektgruppen har bestått av utvidet team fra Stabæk, Arba og ÆRA som har gjennomført arbeid i forberedelse, gjennomføring og etterarbeid etter hver test.



# Utfordringen

## Kunder:

- Å kjøpe ombrukskopp fremfor engangskopp er et mye vanskeligere valg
  - Få leverandører
  - De få leverandørene ønsker ofte store volum (10.000 kopper +)
  - Ingen som leverer komplett løsning med beholdere, glass, vask og logistikk (I tillegg til kommunikasjonsmateriell)
- Organisere ombrukskopp selv er tids- og ressurskrevende. Finne kopper, vaske, plukke, svinn på kopper etc.

## Kommunen:

- For å kunne stille krav om ombrukskopper i utleieavtalene i kommunens lokaler, må det finnes et tilbud som aktørene kan benytte seg av. Dermed kan det ikke stilles som krav i dag.



# Hva må vi finne ut av i denne fasen?

Hva skal til for at vi kan skape et tilbud som gjør det attraktivt for idrettslag (Stabæk), og andre mindre arrangementer for å velge vekk engangs. Og samtidig være en mulighet til å skape tilstrekkelig arbeidsmuligheter og økonomi for en tilbyder?

## Utvikle logistikk(Back-end mellom arrangementer)

### Bestilling

- Kan vi ha samme type kopp, men forskjellige størrelse til brus og kaffe?
- Hva er en fornuftig og tilstrekkelig pris? (Som kan konkurrere med engangskopp, med eks. Miljøavgift på toppen) - Finnes det forskjellige pakker, hvor stor variasjon skal det være?

### Levering og henting

- Hva skal til for å kunne levere til kamper?
- Hvor mange kopper trenger vi, og hvor mange kan vi vaske om gangen?

### Kostnader

- Hva er driftskostnader for operasjonen?

## Utvikle tjenestetilbudet (Front-end mot kunde)

### Bestilling

- Hvordan bestiller arrangører fra ARBA? (Enkel bookingside?)
- Hva kan man bestille? (Kopp, beholder, og plakater? Eller bare kopp og vask?)

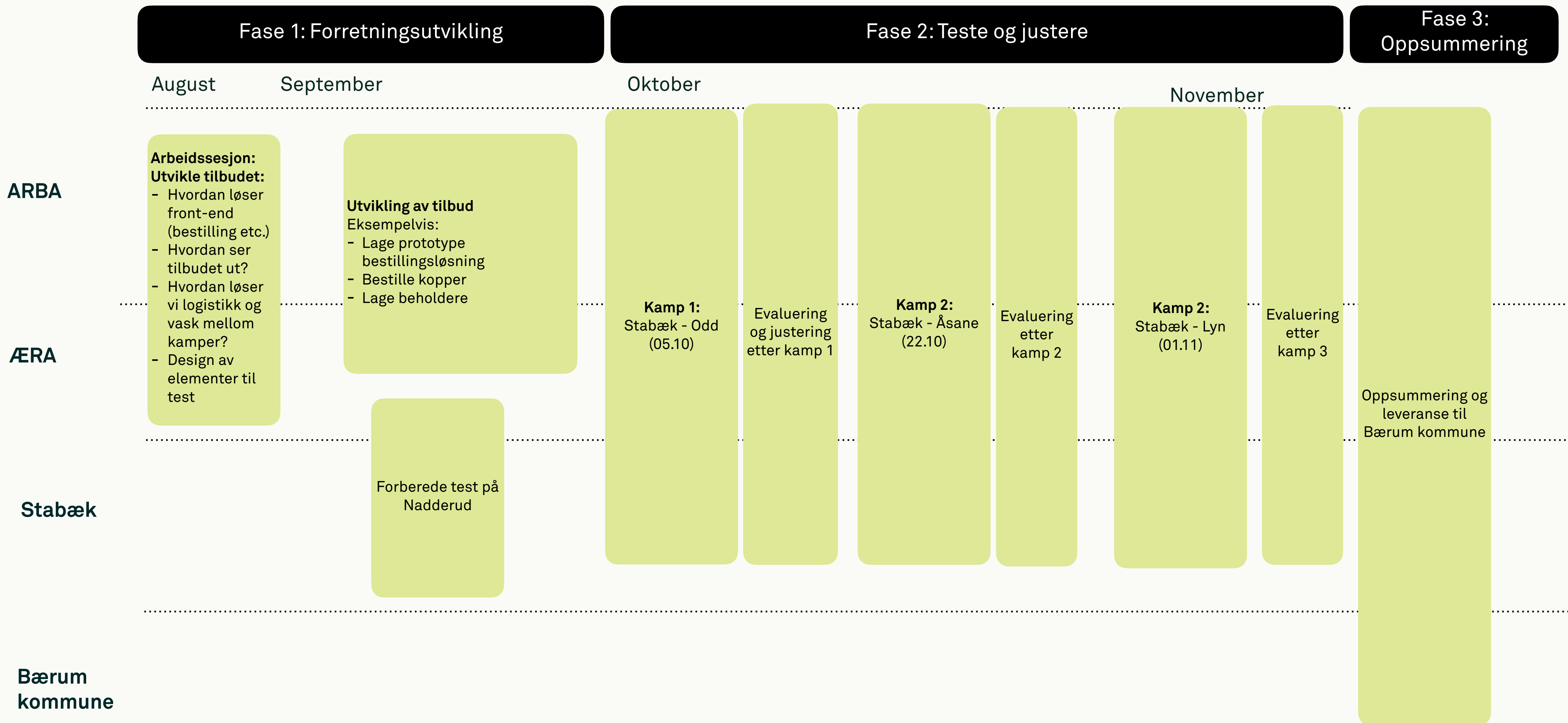
### Levering og henting

- Hvordan organiserer vi gode hente og leveringstidspunkt for arrangør? (Som fungerer med arbeidstid etc. til våre ansatte)
- Hvor lenge etter endt arrangement kan vi hente koppene? (Med tanke på mugg m.m)

I tillegg skal vi jobbe med spor 2:  
Hvordan få vi til en atferd som sikrer høyest mulig returgrad av koppene?

For å få miljøgevinsten vi trenger, og og tilstrekkelig økonomi

# Tidslinje\* og involvering av forskjellige aktører



# Pilot del 2: Eksperimentering

Forberedelse, gjennomføring og læring  
fra tre testkamper høsten 2025

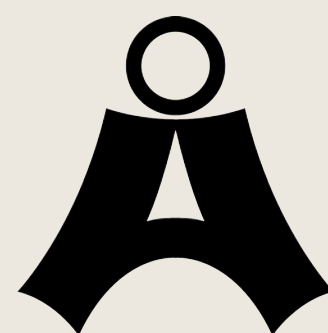


# Tre testkamper for å teste ny tjeneste fra ARBA og brukeratferd på stadion

Kamp 1  
Stabæk - Odd



Kamp 2  
Stabæk - Åsane



Kamp 3  
Stabæk - Lyn



# Viktige grep inn i eksperimentering på Nadderud

- ◆ Arba som partner på «full tjeneste» for ombrukskopper
- ◆ Blanke kopper med klistremerke
- ◆ Landingside for ombruksløsningen
- ◆ Informasjon over Speaker på stadion
- ◆ Nye skilt til dunker
- ◆ Flere dunker til ombrukskopper



# ARBA som testleverandør

- ◆ Etter læringen fra pilot del 1 var vi avhengig av en totalleverandør som kunne levere kopper, bokser, plakater og vask til Stabæk
- ◆ Med Arbas erfaring og kompetanse får vi en testpartner som har potensiale til å være en totalleverandør for en fullverdig løsning



# Arba

# Blanke kopper med klistremerker

- ◆ I første pilot brukte vi blå kopper uten merking av noe slag.
- ◆ Tidligere kopper skilte seg tydelig ut, og de ble brukt som autografunderlag
- ◆ Til pilot 2 ønsket vi tydelig merkede kopper med klistremerker som kommuniserte at det var noen andre enn Stabæk som stod bak, og at de var til låns
- ◆ Vi ønsket også muligheten til å fortelle om ARBA og prosjektet gjennom en qr-kode



# Landingside for prosjektet

- ◆ Gjennom qr-koden på koppen ville vi ha en landingsside som sa noe om tjenesten, og ga muligheten til å forstå mer om ARBA som leverandør
- ◆ Landingssiden var i første omgang en mulighet for andre å bli kjent med tjenesten og kunne ta kontakt hvis de synes løsningen er interessant.
- ◆ Siden kan videreutvikles til også å inneholde bestilling m.m



The screenshot shows a landing page for ARBA. At the top left is the ARBA logo, consisting of a teal circle with a white dot inside, followed by the text 'Arba'. At the top right is a dark blue button with the white text 'OM OSS'. The main heading is 'Velkommen til Rekopp!' in a large, dark blue serif font. Below the heading is a paragraph of text: 'Re-kopp er en ombrukskopp-tjeneste levert av inkluderingsbedriften ARBA. Vi vasker og leverer kopper til ditt arrangement. På den måten kan du redusere engangsemballasje, og samtidig gi mennesker muligheten til å utvikle seg gjennom arbeid.' Below this is another paragraph: 'Vi holder på å utvikle tjenesten, så bestilling av ombrukskopp og vask til ditt arrangement må foreløpig skje direkte til Kjersti Tangedal på kta@arba.no'. At the bottom is a final paragraph: 'Er du interessert i å holde deg oppdatert på utviklingen av denne tjenesten er det bare å legge igjen emailen din under så holder vi deg oppdatert.'

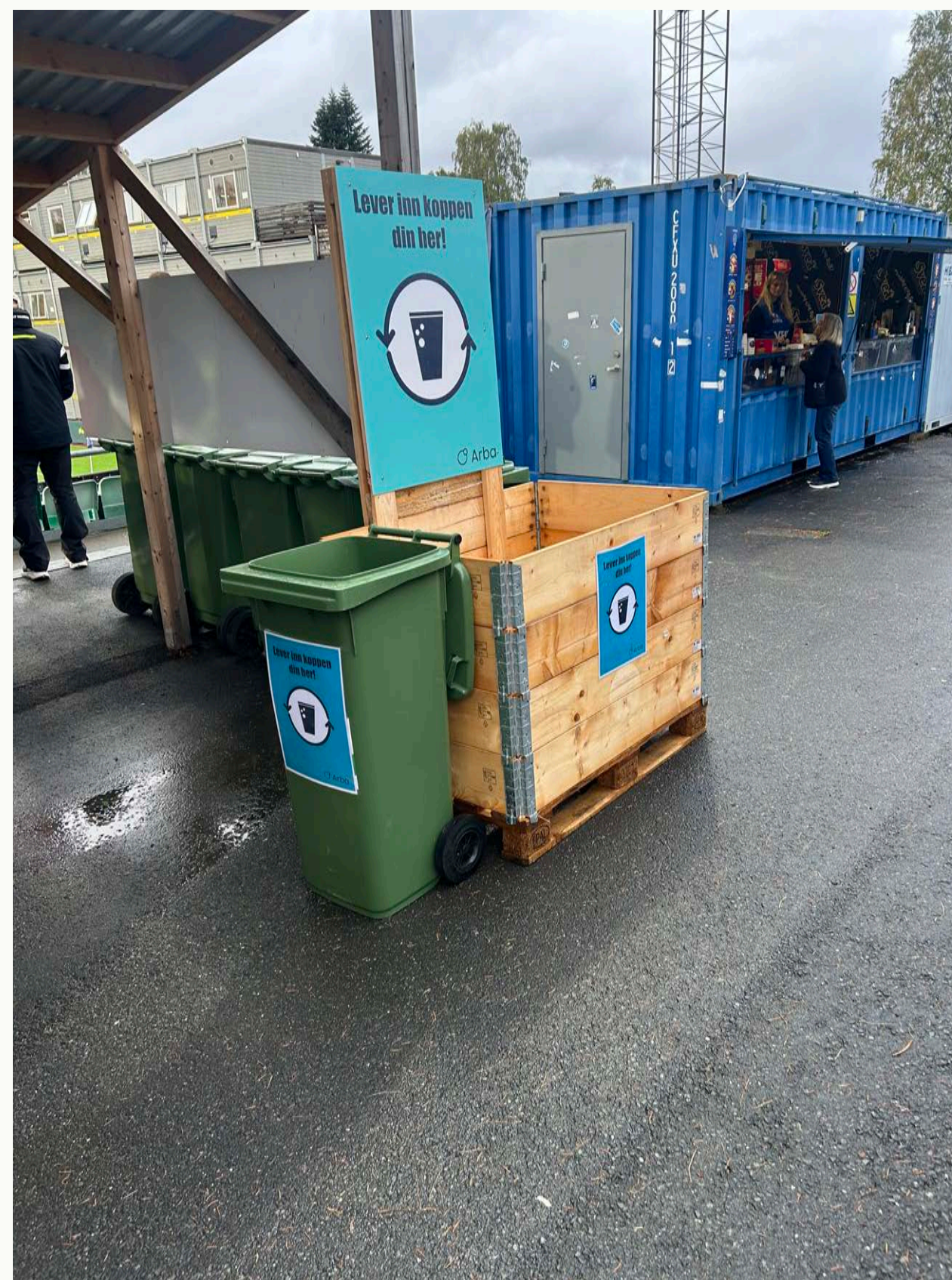
# Informasjon på kampdag - speaker og storskjerm

- ◆ For å ytterligere forsterke budskapet på koppene og dunkene ble det i tillegg gjort grep på informasjon fra speaker og på storskjermen
- ◆ Budskapet var det samme som ble formidlet på Stabæks nettsider, kopper og dunker



# Nytt kommunikasjonsmaterieill: På beholder og i kiosk

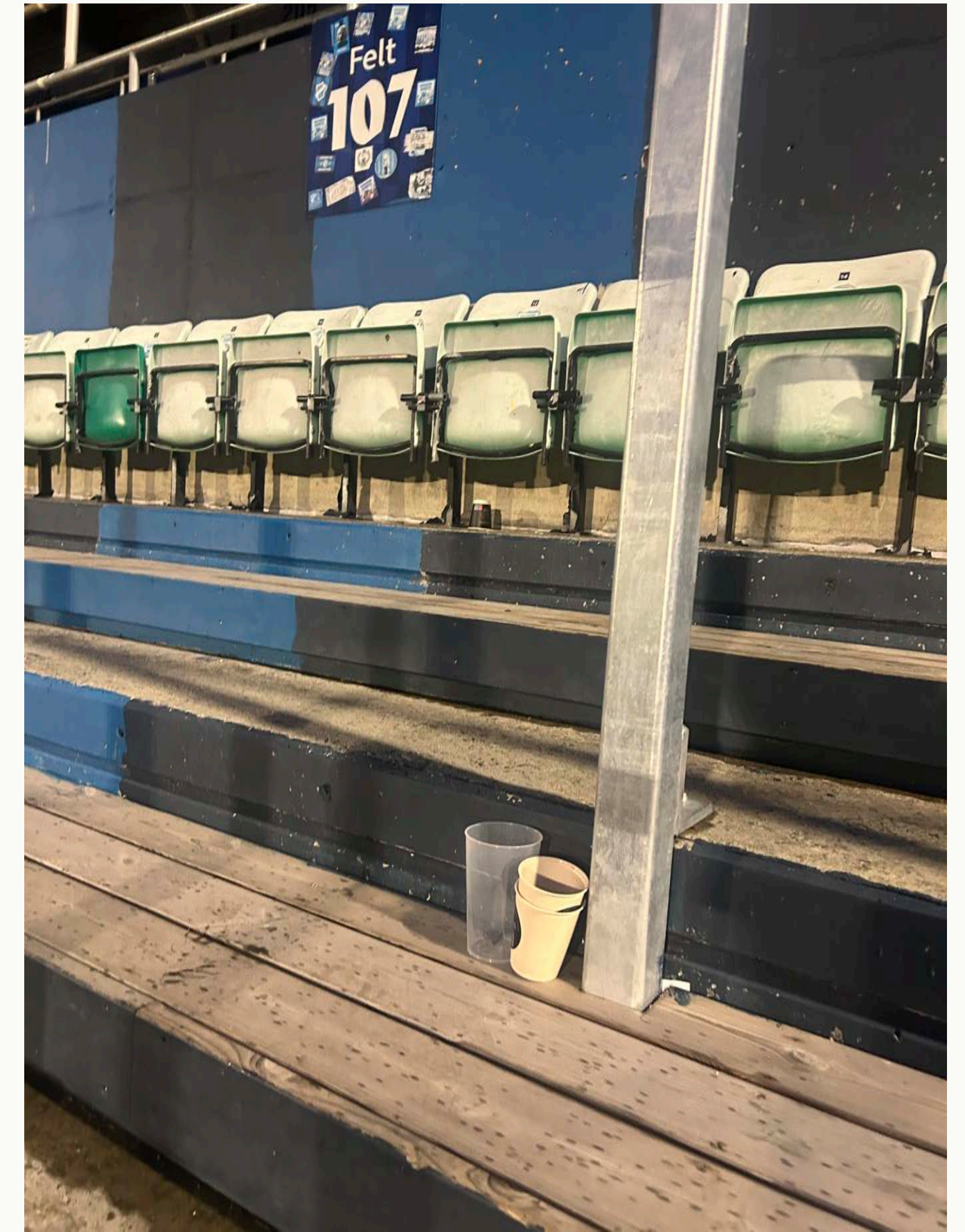
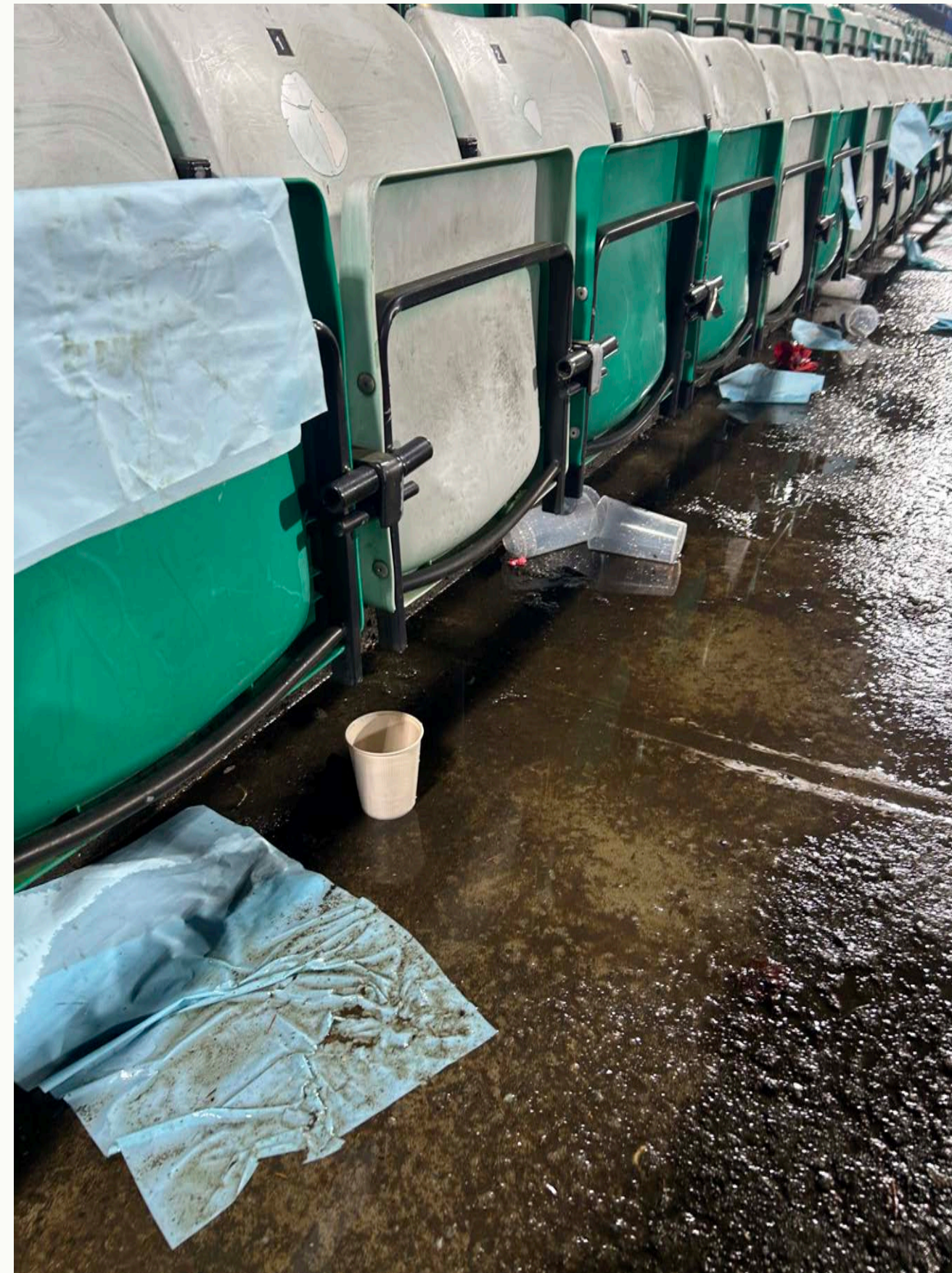
Vi ønsket at kundene skulle få informasjon hovedsaklig to steder. I kiosken ved kjøpsøyeblikket og når de skulle kvitte seg med glassene.



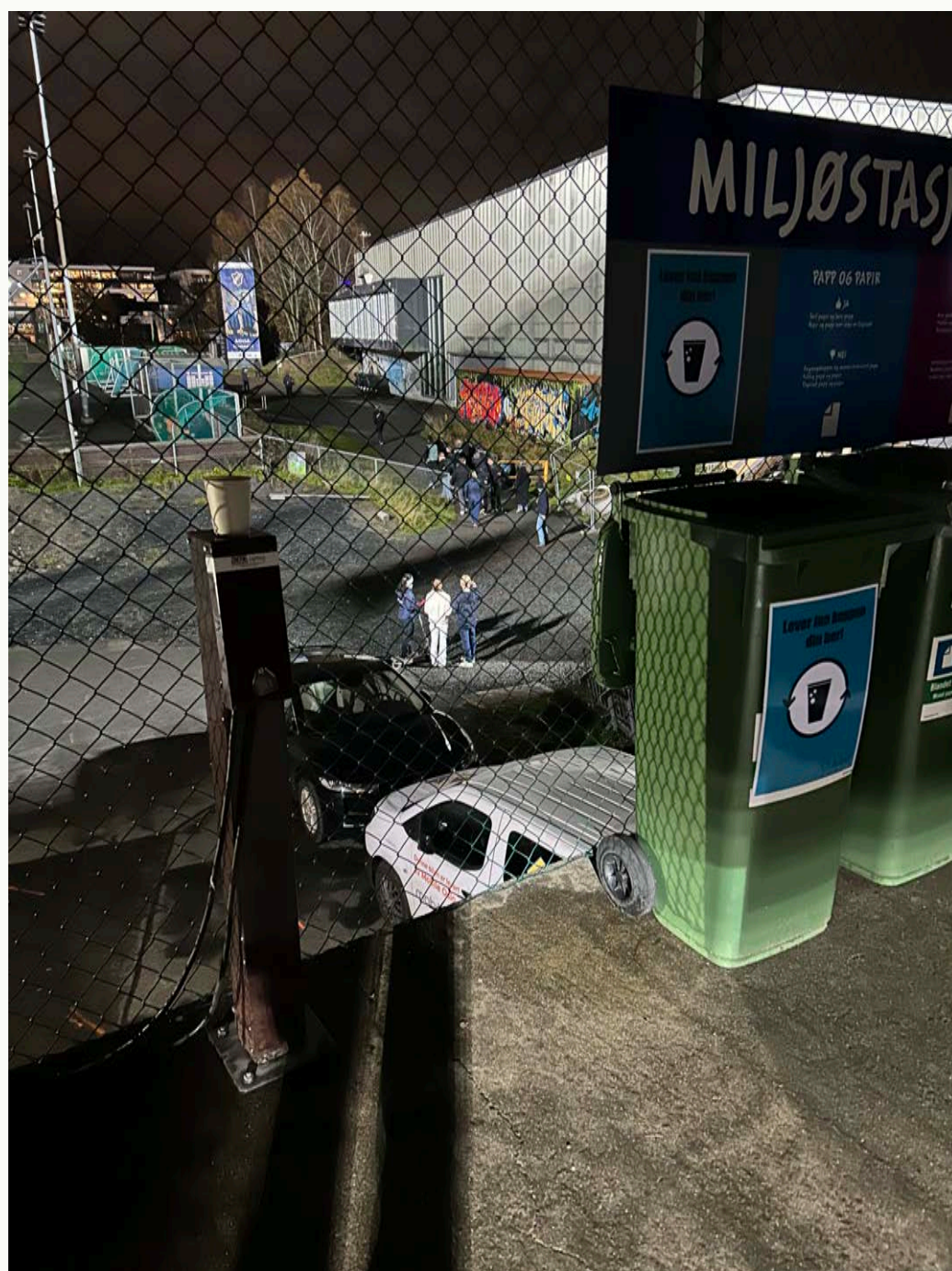
*Plakat på beholder og i kiosk*

# Innsikt fra kampene

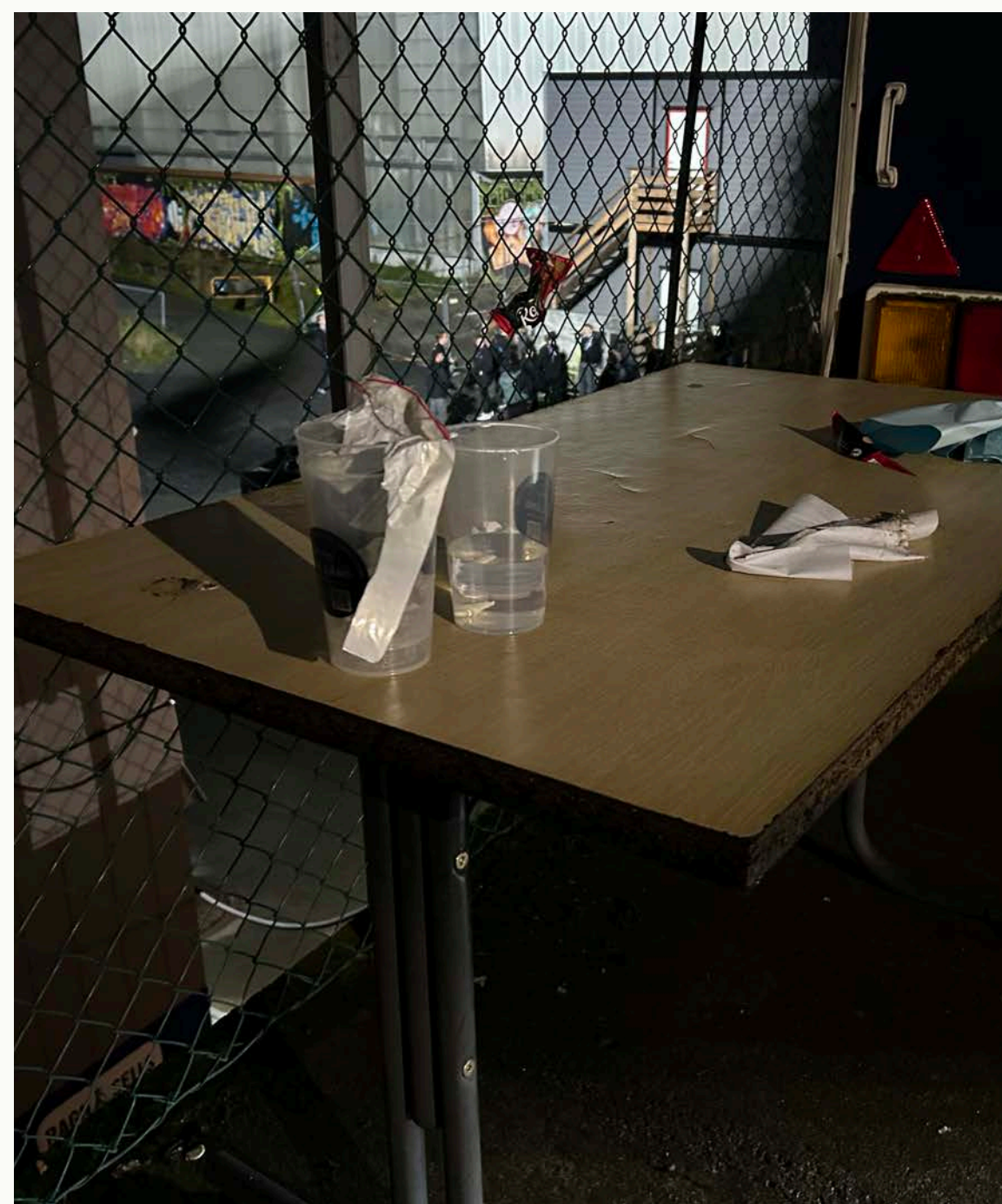
# Eksempler på glass som ble etterlatt på stadion



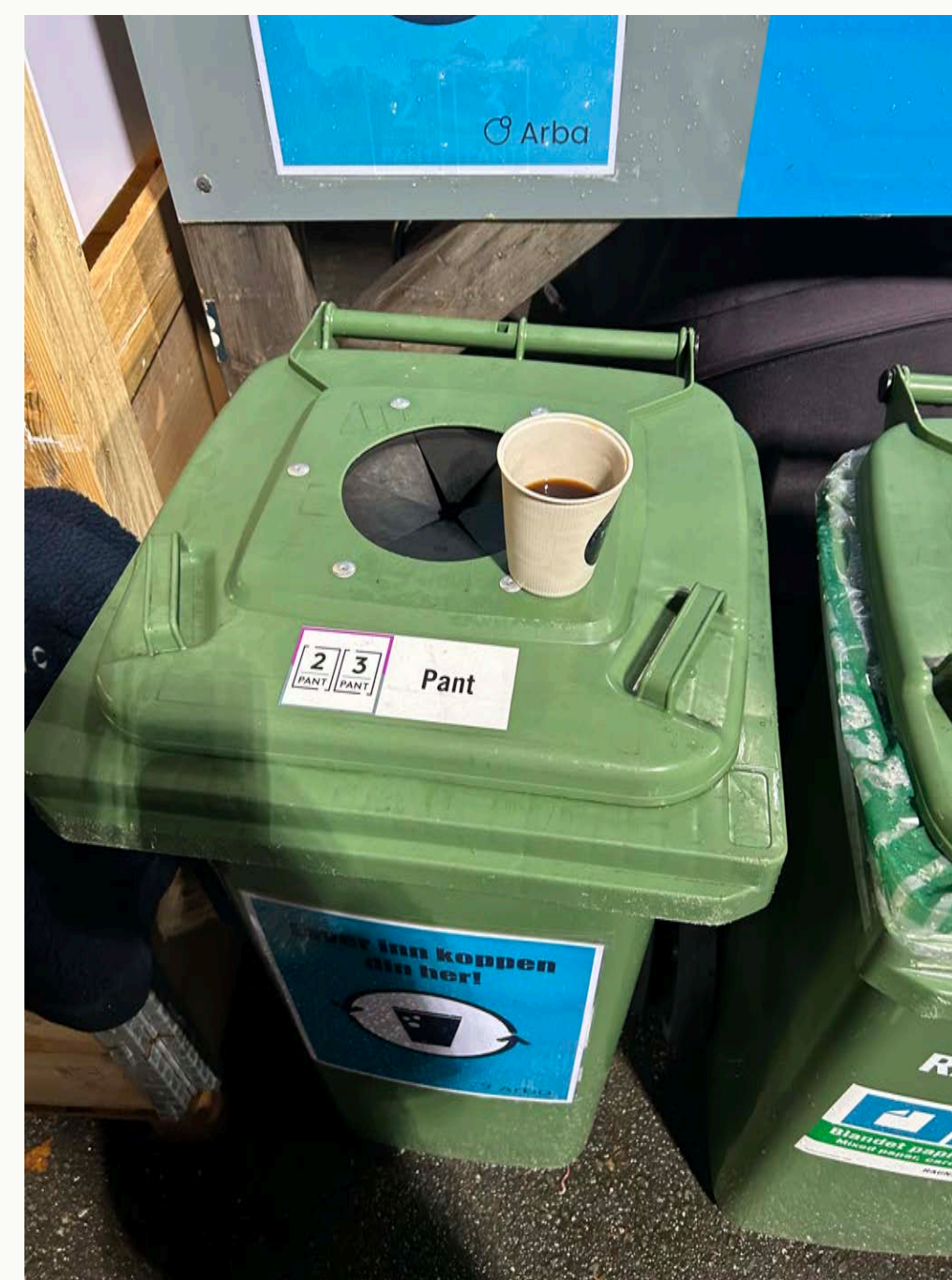
# Glass tatt med fra tribune, men lagt andre steder enn i beholdere



Kopp sortert ut som «noe av verdi» på ledig plass



Kopp sortert ut som «noe av verdi» på ledig plass



Kopp med innhold i som ikke er i beholder



Kopper levert inn til kiosken igjen

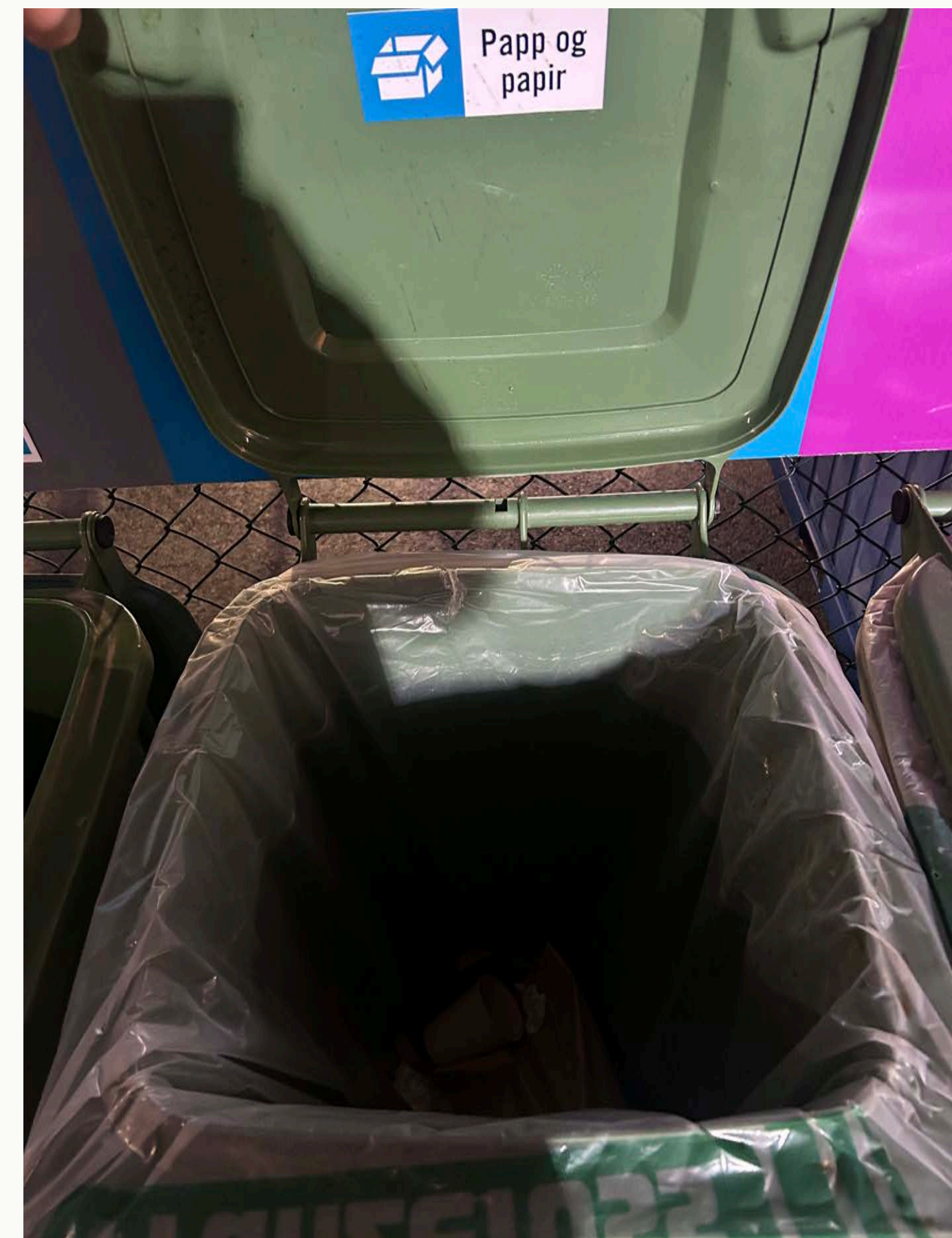
Utfordringen er ikke etterlatte kopper eller synlig  
«feilplasserte» kopper..

..men det er koppene som kastes eller ødelegges

# Feil kastede glass går som oftest i riktig beholder for resirkulering

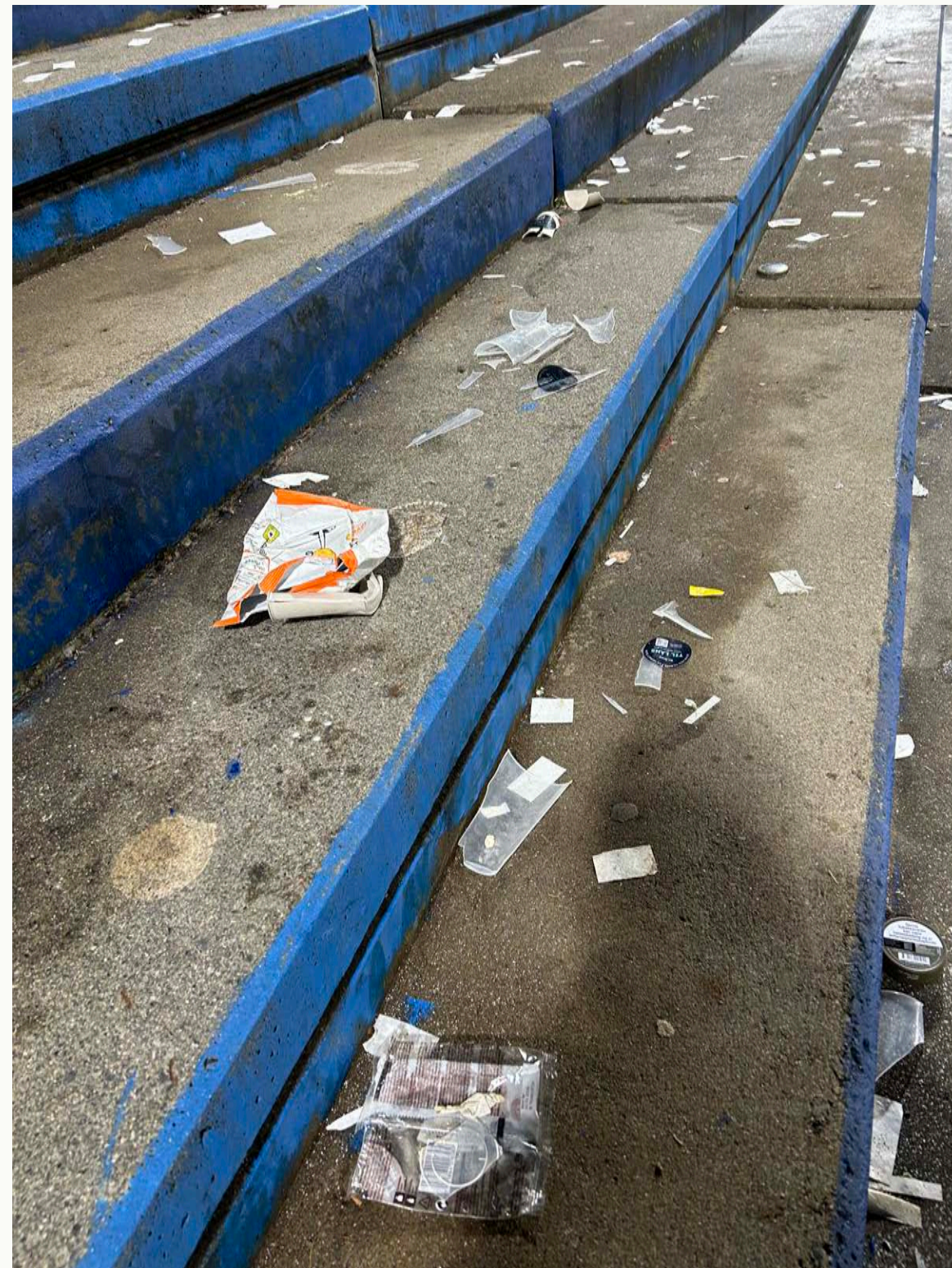


Brusglass kastes i plastavfall



Noen kaffekopper går i papp og papir

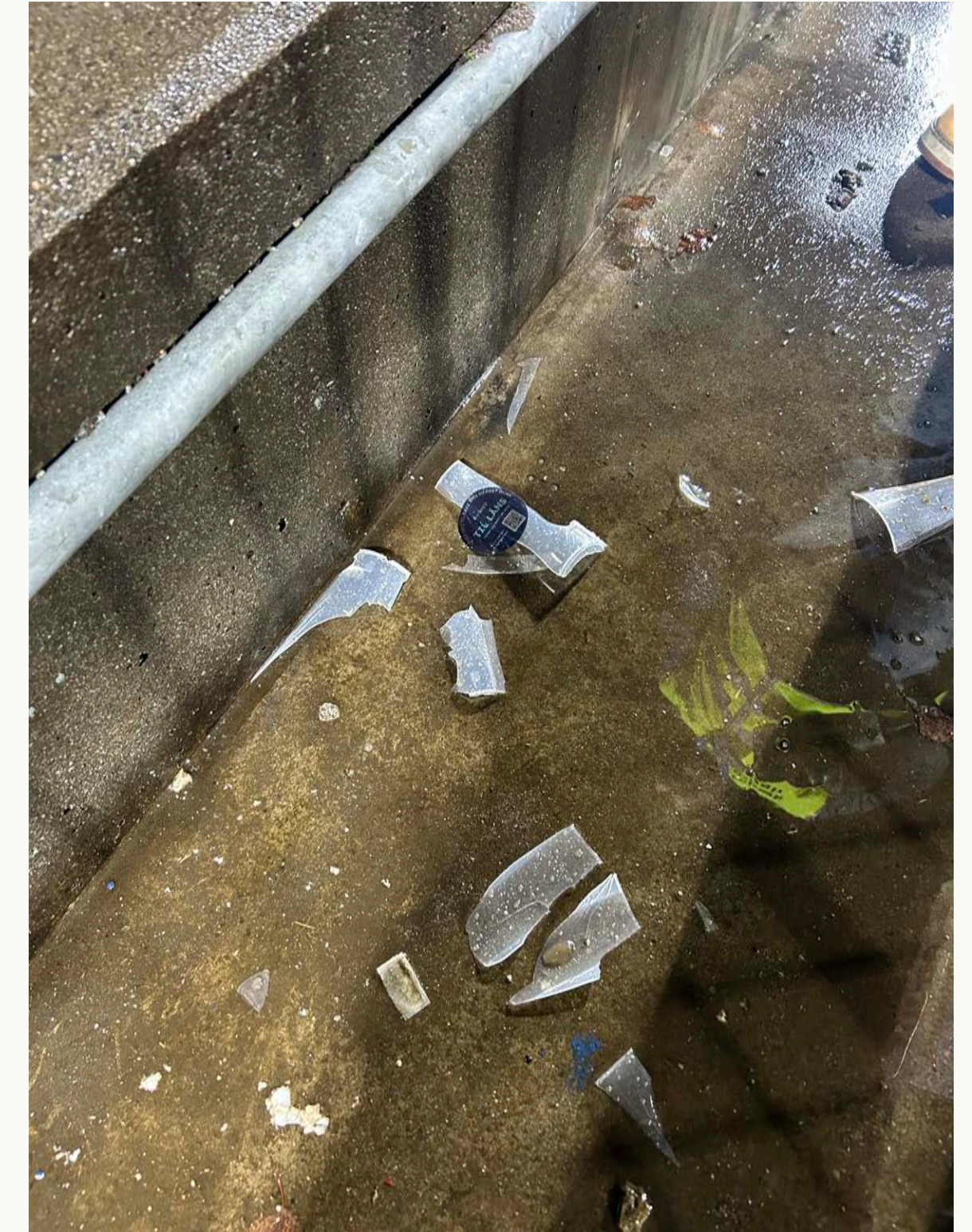
## Nytt i pilot 2: Bruk av ombrukskopp på bortetribunen



Knust glass og annet søppel etter «hoppeglade bortesupportere»



Eksempel på knekt kaffekopp



Rester etter ombrukskopp

# Viktigste læring fra kampene

# Hvor mange kopper kom tilbake?

## Returgrad

- ♦ Kamp 1 - svinn 0,07%
- ♦ Kamp 2 - svinn 4,93%
- ♦ Kamp 3 - svinn 4,40%

\*TOMRA sier at godt over 70% innsamlingsgrad må til for at det skal lønne seg

Kamp 1			
Leveranse / svinn			
	små (kaffekopper)	store (brus/øl)	totalt
Leverte til Stabæk	1280	750	2030
Fikk tilbake	1277	750	2027
Svinn antall	3	0	3
<b>Svinn %</b>	<b>0,23 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,07 %</b>

Kamp 2			
Leveranse / svinn			
	små (kaffekopper)	store (brus/øl)	totalt
Leverte til Stabæk	1277	750	2027
Fikk tilbake	1231	696	1927
Svinn antall	46	54	100
<b>Svinn %</b>	<b>3,60 %</b>	<b>7,20 %</b>	<b>4,93 %</b>

Kamp 3			
Leveranse / svinn			
	små (kaffekopper)	store (brus/øl)	totalt
Leverte til Stabæk	1231	1196	2427
Fikk tilbake	1146	1174	2320
Svinn antall	85	22	107
<b>Svinn %</b>	<b>6,90 %</b>	<b>1,84 %</b>	<b>4,40 %</b>

# Hva er de viktigste læringene fra prosjektet?

*Gjennom prosjektet har vi undersøkt og lært mer om hva skal til hos kundene på kampdag og hva som skal til for å få til en fungerende tjeneste. Dette er hva vi har lært.*

## Om kundene

- ♦ Ombrukskoppen fungerer fint for kundene, og det er ingen (av de spurte) som reagerer negativt på dette skiftet. Koppene oppleves av mange som bedre enn engangsalternativene
- ♦ Majoriteten av kundene sorterer koppene riktig, og observasjon av publikum viser at folk aktivt ønsker å sortere riktig og leter etter beholder, selv om de ikke finner denne ved første øyekast
- ♦ Det er få som tar med seg koppene hjem og de som gjør det er i de tilfellene der det er brus igjen
- ♦ Det er en annen atferd på bortesupport. Mindre eierskap?

## Som arrangør (Stabæk)

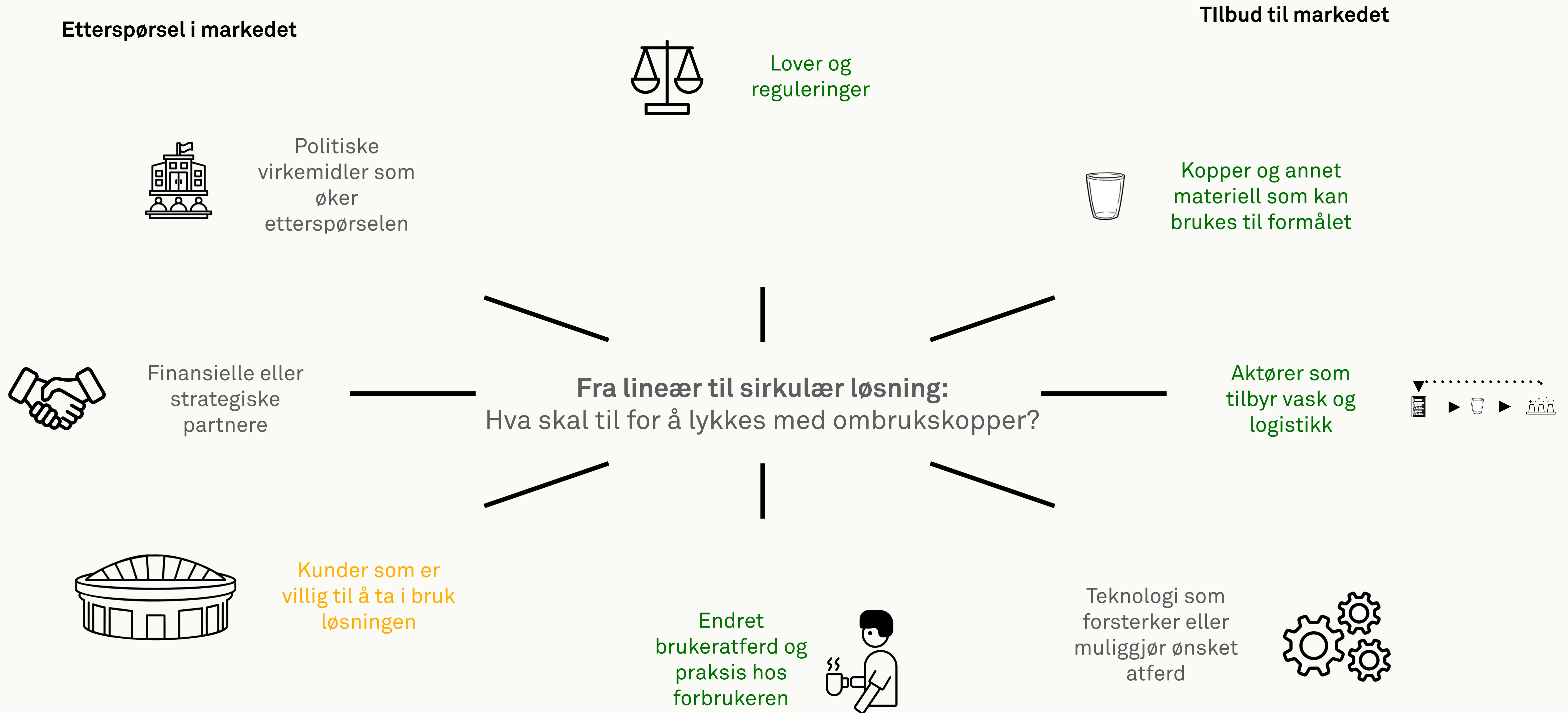
- ♦ Viktig at det er mange beholdere. Det har gitt større grad av innleverte kopper
- ♦ Beholderne må kanskje i en driftssituasjon skille seg enda mer ut enn dagens avfallsbeholdere
- ♦ *Refleksjoner rundt det å ha en totalleverandør*
- ♦ *Annerledes for kiosk?*

## Som leverandør (ARBA)

- ♦ Ombrukskopp er grisete?
- ♦ *Refleksjoner rundt logistikk og vask:*
- ♦ *Refleksjoner rundt pris/forretningsmodell*

# Hva kan et potensielt neste steg være?

Del 3 av prosjektet i 2026 - til diskusjon



# Dialog med TOMRA

## HMF søknad

Bærum kommune og Stabæk Fotball har signert LetterOfIntent for et samarbeid med TOMRA m.fler, gitt at HMF støtter et prosjekt for etablering av et ombrukssystem i Oslområdet.

## Samarbeid utover HMF søknad

Dersom prosjektet ikke får støtte fra HMF så er det likevel interessant å utforske et samarbeid med TOMRA på deres Eventsolution.

Eventsolution har blant annet blitt testet på Intility stadion på 3 av Vålerengas kamper.



Bilde lånt fra Vålerenga sin nettside, fra før testkamp

# Hvordan kan del 3 av prosjektet se ut?

*Prosjektgruppen har gjort erfaringer og læringer som kan komme flere arrangører og idrettslag til gode. Med utgangspunkt i første og andre del av prosjektet kan vi invitere inn til å se hvordan man kan få til et tilbud på ombrukskopper på tvers av arenaer i Stor-Oslo og potensielt nasjonalt.*

Skape etterspørsel i markedet for å kunne skalere

## Utvikle ombrukskoppløsning

*Mål: Undersøke om det finnes muligheter for en nasjonalt utviklet modell for ombrukskopp.*

- Hvordan kan vi sette sammen et tilbud som er enkelt nok for lag og mindre arrangementer?  
Herunder booking, logistikk og vask, kommunikasjon m.m

- Hvordan skape tilstrekkelig økonomi?

### Potensielle partnere:

Arba  
TOMRA

## Avgrensede arenaer

**Mål: Ombrukssystem på alle stadioner i toppligaen.**

*Potensiale for alle idrettsanlegg - fotballen tar initiativ.*

Fotballen tar bærekraft på alvor og inviterer flere inn

### Potensielle partnere:

NFF  
Idrettsforbundet  
Sponsorer & partnere idretten  
Europeiske støtteordninger  
HMF

## Kommuner som pådriver

**Mål: Grønne arena i kommunen.**  
Se om kommunen i samarbeid med andre kommuner og fylkeskommuner kan være med å skape etterspørsel etter denne type løsning.

Hvilke muligheter finnes det som kommunal utleier av arenaer og arrangement?

### Potensielle partnere:

Arba  
Bærum kommune  
Akershus Fylkeskommune

A hand is shown writing on a document with a pen. The document has some faint text and a logo. Overlaid on the image is the ERA logo and the website address www.era.as.

# ERA

[www.era.as](http://www.era.as)