

Lokale initiativer for bærekraftig forbruk: Asker kommune

Ulrikke Wethal | Sindre Hoff



Include

Forskningscenter for sosialt
inkluderende energiomstilling

Include – Forskningscenter for sosialt inkluderende energiomstilling

Rapport 1/2022

Juni, 2022

Rapporten har Creative Commons-lisensen [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) (Navngivelse-Ikke kommersiell-Ingen bearbeidelser)

Lokale initiativer for bærekraftig forbruk: Asker kommune

Forfattere:

Ulrikke Wethal, postdoktor ved Senter for utvikling og miljø, Universitetet i Oslo

Sindre Hoff, forskningsassistent ved Senter for utvikling og miljø, Universitetet i Oslo

Rapporten er skrevet for Asker kommune, som er partner i Include.



Include er opprettet med finansiering fra Norges forskningsråd som et *Forskningscenter for Miljøvennlig Energi* (FME samfunn). Include ledes av Senter for utvikling og miljø (SUM) ved Universitetet i Oslo.

Include skal frembringe kunnskap om hvordan vi kan realisere et sosialt rettferdig lavutslippssamfunn gjennom inkluderende prosesser og nære samarbeid mellom forskning og offentlig, privat og frivillig sektor.

Include
v/Senter for utvikling og miljø
Postboks 1116
Blindern
0317 OSLO

www.sum.uio.no/include

Innhold

Innledning	2
Sirkulærøkonomi, ombruk og forbruk – en bakgrunn	3
1. Eksisterende ombrukstilbud	5
Innsikter fra aktørintervju	5
Innsikter fra husholdningsintervju	7
Husholdningenes eksisterende forbruk	7
Forhold til ombruk	9
Bruk av kommunens ombruksinitiativ	11
2. Asker kommunes OMigjen-prosjekt	13
Innsikter fra aktørintervju	13
Deltagelse i digital plattform	16
Innsikter fra husholdningsintervju knyttet til OMigjen-prosjektet	16
Avslutning	19
Referanser	21
Appendix	24

Innledning

Forskningsprosjektet — [Lokale initiativer for bærekraftig forbruk](#) — er en del av forskningsarbeidet ved [Include- Forskningscenter for sosialt inkluderende energiomstilling, og Senter for Utvikling og Miljø](#) (SUM) ved Universitetet i Oslo. I prosjektet undersøker vi hvordan kommuner kan skape sosialt inkluderende ombruksarenaer som bidrar til et mer sirkulært og bærekraftig forbruk. Vi benytter Asker kommune som case. Gjennom kvalitative intervjuer med husholdninger og ulike ombruksaktører undersøker vi hvordan lokale ombruksinitiativ fungerer, hvilke utfordringer aktørene møter i drift og utvikling av disse, samt hvordan initiativene forstås og brukes av Asker kommunes innbyggere. Videre følger prosjektet Asker kommunes arbeid med å oppskalere ombruksarbeidet inn i et kommersielt drevet ombrukssenter, [OMigjen](#). Vi følger prosessen rundt etableringen av senteret for å forstå hvordan ulike miljømessige, økonomiske og sosiale hensyn balanseres og avveies i realiseringen av et ombrukssenter, samt hvilke sosiale, økonomiske og institusjonelle barrierer som oppstår i forsøket på å oppskalere ombruk i Asker og hvordan disse kan overkommes. Det fysiske senteret har ikke blitt realisert, men det er forespeilet at dette vil skje høsten 2022.

Datainnsamlingen startet høsten 2020, og baserer seg på kvalitativ metode og kombinerer forskningsintervju, deltagelse og observasjon. Vi har gjort 37 kvalitative intervjuer: Ti med de eksisterende ombruksinitiativene i kommunen, syv intervjuer med ulike næringsaktører i Asker, 19 med husholdninger (se bakgrunnsinformasjon om husholdningene i appendix), samt med Asker kommune. Alle intervjuer ble tatt opp på bånd og har blitt transkribert. Vi har i tillegg fått innspill fra 16 aktører angående deltagelse i en digital plattform som skal gjøre det enklere for innbyggere å vite om og bruke de tilbudene som finnes, noen som del av lengre intervju, andre gjennom separate telefonintervju eller skriftlig innspill pr. epost. Videre har vi fulgt offentlige informasjonsmøter og deltatt i ukentlige prosjektmøter med kommunens arbeidsgruppe siden august 2021. Vi har også bidratt med innspill til utforming av markedsundersøkelse, risikoanalyse og tilbudsforespørsel for bedriftsmodell til senteret ila høsten 2021. Notater har blitt tatt i forbindelse med møtedeltagelse.

Det er hovedsakelig innsikter basert på intervjudata vi presenterer i denne rapporten. Først presenteres en kort bakgrunn for å vise prosjektets teoretiske og praktiske relevans. Videre beskrives kort de eksisterende ombruksinitiativene i Asker, før en sammenstilling av innsiktene fra ombruksaktører og husholdninger presenteres. Deretter beskrives OMigjen-prosjektet kort, før sammenstillingen av innsiktene knyttet direkte til OMigjen presenteres. Til slutt følger en kort avslutning.

Sirkulærøkonomi, ombruk og forbruk – en bakgrunn

Sirkulærøkonomien har blitt en stadig mer sentral modell for omstilling mot et mer bærekraftig system for forbruk og produksjon, og en av de viktigste byggesteinene i EUs klima- og miljøpolitikk. EUs handlingsplan for sirkulærøkonomi trådte i kraft i 2020, en prosess som har pågått siden 2014 (se EC 2015, 2020). Det er anerkjent at en slik plan også vil få stor betydning for Norge, og departementene utarbeidet en nasjonal strategi for en grønn, sirkulær økonomi i 2020 (Departementene 2020). Strategien definerer essensen i sirkulærøkonomi som følger:

å behalde verdiane i materiale, produkt og ressursar i omløp i økonomien så lenge som praktisk og økonomisk mogleg og om det går an, returnere dei til produksjonskjeda etter enda livsløp og dermed minimere genereringa av avfall. Gjennom dette blir negative miljøkonsekvensar forårsaka av produksjons- og forbruksmønsteret reduserte. Dette er viktig fordi alt forbruk og uttak av ressursar har miljøkonsekvensar. Å omstille frå lineær til meir sirkulær økonomi fordrar at behov blir dekte på nye måtar, at nye og meir berekraftige produkt og forretningsmodellar blir utvikla, og at materiale blir utnytta på nye måtar (ibid, 16).

En slik overgang vil endring og eksperimentering fra et bredt spekter av aktører, samt en avveining og balansering av ulike sosiale, miljømessige og økonomiske behov. En overgang til sirkulærøkonomi krever også en endret og mer aktiv forbrukerrolle sammenlignet med i lineært forbruk.

Forskningslitteraturen peker på behovet for en tilstrekkelighetsorientering (sufficiency-orientation) av forbruket (Kropfeld 2022). Tilstrekkelighetsteorier tar sikte på å endre hvordan forbruk forstås, utføres og organiseres i samfunnet (Defila and Di Giulio 2020), i kontrast til ren effektivisering av forbruket (f.eks. å bytte ut produkter med mer miljøvennlige produkter). Tilstrekkelighetsorientering vektlegger ikke-materielle aspekter ved velstand, men inkluderer et minimumsnivå av forbruk som er sosialt bærekraftig og muliggjør god livskvalitet (Sandberg 2021). Fire sentrale strategier trekkes frem: 1) Absolutt reduksjon, dvs. redusere mengden som forbrukes, 2) Modalt skifte, dvs. endring mot mindre ressursintensive forbruksformer, 3) Produktforlenging, dvs. utvide produktlevetid, og 4) Delingspraksiser, der produkter deles mellom forbrukere (ibid). Sirkulære initiativer fokuserer på strategi 2 til 4, men kan også bidra til strategi 1 på lang sikt som følge av at forbrukerens behov endrer seg.

Den eksisterende litteraturen om sirkulærøkonomi har i stor grad fokusert på hva slags varer og tjenester bedrifter skal legge til rette for og hvordan bedriftene kan oppnå sirkularitet innenfor egne varekjeder (Camacho-Otero et al. 2018, Hobson et al. 2021). Vi vet dessverre mye mindre både om forbrukerens rolle og hvordan styringsmekanismer kan legge til rette for mer bærekraftige og sirkulære forbruksmønstre. Fra forbruksforskningen vet vi at husholdningers adferd ikke kan forstås som individuelle rasjonelle valg, men gjerne er rutinepreget og opprettholdes gjennom forankring i felles handlingsmønstre, eller det som kalles sosiale praksiser (eksempelvis spising, pendling, fritidsaktiviteter) (Shove, Pantzar og Watson 2010). Slike handlingsmønstre er tungvinne å endre ettersom de opprettholdes av en kombinasjon av sosiale normer og forventninger, infrastruktur og tingene rundt oss, samt erfaringer og hva vi kan/vet (Wilhite 2012). Derfor er ikke nok å ønske å gjøre noe annerledes eller ha informasjon om hva som er 'det riktige' å gjøre for å endre adferd (Moser 2015). Sirkulære initiativer må være givende, gi mening og passe inn med andre sosiale praksiser for å rekruttere deltagere. Videre må deltagelsen repeteres slik at forbrukerne på sikt normaliserer nye handlingsmønstre (Camacho Otero et al 2020).

I den norske sirkulærstrategien anerkjennes det at kommuner og fylkeskommuner allerede har gjort mye bra for overgangen til en sirkulærøkonomi, og at regjeringen skal fortsette å styrke deres arbeid (Departementene 2020). Akkurat hvordan arbeidet skal styrkes er mindre tydelig. Kommuner og fylkeskommuner er ansett som potensielle pådrivere, bindeledd, og tilretteleggere for gjennomføring av sirkulære tiltak, og anses som vesentlige for godt samarbeid mellom næringsliv, sivilsamfunn og forvaltningsnivå (ibid, se også Amundsen and Westskog 2018). Kommuner er også sentrale aktører i sirkulærøkonomien fordi mye av ansvar for og drift av avfall- og gjenvinningssystem er lokalisert på dette styringsnivået (Christensen 2021, Sutcliffe and Alvarado 2021). I strategien trekkes det også frem at mange viktige sirkulærøkonomiske initiativ i dag drives av frivillige organisasjoner og ulike private initiativ, slik som reparasjonsverksted, utlånsordninger, lokale byttesirkler, Finn.no e.l. (Departementene 2020). Fra forskningslitteraturen vet vi at mange slike lokale miljø- og bærekraftsinitiativ gjerne forblir små og avkoblet fra 'normalen' (Hansen and Coenen 2017, Hargreaves et al. 2013). Avstanden blir ofte for stor mellom handlingene initiativene legger opp til og etablerte handlingsmønstrene. Det blir derfor vanskelig å tiltrekke seg forbrukere utover en liten engasjert kjerne som er komfortable med å leve 'motstrøms'. Samtidig viser eksisterende forskning at kommuner og organisasjoner kan ha en faciliterende rolle både i organisering og potensielt oppskalering av slike småskala initiativer gjennom å skape møteplasser, nye samarbeidsformer og gjennom å ta risiko (Westskog et al 2020). Det er aspekter i denne litteraturen vi ønsker å belyse og forklare gjennom vårt arbeid i Asker kommune.

1. Eksisterende ombrukstilbud

Asker gjennomfører i dag et betydelig arbeid med å få varer fra gjenbruksstasjonene i kommunen tilbake i omløp. De eksisterende tilbudene er i tråd med hvordan ombruksarbeid har vært organisert tradisjonelt, gjerne i samarbeid med ideelle aktører og offentlig sektor, gjerne spredt lokalisert og med viktige sosiale komponenter. De eksisterende initiativene som mottar ombruksmaterialer fra gjenvinningsstasjonene er Ombruksbutikken på Jørgensløkka, Hallenskog ombrukslager, Omattatt kreativt verksted, en reparasjonscafe drevet av Norsk Folkehjelp (nå lagt ned), Miljøpatruljen byggevareutsalg og BUA-konseptet drevet av Asker Idrettsråd. I tillegg går brukte bøker inn i bokskap spredt i kommunen, samt til barnehager, skoler, helsestasjoner og SFO. Gjennom disse initiativene kombinerer kommunen miljøfokus med ulike former for arbeidstiltak (Ombruksbutikken, Hallenskog, Miljøpatruljen) og frivillighet (BUA, reparasjonscafe, Omattatt).

Innsikter fra aktørintervju

Datamaterialet tegner et bilde av de eksisterende ombruksinitiativene i Asker kommune som gode steder å være, og mange virker svært fornøyde og stolte av det de får til. De sosiale komponentene trekkes spesielt frem som viktig. Initiativene er viktige arenaer for arbeidstrening, mestring, og møter derfor kommunens sosiale mål på en svært god måte. For mennesker som på ulikt vis har havnet utenfor ordinært arbeidsliv er henholdsvis Omattatt eller reparasjonskaféen etablert seg som viktige sosiale møteplasser og arenaer for felles læring og mestring. Ombruksbutikken, Miljøpatruljen og Hallenskog tilbyr arbeidstrening gjennom NAV eller arbeid for mennesker med nedsatt funksjonsevne, og mange av arbeidsoppgavene knyttet til sirkularitet og ombruk fremstår som relevante og nyttige for denne typen tiltak. Utover det sosiale fremstår også initiativene som svært viktige læringsarenaer for bærekraftig forbruk. Det er tydelig at læringsaspektet gjelder både på forbrukersiden og driftssiden, der man blir konfrontert med eget og andres avfall på en veldig konkret måte. Forbrukere overraskes av mengden nye, fine, og dyre varer som kommer fra gjenbruksstasjonen, og de som arbeider med avfall daglig lærer å se verdi i avfall på en ny måte.

de blir veldig overrasket og liksom 'har de kastet denne'? For eksempel, så var det jo en som fant randonee-støvler som ikke var åpnet engang, og kjøper dem for 200 kroner. Da blir det veldig sånn 'hva er det folk driver med der ute', at man går litt i seg selv (Ombruksaktør 6, 08.12.2020)

... men at de som jobber her ser at det er en veldig høy verdi det vi holder på med, og at vi synes det er veldig kult å lære ungdommen at dette er, eller ikke bare ungdommen men generelt, at det er veldig høy verdi i det som i utgangspunktet folk bare rydder bort (ombruksaktør 5.1, 20.11.2020)

Samtidig opplever eksisterende initiativer en rekke driftsutfordringer, noe som vanskeliggjør eventuell utvikling og utvidelse. Disse utfordringene kan i hovedsak knyttes til tre aspekter; 1) organisering og økonomi, 2) ressurser, og 3) kommunikasjon. Innenfor *organisering og økonomi*

handler det om at de eksisterende organisasjonsmodellene oppleves sårbare fordi de baserer seg på ildsjeler og frivillighet. Selv om dette også er noe som trekkes frem som positivt og viktig, rekker ikke nødvendigvis støtten de mottar til alle aktivitetene de allerede har. Mange involverte bruker også tid og gjør oppgaver langt utover arbeidsbeskrivelse. Selv om de mottar støtte fra både kommune og andre organisasjoner må det stadig søkes eller forhandles om nye midler, for relativt korte tidsperioder.

Ja, for det her er ikke lønnsomt i det hele tatt [...] Men man kan jo selvfølgelig søke midler her og der, men det blir jo ustabilt da (ombruksaktør 2.1, 04.11.2020)

Videre ser dette ut til å hindre aktørene noe i å utvide eller eksperimentere ettersom støtten potensielt kan falle bort. Eksempelvis måtte reparasjonscafeen legge ned da de verken hadde nok frivillige til å drifte eller kunne videreføre leiekontrakten med kommunen. Idrettsrådet har også signalisert at de går ut av driften av BUA ettersom det krever mer støtte enn det de får. Dette henger tett sammen med utfordringene knyttet til *menneskelige og materielle ressurser*. Det er krevende å balansere de sosiale komponentene og drive med ombruk. Frivillighet gir ofte en viss uforutsigbarhet, spesielt ettersom deltagelse er avhengig av lyst og egeninitiativ. Samtidig er enkelte av aktørene helt avhengige av frivillige for å få gjennomført aktiviteter, og ved en eventuell utvidelse av tilbud er de nødt til å tiltrekke seg flere frivillige. I initiativene med arbeidstrening er deltagerens behov helt klart hovedformålet, og hensynet til å få unna varer og levere på salg oppleves av og til å gå på bekostning av å ivareta sosiale behov. Aktørene er i grunn avhengige av at selve driften ikke krever for mye slik at de har rom for ta de sosiale aspektene på alvor. Dette virker å bidra til en generell skepsis mot endring eller utvidelse, ettersom uforutsigbarhet knyttet til deltagere krever forutsigbarhet i drift. I tillegg krever arbeid med ombruksvarer store arealer og mange manuelle prosesser (transport, bæring, vask, lagring), og eksisterende lokaler er gjerne for små til eventuelt å utvide kurstilbud, lagerplass for liten til å ta inn flere varer, eller man har ikke stor nok kapasitet til å utvide tjenester som forbrukerne etterspør.

Men vi startet med å prøve å selge litt på nett. Men det ble for krevende med tanke på emballering og gå på postkontoret og ... [...] Nei, det har vi ikke lagerplass og logistikk til å [gjennomføre]. Vi har jo ikke transport for kunder, så det er første mann til mølla [...] vi løfter nok som vi gjør uten at vi måtte ha enda et lager med ting som er solgt (ombruksaktør 5.1, 20.11.2020)

Hva gjelder *kommunikasjon* opplever initiativene at selv om de for eksempel bruker sosiale medier aktiv er det vanskelig å nå frem til forbrukerne i et hav av reklame og markedsføring. De konkurrerer med enklere, mer tilgjengelige tilbud som forbrukerne kjenner fra før. Initiativene er i stor grad avhengige av jungeltelegrafen, særlig hvis de har en usentral beliggenhet. Dersom brukere ønsker informasjon om initiativene må de som oftest gå gjennom kommunens egne sider. Videre mangler mange av de som drifter initiativene opplæring i markedsføring og kommunikasjon. Alternativt kunne kommunikasjon i større grad vært kommunens ansvar.

En utfordring er som sagt at vi.. eller ingen av oss er media.. medierådgivere, eller, ja, vi bruker de sosiale plattformene, men vi.. ja. Det er ikke mer enn at vi bruker dem (ombruksaktør 1, 03.11.2020)

Det er også relativt liten koordinering på tvers av de eksisterende initiativene, noe som potensielt kan forbedres. Flere vet ikke nødvendigvis hva de andre initiativene gjør eller hvordan de drifter, noe som gjør at potensiell læring på tvers bortfaller.

Innsikter fra husholdningsintervju

Det er verdifullt å forstå datamaterialet fra aktørene i sammenheng med innsiktene fra husholdningsintervjuene. I det følgende presenterer vi aspekter knyttet til husholdningenes eksisterende forbruk og ombruk, samt hvordan de bruker det eksisterende tilbudet.

Husholdningenes eksisterende forbruk

I samtlige intervjuer ser husholdningene sitt eget forbruk i sammenheng med klima og miljøutfordringer, og uttrykker et ønske om å leve mer bærekraftig, med et mer bærekraftig forbruk. Hva dette betyr i praksis er det derimot stor usikkerhet rundt. Flere opplever at det er vanskelig å vite hvordan de kan gjøre forbruket mer bærekraftig. De ønsker seg tydelige og troverdige råd for hva de kan gjøre.

det er litt forvirrende å vite hva er godt eller dårlig forbruk, og det å stadig holde seg orientert om hva som er miljøbevisst ... det er, hva skal jeg si, innviklet (Intervju 8, mann, 40-50 år, ingeniør)

Videre syns flere av informantene at det finnes mer informasjon som sår tvil om eksisterende tiltak enn som tydeliggjør hva husholdninger faktisk bør gjøre. Blant alle de intervjuede husholdningene fremgår det at et høyt forbruk ikke oppfattes som nødvendig for å leve et godt liv. For å leve et godt liv trekker de fram god helse, god tid i hverdagen, god tid til opplevelser sammen med folk de har nær og i naturen. Høyt tempo i hverdagen og et høyt materielt forbrukt blir av flere nevnt som noe som går imot muligheten til å realisere deres visjoner om et godt liv. Enkelte trekker også fram at det å føle at man bidrar til noe større enn seg selv er viktig for et godt liv, og at et bærekraftig forbruk kan bidra til denne følelsen.

Intervjuer: Kan du se for deg et godt liv med redusert forbruk?

Ja, absolutt, det kan jeg. Det hadde vært befriende tror jeg. Har man ting så må man passe på dem. Jeg føler det hver gang vi kjøper noe nytt så liksom reduseres friheten rett og slett. Ok, ikke mindre ting som klær for eksempel, men kjøper man et nytt hus, ny bil og ny sykkel så er det mer og mer ansvar og mindre og mindre fritid fordi den fritiden som du kunne ha brukt på en tur i skogen må man liksom bruke i garasjen for å passe på de tingene som man har kjøpt seg (Intervju 2, mann, 30-40 år, business)

Samtidig finner vi at forbruksmønstrene, i tråd med eksisterende litteratur, er preget av etablerte vaner og hverdagsrutiner, og at de derfor er relativt stabile. Ved variasjon er det som oftest periodevis (f.eks. sesongbasert) eller ved store endringer (flytting, få barn etc.). Generelt ser det ut til at hva hver enkelt anser som praktisk og tilgjengelig er sterkt førende for hvor og når innkjøp blir gjort. Måter «praktisk» blir forstått på varierer imidlertid blant husholdningene, og ofte viser intervjuene at de ikke nødvendigvis har en klar begrunnelse for hvorfor deler av deres forbruk er som det er, det «bare er sånn».

Svært mange gjør innkjøp av dagligvarer på vei til og fra jobb. Bruken av kjøpesenter er høy, og dette begrunnes med at det er praktisk ettersom man finner alt på et sted. Bilbasert transport (grunnet begrenset dekning med kollektiv transport), pendling, og store avstander i kommunen bidrar til denne typen handlemønster. Forbruket, spesielt i familier, virker også å inngå i et noe kjønnnet mønster, der kvinner i større grad har ansvar for klær, interiør, og delvis mat, til husholdningen, mens menn har ansvar for elektronikk og sportsutstyr, sistnevnte også til barna.

Flytting skiller seg ut som en periode i livet hvor etablerte vaner blir brutt opp og forbruksmønsteret for en periode er ustabil inntil det stabiliser seg igjen. I dette vinduet med ustabilitet kjøpes det inn ekstra mange gjenstander fordi nye behov og forventninger oppstår (et annet lignende vindu kan være hvis man får barn).

Det huset var nytt for 4 år siden, så det var da vi gjorde en stor investering på den type ting. Da var det nytt spisebord, nye spisestuestoler, ny sofa, ja egentlig alt av sånne store møbler (Intervju 11, mann, 30-40 år, konsulent)

Alle virker åpne for å kjøpe klær brukt, og enkelte foretrekker dette fremfor å kjøpe nytt. De aller fleste handler allerede noe brukt, og spesielt Finn.no brukes aktivt. Samtidig påpeker flere at ombrukstilbud brukes oftere for å selge eller kvitte seg med ting enn for å handle. Brukthandelen er også mindre rutinepreget. Det later også til å være en felles forståelse om at plagg som ligger tett til huden ikke er egnet for å kjøpes brukt til voksne, mens flere barnefamilier ser ut til å ha en normalisert praksis for ombruk av barneklær/-ting (inkl. sportsutstyr).

Jeg er mye mer åpen for å kjøpe godt brukte sko enn godt brukte sokker liksom. Det går ikke. (...) Ja, det er lettere for meg å kjøpe et produkt som en jakke for eksempel enn en overdel av en eller annen grunn. Ja, det føles litt mindre intimt på et vis når du overtar det (Intervju 6, kvinne, 20-30 år, deltidsansatt)

Elektronikk virker å hovedsakelig kjøpes nytt. Klær og sportsutstyr trekker flere fram at de ønsker å forbruke lite av. Mange ser da etter kvalitet, garantier og reklamasjonsmuligheter, og foretrekker da gjerne kjøp av nytt snarere enn brukt.

For du har det rundt kvalitet som jeg tenker er viktigst. Og når jeg skal kjøpe meg selv, så bruker jeg veldig lang tid [...] Veldig lite impulsivt. For å sørge for at jeg kjøper minst mulig, som dekker et behov, så kjøper jeg dyrt. For at ting skal vare, og da kjøper jeg noe dyrt som har en garanti. (intervju 1, mann, 40-50 år, IT)

Samtidig er de mer åpne for å kjøpe brukte klær og sportsutstyr til barna ettersom de mener kvalitet er mindre viktig for dem enn for de voksne. Siden de er barn vil utstyret «slites uansett», i kombinasjon med at det må byttes ut relativt hyppig.

Men jeg vet at hvis jeg kjøper ski, da kommer jeg til å ta vare på dem, og ha dem i mange år eller selge dem på Finn. Så har ikke noe problem med det [kjøpe nytt]. Men hvis jeg kjøper noe til barn som jeg vet de skal vokse fra om kort tid, da er jeg som regel på Finn først, brukt først (intervju 1, mann, 40-50 år, IT)

Hva gjelder klær er det generelt stor variasjon blant de intervjuede. Mange ønsker et lavt forbruk av det, samtidig som andre anser klær som forbruksvarer som hyppig skiftes ut.

(...) jeg ofte går gjennom perioder der jeg nesten ikke kjøper noe, og så går jeg litt mer sånn bananas, men det blir nok i alle fall en eller to ganger i måneden, tror jeg (intervju 6, kvinne, 20-30 år, deltidsansatt)

Det er få som inkluderer utlån eller utleie i sitt forbruk, og de aller fleste foretrekker å eie. Deler av dette kan forklares med at man ikke er kjent med denne typen løsninger, men også at de ønsker å slippe logistikken tilknyttet lån/utleie, ettersom det krever en annen type planlegging. Videre er det mange som trekker fram at utleietjenester oppleves som både dyrt og upraktisk i dag. Utleie og –lån virker også å utfordre hvordan folk forholder seg til tingene sine, eller sammenhengen mellom eierskap og det å ta vare på ting. Dette uttrykkes på ulike måter i intervjuene, men resulterer uansett i at folk ikke nødvendigvis ønsker å leie.

Det er filosofien min er at hvis du eier noe så tar du vare på det ... Og da blir det slik at jeg ikke vil leie ting fordi jeg vet det blir lavere kvalitet i utgangspunktet, og at det ikke har blitt like godt ivaretatt (intervju 1, mann, 40- 50 år)

Det å bruke ting som andre har brukt fører jo til, eller det at det ikke er mitt fører igjen til det at jeg må passe litt ekstra på utstyre fordi andre skal bruke det etter meg, og jeg vil at de skal ha en fin opplevelse. Med eget utstyr så kan du gjøre hva pokker du vil, og det er jo deilig (intervju 12, mann, 15-20 år)

De få som har prøvd denne typen tjenester mener det var tilfeldig at de kom over muligheten samtidig som de hadde et spesifikt behov, f.eks. for verktøy eller henger. Opplevelsen at å ha leid har gjennomgående vært god.

Hva gjelder reparasjon er det svært mange av informantene som trekker dette frem som en tjeneste det er vanskelig å bruke, både på grunn av tilgjengelighet og pris. Mange gjør noen småreparasjoner selv, eksempelvis klesreparasjoner, men dersom det er større ting oppleves det som vanskelig å vite hvordan man kan få reparert det og for dyrt sammenlignet med pris på nye varer.

Men vi sjekket jo da med Elkjøp, eller en av disse, hva det koster å reparere. Og det er sånn latterlig dyrt. Det er det som kanskje er den største barrieren da. Så blir det til at det lønner seg å kjøpe nytt istedenfor å reparere brukt, som er veldig trist (intervju 4, kvinne, 50-60 år, pensjonist)

Forhold til ombruk

Vi har valgt å dele opp de mange observerte måtene å forholde seg til ombruk på i tre brede kategorier: 1) moralsk riktig, 2) stimulerende aktivitet, eller 3) et økonomisk valg. Disse kategoriene er ikke-ekskluderende, og personer kan forholde seg til ombruk på alle tre måtene, men vektlegge dem forskjellig. Når ombruk handler om hva som er moralsk riktig oppfattes det som et viktig bidrag til å gjøre samfunnet bedre, spesielt mer klima og naturvennlig.

Ombruk er veldig, veldig viktig og det blir jo bare viktigere og viktigere for se hva som skjer ute med klima og hvor varmt det er blitt og sånn (Intervju 4, kvinne, 50- 60 år, pensjonist)

Samtidig er det mange som ikke ser ombruk som sentralt for deres ønske om å leve mer miljøvennlig. Mindre kjøtt, kortreist mat og resirkulering blir av mange trukket frem som områder som er viktigere for et miljøvennlig forbruk enn ombruk og sirkularitet, noe som nok gjenspeiler hva som har vært høyt oppe på den offentlige agendaen. Når ombruk oppleves som en stimulerende aktivitet vektlegges brukthandel eller reparasjon som noe gøy, uforutsigbart og spennende. Med brukthandel kan de begi seg ut på en jakt etter større eller mindre skatter. De kan la seg more av det uforutsigbare utvalget, hvor hvert produkt har en historie. Her er god tid helt sentralt. Enkelte anser seg derfor som privilegerte som har overskudd av tid til å gå på bruktbutikker. I motsatt ende er det også noen som savner en følelse av tidsoverskudd som gjør at de kan engasjere seg i slike aktiviteter.

vi syns og begge to, særlig kona mi da, synes at det er veldig spennende å gå og kikke da i sånne bruktbutikker [...] Ja, altså de som er i jobb og har veldig travle dager (...). Du må ha litt tid hvis du skal liksom dra rundt og se etter ting. Det blir nok for dem mye raskere å gå til en butikk hvor de vet at de får varen med en gang, og så er de på en måte ferdig med det. Mens vi som er pensjonister, vi kan jo i langt større grad ta det som nærmest en utflykt (Intervju 7, mann, 70-80 år, pensjonist)

I de tilfeller hvor ombruk er et økonomisk valg så handler det om måter å spare tid og penger på. Dette fremstår som spesielt viktig for barnefamilier der det er rask omsetning av varer og ting. Det forventes at de skal spare penger og tid ved ombruk, og dersom de ikke gjør det så er det ikke av relevans for dem, eller av mindre relevans for dem. Salgsvarer virker i så måte å konkurrere med bruktvare.

Vi har ganske trang økonomi egentlig. Vi har ikke råd til å kjøpe nye ting i det hele tatt, men hvis jeg kjøper brukt da får jeg det til på en veldig fin måte (Intervju 3, kvinne, 30-40 år)

Vi følger liksom med i timen og ser at det er miljøvennlig og så videre, men det vil jeg si at det er sekundært. Det er i hvert fall årsak nummer 3 eller lengre ned på lista, så det første er å bruke mindre penger på det (intervju 2: mann, 30- 40 år)

Videre ser vi flere som spekulerer i om ombruk blir assosiert med lavere status, men dette er ikke et utpreget tema blant de intervjuede husholdningene. Andre beskriver at hva som kanskje var av slik stigma har forsvunnet eller blitt langt svakere.

Jeg har inntrykk av at dette med brukt har blitt helt annerledes. Altså holdningen til brukte ting har forandret seg veldig de siste årene. Selv unge folk synes jo nå at det er helt greit at det er noe som er brukt. Det er ikke forbundet noe negativt ved det (Intervju 7: mann, 70-80 år, pensjonist)

Flere av informantene forteller om klare tanker og krav om hva sirkulære tjenester skal møte for at de skal bruke mer av det. Samtidig kommer det frem at de ikke stiller tilsvarende krav til nye produkter eller lineære tjenester de allerede benytter seg av.

Kvalitet, og trygghet at du føler liksom at hvis du leverer noe da at det er trygghet i det som blir gjort, at det er kvalifiserte folk som driver og driver det det og.

Intervjuer: Hvor nøye er du med å sjekke kvalitet på det du kjøper nå da?

Ikke i det hele tatt. Det er jo litt forferdelig å tenke på. Det er rart. Det er, nei, for man kjøper mye billig klær. For eksempel hvor sømmen rakner. Altså, det er jo fast fashion liksom. Det er jo ikke noe god kvalitet og plagget er jo ødelagt etter null komma niks ofte (Intervju 6, kvinne, 20-30 år).

Bruk av kommunens ombruksinitiativ

Hvorvidt husholdningene bruker kommunens initiativer er først og fremst prisgitt at husholdningene vet om disse. Mange har hørt om ombruksbutikken Modus, flere har hørt om BUA-konseptet, men utover det er det lite eller ingen kjennskap til kommunens initiativ. Blant de som kjenner til ombruksinitiativene, så fordrer bruken av initiativene at de oppfattes som moralsk riktige, er stimulerende og/eller at man sparer penger på å kjøpe brukt. Men selv om dette er oppfylt ser ikke dette ut til å være tilstrekkelig for om husholdningene aktivt bruker initiativene.

[Når var du innom ombruksbutikken?] Nei, 10 år siden tenker jeg hvert fall. Husker ikke hva jeg har vært på jakt etter og om jeg fant noe, men jeg har vært der [...] Jeg synes det var veldig spennende å se. Jeg syntes absolutt det var veldig sånn fin atmosfære og gøy å gå der [...] Jeg tenkte at her må jeg jo tilbake å titte igjen hvis det er noe. Det er jo veldig nære her altså, med bil så tar det 5 minutter å kjøre (Intervju 4, kvinne, 50-60 år)

Det en veldig fin tjeneste som er sånn der hemmelig juvel som jeg ikke helt husker hva heter (...) Ja, Bua! Jeg har aldri brukt det, men jeg leste om det, og jeg tenker at det høres jo helt fantastisk ut (Intervju 10, kvinne, 30-40 år)

Utover kjennskap til initiativene og tilfredshet med hva de tilbyr så tilsier intervjuene at hverdagsrutiner er sterkt førende for hvorvidt og hvordan husholdningen forholder seg til kommunens initiativer. Disse hverdagsrutinene er relativt rigide, og korresponderer dårlig med bruk av ombruksinitiativene. Dermed blir dette en kraftig barriere mot å benytte seg av kommunens tilbud. Uvanlige åpningstider og mindre sentrale beliggenheter enn der folk vanligvis legger handleturene sine er det som fremheves som mest utfordrende.

Det er ikke arbeidstidsvennlig. Det stenger stort sett tre, hvordan kan jeg handle der da? Da må jeg avspasere fra jobben eller, eller bli syk [...] Altså det er skikkelig sånn, ja det er umulig. Og jeg skjønner grunnene til hvorfor er sånn, men de må legge til rette slik at folk som jobber rett og slett har anledning å dra dit, ikke bare pensjonister, og kanskje de som er hjemme av en eller annen grunn (intervju 3, kvinne, 30-40 år)

Det blir beskrevet at dette nødvendiggjør planlegging og at man må følge med. Uforutsigbarhet kan også handle om at kurstilbud planlegges kort tid i forveien eller plutselig avlysninger.

Videre oppleves det å ikke kunne planlegge, sjekke beholdning på forhånd og vite på forhånd hva du finner som en vesentlig barriere for bruk, og det å handle nytt blir til sammenligning betraktelig mye enklere.

Det kan nok hende, for hvis man ender opp med å bruke veldig mye tid på å lete etter ting, og ikke finne det, og hverdagen kan jo være hektisk for mange, så kan jo det

kanskje bli at da er det mer lett vint å bare dra på kjøpesenteret å skaffe seg noe med en gang, ikke sant (intervju 4, kvinne, 50-60 år, pensjonist)

Hva gjelder ulike former for *sosiale barrierer* så finner vi at noen husholdninger kan virke å definere seg ut av initiativene fordi de oppfatter dem som myntet på andre. Ombruksaktørene selv og de som deltar aktivt spekulerer i om tiltakene anses mer som sosiale tiltak, helsetiltak eller for mennesker med dårlig økonomi. Potensielt kan koblingen til kommunen være med på å forsterke dette.

... og hun hadde snakket med noen andre som fikk litt sånn inntrykk av at det var for folk som trengte å ha noe å gjøre. At det kanskje ble litt sånt stigmatiserende, at man ikke har råd til å gjøre noe, at man liksom ... Og at man kanskje, det som jeg synes er veldig positivt, som hun mente man kanskje skulle ha tonet ned, er at alt er fra søppelfyllingen, at det synes noen er litt guffent da (Intervju 18: kvinne, 40-50 år, ufør)

2. Asker kommunes OMigjen-prosjekt

Asker ønsker å utvide ombrukstilbudet i kommunen, for å redusere forbruk og avfall, gjøre det enklere å leve mer klimavennlig, samt fremme grønn næringsutvikling og sosial bærekraft. Våren 2021 engasjerte kommunen Sprint Consulting, med midler fra Klimasats (Miljødirektoratet), for å gjøre en studie for å undersøke mulighetene for en felles arena for bærekraftig forbruk i 15 Asker og Bærum. Målet for en slik arena var å bidra til å nå kommunenes klimamål og samtidig skape en verdi for innbyggere, lokalt næringsliv, og frivillighet. Sprint foreslo fire mulige løsninger for en toårig pilot:

1. OMigjen Galleriet –Et fullsirkulært senter med ombruksprodukter og –tjenester, samt mottak og sortering
2. OMigjen Pop-up –Et dynamisk konsept med satellitter i eksisterende handelssentrum
3. OMigjen Fabrikken –Inkubator for ombruksgründere
4. OMigjen Kartet –Digital plattform og insentivprogram for ombruk i kommunene

(Sprint 2021)

Av disse fire konseptene har Asker kommune gått videre med senterkonseptet (alternativ 1), pop-up-konseptet gjennom etableringen av en ny ombruksbutikk i Sætre (alternativ 2) og et digitalt kart som skal synliggjøre sirkulære og bærekraftige initiativer i kommunen (alternativ 4). Det er i hovedsak prosessen rundt senteret, og delvis det digitale kartet, vår forskning er sentrert rundt. Ønsket er å samle ombruksbutikker, reparasjon, utleie og opplevelser under samme tak. Visjonen er dermed å inkludere sosiale komponenter knyttet til frivillighet og arbeidstrening inn i et samarbeidsformat med kommersielle aktører, og dermed møte de tjenestene forbrukerne etterspør og behøver for å gjøre ombruk og sirkularitet til en større del av hverdagslivet. Asker kommune er dermed en av etter hvert mange kommuner, i samarbeid med andre aktører, som jobber med å utvikle og utvide senterkonsept som arenaer for sirkulært og bærekraftig forbruk i Norge.¹

Innsikter fra aktørintervju

Våren 2021 gikk Asker kommune relativt bredt ut mot aktuelle aktører til OMigjen og ønsket deltagelse og en samskapende prosess fra start. Det viste seg vanskelig å få formalisert interesse og deltagelse uten særlig fastlagte rammebetingelser. De fleste forholdt seg avventende, og kommunen måtte derfor gå videre i arbeidet med å forme konseptet rundt OMigjen-senteret uten etablerte samarbeidspartnere. Datainnsamlingen vi gjorde parallelt med kommunens prosjektutviklingsarbeid viser noe sprikende interesser hos de ulike aktørene tiltenkt en rolle i senteret. Videre virker

¹ Se for eksempel BrukOm i Trondheim, drevet av Trondheim Renholdsverk: <https://trv.no/produkter-og-tjenester/brukom/>, Resirkula på Hamar, drevet av det interkommunale selskapet Sirkula: <https://www.resirkula.no/>, eller Egna i Bodø som drives av FREM, i samarbeid med KPB, Iris Salten, Re Innovasjon og Kirkens Bymisjon: <https://www.egna.no/>

aktørene å skape seg sitt eget bilde av hva OMigjen skal være, ettersom prosjektet har hatt såpass få fastlagte detaljer. I det følgende oppsummeres innsikten fra intervjuer med ulike typer aktører som har vært en del av dialogen rundt OMigjen, samt det digitale kartet.

De større kommersielle aktørene er i utgangspunktet svært positive til ideen, de setter pris på å bli invitert inn i dialogen og ønsker at kommuner og andre offentlige aktører skal gå i front på denne typen initiativ. De har selv manglende kapasitet til å skalere opp de sirkulære delene av bedriften. De har mange produkter der det er potensiale for sirkulært tilbud, men de mangler menneskelig kapasitet og gode systemer/logistikk både fysisk og digitalt. I tillegg opplever de administrative og juridiske utfordringer, og en usikkerhet knyttet til hva de har lov til og ikke. Dette hindrer dem fra å teste ut nye aspekter. Sirkulære segmenter i bedriften holdes derfor små og markedsføres begrenset fordi de mangler systemene for å møte økt etterspørsel.

Ja, ikke så veldig stort, fordi at vi holder det litt på et lavt nivå med [...] fordi vi må klare å få til systemene før vi skalerer opp (kommersiell aktør 1, 30.09.21)

De kommersielle aktørene uttrykker videre et ønske om å kunne presentere first-hand og second-hand som likeverdige produkter og bygge ned forskjellene mellom dem heller enn å separere tilbudene. I tilknytning til OMigjen-konseptet uttrykkes det derfor noe skepsis, spesielt hvorvidt egen merkevare vil forringes i assosiasjon med bruktbutikker og start-ups. Dersom de skal delta uttrykkes det et ønske om at flere store merkevarer samlokaliserer for at de skal se nytten av å være der, samt at senteret har infrastruktur eller tjenester de kan dra nytte av.

det er jo koselig med bruktbutikker og Fretex, og alt det. Men blir det liksom en sånn Fretex-greie på det, så blir det jo en spesiell type folk som kommer (kommersiell aktør 1, 30.09.21)

De uttrykker videre noe skepsis knyttet til arbeidstrening som en sentral komponent, spesielt hvorvidt denne arbeidskraften vil ha tilstrekkelig kompetanse til å jobbe med merkevarer. Aktørene beskriver videre at de har liten kapasitet til å være med i selve konseptutviklingen, blant annet fordi de ikke har eget personell som kan ta på seg disse oppgavene. Videre har de gjerne allerede etablerte butikker og systemer for noen sirkulære tjenester, og opplever det ikke som aktuelt å flytte disse vekk fra ny-vareutsalg. Dersom de skal utvikle andre deler av det sirkulære må dette forankres sentralt i bedriften (eventuelt også globalt), noe som kan ta tid. Det er vanskelig å fronte ideen om OMigjen til ledelsen når få deler av bedriftsmodellen er fastlagt.

Denne typen aktører er vant til samarbeidsmodeller bakover i verdikjeden, men har mindre erfaring med samarbeid mot forbruker (eksempelvis utsalg, produkthåndtering, markedsføring). Det er store kostnader tilknyttet å jobbe med brukt og reparasjon i dag og de har få insentiver utover merkevarebygging. Det er vanskelig å få ledelsen til å investere i noe som ikke lønner seg. I samarbeidsmodeller vil inntjeningsaspektet være enda viktigere, da inntjeningen blir lavere når den må fordeles på flere aktører. Dersom de utvider innenfor egen virksomhet holder de i kompetansen, produktansvaret og inntjeningen, mens i samarbeidsmodeller kan dette bli utfordrende. Dermed fremstår det som noe usikkert om de har intensjoner til å faktisk være fysisk tilstede, og med hvilken kapasitet.

Jeg vet ikke helt hvordan enda og i hvor stor grad vi skal gå inn i det det [...] Foreløpig er det liksom på tegneblokk føler jeg (kommersiell aktør 2, 14.10.21)

Mindre kommersielle aktører som jobber med ombruk, sirkularitet og bærekraft har gjerne eksisterende utfordringer tilknyttet drift og omsetning, noe som skulle kunne tilsa at det var denne typen aktører som ville dra mest nytte av stordriftsfordeler og tilrettelegging fra kommunen. Likevel opplever de aktørene vi har intervjuet at konseptet er noe fremmed og konkurrerende. Det trekkes frem at etablering av et ombrukssenter oppleves noe paradoksalt når målet er få folk til å handle mindre.

Altså hvis man virkelig vil satse på gjenbruk og reparasjon og sånt, så synes jeg at hvis de hadde investert i allerede eksisterende bedrifter og butikker ... så kunne man faktisk ha, hvis man hadde gitt noen goder til de som allerede driver med det isteden for å investere i et helt nytt kjøpesenter, et i nord og et i sør, så hadde man faktisk kunne ha fått et, et utrolig godt resultat. For da kunne alle ha handlet gjenbruk, uansett hvor de bor (kommersiell aktør 4, 15.10.21).

Aktørene uttrykker videre en skepsis mot storskala og markedsmekanismer som drivere for grønn omstilling. Det positive læringspotensialet de har i dag handler i stor grad om den sosiale biten, møteplassen, at det er lite og intimt, at folk kan senke pulsen og snakke sammen, tenke seg om, lære av hverandre - nettopp det at de tilbyr en annen type handleopplevelse. Grunnet i egne erfaringer med hvor utfordrende og tidkrevende det er å drive med ombruk oppleves også OMigjen som urealistisk for dem. De uttrykker et ønske om direkte støtte til de eksisterende lokale initiativene heller enn motarbeidelse og konkurranse fra et nytt konsept.

Hvis ikke det er veldig tydelig fra før, så er vi veldig redde for at dette ombrukssenteret skal spise levebrødet vårt (kommersiell aktør 5, 15.10.21).

Videre opplever noen av aktørene at kommunen allerede står i en urettferdig lukrativ posisjon ved å kunne bruke gratis varer fra avfallsstasjonen, ha en etablert infrastruktur og allerede tilgjengelig arbeidskraft, samt at de delvis allerede er i konkurranse med noen av kommunenes initiativer.

Ulike typer *ideelle aktører* (inkludert de som støttes kommunalt i dag) uttrykker at det er positivt at de involveres i prosessen, men ser også konseptet som relativt uforenlig med egne bedriftsmodeller. Disse aktørene belager seg noe på frivillighet i dag, samt tilbyr viktige sosiale møteplasser for ulike deler av befolkningen, og ser det vanskelig å kombinere dette i et senterkonsept. Også her ser man at noen av aktørene er bekymret for forringing av 'merkevare' i assosiasjon med 'ombruk' eller andre aktør.

Hvilke assosiasjoner får jeg til [aktøren] hvis det er relatert veldig mye til å sy nye tekstiler? Bruke kongler i skogen til knagger? Jeg setter det litt på spissen sånn ... (ideell aktør 2, 23.09.21)

Videre er eksisterende bedriftsmodeller gjerne noe uforutsigbare og de er usikre på om de vil klare å levere det OMigjen-konseptet etterspør, særlig hva gjelder åpningstider, da de allerede opplever manglende ressurser. De av aktørene som i dag samler inn varer lokalt er også bekymret for om egen varestrøm vil kunne forringes på lang sikt, noe som kan gjøre det vanskelig eller umulig å fortsette eksisterende drift.

De er vare for dette ... de er redde for å bli utkonkurrert, det er de ja. Å bli sittende på en måte igjen med 'Svarte Per', det er liksom det som er overskriften på det (ideell aktør 1, 23.09.21).

Derfor oppleves det også utrygt å ikke samarbeide med konseptet, men det er også mye usikkerhet knyttet til hvordan å finne samarbeidsmodeller som fyller både deres og senterkonseptets behov.

Kommunale aktører med arbeidstrening uttrykker også noe skepsis knyttet til senterkonseptet. De opplever det som positivt at arbeidstrening er prioritert i konseptet, men er usikre på hvordan egen drift skal kunne fungere i et senterkonsept. Fokuset deres er først og fremst arbeidstreningen, ikke det sirkulære. De er redde for at de ikke skal være i stand til å ivareta disse oppgavene i et senterformat. Det er videre vanskelig å forstille seg hvordan de skal kunne møte et kommersielt drevet senteres behov hva gjelder åpningstider (eksempelvis ettersom arbeidstrening på kveld og i helger begrenses av NAV), inntjening eller kundebehandling. Det uttrykkes også redsel for å miste kontroll over egen drift når det legges inn under i et senter.

Ja altså per i dag, så er vi jo så selvstendig at vi kan ta egne valg. I et kjøpesenter, så mister vi veldig mye styringsretten på hvordan vi gjør ting selv (ombruksaktør, 28.10.21)

Samtidig uttrykkes det bekymring for at arbeidsoppgavene som er tiltenkt deltagerne deres potensielt kun vil være lavstatusoppgaver (eksempelvis bæring, sortering, vasking, rengjøring), og ikke tilby en progresjon slik at deltagerne blir gradvis mer rustet for ordinært arbeidsliv.

Deltagelse i digital plattform

Hva gjelder den digitale plattformen er det noe ulike oppfatninger blant de tiltenkte aktørene, men jevnt over er de positive til en eventuell deltagelse. De større, kommersielle aktørene utpeker seg som mest positive, og fremhever potensialet for at dette kan fremme deres merkevarebygging som en grønn aktør. De mindre kommersielle aktørene og de fleste ideelle aktørene trekker frem at det kan gi økt synlighet og styrke deres markedsføring, eventuelt ta over markedsføringsarbeid som de helst ikke vil gjøre selv.

Aktører med arbeidstrening er derimot noe bekymret for at deltagelse i en slik løsning vil føre til merarbeid og ta fokus vekk fra viktigere oppgaver knyttet til deltagerne. Liknende skepsis reflekteres også blant noen av de kommersielle og ideelle aktørene, men i mindre grad. Flere trekker fram at det må være en klar egen nytte i deltakelsen, og at det ikke er interessant med ekstraarbeid uten en gevinst de anser som lukrativ. Det er tydelig at også den digitale plattformen vil være nødt til å møte relativt ulike behov hos de ulike aktørene. Kommunen bør være forberedt på noe tilrettelegging og tilpassing til den enkelte aktør.

Innsikter fra husholdningsintervju knyttet til OMigjen-prosjektet

Deler av husholdningsintervjuene fokuserer også spesifikt på hva innbyggerne ønsker seg fra et senter som OMigjen. Basert på dette og innsiktene samlet om forbruk (presentert over) har vi formulert noen konkrete innspill til Asker kommunes OMigjen-prosjekt.

Som et første punkt virker det svært fordelaktig at OMigjen-prosjektet bidrar til å gi innbyggere og andre aktører en følelse av å bidra til noe positivt, tiltrekkende og større enn seg selv. Dette svarer direkte til innbyggernes ønske om å vite hva som er riktig og viktig i et mylder av hverdagsvalg som

tas. Alle de intervjuede ønsker å gjøre hva som er godt og riktig for seg selv og samfunnet, og blir motiverte når de får vite mer om effekten av forbruksendring. Kommunen kan tilrettelegge for dette. Det er flere måter dette kan gjøres på enn kun måling av f.eks. CO2-utslipp ved et gitt innkjøp. For eksempel kan bruk av sirkulære tjenester rammes inn som bidrag til 'mindre avfall', 'en bedre verden', 'et hyggeligere Asker', 'et bærekraftig lokalsamfunn', 'et lykkeligere liv'.

Videre later innbyggerne til å stille strengere krav til en helhetlig miljøtankegang på et ombrukssenter enn et 'vanlig' handlesenter. Derfor bør nok kommunen være kompromissløs og grundige på bærekraftstenkning i alle ledd. Ettersom sirkulært forbruk krever en (for mange krevende) omlegging av eksisterende forbruksmønstre vil det stilles høyere krav til alternativet enn til det etablerte.

Ting og utstyr til barn virker å være det området hvor det er mest innarbeidet med ombruk i dag. Dette kan dermed også være et naturlig segment å fokusere på i en startfase, og kan potensielt fungere som 'brekkstang' for å overføre ombruk til andre deler av forbruket. Samtidig kan det også være dette segmentet det er mest konkurranse om, f.eks. grunnet Finn.no. Dersom man skal tiltrekke seg barnefamiliene kan det også være hensiktsmessig å tilby noen aktiviteter for barn, være seg lesestund, leker til utlån, tegnebord eller lignende, noe flere av informantene påpekte. Gode tilleggstjenester som dette vil kunne være avgjørende for å tiltrekke seg forbrukere som ikke ellers ville valgt sirkulære tjenester.

Utlån og utleie virker som et marked der det kan være utfordrende å utvikle populære tjenester. Enkelte nevner tilhengere eller verktøy som potensielt tiltrekkende å leie, men her finnes det allerede aktører på markedet. De som er positive til utlån av idrettsutstyr påpeker at det vil være mer hensiktsmessig med utleie i fysisk tilknytning til der aktiviteter foregår for å unngå unødvendig logistikk. Potensielt er dette heller et marked som kan utvikles på lang sikt når OMigjen har fått en tydeligere forankring.

Samtidig, og kanskje paradoksalt, ønsker mange at senterets varer og tjenester skal kunne levere på tilnærmet like vilkår som et vanlig handlesenter og være et senter der man kan få dekket mange behov samtidig. Det som ofte trekkes frem som det spennende med ombruk, at det er uforutsigbart, blir derfor også trukket frem som årsak til hvorfor folk ikke bruker denne mulighetene i vesentlig grad. Det tar tid å lete etter det man trenger i ombruksbutikker, og derfor blir det enklere å velge etablerte kjeder som H&M eller XXL i en hektisk hverdag. Folk ønsker altså en viss forutsigbarhet i tilbudene, lett tilgjengelighet med både bil og kollektivtransport, og nærhet til de handelssentra som frekventeres.

Videre brukes gjerne mangel på tjenester som bytterett, reklamasjonsrett og garantier som årsaker til å velge nytt heller enn brukt. Derfor kan det være fordelaktig å utvikle måter å imøtegå forbrukernes behov for ulike typer forbrukerrettigheter, eventuelt på alternative måter slik som å tilby gratis service på brukt sportsutstyr eller gratis reparasjon på brukte klær/tekstiler. Det vil også kunne være verdifullt å etablere måter å kommunisere at ombruksvarer og sirkulære tjenester er av god kvalitet til forbrukerne. Flere trekker frem at produktforståelse og kompetanse blant de ansatte om produktene kan bidra positivt til forbrukerens tillit til god kvalitet på brukte varene og sirkulære tjenester.

Samtidig som senteret bør streve etter å imøtegå deler av forbrukernes behov knyttet til forutsigbarhet, logistikk og hverdagsrutiner så er det viktig å opprettholde senterets mål om å endre

forbruksmønstre og bidra til lavere avfallsproduksjon på lengre sikt. Oppnåelse av dette målet krever store endringer på alle nivåer, også på forbrukernivå. Derfor tror vi det er viktig at forbrukernes behov ikke bare møtes, men også utfordres i møte med OMigjen. Gjennom å dele informasjon og kompetanse i møte med forbrukerne, bidra til refleksjon rundt forbruksmønstre, og synliggjøre bærekraftige initiativer, tjenester og forbruksmåter vil OMigjen også kunne skape handlingsendring i en mer bærekraftig retning.

Til slutt vil vi understreke at forbruksendring tar tid, så det er nødvendig å være tålmodige i evaluering av effekten av OMigjen-prosjektet. Som tydeliggjort i seksjonene over er forbruk dypt integrert i vaner, som kjent er vonde å vende. Dette gjelder også for svært miljøbevisste husholdninger, da holdning dessverre ikke er direkte overførbart til handling.

Avslutning

I denne rapporten har vi sammenstilt innsiktene fra ulike deler av datainnsamlingen som har foregått siden høsten 2020, med fokus på Asker kommunes ombruksarbeid og OMigjen-prosjektet. Datamaterialet knyttet til de eksisterende ombruksaktørene i Asker kommune viser at hvert enkelt initiativ er viktige arenaer for læring, mestring og sosialt felleskap, men det ligger allerede et sterkt press på organisasjonsmodellene i dag. Det er krevende å drive med ombruk, selv med kommunen i ryggen, og det er lite drahjelp i eksisterende systemer. De fleste aktørene påpeker at det er stort potensiale for å utvide tilbudene hva gjelder mengde og kvalitet på ombruksvarer, men de begrenses med tanke på økonomisk- og organiseringsmodell, ressurser og kommunikasjon.

Husholdningsmaterialet viser at de fleste ønsker å leve klima og miljøvennlig. De anser eget forbruk som en viktig del av dette og tror på lik eller økt livskvalitet med et mer bærekraftig forbruk. Samtidig er hverdagsrutiner svært styrende for de enkeltes forbruk, og handel hos de største kommersielle aktørene er normalen og rutinepreget. De fleste kjøper likevel noe brukt, spesielt til barn. Svært få benytter seg aktivt av utleie/utlån. Relativt få benytter seg av kommunens initiativer, der mangel på kjennskap til dem kan forstås som en årsak, og etablerte hverdagsrutiner den andre. Åpningstider, lokasjon og uforutsigbarhet i tilbudene trekkes frem som barrierer mot å bruke de eksisterende initiativene. OMigjen-prosjektet kan delvis møte noen av disse behovene, men sirkulære tjenester vil likevel kreve en annen type planlegging og investering enn i de eksisterende lineære systemer.

Datamaterialet som fokuserer på ulike aktørers oppfatning av OMigjen-prosjektet og egen rolle viser at de fleste av aktørene syns grunnideen er svært god, men at det eksisterer en usikkerhet knyttet til hva OMigjen-prosjektet skal være, hvem som skal delta og hva eventuell deltagelse vil bety for de ulike aktørene. Det er også stor usikkerhet rundt kommunens rolle, hva det betyr i praksis og hvem det vil gagne på lang sikt, samt hva kommunen er forberedt på å legge inn av midler for å tilrettelegge. Flere aktører uttrykker usikkerhet knyttet til hvorvidt man vil nå flere forbrukere enn gjennom eksisterende initiativer og dermed hvorvidt det er verdt deltagelse. Flere av aktørene vektlegger at de har et varemerke eller fokus de er redde for at skal forringes i en samarbeidsmodell. Videre stilles det spørsmål til ideen om å samle varer og tjenester på et sted, istedenfor å løfte ombruk og sirkularitet som en del av eksisterende markedskonsepter og dermed bidra til å bygge ned forskjellene mellom nytt og brukt. Aktørene opplever kommunikasjonen fra kommunen som noe utydelig og er usikre på hvordan økonomiske, miljømessige og sosiale aspekter prioriteres. Deltagelse i en digital plattform er derimot de fleste aktørene svært positive til, selv om det er noe usikkerhet tilknyttet hva det faktisk vil innebære. I sum viser materialet at det eksisterer høy grad av usikkerhet, både hva OMigjen-prosjektet skal være, hvem som skal delta og hva det vil ha å si for de ulike aktørene. De fleste aktører syns grunnideen er god, men de opplever at det er for mange ubesvarte spørsmål rundt det praktiske til å kunne ta stilling til egen deltagelse. Hvordan få det til i praksis og hvem dette er for, er spørsmål som gjentar seg.

Alle husholdningene syns OMigjen høres ut som en veldig god ide. De virker å stiller høye krav til bærekraft i alle ledd i et slikt konsept, og motiveres av å forstå hvilken rolle deres forbruk spiller i et større hele. Videre virker barnefamiliene som en spesielt relevant gruppe å fokusere på gitt at de allerede har normalisert noe brukthandel. Husholdningene ønsker seg et senter som kan levere på deres krav knyttet til hva som er enkelt, praktisk, billig og forutsigbart. Vi tror det vil være viktig å også benytte mulighetene som ligger i OMigjen til å utfordre forbrukerne og stimulere til bredere refleksjon slik at prosjektet også kan bidra til å redusere forbruk på lengre sikt.

Referanser

- Amundsen, H., & Westskog, H. (2018). Omstilling til lavutslippssamfunnet – Hvordan kan kommunene bidra? In *Grønn omstilling - norske veivalg*, redigert av Haarstad H. and Rusten, G.. Oslo: Universitetsforlaget.
- Camacho-Otero, J., Boks, C., & Pettersen, I. N. (2018). Consumption in the circular economy: A literature review. *Sustainability*, 10(8), 2758.
- Camacho-Otero, J., Pettersen, I. N., & Boks, C. (2020). Consumer engagement in the circular economy: Exploring clothes swapping in emerging economies from a social practice perspective. *Sustainable development*, 28(1), 279-293.
- Christensen, T. B. (2021). Towards a circular economy in cities: Exploring local modes of governance in the transition towards a circular economy in construction and textile recycling. *Journal of Cleaner Production*, 305, 127058.
- Defila, R., & Di Giulio, A. (2020). The concept of “consumption corridors” meets society: How an idea for fundamental changes in consumption is received. *Journal of Consumer Policy*, 43(2), 315-344.
- Departementene (2020). *Nasjonal strategi for ein grøn, sirkulær økonomi*. Departementene, Norge. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonal-strategi-for-eingron-sirkular-okonomi/id2861253/> (16.06.22)
- European Commission (EC) (2020). *A new Circular Economy Action Plan*. For a cleaner and more competitive Europe. Brussels.
- European Commission (EC) (2015). *Closing the loop – An EU action plan for the circular economy*. Brussels.
- Hansen, T., & Coenen, L. (2017). Unpacking resource mobilisation by incumbents for biorefineries: The role of micro-level factors for technological innovation system weaknesses. *Technology Analysis & Strategic Management*, 29(5), 500–513
- Hargreaves, T., Hielscher, S., Seyfang, G., & Smith, A. (2013). Grassroots innovations in community energy: The role of intermediaries in niche development. *Global environmental change*, 23(5), 868-880.
- Hobson, K., Holmes, H., Welch, D., Wheeler, K., & Wieser, H. (2021). Consumption Work in the circular economy: A research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 321, 128969.. 24
- Kropfeld, M. I. (2022). Lifestyles of enough exploring sufficiency-oriented consumption behavior from a social practice theory perspective. *Journal of Consumer Culture*, 14695405221095008.
- Moser, A. K. (2015). Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior. *Journal of consumer marketing*
- Sandberg, M. (2021). Sufficiency transitions: A review of consumption changes for environmental sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 293, 126097.

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. Sage.

Sprint Consulting (2021). *Arena for bærekraftig forbruk i Asker og Bærum*. Mulighetsstudie gjennomført av Sprint Consulting.

Sutcliffe, T. E., & Ortega Alvarado, I. A. (2021). Domesticating circular economy? An enquiry into Norwegian subnational authorities' process of implementing circularity. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 23(6), 752-765.

Westskog, H., Amundsen, H., Christiansen, P., & Tønnesen, A. (2020). Urban contractual agreements as an adaptive governance strategy: under what conditions do they work in multilevel cooperation? *Journal of Environmental Policy & Planning*, 22(4), 554- 567.

Wilhite, H. (2012) 'Towards a Better Accounting of the Roles of Body, Things and Habits in Consumption', in Warde, A. and D. Southerton (eds.) *The Habits of Consumption*. COLLeGIUM. Helsinki.

Appendix

Beskrivende informasjon om informanter til husholdningsintervjuene				
Nummer	Alder	Kjønn	Yrke	Husholdning
1	40-50	mann	IT	partner, 2 barn (12 og 14)
2	30-40	mann	business	Partner, 2 barn (1 og 5)
3	30-40	kvinne	lærer	Partner, 2 barn
4	50-60	kvinne	pensjonist	partner
5	70-80	mann	pensjonist	alene
6	20-30	kvinne	deltidsansatt	mor
7	70-80	mann	pensjonist	partner
8	40-50	mann	ingeniør, telekommunikasjon	partner, 2 barn (15 og 18)
9	20-30	mann	lagermedarbeider	foreldre, 2 søsken
10	40-50	kvinne	kontomedarbeider	partner, 2 katter
11	30-40	mann	konsulent, byggebransjen	partner, 2 barn (3 og 6)
12	15-20	mann	student VGS	mor, far, 1 bror
13	30-40	kvinne	analytiker, olje og energi	kone, 2 barn (7 og 12)
14	20-30	kvinne	skuespiller/kommunal vikarjobb	mor og far
15	60-70	kvinne	ufør	partner
16	50-60	mann	ufør	partner og 4 barn
17	40-50	kvinne	ufør	partner og 2 barn (11 og 14)
18	40-50	kvinne	ufør	partner og 1 barn
19	40-50	mann	energisektor	partner og 1 barn



Include

Forskningssenter for sosialt
inkluderende energiomstilling