



# Økt ombruk av forbruksvarer i Bergen

April 2024

# Sammendrag

Bergen kommune har en ambisjon om å være en pådriver for en offensiv, radikal og rettferdig klimaomstilling, slik at alle i Bergen kan leve gode liv med lave klimagassutslipp i et endret klima. En viktig strategi for å nå denne ambisjonen er å sirkulere dagens ressurser og ta vare på det vi allerede har. Som et steg i denne prosessen har det blitt gjennomført et mulighetsstudie med formål om å kartlegge hvordan man kan øke ombruk av forbruksvarer i Bergen.

Tre mulige konsepter er utviklet og anbefalt gjennom arbeidet, basert på innsikt fra involvering av både Bergens innbyggere, lokale ombruksaktører og andre næringsaktører, i tillegg til en skrivebordsanalyse (se fremstilling til høyre). Disse beskrives i skisseform med nøkkelinformasjon som målgruppe, nødvendig infrastruktur, behov og overordnet plan for realisering.

- **Omkrets** - Bergen ombrukssenter, er et kjøpesenter for ombruk med både bruktbutikker, ombrukstjenester som reparasjon, utleietjenester og fokus på sosial bærekraft gjennom arbeidstrening.
- **Bruk Bergen** er et konsept for et sirkulært sentrum, hvor bruktbutikker og andre ombrukstjenester samlokaliseres i et område. En paraplyorganisasjon vil bistå ombruksaktørene med felles tjenester som markedsføring, regnskap osv.
- **Bergen Reparerer** er en informasjonshub for reparasjonstjenester i Bergen og vil gi innbyggerne god oversikt over hvor de kan få reparert og vedlikeholdt sine egne forbruksvarer.

For realisering av konseptene er det behov for å utarbeide forretningsmodell, finansieringsplaner (inkl. mulige støtteordninger) og etablere prosjektgrupper som kan stå for videre planlegging og realisering. Det er behov for tett involvering av næringslivet for å sikre at konseptene på sikt kan stå på egne ben uten stor grad av kommunal involvering.

## Rapportens tre prioriterte konsepter




## Innholdsfortegnelse

I. Bakgrunn	5
II. Nåsituasjon	10
III. Fremtidens ombruk	23
IV. Prioriterte konsepter	37
V. Veien videre	53
VI. Vedlegg	57

# Bakgrunn

Kapitlet beskriver prosjektets formål, tilnærming og prinsipper for konseptutvikling

A large, stylized teal number '1' is centered within a white circle that occupies the right side of the slide. The circle is partially cut off by the right edge of the frame.

# Forord

Alle i Bergen kan leve gode liv med lave klimagassutslipp i et endret klima. For å oppnå denne visjonen skal Bergen kommune være en pådriver for en offensiv, radikal og rettferdig klimaomstilling. En viktig strategi for å nå denne ambisjonen er å sirkulere ressursene som eksisterer i dag, med et mål om å ta vare på det vi allerede har.

Rapporten “Sirkulære Bergen”<sup>1</sup> i 2021 trekker frem forbruksvarer som én av fire områder med særlig stort sirkulært potensial, men at barrierer som et umodent marked for annenhåndsprodukter samt et rigid skatte- og avgiftssystem hindrer en sirkulær transformasjon.

Disse funnene poengterer behovet for å iverksette konkrete prosjekter og tiltak for å få opp tempo på den sirkulære omstillingen. Dette prosjektet bidrar med innsikt til hvordan kommunen kan legge til rette for ombruk av forbruksvarer i større skala, og hvordan kommunen kan bidra til etablering, styrking og samlokalisering av sirkulære initiativer. Dette vil gjøre det lettere for innbyggerne i kommunen å ta klimasmarte valg ved å velge varer med et lavere klimafotavtrykk og redusere sitt forbruk av råmaterialer. Prosjektet er et viktig steg mot å omstille kommunen til et sirkulært samfunn.

Sluttrapporten skal fungere som et beslutningsgrunnlag i kommunens videre tilrettelegging for at bergensere velger varer og tjenester med lavt klimafotavtrykk.

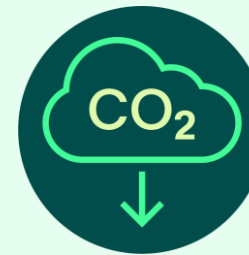
<sup>1</sup>Sirkulære Bergen. Bergen kommune, PwC og Bioregion Institute. 2021. [Link](#)  
Bergen kommune | PwC



## VISJON

Bergen er en pådriver for en offensiv, radikal og rettferdig klimaomstilling, slik at alle i Bergen kan leve gode liv med lave klimagassutslipp i et endret klima.

## Målsettinger i Grønn Strategi



**Kutte direkte utslipp**



**Sirkulere ressursene**



**Bevare naturen**

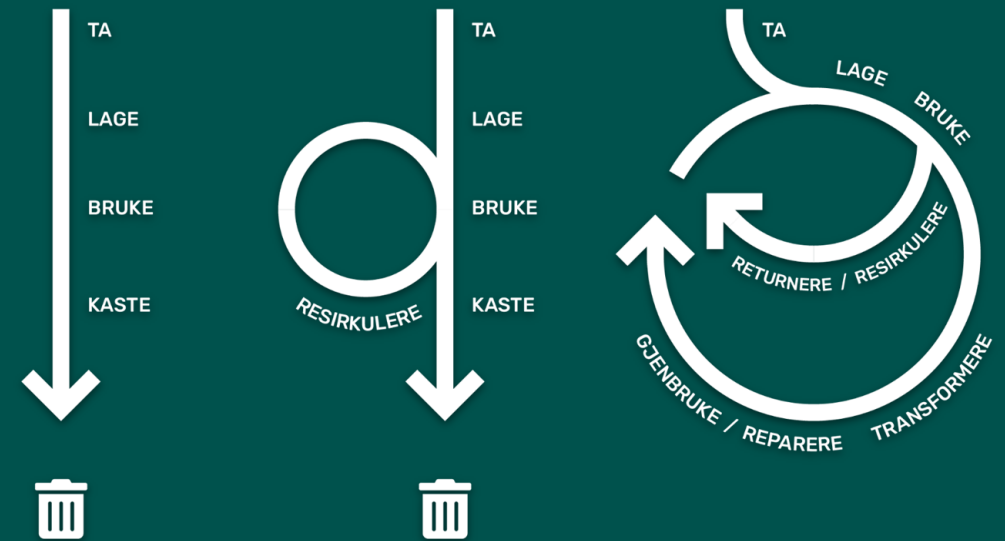


**Forberede for endring**

## MÅL

# Økt ombruk av forbruksvarer som et ledd i et sirkulært Bergen

Prosjektet er et skritt på veien for å sikre at forbruksvarer i Bergen holdes i kretsløpet lengst mulig, gjennom sirkulære konsepter som både det offentlige støtter opp under, ombruksaktører driver og innbyggerne vil benytte.



*Illustrasjon: PwC og Bioregion Institute  
(Sirkulære Bergen, Bergen kommune, 2020)*

# Prosess og tilnærming

Beslutningsgrunnlaget ble utarbeidet i perioden oktober 2023 til april 2024.

## Organisering

Bergen kommune ved Silje Østerbø og Kjersti Sollund (Klimaetaten) har vært prosjekteier og har hatt overordnet ansvar for prosjektet. Sammen med konsulenter fra PricewaterhouseCoopers (PwC) har dette utgjort kjernegruppen. Prosjektet har også inkludert en bred medvirkningsprosess av Bergens innbyggere og næringsaktører.

## Tilnærming

Prosjektets overordnede tilnærming har vært inspirert av Design Thinking metodikk. Først ble det gjennomført en utforskningsfase hvor det ble gjennomført en skrivebordsanalyse for å se til eksisterende ombrukskonsepter i Norge og Europa. I tillegg ble det gjennomført en rekke intervjuer av ulike aktører som har en rolle inn mot ombruk, samt en spørreundersøkelse blant innbyggerne i Bergen. Denne innsikten ble tatt med inn i en idéskapingsfase hvor det ble gjennomført en fysisk workshop med aktører innen ombruk i Bergen. Her ble det utarbeidet skisser av ulike ombrukskonsepter. Til slutt ble det gjennomført en definisjonsfase hvor disse skissene ble spisset og konkretisert gjennom videre dialog med aktører og en digital workshop.

Spørsmålgrunnlaget for spørreundersøkelsen ble utarbeidet basert på en lignende undersøkelse gjennomført av Opinion 'Ombrukscenteret Omigjen!' for Asker kommune<sup>1</sup>. Datainnsamlingen har basert seg på offentlig tilgjengelige kilder om ulike ombrukskonsepter og rapporter som 'Arena for bærekraftig forbruk i Asker og Bærum' av Sprint Consulting<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Ombrukscenteret Omigjen! En markedsundersøkelse av Asker kommunes befolkning. Opinion. 2021.

<sup>2</sup>Arena for bærekraftig forbruk i Asker og Bærum. Sprint Consulting. 2021.

## Prosjektets overordnede faser

### Skrivebordsanalyse

Målet for skrivebordsanalysen var å kartlegge ulike konsepter fra andre steder i Norge og Europa, samt deres erfaringer med å drifte disse konseptene. Det ble utarbeidet en oversikt over innhentet data i et regneark som oppsummerer nøkkelinformasjon ved identifiserte ombruksløsninger. Områder som forretningsmodell, omsetning, ombrukspotensial, finansiering, utfordringer og suksesskriterier ble kartlagt. Kilder til skrivebordsanalysen er offentlig tilgjengelig informasjon.



### Medvirkningsprosess

I medvirkningsprosessen ble både Bergens innbyggere, organisasjoner og næringsaktører involvert. En kort spørreundersøkelse rettet mot kommunens innbyggere ble gjennomført, der formålet var å få innsikt i hvilke behov knyttet til økt ombruk som eksisterer i befolkningen, og hva som forhindrer folk i å kjøpe brukt fremfor nytt.



Det ble gjennomført ca. 10 fokusintervjuer med utvalgte interessenter som representerer ulike bransjer og ulike deler av verdikjeden. Fokuset var hvilke utfordringer de står overfor, muligheter de ser i markedet, identifiserte behov hos kunder, trender hos forbrukere, suksesskriterier for konseptet m.m.



### Konseptutvikling

I denne fasen ble all innsikt fra de to foregående fasene brukt som grunnlag i to workshops, én fysisk og én digital, med hhv. ca 25 og 10 aktører. Beskrivelse av innholdet i disse finnes i Konsept-kapittelet. Samlingene sikret at konseptene er forankret i lokale forhold og aktører. Ved å involvere lokale interessenter i denne fasen ble det inkludert gode perspektiver og diskusjoner om utforsking og videre prioritering av ombrukskonsepter.

# Konseptutviklingen bygger på en rekke prinsipper, alle i tråd med Grønn strategi

Første steg i konseptutviklingen var å definere hva et ombrukskonsept er og rammene for videre prosess. Med utgangspunkt i definisjonen fra Store norske leksikon ble det etablert en rekke prinsipper for konseptutviklingen for å sikre at konseptene utarbeides i tråd med prosjektets målsettinger og overordnet retning i Grønn strategi.

## KONSEPT

En samling av ideer eller en plan som danner grunnlaget for utformingen av et produkt, arrangement eller en virksomhet.



*Store norske leksikon*

## Klima- og miljømessig bærekraftig

*Konseptet skal bidra til redusert materielt forbruk, i tråd med Bergen kommune sin Grønn strategi*

### Fysisk konsept

*Konseptet kan ha innslag av digitale aspekter, men skal ikke være heldigitalt*

### Engasjerende og atferdsendrende

*Konseptet skal bidra til holdningsendring blant innbyggerne*

### Deler av konseptet skal kunne stå på egne ben

*Konseptet skal kunne bli økonomisk lønnsomt på sikt*

### Tilgjengelig

*Konseptet skal kunne benyttes av alle Bergens innbyggere, dvs fysisk tilgjengelig, universelt utformet, på tvers av inntektsgrupper*

### Sosialt bærekraftig

*Konseptet skal skape sosial verdi, dette kan løses på mange ulike måter*



# Nåsituasjon

Kapittelet beskriver nåsituasjonen for ombruk i Bergen basert på innsikt fra innbyggere og næringslivsaktører.

A large, stylized number '2' in a dark teal color is positioned on the right side of the slide. It is set against a light green circular background that overlaps the dark teal background of the slide.

# Nye klær og sko står for 3,5 % av husholdningenes årlige forbruk

## Årlige forbruk i norske husholdninger

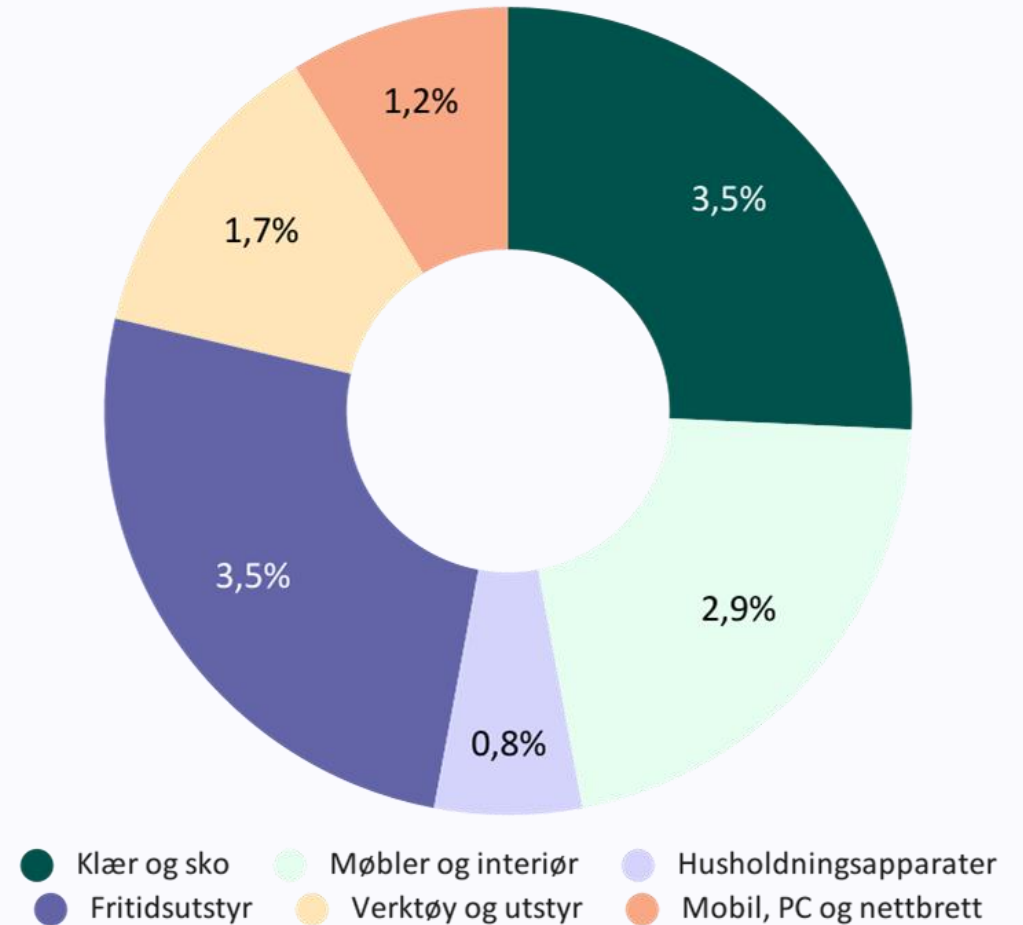
Norske husholdninger bruker rundt 15 % av sitt årlige forbruk på forbruksvarer som for eksempel klær og sko, møbler og interiør og fritidsutstyr.

Ifølge Forbrukerundersøkelsen gjennomført av SSB i 2023, står klær og sko for 3,5 % av en husholdnings årlige kostnader. Dette er, sammen med fritidsutstyr, den største kategorien innen forbruksvarer, hvor møbler og interiør følger på en andreplass med 2,9 %. På den andre siden brukes det mindre penger på de varegrupper som i dag anses å ha lenger levetid; Fritidsutstyr, husholdningsapparater, og verktøy og utstyr.

SSB sin undersøkelse er nasjonal, men det er grunn til å tro at resultatene også er representative for Bergen. Som en stor norsk by, er Bergens forbruksmønster antatt likt som husholdningenes gjennomsnittlige forbruk nasjonalt.

Årlig forbruk per husholdning påvirker klima og miljø gjennom utslipp av klimagasser fra produksjon av innkjøpte varer, samt gjennom forbruk av ikke fornybare ressurser. Økt ombruk vil dermed bidra til å redusere klimagassutslipp og materielt forbruk.

Andel av årlig forbruk per husholdning  
Utvalgte forbrukskategorier



# Nye varer vi kjøper har en stor negativ klimapåvirkning

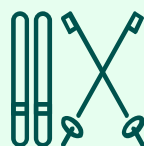
Klær og sko



**140**

kg CO2e per pers per år

Fritidsutstyr



**110**

kg CO2e per pers per år

Hvitevarer og elektronikk



**60**

kg CO2e per pers per år

Møbler og interiør



**50**

kg CO2e per pers per år

Kjøkkenutstyr



**40**

kg CO2e per pers per år

# Innsikt i både innbyggernes vaner og ønsker, og ombruksaktørenes barrierer er essensielt for å sikre økt ombruk

## Nåsituasjonen belyser både barrierer og muligheter ved ombruk

Resultatet av spørreundersøkelsen viser at både praktiske hensyn som pris, samt idealistiske hensyn som klima og miljø er grunner til at folk handler brukt i dag. Den viser også at det er en stor gruppe mennesker som handler brukt allerede, men at både hva de handler og hvor ofte de handler varierer.

Det er derfor et behov for å forstå hva som skal til for at folk vil handle mer brukt. På den andre siden er det også et behov for å forstå hva dagens ombruksaktører mener, mulighetsrommet fremover og hvilke barrierer de møter i sitt arbeid med ombruk.



## Innbyggerperspektivet

Praktiske årsaker som mangel på garanti og holdbarhet, samt at det er enklere å handle nytt, er noen av grunnene til at innbyggerne ikke handler brukt. Dette kan potensielt sees i sammenheng med manglende kunnskap om hvor ombruksløsninger er tilgjengelig.



## Ombruksaktører

Blant næringsaktørene er hovedbarrierene knyttet til tre områder; utfordrende lønnsomhet og kostnadsbilde, logistikk og administrasjon, samt regulatoriske utfordringer som moms. For å lykkes med ombruk trekkes samarbeid, synlighet og tilgjengelighet og kvalitet og kunnskap frem som viktige faktorer.

# Gjennom en spørreundersøkelse har innbyggerne i Bergen uttrykt at de ønsker å gjøre noe med sitt materielle forbruk

## Om utvalget

I januar 2024 ble det delt en spørreundersøkelse blant Bergen sine innbyggere med formål om å få innsikt i hvilke behov knyttet til økt ombruk som eksisterer i befolkningen, og hva som forhindrer folk i å kjøpe brukt fremfor nytt. 475 innbyggere besvarte undersøkelsen, hvor 73 % er kvinner med en hovedvekt av respondenter mellom 30 og 65 år (82 %). Respondentene har en jevn fordeling mellom ulike inntektsgrupper. Geografisk bor hovedvekten av respondentene i de sentrumsnære bydelene som Bergenhus (22 %) og Årstad (23 %). Det er en risiko for at resultatene ikke er representative pga. begrenset utvalg, men undersøkelsen viser likevel at funnene innenfor mange områder er sammenlignbare med andre lignende undersøkelser<sup>1</sup>. *Detaljer om utvalget er tilgjengelig i vedlegg.*

## Ønske om endring

Hele 85 % av respondentene i spørreundersøkelsen svarte at de hadde et ønske om å redusere sitt materielle forbruk. Sammenligner man med en undersøkelse gjort for Asker kommune<sup>1</sup>, svarte 64 % det samme. Dette kan derfor tyde på at spørreundersøkelsen har truffet en målgruppe som er over middels opptatt av ombruk.



85%

ønsker å redusere sitt materielle forbruk



6 % av respondentene oppgir at de ikke handler brukt i dag

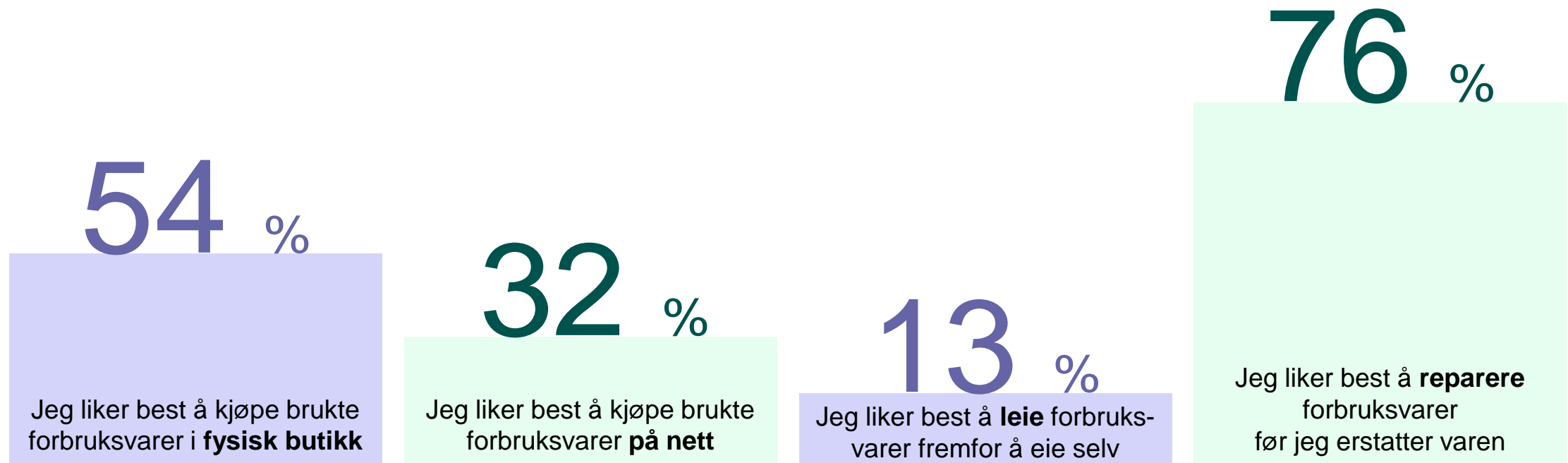
<sup>1</sup>Ombrukssenteret Omigjen! En markedsundersøkelse av Asker kommunes befolkning. Opinion. 2021.

# Innbyggerne foretrekker å handle brukt fysisk, og hele tre fjerdedeler oppgir at de reparerer før de erstatter

## Dagens handlemønster

Over halvparten av respondentene foretrekker å handle brukt i fysisk butikk, men en større andel av menn (38 %) enn kvinner (30 %) liker best å handle varer på nett. Det er ingen store forskjeller i svarmønsteret blant ulike inntektsgrupper.

En stor andel av innbyggerne oppgir at de reparerer forbruksvarer før de erstatter varen, men få svarer at de like å leie forbruksvarer. En større andel av menn (63 %) enn kvinner (49 %) liker *ikke* å leie fremfor å eie. Det er ingen store forskjeller i svarmønsteret blant ulike inntektsgrupper.

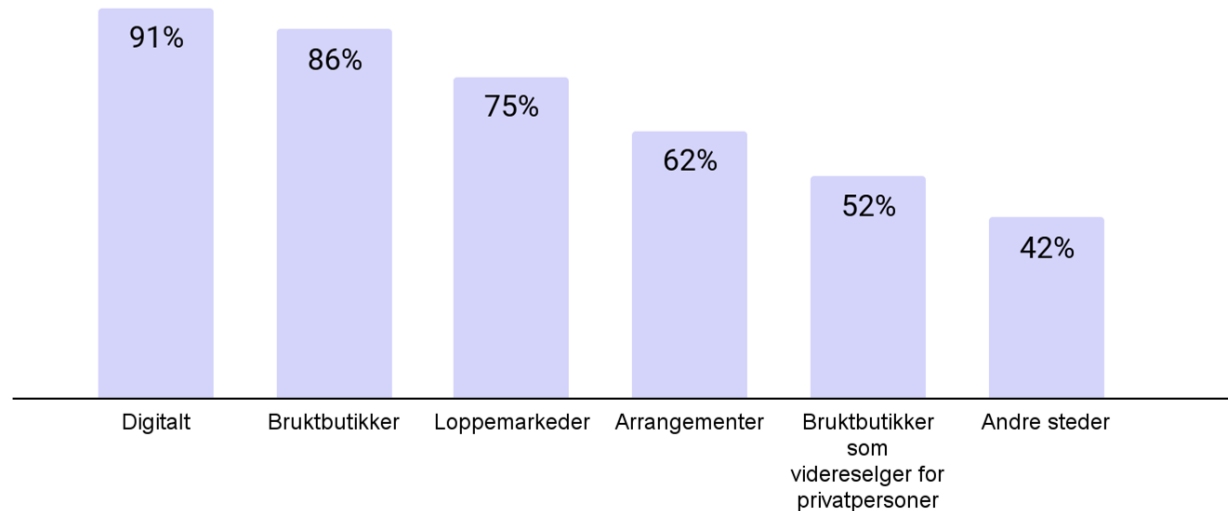


Prosent av respondentene som har svart "Passer godt" på påstandene.

# Innbyggerne foretrekker å handle fysisk, men nesten alle handler i dag gjennom digitale flater

## Foretrukne steder å handle brukt

Hvor handler du brukt i dag?



## Handlevaner

Én av ti oppgir at de handler brukt digitalt flere ganger i måneden, og en tredjedel én gang i måneden. Blant kvinner er det ca. 30 % som handler på bruktbutikker sjeldent eller aldri, mens blant menn er denne andelen over halvparten (53 %). Menn handler også sjeldnere eller aldri brukt innenfor alle kategorier sammenlignet med kvinner, med unntak av på digitale flater. Der handler 82 % av menn brukt årlig eller oftere, sammenlignet med 76 % av kvinnene. Dette funnet samsvarer med et annet funn hvor menn uttrykker at de liker å handle digitalt i større grad enn kvinner.

# Pris og ønsket om å redusere materielt forbruk er de største driverne for å handle brukt

## Praktiske og idealistiske grunner for å handle brukt

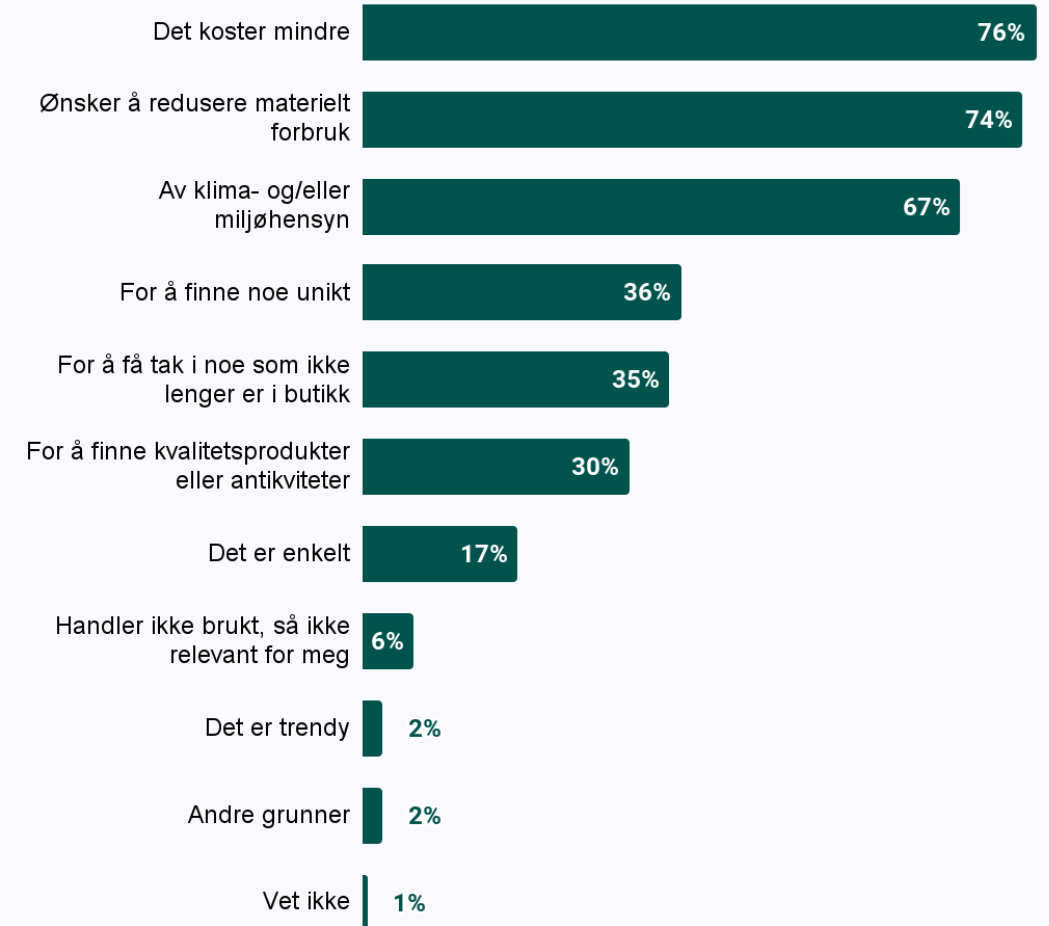
Lavere priser er den viktigste grunnen til at respondentene handler brukt i dag, men ønsket om å redusere materielt forbruk og klima- og/eller miljøhensyn er også viktige årsaker. Med andre ord er det både praktiske og idealistiske drivere for at bergensere handler brukt.

Få handler brukt på grunn av at det er enkelt eller på grunn av at det er trendy. Svarmønsteret er likt mellom kvinner og menn. Dette kan indikere at praktiske barrierer, som tilgjengelighet, er en av årsakene til at innbyggerne ikke handler brukt.



## Grunner til at innbyggerne handler brukt

Hva er de viktigste grunnene til at du handler brukt i dag?

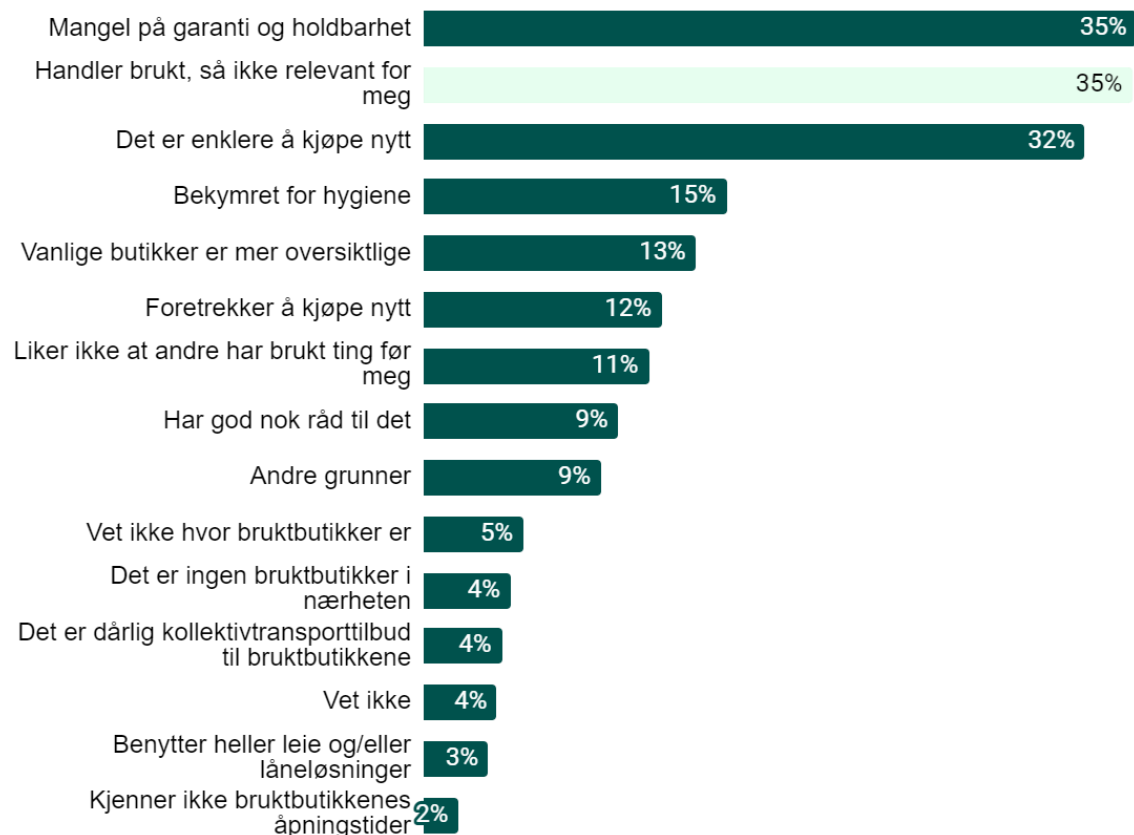




# Mangel på garanti og holdbarhet samt at det er enklere å handle nytt er hovedgrunnene til at folk ikke handler brukt

## Årsaker til å sjeldent/aldri handle brukt

Hva er de viktigste grunnene til at du sjeldent eller aldri handler brukt?



## Årsaker til å ikke handle brukt

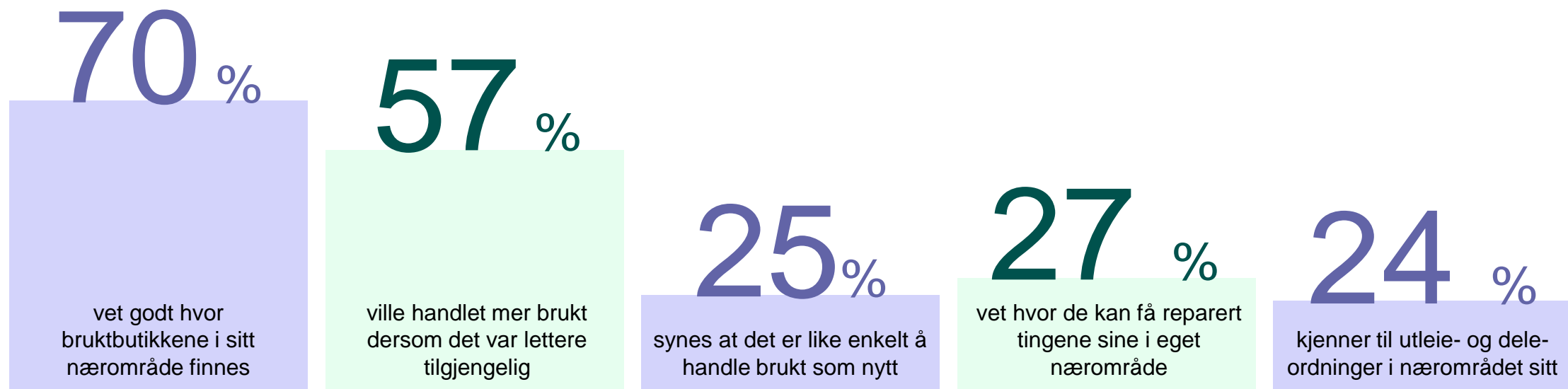
Mangel på garanti og holdbarhet samt at det er lettere å handle nye produkter er viktigste årsaker til at respondentene sjeldent eller aldri handler brukt. Dette er spesielt fremtredende blant menn (46 %). Menn lar også være å handle brukt fordi det er enklere å handle nytt (40 %), samt preferanse for å kjøpe nytt (22 %). Dette kan sees i sammenheng med at kun halvparten (52 %) av menn vet hvor de finner bruktbutikker i eget nærområde.

# Det er behov for både mer kunnskap og økt tilgjengelighet for å få til økt ombruk

## Kunnskap om eksisterende tilbud og tilgjengelighet

Flesteparten oppgir at de kjenner godt til hvor gjenbruksbutikkene i sitt nærområde finnes (70 %). Likevel mener over halvparten av respondentene at de ville handlet mer brukt dersom tilbudene var lettere tilgjengelig (57 %). Dette styrkes av at få finner det like enkelt å handle brukt som nytt (25 %).

Få respondenter vet hvor de kan få reparert tingene sine i eget nærområde. Begge deler tyder på enten et begrenset / lite godt reparasjonstilbud i deler av kommunen og/eller lavt kunnskapsnivå om eksisterende tilbud. Tilsvarende gjelder utleie- og deleordninger i nærområdet sitt. Bydelene Arna (53 %), Laksevåg (50 %) og Fyllingsdalen (58 %) peker seg ut med størst kunnskapsbehov. Funnene underbygger at økt bevisstgjøring og mer kunnskap om spesielt reparasjon, utleie- og deleordninger, i tillegg til økt tilgjengelighet, er nødvendig for å oppnå økt ombruk av forbruksvarer.



Andel som har svart "passer godt" på påstandene.

# Gjennom dialog med næringslivet ble det identifisert en rekke barrierer og suksessfaktorer til økt ombruk

## Barrierer og suksessfaktorer for å få til økt ombruk i næringslivet

Næringslivsaktørene er positive til at kommunen har satt i gang et prosjekt rundt ombruk, og flere viser interesse i fremtidig involvering i et konsept. Gjennom intervjuer med ulike ombruksaktører er dagens utfordringer og fremtidige suksessfaktorer kartlagt.

1. **Utfordrende lønnsomhet og kostnadsbilde** gjør det vanskelig for små aktører å overleve
2. **Omfattende logistikk og administrasjon** er en barriere i å skalere drift
3. **Regulatoriske og strukturelle barrierer** som moms på brukte varer skaper vanskelige rammevilkår for vekst
4. **Samarbeid** trekkes frem som løsningen på flere av barrierene ombruksaktørene møter
5. **Synlighet og tilgjengelighet** er viktig for å sikre et godt kundegrunnlag
6. **Kvalitet og kunnskap** rundt butikkdrift, markedsføring og håndtering av varer er verdifullt

*Funnene er beskrevet på de neste sidene.*

**"Vi selger både Gucci og Cherrox**

**- det er ikke mange som kan skilte med det"**

*Ombruksaktør*

# Å oppnå lønnsom drift preger i dag arbeidet til ombruksaktørene



## Utfordrende lønnsomhet og kostnadsbilde

Flere av interessentene uttrykker at flere aspekter knyttet til kostnadsnivå og lønnsomhet er utfordrende. Dette kan for eksempel være relatert til høye leiepriser i Bergen sentrum, eller krav til store depositum og/eller lange leiekontrakter, som gjør oppstartsfasen utfordrende. Dårlig plassering utenfor sentrum kan også gjøre at konseptet opplever lavere synlighet og kundemasse. Flere opplever også at det fortsatt eksisterer forventninger fra kunder om at brukte varer og reparasjon skal være rimelig, og at betalingsviljen er lav. Samtidig er rammebetingelser, som moms på brukte klær og reparasjoner, og brukthandelloven noe som gjør skalering utfordrende. Det regulatoriske bildet er likevel i endring, da brukthandelloven nylig er foreslått skrotet for klær, møbler, forbrukerelektronikk og sportsartikler<sup>1</sup>, en endring som kan tre i kraft fra 1. juli 2024.



## Omfattende logistikk og administrasjon

Logistikk knyttet til transport av varer, lagring og administrasjon oppleves av flere som barrierer både i oppstartsfasen og i videre skalering. Store varemengder krever stort areal, mer transport og håndtering, og er dermed ressurskrevende. Dette er utfordringer som nevnes av logistikkaktører, men som derimot ikke trekkes frem av aktørene som driver utleie av plasser til salg eller avholder arrangementer hvor kundene selv tar med seg varene. Logistikkutfordringer blir fremhevet av aktører av ulik størrelse, og anses dermed som en gjennomgående utfordring i bransjen. Videre gjør administrasjonsoppgaver, som vareregistrering, og merverdiavgiftsloven skalering utfordrende, da ressursbehovet øker i takt med vekst hos konsepter som selger brukte varer.



## Regulatoriske og strukturelle barrierer

Regulatoriske barrierer som moms på brukte varer blir fremhevet både i intervjuer, gjennom markedsundersøkelsen og i workshops som en av de store utfordringene. Flere av aktørene løfter også frem en nødvendighet for å utvide hvordan man anser at et selskap skaper verdi. Virksomheter blir i dag vurdert etter hvor økonomisk lønnsomme de er, men flere aktører fremhever andre typer verdiskaping som f.eks. flere arbeidsplasser, et levende sentrum, minimering av avfallsstrømmer og redusert klimapåvirkning som potensielle kriterier for f.eks. økonomisk støtte.

<sup>1</sup>Regjeringen. 05.04.2024. 'Endringer i brukthandellova (innskrenking av virkeområde)'. [Link](#)

# Næringslivet opplever at flere suksessfaktorer må være på plass for å lykkes med ombrukskonsepter i fremtiden



## Samarbeid

Uavhengig av ombrukskonsept trekkes samarbeid frem som en viktig faktor for suksess både i etablering, drift og i videre utvikling og vekst. Det kan være direkte samarbeid mellom bedrifter for å lette på utfordringer som logistikk, administrasjon eller varetilgang, eller det kan være indirekte samarbeid ved å dele kunnskap og erfaringer. Spesielt er samarbeid mellom ulike typer selskaper og organisasjoner viktig for å sikre verdi og varig endring fra ombrukskonseptene.



## Synlighet og tilgjengelighet

God plassering av tilbudet er for mange en suksessfaktor, både for aktører som selger varer samt for reparatører. Flere trekker frem at tilbudet må være tilgjengelig både for innbyggere med bil og for de som benytter seg av kollektivtransport, og dermed er en gjennomtenkt plassering av tilbudet viktig. Samtidig trekkes det frem at synlighet i markedet, på sosiale medier og i bybildet, er viktig, og flere aktører uttrykker at en tydelig merkevare er essensielt. Det er viktig at brukere både kjenner til konseptene, hvor de er lokalisert, og hvordan man kan komme seg dit.



## Kvalitet og kunnskap

For at ombruk skal være en konkurrent til å handle nytt trekkes det frem at kvaliteten på varene som skal selges eller leies ut må være god. Det samme gjelder helhetsuttrykket for butikken eller senteret, hvor målet for flere av aktørene er at det skal se ut som en hvilken som helst "vanlig" butikk eller senter. Det må oppleves lettvin og forutsigbart å handle brukt, for eksempel ved at forbruker er trygg på at varene holder høy kvalitet og at butikken eller senteret er strukturert på en måte som gir en god handleopplevelse for kunden. For å lykkes med dette er det behov for riktig kompetanse innenfor salg og markedsføring.

# Fremtidens ombruk

Kapitlet gir en oversikt over hvilke type ombrukskonsepter som eksisterer i Norge og i Europa i dag, samt hvilke type konsept innbyggerne i Bergen har ønske om å ta i bruk.



# Gjennom en skrivebordsanalyse og innsikt fra innbyggerne er det avdekket et stort mulighetsrom for ombruk i Bergen

## Fantasien setter grenser for mulige ombrukskonsepter

De siste årene har ombruk blitt mer og mer populært, med lansering av stadig nye ombrukskonsepter både i Norge og Europa. Dette er alt fra mindre konsepter som gavekort, til større prosjekter som ombrukssenter. Prosjektet har kartlagt ulike typer konsepter som inspirasjon i konseptutviklingen.



## Skrivebordsanalyse

I en markedsundersøkelse er ulike typer ombrukskonsepter i Norge og Europa kartlagt for å utforske mulighetsrommet innen ombruk av forbruksvarer. I tillegg er informasjon rundt forretningsmodell, omsetning, ombrukspotensial, finansiering, utfordringer og suksesskriterier for de ulike ombrukskonseptene samlet inn.

Innbyggerne er positive til nye ombrukskonsepter, og flere har forslag og idéer til ulike tiltak som kan bidra til økt ombruk.



## Innbyggerperspektivet

Innbyggerne er positive til flere ulike ombrukskonsepter, med ombrukssenter som det flest trekker frem. Blant ulike varegrupper er det verktøy flest respondentene kunne tenke seg å kjøpe mer av brukt.



# Kartlagte ombrukskonsepter kan deles i tre kategorier

## Hovedfunn

I en skrivebordsanalyse av eksisterende ombrukskonsepter i inn- og utland ble ulike typer ombrukskonsepter kartlagt sammen med informasjon om kommunens involvering, suksesskriterier, barrierer og utfordringer, forretningsmodell og organisering og ev. tall på omsetning og besøkende<sup>1</sup>. Oppsummert kan ombrukskonseptene grovt deles inn i tre ulike kategorier;

- 1. Ombrukskonsepter** er konsepter som både selger brukte varer, tilrettelegger for deling av varer eller som fokuserer på kompetanseheving og opplæring. Blant disse konseptene finner man blant annet ombrukscenter, bruktbutikker, apper og nettbutikker for deling og salg av brukte varer, samt tjenester som reparasjon. Suksesskriterier som samarbeid og fellesskap, sameksistens med gjenbruksstasjoner og vanlig varehandel, økonomiske insentiver fra det offentlige og synlighet trekkes frem.
- 1. Midlertidige ombrukskonsepter** favner ombrukskonsepter som arrangementer, pop-up butikker, markeder og tilskuddsordninger. Disse type konsepter har mindre utfordringer knyttet til administrasjon, lagring og transport, men på den andre siden har de også mindre potensial til å oppnå varig endring hos forbrukerne.
- 1. Tilleggskonsepter** drives som regel ikke for seg selv, men komplementerer ofte ombrukskonsepter, eksempelvis byttekvelder, kursing og gavekort.



Ombruks-  
konsepter

Midlertidige  
ombruks-  
konsepter

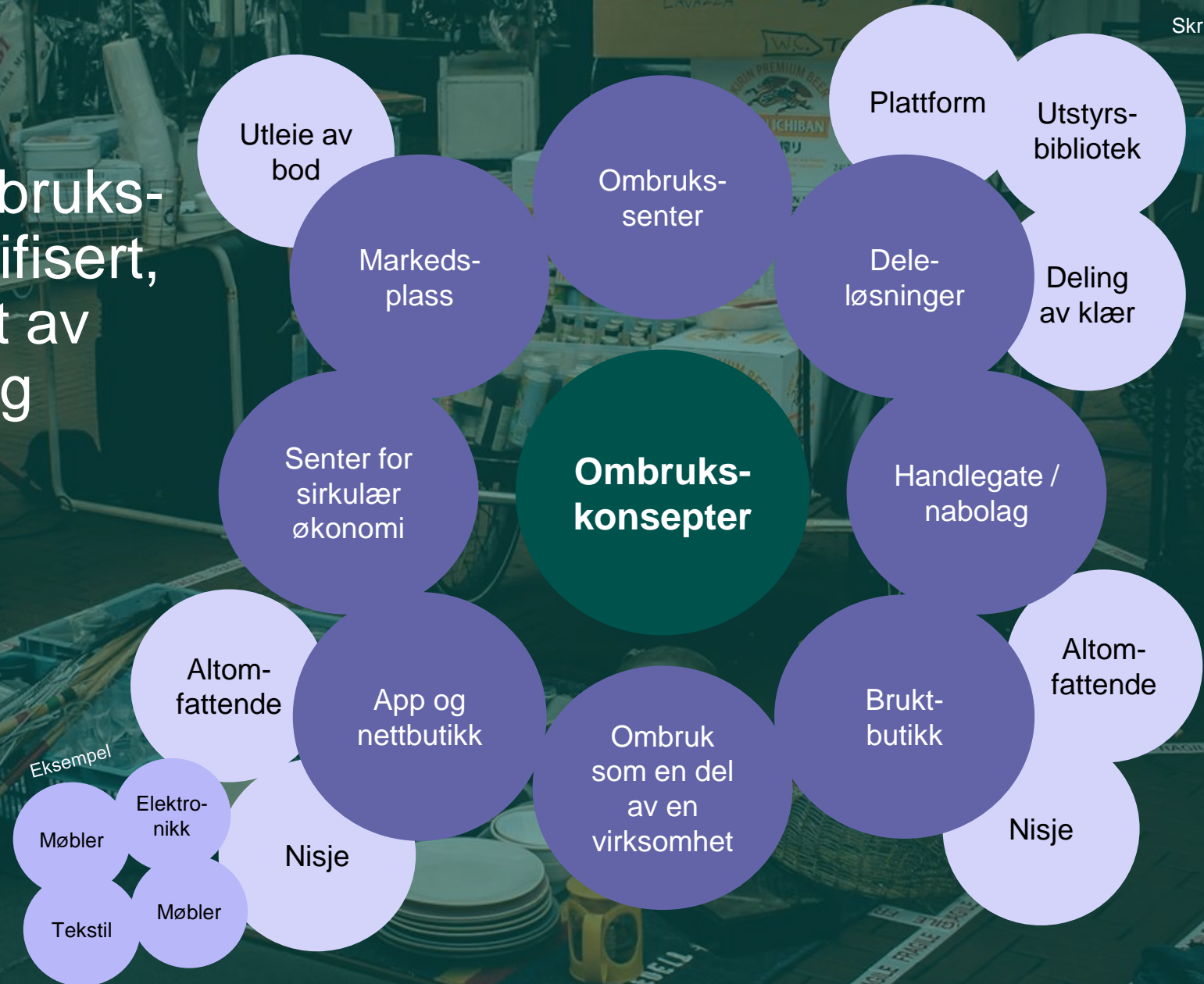
Tilleggs-  
konsepter

<sup>1</sup>Konseptene kartlagt i større detaljgrad i et eget regneark, og hovedfunn er oppsummert i rapporten





En rekke ulike ombruks-konsepter er identifisert, med en hovedvekt av ombrukssentere og bruktbutikker





# Beskrivelse av ulike ombrukskonsepter

## Bruktbutikk/ markeds plass

Bruktbutikker er kanskje den mest vanlige formen for et ombrukskonsept. De kan variere i form og farge, men ofte innebærer det omsetning av brukte varer innen alle forbrukskategorier. To ulike modeller er 1) der bruktbuikken selv står for innhenting og salg av varer, eller 2) hvor privatpersoner leier en bodplass for salg av av egne eiendeler. I sistnevnte kategori fungerer butikken som et mellomledd mellom to privatpersoner.

Eksempler



## Deleløsninger

Deleløsninger muliggjør deling av varer med hensikt om å minske behovet for å kjøpe nytt. Dette kan for eksempel være utstyrsbibliotek med utleier/-lån av verktøy eller idretts- og friluftsutstyr. Andre modeller er plattformer som muliggjør deling og lån av varer mellom privatpersoner. Den siste tiden har også en rekke aktører som tilbyr utleie av klær, både på dagsbasis, f.eks. til arrangementer, og til leie over lengre tidsperioder, etablert seg i markedet.

Eksempler



## Ombruks- senter

Ombruksentere samlokaliserer en rekke ulike virksomheter og konsepter under ett og samme tak. Dette kan innebære en samling av ulike bruktbuikker, eller andre typer konsepter, som reparasjon av varer og kaféer. Noen består også av fleksible arealer som kan brukes til ulike formål, som til arrangementer eller konferanser.

Eksempler



## App og nettbutikk

Ombruk skjer ikke kun fysisk. Det har også kommet en rekke ombrukskonsepter som tar i bruk teknologi. Dette kan være både apper eller nettbutikker, både enkeltstående eller som en del av et fysisk konsept. Apper og nettbutikker omfatter både delekonsepter og fysisk salg av brukte varer.

Eksempler





# Beskrivelse av ulike ombrukskonsepter

## Handlegate/ nabolag

En handlegate eller et nabolag samler en rekke ombruksløsninger, for eksempel bruktbuikker, i en gate eller et nabolag. Denne kategorien rommer også nabolag som har sirkulær økonomi som en kjerne i sin utvikling, for eksempel gjennom tilrettelegging for kompetanseheving eller deleløsninger mellom beboere.

Eksempler



## Senter for sirkulær økonomi

På et senter for sirkulær økonomi er fokuset å fremme et miljø rundt sirkulær økonomi. Dette kan innebære både butikker som selger bærekraftige varer, men et sentralt fokus ligger gjerne på læring, gjennom ulike former for deling av kunnskap og erfaringer. Sentrene består ofte av mindre virksomheter eller enkeltpersonforetak der alle er lokalisert i samme bygg.

Eksempler



## Ombruk som en del av en virksomhet

En rekke av de store varehandel-virksomhetene har begynt å integrere sirkulære strategier i sin forretningsmodell. Eksempelvis gjennom å tilby tjenester som reparasjon av varer, gjennom "take-back" modeller der virksomheten tar tilbake sine egne varer etter bruk hos kunde, eller gjennom et eget bruktvare-segment.

Eksempler



## Ombruks- tjenester

Ombrukstjenester omfatter alle former for tjenester som muliggjør ombruk av varer. Dette kan for eksempel være reparasjon av møbler, klær og elektronikk, eller vedlikehold for å sikre videre bruk av varen. Ombrukstjenester kan både være en del av eksisterende bedrifter, ombrukssentere eller det kan være egne næringsdrivende som skreddere eller skomakere.

Eksempler

*Belle skredderi*

*Makerspace*

*Elektrotec*



Flere av de midlertidige ombrukskonseptene har lange tradisjoner, som for eksempel bruktmarkedet





# Beskrivelse av ulike midlertidige ombrukskonsepter

## Pop-up-butikk

Pop-up-butikker er midlertidige butikker ofte sentrert rundt et tema eller konsept. Det kan for eksempel være butikker som leier ut boder til privatpersoner som selger egne bruktvare, eller oppsirkulerte produkter eller varer. Pop-up-butikker kan også være bruktbutikker som selv står for innhenting av varer og videresalg av disse.

Eksempler



## Tilskuddsordning

Kommunen eller andre offentlige etater kan etablere tilskuddsordninger som kan fasilitere til økt ombruk eller tjenester som bidrar til økt ombruk av forbruksvarer. Dette kan være støtteordninger til reparasjonstjenester, gavekort på slike tjenester, støtte til ombrukskonsepter eller lignende.

Eksempler



Wien reparasjonsgavekort

## Arrangement

Arrangementer som byttekvelder, klesmarked, delearrangementer, reparasjonkvelder m.m. er gode initiativ for å bidra til økt ombruk og skape engasjement. Arrangementer kan både gjennomføres én gang, men kan også arrangeres i regi av foreninger, butikker eller andre virksomheter på regelmessig basis.

Eksempler



## Bruktmarked

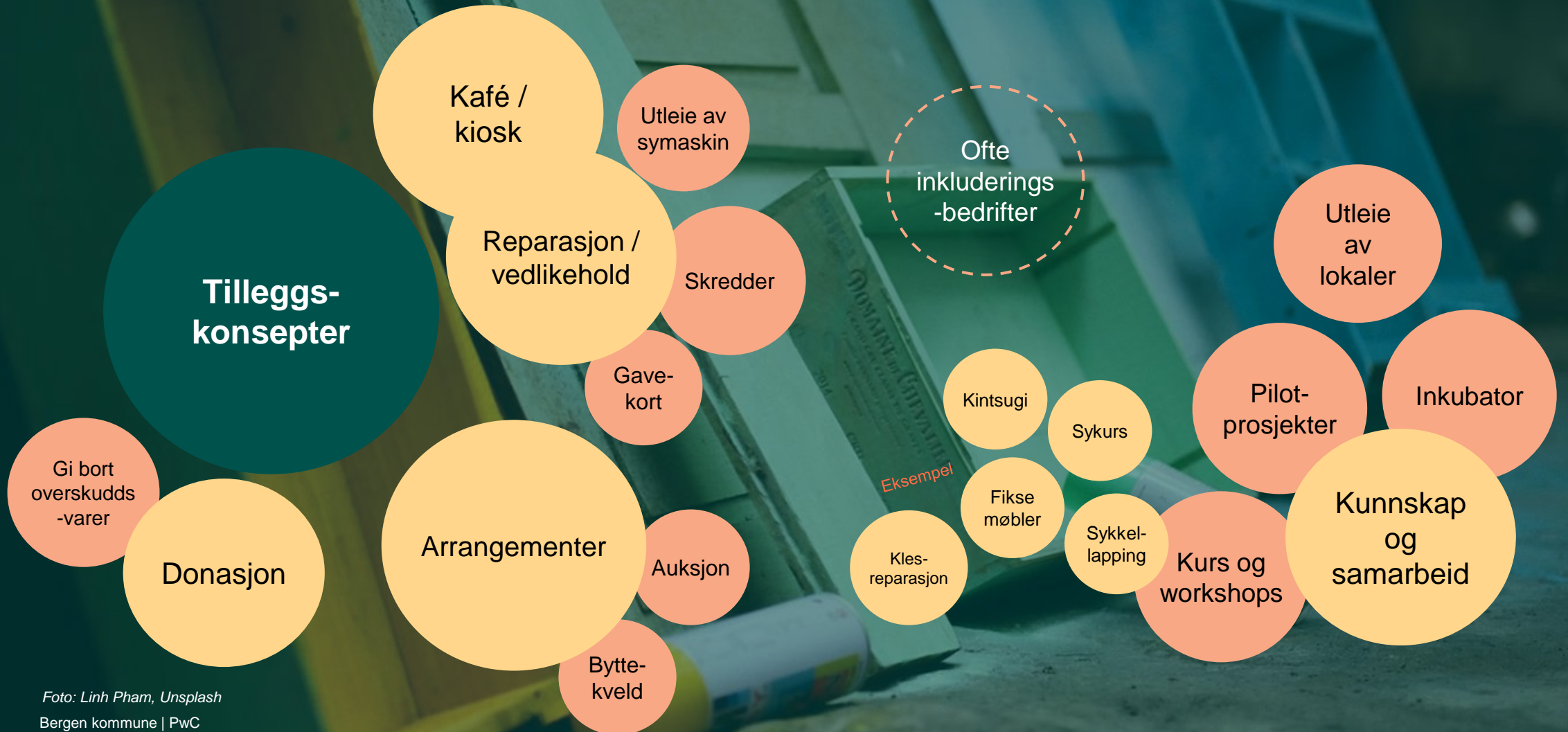
Bruktmarkeder kan både være sesongbaserte markeder, loppemarkeder og nisjemarkeder for visse typer forbruksvarer. Bruktmarkeder kan være midlertidige i forbindelse med innsamling til veldedige formål eller frivillige organisasjoner, som idrettslag eller korps, men det kan også markeder som skjer for eksempel ukentlig på samme sted.

Eksempler

**Landåspikenes bruktmarked**



# Tilleggstilbud for å skape engasjement og muliggjøre økt ombruk, samt se bærekraft i en bredere kontekst





# Innbyggerne er positive til nye ombrukskonsepter

## En stor andel respondenter ønsker å ta i bruk ulike typer ombrukskonsepter

Spørreundersøkelsens resultater viser en stor interesse rundt ulike ombrukskonsepter, der ombruksenter er mest attraktivt. Sett i sammenheng med at de fleste respondenter liker å handle brukt i fysiske butikker (86 %), uttrykker innbyggerne et behov for samlokalisering av bruktbutikker og andre ombrukstjenester. Mulighet for innlevering av varer, samt reparasjon og tilpasning av klær, trekkes frem som etterspurte tjenester ved samlokalisering av ombruktstilbud.

Det er størst interesse rundt leie-/låneordninger av varer som brukes sjeldnere, slik som verktøy og klær til spesielle anledninger. 80 % av respondentene ønsker å ta i bruk leie- og/eller låneordninger, men 87 % svarer også at de foretrekker å eie fremfor å leie.

# 80%

ønsker å ta i bruk leie- og/eller låneordninger

# 70%

vil ta i bruk et ombrukskjøpesenter

# 66%

ønsker mulighet for å levere ting til ombruk

## Idéer fra Bergens innbyggere for å oppnå økt ombruk

*“Gavekortgodtgjørelse for innlevering av gjenbruksobjekter og tøy, slik at de kan brukes for å handle "nytt" gjenbruk [..].”*

*“Jeg drømmer om at det gamle fengselet skal bli et senter for reparatører, små bruktbutikker og lokalproduserte varer. Det kan bli et sosialt kafé-/myldreområde på gulvet i midten, og ulike aktører i cellene. Nydelig bevaring gjennom fremtidsrettet bruk. ”*

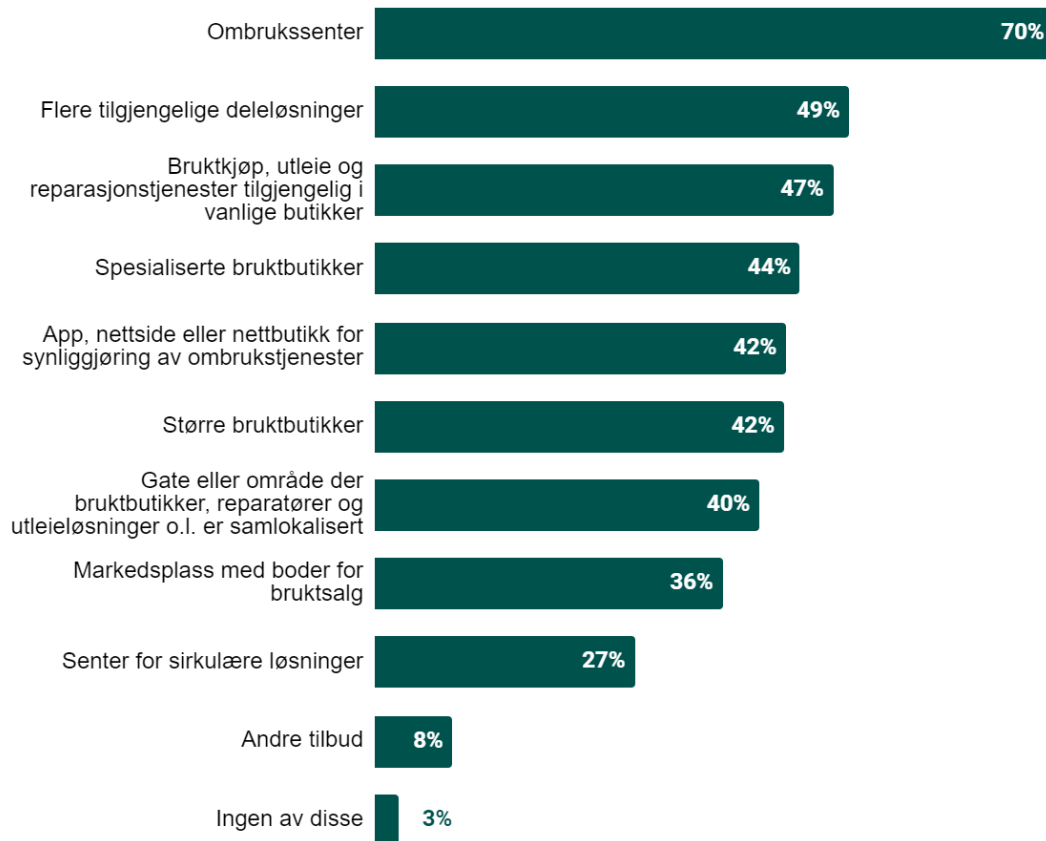
*“En form for poengsamling hvor du får poeng ved innlevering av brukte varer og ved kjøp av brukte varer. De poengene kan brukes til gratis reparasjon eller gratis rens av klær/ tekstiler”*

*“Side/app der folk kunne tilby billig frakt av små varer (klær o.l.). Bor du f.eks. i Åsane, men jobber i Nesttun er det mulig å ta med noe fra Nesttun til Åsane. Kanskje med et depositum en får tilbake ved oppmøte slik at den som frakter slipper risiko for tap og at det øker sjansen for at mottakeren møter opp til avtalt tid. ”*

# 7 av 10 oppgir at de vil benytte ombrukssenter der bruktbutikker og konsepter er samlokalisert

## Ombrukskonsepter innbyggerne ville ha benyttet

Hvilke av de følgende tilbudene ville du benyttet?



## Bergensere vil benytte følgende ombrukstilbud

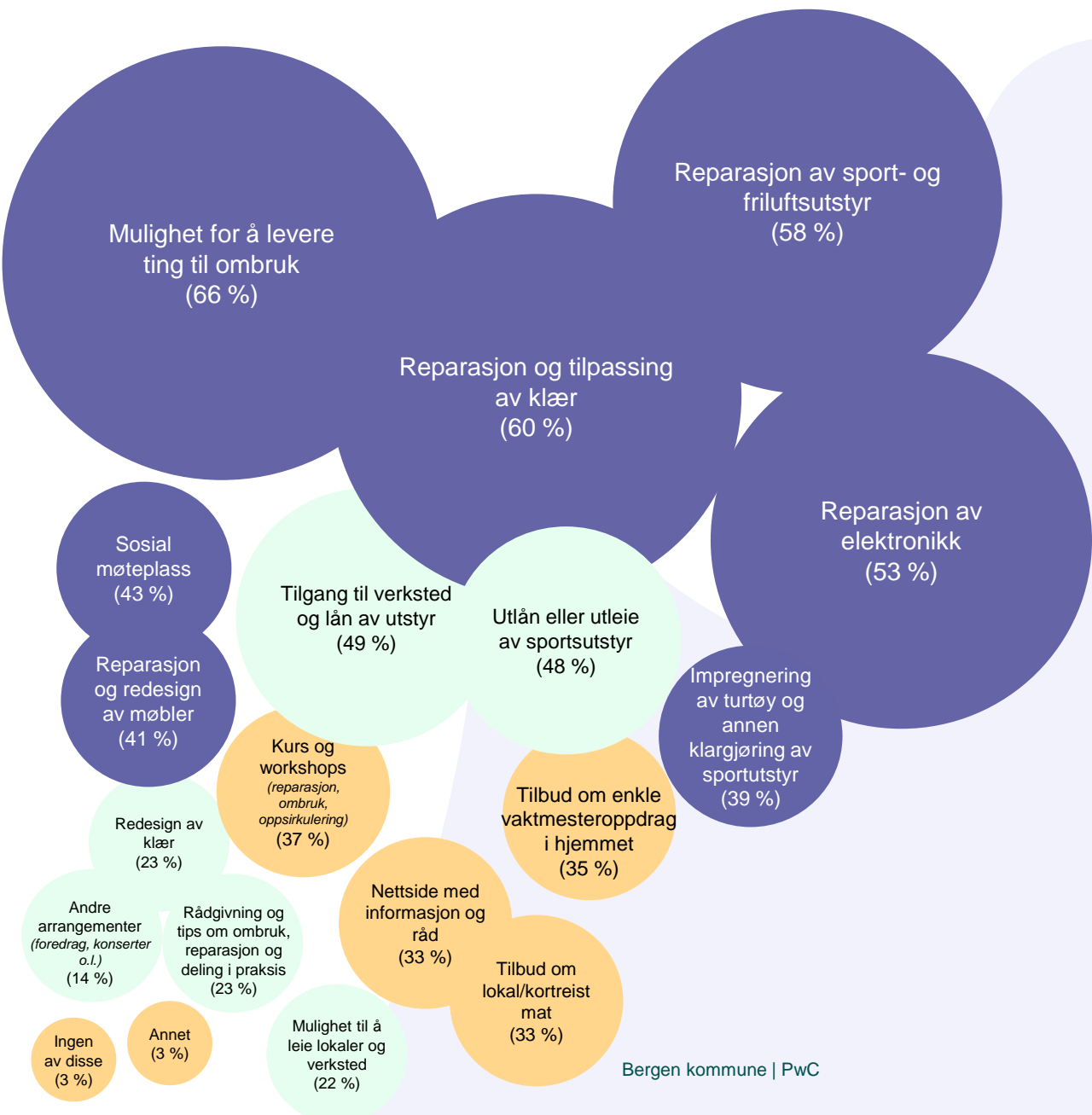
Flest svarer at de ville benyttet ombrukssenter dersom det fantes, et kjøpesenter der ulike bruktbutikker og konsepter er samlokalisert. Om lag halvparten ville benyttet tilgjengelige deleløsninger og bruktkjøp, og tilsvarende utleie og reparasjonstjenester tilgjengelig i vanlige butikker. Mange har tro på mer spesialiserte bruktbutikker, som eksempelvis kun selger brukt elektronikk, sko eller sportsutstyr. En digital tjeneste som bidrar med synliggjøring, f.eks. gjennom et ombruksskart eller en lokal plattform er også noe mange ville benyttet.

## Andre aktiviteter av interesse

Halvparten oppgir at de ville benyttet seg av bruktmarkeder, som loppemarkeder og gatemarkeder, etterfulgt av reparasjonsarrangementer (44 %) som 'fiksefester' for reparasjon av f.eks. klær og sykler, og midlertidige bruktbutikker (43 %) sentrert rundt et tema og/eller en varetype, såkalte pop-up bruktbutikker.

Over en tredjedel av Bergens innbyggere ville også vært interessert i arrangementer (33 %) med fokus på redesign, reparasjon eller ombruk, f.eks. i kursformat, og benyttet gavekort på reparasjon eller lignende (31 %).





## Spørreundersøkelsen viser interesse for flere andre tjenester; et sted der bruktbutikker, utlåns- og reparasjonstilbud er samlokalisert

### Samlokalisering av konsepter kan gi synergier

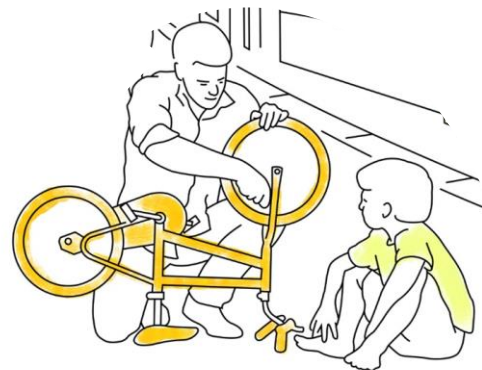
Flere internasjonale og nasjonale ombrukskonsepter består av ulike ombrukstjenester som er plassert på samme sted. Blant respondentene er det innlevering av ting til ombruk, reparasjon og tilpassing av klær samt sports- og friluftsutstyr som anses som de mest populære tjenestene. Andre arrangementer og mulighet for å leie lokaler og verksted er de minst attraktive alternativene.

# Innbyggerne er positive til leie- og låneordninger

## Varer til spesielle anledninger er mest populære å leie og låne

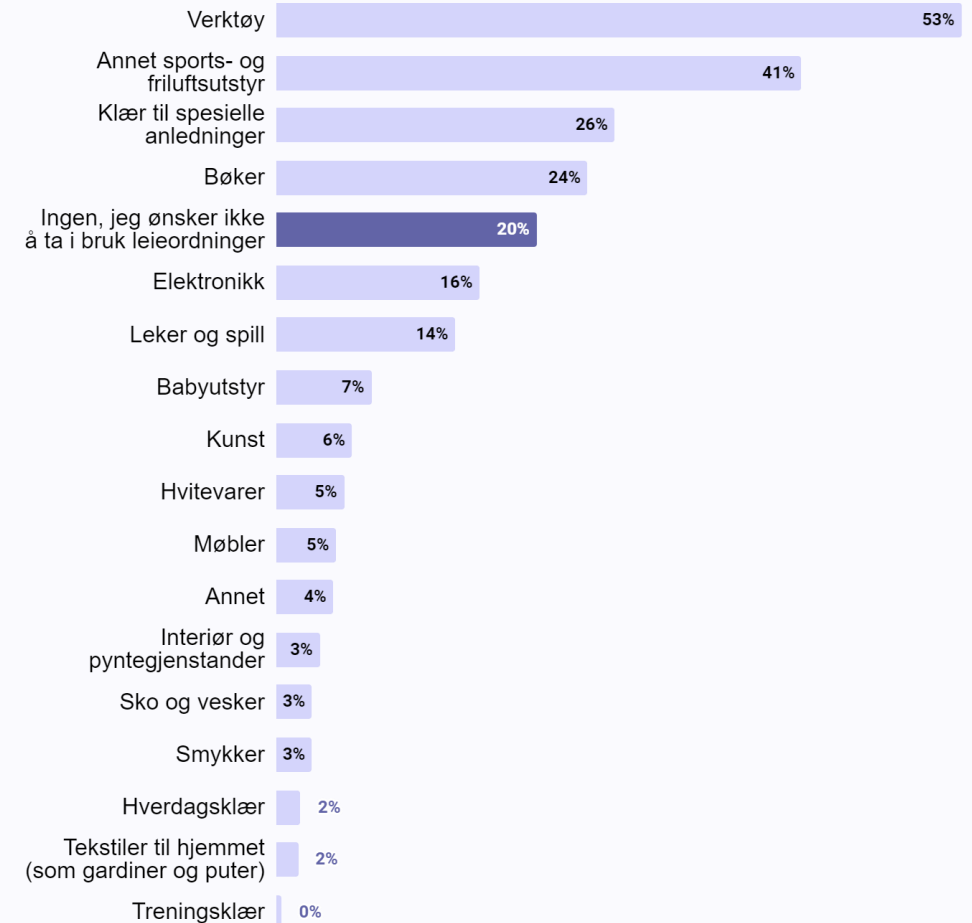
Hele 8 av 10 uttrykker at de kunne tenke seg å ta i bruk leie/låneordninger, med leie av verktøy, annet sports- og fritidsutstyr samt klær til spesielle anledninger som de mest populære varekategoriene. Færrest har lyst til å leie hverdagsklær, tekstiler til hjemmet og treningsklær, som alle er varegrupper som brukes ofte.

Til tross for at en stor andel har svart at de ønsker eller tar i bruk leie- og låneordninger svarer kun 13 % at de liker å leie fremfor å eie. Det er derfor et skille mellom hva innbyggerne foretrekker å eie, og hva de kunne tenke seg å leie i fremtiden.



## Leie og lån av forbruksvarer

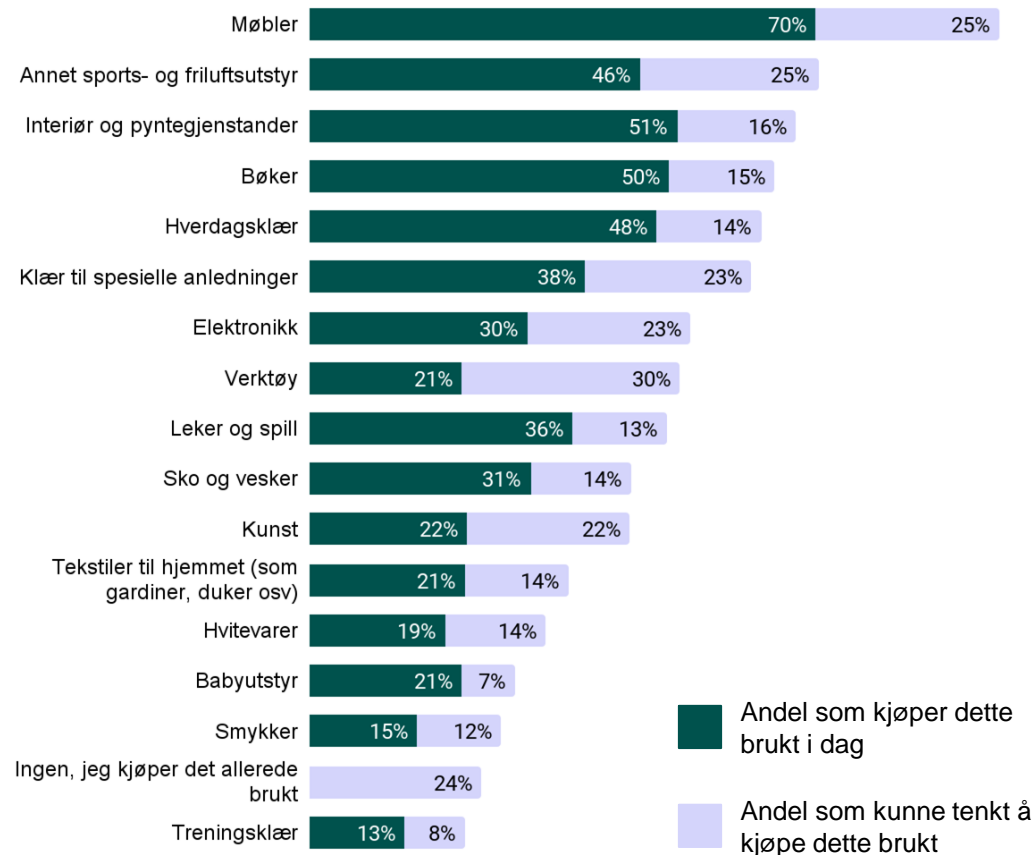
Hvilke produkter leier/låner du allerede, eller kan du tenke deg å leie/låne fremfor å eie?



# Nesten alle respondentene handler eller kunne tenkt seg å handle brukte møbler

## Kjøp av bruktvare

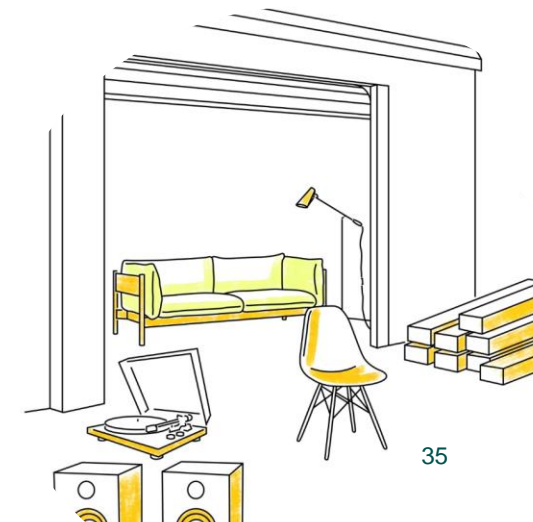
Hvilke forbruksvarer kjøper du og vil kjøpe brukt?



## Møbler og sports- og friluftslivsutstyr er de mest populære varekategoriene

I dag er det flest innbyggere som går til innkjøp av møbler, interiør og pyntegenstander samt bøker brukt. Dette kan potensielt sees i sammenheng med etablerte plattformer for kjøp av brukte møbler og interiør, som Finn.no. Menn kjøper i større grad enn kvinner brukt elektronikk, verktøy og hvitevarer, mens kvinner i større grad kjøper interiør, klær og sko og vesker.

Det er flest som oppgir at de ønsker å handle verktøy og annet friluftslivsutstyr, i tillegg til møbler, fremover. Dette er varer som krever god logistikk, inkludert lagring og transport, grunnet størrelsen på varene. På den andre siden er det mindre interesse rundt varer som babyutstyr, samt leker og spill.



# Prioriterte konsepter

Kapitlet presenterer tre prioriterte konsepter med blant annet beskrivelse, suksessfaktorer, behov og overordnet plan for realisering.

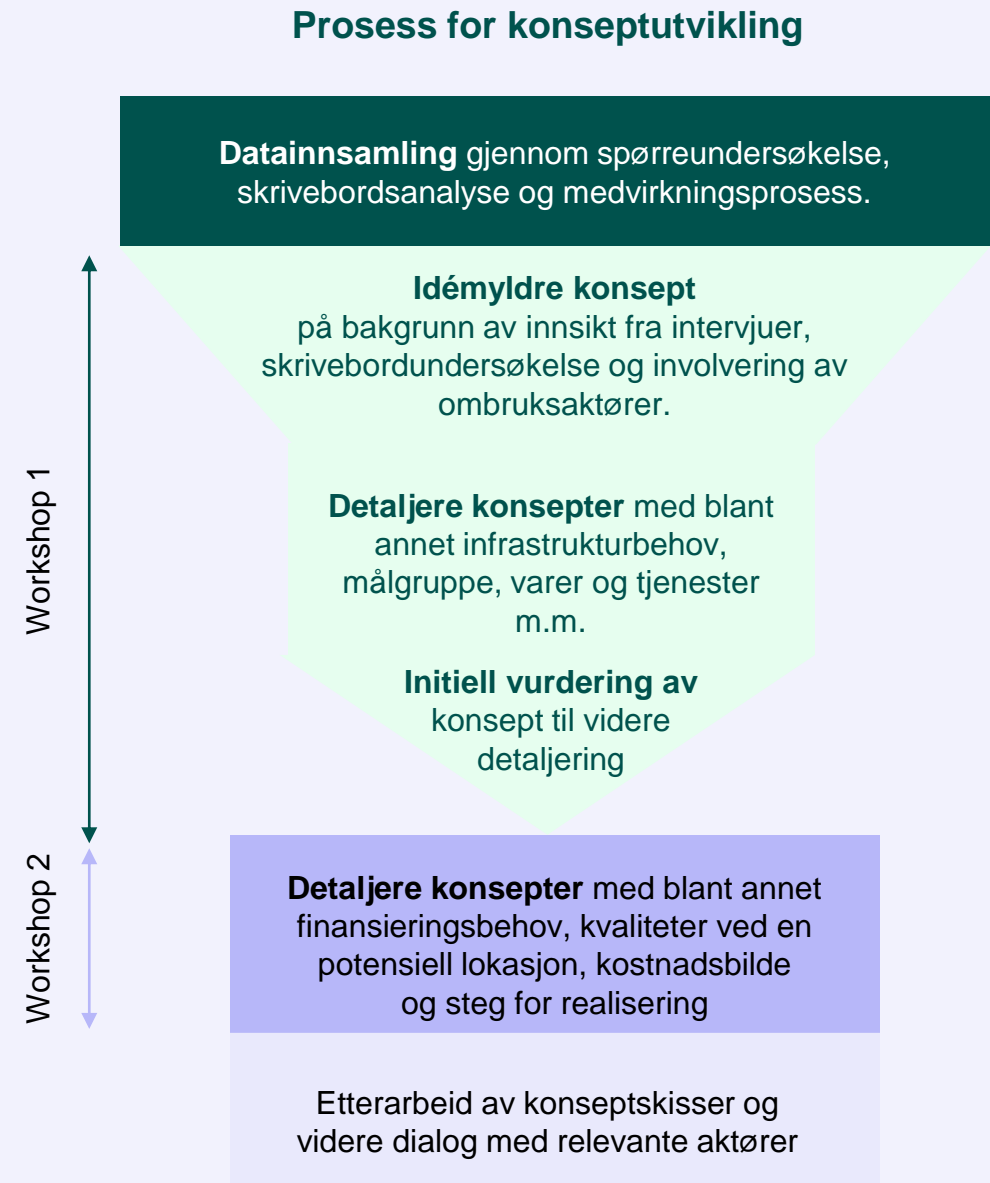
A large, bold, dark green number '4' is centered within a light green circular background that overlaps the right edge of the slide.

# Konseptene er utviklet i en prosess hvor bred involvering av interessenter har stått sentralt

## Prioritering av konsepter

Gjennom prosjektprosessen, skissert til høyre, har prosjektgruppen og involverte aktører drevet idémyldring av konsepter. Anbefalte konseptskisser er prioritert på bakgrunn av datagrunnlaget, og innspill fra ombruksaktører. Det er spesielt lagt vekt på følgende funn i prioriteringen:

- En stor overvekt av innbyggerne foretrekker å eie fremfor å leie, og det ble dermed fokusert på konsepter som enten baserer seg på salg av brukte varer eller ombrukstjenester /-muliggjørere, som reparasjon.
- En stor andel av respondentene vet ikke hvor i sitt eget nærområde de finner butikker som selger brukte varer. Det er derfor lagt vekt på konsepter som bidrar til å informere innbyggerne og drive kunnskapsbygging.
- Bergen har allerede en rekke gode ombrukskonsepter av mindre skala hvor både frivilligheten, ildsjeler og gründere er involvert. Bergen har også et fremoverlent renovasjonsselskap som har god erfaring med ombruk av forbruksvarer. Det vil derfor være en sentral mulighet å bygge på disse kvalitetene i videre arbeid.
- Innbyggerne i Bergen viser spesielt en interesse for brukte møbler, friluftslivsutstyr og interiør. Dette er varegrupper som krever gode logistikk-løsninger for å sikre enkel lagring, salg og transport.
- Ved samlokalisering av ombrukstjenester ønsker innbyggerne spesielt reparasjonstilbud for klær, elektronikk og friluftsutstyr.



Oversikt over involverte aktører finnes i vedlegg

# Tre konsepter er prioritert basert på involvering av ombruksaktører, næringslivet og innsikt fra Bergens innbyggere

Utviklingsprosessen har resultert i tre anbefalte konsepter for videre realisering. Disse er utviklet hver for seg, men det finnes synergier på tvers av konseptene dersom flere realiseres.

I tillegg til anbefalte hovedkonsepter er det også foreslått eventuelle tilleggskonsepter eller varianter. Følgende konsepter er utbrodert videre i kapittelet:



Inspirert av  
Retuna, Resirkula, Omlgjen



Inspirert av  
Portobello road, Tøyen Unlimited



Inspirert av  
Tavarepådetsduhar av Naturvernforbundet

# OMKRETS

Bergen ombrukssenter

Et kjøpesenter, som eksklusivt selger brukte varer og har tilgjengelige ombruks tjenester

OmKrets, eller Bergen ombruks senter, er et nytt kjøpesenter eller en del av et eksisterende kjøpesenter der samtlige varer som omsettes er brukt. Senteret består av butikker, tilsvarende et tradisjonelt kjøpesenter, som har salg av f.eks. møbler, sko og vesker, klær, verktøy, kjøkkenredskaper, interiør, bøker osv. Denne modellen skaper god struktur og forutsigbarhet for senterets kunder, da man bestandig vil vite hvor man får tak i ulike typer forbruksvarer. Senteret skal sikre at det er lett og attraktivt for folk å handle brukt.

Senteret er samlokalisert med en gjenvinningsstasjon, med et eget mottak der kunder og andre (privatpersoner og bedrifter) kan levere brukte gjenstander. Disse vil så sorteres, vaskes og repareres etter behov, før de hentes av respektiv butikk på senteret. Butikkene kan også bidra med klargjøring og oppsirkulering av varene.

Øvrige tjenester på senteret er en kafé, reparasjonstjenester og egne utleie- og utlånsordninger. Senteret skal være en sosial møteplass for innbyggere i alle aldre.

**Målsetting:** Konseptet skal sikre økt ombruk i stor skala i Bergen gjennom å tilby et bredt varesortiment og et oversiktlig senter. Senterets mottak skal også tilby jobber til innbyggere som står utenfor arbeidslivet eller med behov for arbeidstrening.

### Eksempel på type nøkkelaktører:

- Bergen kommune
- BIR
- Eksisterende bruktbutikker innen ulike varegrupper
- Eksisterende reparatører som skomakere og skreddere
- Tilbydere av utleie og/eller deleløsninger, f.eks. Tingoteket
- Arbeid- og inkluderingsordninger gjennom NAV, som Bjørkhaug, Nordnes verksteder m.fl.
- Frivillige aktører

### Infrastruktur:

- Stort lokale med plass til separate butikker
- Ombruksmottak, nært lokalisert en gjenvinningsstasjon
- Sortering og lagringsplass
- Vaske- og reparasjonsverksted



### Eksempler på tjenestetilbud blant aktører

- Salg av brukte forbruksvarer i spesialbutikker
- Reparasjonstjenester på bestilling og drop-in, f.eks. tilknyttet gjenbruksbutikker. Boks for innlevering av gjenstander utenfor åpningstid
- Kafé med salg av alt fra god kaffe til lunsj
- Utlåns-/leieordninger, f.eks. av verktøy
- Systue eller verksted med mulighet til å låne/leie en symaskin og andre verktøy for reparasjon, redesign og oppsirkulering
- Transporttilbud og/eller tilhengerutleie
- *Tilleggstilbud: Konferanse- og workshop-lokaler, f.eks. til arrangementer som klesbyting, generasjonstreff eller skoleundervisning*

### Målgruppe

Privatpersoner i Bergen kommune, men spesielt:

1. Innbyggere som vil handle effektivt og derfor foretrekker å handle 'alt på ett sted'
2. Barnefamilier som ønsker å handle rimeligere varer
3. Kvinner og menn som ikke har et ønske om å endre egne handlevaner og derfor dreies mot kjente strukturer for handel
4. Ungdommer som i dag benytter kjøpesentre som en sosial møteplass
5. Pensjonister, barselgrupper o.l. som ønsker en sosial møteplass

### Behov



Lokale egnet for et kjøpesenter



Samlokalisering / nærhet til gjenvinningsstasjon



Kommunal støtte (på kort sikt)



Leieavtaler med ombruksaktører



2 årsverk (ekskl. arbeids- og inkluderingsansatte og arbeidsleder)



Tilbud for hjemlevering av varer eller utlån av tilhengere



### Organisering og eierskap inkl. kommunen sin rolle

**Organisering:** Et ombrukssenter kan organiseres på flere måter, eksempelvis som et frivillig organisasjon, interkommunalt selskap (IKS), som en avdeling av et renovasjonsselskap eller som en kommunalt eid AS. Basert på innsikt fra andre tilsvarende sentre er de to sistnevnte alternativene ansett som mest hensiktsmessig. Ettersom samlokalisering eller nærhet til en gjenvinningsstasjon er et identifisert behov for å sikre forutsigbar vareflyt, må Omkrets også være tilknyttet et mottak for brukte varer, samt verksted for behandling før videresalg. Dette kan f.eks. organiseres gjennom et eget forretningsområde i Omkrets eller et samarbeid med renovasjonsaktør BIR AS. NAV eller andre organisasjoner med ordninger for arbeidsinkludering foreslås som en samarbeidspartner på mottaket. Dette kan innebære arbeidsopplæring og oppfølging av f.eks. 1-2 kommunalt ansatte.

**Eier:** Offentlig involvering er sentralt hos eksisterende ombrukssentre i inn- og utland. Det foreslås derfor at Bergen kommune eller BIR AS, i alle fall de første årene, eier og drifter Omkrets, og tilrettelegger bygget der ombrukssenteret holder til. Offentlig tilrettelegging kan f.eks. innebære å tilby ombruksaktører senterareal til redusert leiepris de første årene etter etablering.

**Drift:** Private aktører, f.eks. Kirppis og Elektrotec, vil være leietakere på senteret og drive egne ombruks- og reparasjonsbutikker. Disse vil betale en leie for bruk av lokaler og for mottak / sortering / vask / reparasjon av varer de mottar. Aktørene vil også dekke eget strømforbruk og eventuelle andre driftskostnader.

### Bidrag til sentrale målsetninger

Pil oppover (↑) betyr at konseptet bidrar i stor grad, pil bortover (→) betyr til en viss grad og pil ned (↓) betyr i liten grad.

Sosial  
bærekraft



Senteret har arbeids- og inkluderingsordning og bidrar til holdningsendringer og kunnskapsbygging.

Ombruks-  
potensial



Ved full realisering av ombrukssenteret vil det kunne omsette store mengder brukte varer, samt muliggjøre reparasjon og vedlikehold av varer.

Avfalls-  
reduksjon



Senteret vil kunne bidra indirekte til avfallsreduksjon gjennom reparasjon og vedlikehold, og gjennom salg av produkter som ellers ville blitt kastet.

Antatt relevans  
for Bergen



Senteret er antatt veldig relevant for Bergen, da det ikke eksisterer lignende konsepter, samt at 7 av 10 svarer at de kunne tenkt seg å benytte et ombrukssenter.

### Konseptvariant: Bydelshub

Ombrukssentre av mindre skala fordelt over flere bydeler med et godt, men begrenset tilbud av brukbutikker og reparasjonsaktører. Hver hub vil bestå av eksisterende tilgjengelige tjenester og butikker i den respektive bydelen, og komplementere og utfylle disse. Huben vil muliggjøre samlokalisering av disse tjenestene og butikkene, øke både synligheten og tilgjengeligheten for innbyggerne, samt bidra til struktur og forutsigbarhet.

### Konseptutvidelse: Sirkulært senter

Et ombrukssenter kan på sikt utvides til å i enda større grad være en kunnskap- og holdningsbyggende arena; et senter som fremmer et miljø for sirkulær omstilling. Et sirkulært senter kan bygge opp under sirkulære innovatører, ha arealer for verksted og prototyping, der læring står i fokus. Et kompetansesenter for nærmiljøet og andre interesserte.

### Kritiske suksesskriterier

Samlokalisering  
med tradisjonell  
varehandel

Sentral lokasjon /  
tilgjengelighet med  
kollektivtransport

Sentralt mottak av  
varer, offentlig  
finansiert/drevet

Lange åpningstider

Kompetente ansatte  
med engasjement

Hjemlevering  
av varer eller  
utlån av tilhengere

Markedsføring

Et bredt sortiment  
av varer som holder  
høy standard

Garanti på enkelte  
varetyper

### Overordnet plan for realisering

Under er fire hovedfaser i en overordnet plan for realisering skissert. Endringer og justeringer vil forekomme basert på resultat for hver fase.

#### 1 Forprosjekt (3 mnd)

- Videreutvikle og detaljere konseptskisse
  - Forretningsmodell inkl. business case, forslag til juridisk struktur
  - Finansieringsplan inkl. mulige støtteordninger
- Innhente tilbakemeldinger fra potensielle leietakere og kunder på konseptskisse
- Vurdere alternative lokaler, inkl. dialog med bygg og eiendomsavdelingen i kommunen

#### 2 Planlegging og organisering (6-9 mnd)

- Etablere prosjektgruppe for konseptets realisering
- Dialogmøter med ombruks- og eiendomsaktører
- Samarbeidsavtaler med ombruks- og eiendomsaktører, spesielt BIR
- Søke ev. midler for finansiering
- Vurdere å gjennomføre en pilot, f.eks. i form av et midlertidig mini-ombrukscenter med et fåtall utvalgte ombruksaktører

#### 3 Mobilisering

- Tilpasse lokaler
- Ansettelse av driftspersonell
- Ansettelse av senterleder

#### 4 Iverksette og åpning av senteret

- Åpne senteret

#### Økonomi OmKrets

Inntekter	Driftskostnader	Investering-/ finansieringsbehov
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leieinntekter fra bedrifter (butikker) som holder til på senteret</li> <li>• <i>Opptappingsmodell med subsidiert leiepris de første årene</i></li> <li>• <i>Tilleggsinntekt:</i> Utleielokaler, omvisninger, studiebesøk og foredrag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ev. leie av lokaler (<i>med mindre OmKrets eier egnet lokale</i>)</li> <li>• Strøm</li> <li>• Lønn til ansatte</li> <li>• Drift av mottak (reparasjon), inkl. eventuelle transportkostnader</li> <li>• Senteradministrasjon</li> <li>• Markedsføring</li> <li>• Renhold, vaktmester etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kjøp / overtakelse av lokale</li> <li>• Tilskudd til lønn for senterleder</li> <li>• Utstyr til verksted</li> </ul>

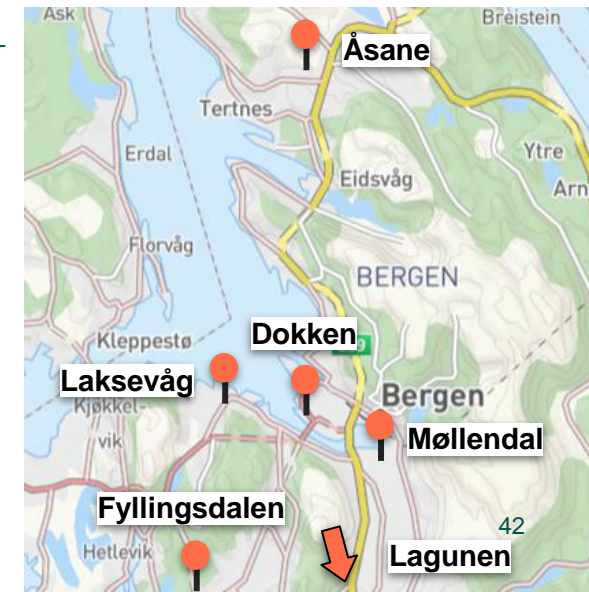
Bergen kommune | PwC

#### Krav til lokaler

**Størrelse:** 3000 - 4000 m<sup>2</sup> inkl. plass til mottak, lagring og behandling av varer, samt butikk- og kafélokaler.

**Plassering:** Senteret bør plasseres der det er lett tilgjengelig for flest mulig, både for de som skal levere eller hente varer med bil, og for de som er avhengig av kollektivtransport. Det bør i stor grad samlokaliseres med mottak, lagring og behandling av varer for å redusere transportbehovet. Mottak og behandling kan plasseres et annet sted, dersom forprosjektet vurderer dette som mer effektivt. Lokasjoner som har vært diskutert så langt er markert i kartet til høyre. Områdene er alle utviklingsområder.

Lokalet kan være et allerede offentlig eid bygg, eller et bygg kommunen kan fremleie til aktørene på senteret.



### Eksempler fra lignende konsepter: Overordnet organisering og økonomi

#### Resirkula

##### Organisering

Sirkula IKS (interkommunalt selskap) står bak konseptet Resirkula, eid av de fire kommunene Ringsaker, Hamar, Løten og Stange. Sirkula sikrer forsvarlig håndtering av avfallet fra private husholdninger og driver flere gjenvinningsstasjoner<sup>1</sup>. Datterselskapet Sirkula Næring AS utvikler tomt på Gålåsholmen ved Hamar, og eier tomten via Sirkula Næring Tomteselskap AS der ombrukssenteret og én gjenvinningsstasjon er lokalisert.

##### Inntekter

- Leie: Trappetrinnsmodell siden etablering der husleie gradvis øker per år mot markedspris, og leietakere betaler en årlig pris per kvm.
- Annet: Salg av kobber fra elektriske kabler

##### Kostnader

- Etableringskostnad: ca 38 mill NOK, ekskl. ombruksmottak, som er en del av gjenvinningsstasjonen. Prosjektets total kostnad for etablering av ny gjenvinningsstasjon, administrasjonsbygg og Resirkula var 162 mill NOK, som ble lånefinansiert.
- Lønn til ansatte (2 årsverk)

Resirkula finansieres av midler fra næringsaktiviteten i Sirkula.

#### Aktører på senteret (egne AS)

##### Inntekter

- Omsetning (2023) = 8,3 mill NOK eks. mva. fordelt på fem operative butikker. *To AS har gitt seg, og ett har gått konkurs siden oppstart.*

##### Kostnader

- Egne ansatte og andre driftskostnader som husleie (inkl. strøm)

#### ReTuna

##### Organisering

Det kommunalt eide energi- og miljøsekskapet Eskiltuna Energi och Miljö AB (EEM), eid av Eskilstuna Kommunföretag AB eid av Eskilstuna kommune, står bak og driver ReTuna ombrukssenter og Retuna gjenbrukssenter.

##### Inntekter

- Leie: 6 mill SEK 2022 (1545 kr/kvm/år), der husleie gradvis har økt fra 50 % av markedspris de to første årene etter etablering og 70 % i år tre. Fra 2018 har leien vært uten subsidier<sup>2</sup>.
- Annet: Studiebesøk og konferanselokaler

##### Kostnader

- Etableringskostnad: 80 mill SEK, inkludert kjøp av bygning, der 50 % gikk til etablering av senteret. Investeringskostnad 5 mill SEK fra kommunen og 75 mill dekket av EEM.
- Løpende kostnader, som lønn til ansatte (1 årsverk) og strøm til fellesarealer. Hvert enkelt AB (AS) har egen strømvtale.

Ombrukssenteret har ingen andre vesentlige kostnader, da det er tett tilknyttet forretningsområdet 'gjenvinning'.

#### Aktører på senteret (egne AS)

##### Inntekter

- Totalt solgte senteret varer for 23,3 mill SEK i 2023 (10-20 % årlig økning)

##### Kostnader

- Egne ansatte
- Andre driftskostnader som husleie og strøm



# *Bruk Bergen*

### En sirkulær bydel/handlegate støttet av en felles paraplyorganisasjon

Bruk Bergen er et område/gate i Bergen sentrum hvor det finnes et bredt utvalg av ombruks tjenester som brukbutikker, reparasjon- og vedlikeholdstjenester, kaféer og andre tilbud. Sentrum har gode kollektivtilbud og vil gjøre det lett for alle innbyggere å benytte seg av tilbudet, samt at det vil bidra positivt til Bergen sitt byliv.

Organisasjonen Bruk Bergen vil fungere som en paraplyorganisasjon for medlemmene i området med felles tjenester som markedsføring, bistand rundt leie av lokaler og en mentorordning for å gi økt kunnskap rundt det å drifte et ombrukskonsept, f.eks. kursing i regnskapsføring og markedsføring.

Aktørene som har lokaler i området vil få synlighet gjennom felles markedsføring, lokasjon sentralt i Bergen, veiledning gjennom mentorordning og samlokalisering med andre ombrukskonsepter som kan gi synergier og samarbeid.

**Målsetting:** Konseptet skal sikre økt ombruk i Bergen gjennom å tilby et attraktivt sentrum med ulike sirkulære aktører som brukbutikker, reparatører, kaféer og holdningsendrende aktiviteter.

#### Eksempel på nøkkelaktører:

- Bergen kommune
- Eksisterende brukbutikker
- Eksisterende reparatører som skomakere og skreddere
- Kafeer med fokus på sosial bærekraft
- Hus- og gårdeiere
- Bergen Sentrum

#### Infrastruktur:

- Felles tjenester som markedsføring og regnskapsfører
- Felles avhending av varer som ikke kan selges
- Lokaler til paraplyorganisasjonen inkl. kontor og lokaler til arrangementer



### Eksempler på tjenestetilbud blant aktører

- Brukbutikker
- Reparasjon- og vedlikeholdstjenester
- Kaféer
- Deletjenester
- Aktører som fremmer redesign
- Lokal håndverk
- Kunst / Kultur
- Informasjon-/aktivitetssenter
- Kursvirksomhet og åpne møteplasser
- Innovasjonshub

### Målgruppe

Privatpersoner i Bergen kommune, men spesielt:

1. Innbyggere som vil ha alt på ett sted, fra kafebesøk til reparasjon av varer og handle brukt
2. Turister og andre besøkende i Bergen
3. Innbyggere som er avhengig av kollektivtransport

### Behov



Beslutning om valg av område til konseptet



Samarbeid med eksisterende og kommende aktører



Dialog med eiendomsaktører



1-2 antall årsverk i paraplyorganisasjon



Tilgjengelige lokaler



Synlighet og markedsføring

### Organisering og eierskap inkl. kommunen sin rolle

**Eier:** Paraplyorganisasjonen kan ha ulike eierskapsmodeller. Den kan eies og driftes av kommunene slik som et bibliotek, eller det kan bygges videre på av eksisterende organisasjoner slik som Bergen Sentrum. Alternativt kan det organiseres som en frivillig organisasjon eller som et kooperativ. For å sikre realisering av konseptet anses det som mest effektivt å bygge videre på Bergen Sentrum.

**Drift:** Paraplyorganisasjonen driftes av dedikerte ansatte, med eget lokale. Egne AS vil eie og drifte de enkelte tilbudene i lokaler i området, f.eks. reparatører, bruktbutikker eller andre typer ombruksaktører.

Paraplyorganisasjonen vil i utgangspunktet ha behov for om lag to ansatte i drift, én til administrasjon, videreutvikling av konseptet, felles arrangementer osv. og én ansatt som er ansvarlig for mentorordningen. Mentorordningen skal veilede aktørene rundt temaer som markedsføring, regnskap og andre utfordringer aktørene kan møte. Innsamling og håndtering av varer inkl. transport kan potensielt gjøres av BIR, eller at den enkelte aktør har ansvaret for dette selv.

### Bidrag til sentrale målsetninger

Pil oppover (↑) betyr at konseptet bidrar i stor grad, pil bortover (→) betyr til en viss grad og pil ned (↓) betyr i liten grad.

**Sosial bærekraft**



Området/handlegaten kan inkludere tilbud som benytter arbeids- og inkluderingsordning, f.eks. kafeer. Området vil også være en sosial møteplass for alle innbyggere og besøkende.

**Ombruks-potensial**



Ved full realisering av området/handlegate vil det kunne omsette store mengder brukte varer, men fokuset vil også være på holdningsendring/bevisstgjøring og dermed indirekte bidra til ombruk.

**Avfalls-reduksjon**



Området/handlegaten vil kunne bidra indirekte til avfallsreduksjon gjennom reparasjon og vedlikehold, og gjennom salg av produkter som ellers ville blitt kastet.

**Antatt relevans for Bergen**



Området/handlegaten er antatt relevant for Bergen, spesielt opp mot ønsket om å ha et levende og bærekraftig sentrum. Det er blant annet flere områder i sentrum med bruktbutikker.

### Konseptutvidelse: Felles lager og transport

Konseptet kan utvides til å inkludere felles innsamling, lagring og transport av varer til de ulike ombruksaktørene. Avhengig av hvilke typer ombrukskonsepter som lokaliseres i området kan det bli behov for felles logistikk / vareflyt inn til sentrumslokalene. Dette kan for eksempel gjøres gjennom involvering av BIR.

### Kritiske suksesskriterier

Felles enighet om bruk av sentrumslokaler

Sentral lokasjon / tilgjengelighet med kollektivtransport

Tilgjengelig ansatt i mentorordningen

Lange åpningstider

Kompetente ansatte med engasjement

Samarbeid med eiendomsaktører

Markedsføring

### Overordnet økonomi

#### Medlemsbedrifter

##### Inntekter

Medlemsbedriftene vil ha inntekter fra salg og/eller utleie av varer, eller fra tjenester som kurs og reparasjon.

##### Kostnader

- Leie av lokal - *Leieprisen vil variere basert på gård-/huseier*
- Strøm
- Lønn til ansatte
- Medlemsavgift

*Inntekter og kostnader vil variere for den enkelte medlemsbedrift basert på forretningsmodell.*

#### Paraplyorganisasjon

##### Inntekter

- Medlemsavgift fra medlemsbedriftene. Det foreslås en opptrappingsmodell for medlemsavgiften, med rabattert avgift de første årene
- Andre inntekter som leieinntekt fra standplass på loppemarked eller arrangementer som kurs og foredrag til andre enn medlemsbedriftene

##### Kostnader

- Lønn til ansatte
- Leie av kontorlokaler inkl. andre møterom for workshops, kurs osv.
- Strøm til lokaler
- Andre kostnader relatert til markedsføring og drift som nettsider, fysisk markedsføring som plakater, klistremerker osv.



### Overordnet plan for realisering

Under er tre hovedfaser i en overordnet plan for realisering skissert. Endringer og justeringer vil forekomme basert på resultat for hver fase.

#### 1 Forprosjekt (6-9 mnd)

- Videreutvikle og detaljere konseptskisse
  - Forretningsmodell inkl. business case, forslag til organisering
  - Finansieringsplan inkl. mulige støtteordninger
- Innhente tilbakemeldinger fra potensielle leietakere og kunder på konseptskisse
- Dialogmøter med eiendomsaktører for å skissere mulige områder for konseptet og felles visjon
- Etablere visjon og ambisjonsnivå for konseptet

#### 2 Planlegging og organisering (6- 9 mnd)

- Etablere prosjektgruppe for konseptets realisering
- Dialogmøter med ombruks- og eiendomsaktører for å kartlegge interesse
- Samarbeidsavtaler med ombruks- og eiendomsaktører
- Søke ev. midler for finansiering av paraplyorganisasjonen

#### 3 Mobilisering og iverksettelse

- Etablere paraplyorganisasjon
- Inngå leiekontrakter mellom eiendomsaktører og ombruksaktører



Foto: Sabrina Mazzeo, Unsplash

#### Krav til lokasjon

**Størrelse:** Konseptet kan både omfatte en enkelt handlegate eller det kan utvides til å omfatte et større område. Uavhengig av dette bør konseptet ha et tydelig definert område hvor det er lett for kundemassen å identifisere konseptet.

**Plassering:** Konseptet bør lokaliseres i sentrumsområdet for å sikre synlighet for kunder samt sikre en større tilgjengelig kundemasse. Det kan være flere områder i Bergen sentrum som kan være aktuelle, f.eks. Øvregaten og Kong Oscarsgate, Marken eller Møhlenpris.

Lokalet til Bruk Bergen bør lokaliseres i samme område som aktørene for å sikre godt samarbeid og synlighet.







# Bergen Reparerer

### En informasjonshub for tilgjengelige reparasjonstjenester i Bergen

Den digitale informasjonshuben skal gi innbyggerne i Bergen en oversikt over både tilgjengelige reparasjonstjenester i sitt nærområde og fungere som en markedsføringsplattform for alt det gode arbeidet som gjøres innen reparasjon og vedlikehold. Konseptet vil omfavne reparasjon og vedlikehold av alle typer forbruksvarer fra klær til hvitevarer og fritidsutstyr. Dette gjør at konseptet vil nå ut til flest mulig av innbyggerne. På den digitale plattformen kan man få oversikt over blant annet reparatørens lokasjon, type varer, priser og åpningstider m.m.

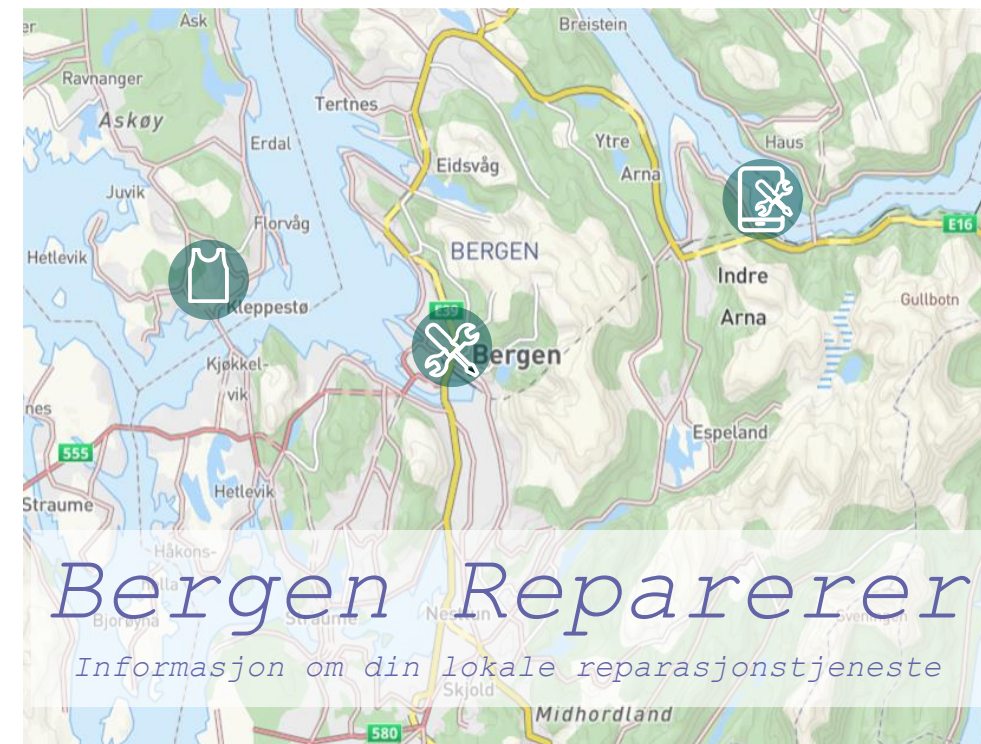
Konseptet vil ha fysiske elementer som skilt eller klistremerker hos relaterte aktører, skilter i bybildet og fysiske kart over tilgjengelige tjenester.

**Målsetting:** Konseptet skal gi innbyggerne god informasjon som gjør det lettere å bruke reparasjonstjenester. Tilbudet skal også øke bevissthet knyttet til landskapet av reparasjonsaktører i kommunen

#### Nøkkelaktører:

- Bergen Kommune
- Reparasjonsaktører (i mindre grad)
- Leverandør av digital oversikt
- Ekstern markedsfører
- Aktører som Naturvernforbundet eller andre som allerede har et informasjonskonsept

**Infrastruktur:** Konseptet bygges rundt en digital markedsføringskampanje som en nettside og andre sosiale medier.



### Tjenestetilbud

- Digital oversikt over tilgjengelige reparasjonskonsepter
- Markedsføring
- Fysisk kart og skilt
- Fysisk merking av butikker/verksted i ordningen
- *Tilleggsэлеment: Reparasjonsgavekort*

### Målgruppe

Privatpersoner i Bergen kommune, men spesielt:

1. De som i dag ikke har oversikt over hvor de kan reparere forbruksvarene sine i dag
2. Innbyggere som ønsker å benytte reparasjonstjenester i større grad
3. De som eier kvalitetsvarer og dermed har større potensial for reparasjon
4. Utstyrentusiaster som har mye utstyr, eksempelvis verktøy og friluftslivsutstyr

### Behov



Nettside



0,5-1 årsverk



Langsiktig visjon og plan



Samarbeid med lokale reparasjonsaktører



Kommunal støtte av konseptet

### Organisering og eierskap inkl. kommunen sin rolle

Konseptet kan med fordel bygge videre på allerede eksisterende konsepter, slik som Naturvernforbundet sitt konsept Tavarepådetduhar. Det vil være fordelaktig å inngå samarbeid med en aktør som allerede har en løsning, hvor Bergen kommune kan bidra med finansiell støtte, ressurser, kompetanse eller annen form for støtte.

Videreutvikling av konseptet forutsetter at det er kontinuerlig finansiell støtte, samt tilstrekkelig ressurser og kunnskap til å muliggjøre skalering av konseptet. Tilsvarende konsepter viser at det er ressurskrevende å verifisere og oppdatere informasjon til nettside, og en videre skalering vil derfor kreve økt ressursbruk. Lignende er det også behov for kompetanse på markedsføring for å nå ut til konseptets målgrupper.

### Bidrag til sentrale målsetninger (1-5 skala)

Pil oppover (↑) betyr at konseptet bidrar i stor grad, pil bortover (→) betyr til en viss grad og pil ned (↓) betyr i liten grad.

**Sosial bærekraft**



Konseptet har ikke fokus på sosial inkludering gjennom for eksempel arbeidsinkludering, men kan anses å bidra til å gjøre ombruksinformasjon tilgjengelig for alle.

**Ombruks-potensial**



Konseptet bidrar i middels grad til ombruk ved at det opplyser befolkningen om hvor de kan få reparert tingene sine, likevel bidrar det ikke direkte til økt gjenbruk av varer og produkter.

**Avfalls-reduksjon**



Konseptet bidrar aktivt til at produkter og varer ikke går til avhending men heller får utvidet sin levetid. Derfor vurderes konseptet til å bidra i stor grad til avfallsreduksjon.

**Antatt relevans for Bergen**



Konseptet kan anses å ha allerede blitt pilotert gjennom Naturvernforbundet sitt konsept tavarepådetduhar.no, og har sammen med reparasjonsgavekortet blitt tatt i bruk av Bergensere.

### Tilleggskonsept: Reparasjonsbussen

En barriere til økt reparasjon er korte åpningstider og ikke sentrumsnære lokasjoner. En reparasjonsbuss kan bidra til å løse denne barrieren ved å bidra til levering og henting av varer til reparasjon. Reparasjonsbussen vil hente forbruksvarer fra privatpersoner med behov for reparasjon eller tilpasninger på fastbestemte stoppesteder i Bergen kommune, samt med mulighet for brukere å levere tingene sine i skap hvor bussen vil hente tingene.

### Konseptutvidelse: Inkludere flere ombruksaktører

En mulig konseptutvidelse er å inkludere informasjon om andre ombruksaktører som bruktbutikker og utleieaktører i den digitale oversikten. Dette vil kreve større kapasitet og flere ressurser for å sikre at informasjonen er pålitelig og oppdatert.

### Kritiske suksesskriterier

Finansiell støtte

Nok midler til markedsføring

Kontinuerlig oppdatering og drift

Kompetanse på områder som nettsideutvikling og kommunikasjon

Ressurser til informasjonsinnhenting og verifisering

Søkemotor-optimalisering

### Overordnet plan for realisering

Under er tre hovedfaser i en overordnet plan for realisering skissert. Endringer og justeringer vil forekomme basert på resultat for hver fase.

#### 1 Forprosjekt (3-6 mnd)

- Etablere visjon og ambisjonsnivå for konseptet
- Utarbeide samarbeidsmodell med aktør
- Finansieringsplan inkl. mulige støtteordninger

#### 2 Planlegging og organisering (6 mnd)

- Inngå samarbeidsavtale med aktør for konsept
- Søke ev. midler for finansiering
- Involvering av ombruksaktører / reparasjonsaktører for å sikre lokal forankring

#### 3 Mobilisering og iverksettelse

- Starte skalering / videreutvikling av eksisterende konsept

#### Økonomi

##### Inntekter

*Ingen direkte inntekter fra konseptet*

##### Driftskostnader

- Utvikling og videre drift av app/nettside
- Lønn til ansatt

##### Investering-/ finansieringsbehov

*Antakelse om videreutvikling av eksisterende konsept*



# Veien videre

A large, stylized number '5' in a dark teal color, centered within a white circle. The circle is partially cut off by the right edge of the frame. The number '5' has a thick, blocky font style.

# Anbefalte neste steg på veien mot konseptrealisering

1

## Vurdere kommunens rolle

- Finansielt handlingsrom
- Alternativ finansiering
- Vurdere nytt prosjekt for ett eller flere konsepter for videreutvikling av skisse(r)

2

## Etablere rigg for videre utredning av ett eller flere av konseptene

- Prosjektgruppe
- Involvere strategiske sparringspartnere
- Videreutvikle skisser

3

## Videreutvikle og teste

- Innhente tilbakemeldinger
- Brukertest utvidede konseptskisser



Tett samarbeid mellom involverte aktører og opprettholdelse av et momentum er suksessfaktorer i realiseringen av konseptene

# Et viktig første steg på veien mot konseptrealisering er å definere kommunens rolle

1

Vurdere  
kommunens  
rolle

Skrivebordsanalysen avdekket at det offentlige i hovedsak har to typer roller i eksisterende ombrukskonsepter i både inn- og utland; en operasjonell rolle eller en strategisk rolle.

## Operasjonell rolle

I en operasjonell rolle vil kommunen være en deltakende aktør i drift av konseptet. I et slikt tilfelle vil eierskapet av konseptet ligge hos kommunen, hvor det er kommunalt ansatte som står for den daglige driften. En slik rolle kan innebære risiko for kommunen, da det er naturlig at kommunen også står for finansieringen av et slikt konsept. En slik modell kan også gjøres indirekte gjennom etablering av et (inter)kommunalt selskap eller ved bruk og/eller utvidelse av et eksisterende (inter)kommunalt selskap.

## Strategisk rolle

En annen måte det offentlige kan fasilitere ombrukskonsepter på er gjennom å være en strategisk samarbeidspartner. Dette kan for eksempel være ved å frigjøre tomme lokaler til butikker som driver med ombruk, eller tilrettelegge for felles lager og/eller innsamling av varer. I konseptenes tidlige fase, som etablering, kan det offentlige bidra med økonomisk bistand som delfinansiering, subsidier av leie, tilskuddsordninger eller annet. Slik støtte er i flere tilfeller midlertidige eller tidsbegrenset. Et eksempel på dette er subsidiert leie i oppstartsfasen til en bruktbuikk for de to første årene.

Å beslutte hvor involvert kommunen skal være i konseptet vil være et viktig første steg da det setter tydelige rammer for videreutvikling av konseptet, spesielt med tanke på finansielt handlingsrom. For å redusere risiko er det mulig å identifisere alternative finansieringsmåter og relevante støtteordninger.

# Gode samarbeid vil være viktig for å etablere en god rigg for videreutvikling og testing av konseptet

## 2

Etablere rigg for videre utredning

Når kommunens rolle er vurdert vil det være behov for å konkretisere konseptene i større grad og tidlig involvere relevante ombruksaktører. Det bør settes ned en prosjektgruppe som består av ulike aktører som har interesse i konseptets realisering. Dette kan for eksempel være ombruksaktører som vil være med å drifte konseptet, aktører som bidrar på finansieringssiden og andre strategiske sparringspartnere. Tett involvering av potensielle samarbeidspartnere vil være viktig for å sikre konseptets attraktivitet og lokale forankring. I dette steget er det viktig å forenes om en langsiktig visjon som bidrar til både motivasjon og et felles målbilde. Til slutt bør skissene detaljeres og valg av lokasjon, juridisk modell og organisering besluttes.

## 3

Videreutvikle og teste

Når konseptskissene er detaljert vil neste steg være å innhente tilbakemelding fra både relevante ombruksaktører som ikke har vært med i konseptutviklingen samt fra potensielle kunder og brukere. Et steg vil være pilotering av konseptet, enten i sin helhet eller i mindre skala, for å brukerteste og innhente informasjon fra kunder. Dette gir rom for å justere konseptet ved behov samt identifisere eventuelle fallgruver. Som i det forrige steget vil tett samarbeid med lokale aktører og prosjektgruppe være viktig for å sikre en god pilotering av konseptskissene. Det er viktig at pilotering, justeringer og lansering av konseptet allokeres nok ressurser og midler for å sikre at det opprettholdes et momentum i gjennomføringen.



# Vedlegg



# Liste over konsepter i skrivebordsundersøkelsen (ikke uttømmende)

Resirkula	Nydalen Fabrikker	Babytek
BrukOm	Gjenbruken	REUSE Centre Ostrava
Egna	Noch Mall	The 48er-Tandler Re-use Shop
Omigjen ombrukssenter	Re-Use Berlin og Re-Use Superstore	OCAZE
Rebell	Renew Hub	Halle 2
VAREhuset	Latido Verde	Library of things
Utstyrsbiblioteket	Peerby	Fæbrikstad-festivalen
ReTuna	Lidkøb	Fretext
Reuse Centers	Værdicentralen	Byttefester
The Vienna Repair Voucher	Helsinki Metropolitan Area Reuse Centre (Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus (PK))	Havaristen
Vollbekk fabrikker	Gjenbruksapper (Tise, Finn, Vibrent, Thred UP mm.)	Nabolagsutvikling hvor bærekraft står i fokus (Insitut for X, Artscape, Greenhouse mm.)

# Liste over involverte interessenter

## Interessenter intervjuet i prosessen

- OmBrukt
- ReTuna
- BUA
- VILT Vintage og Öy
- BIR Nyverdi
- Kirppis
- Naturvernforbundet
- IKEA Sverige
- Bergen Sentrum

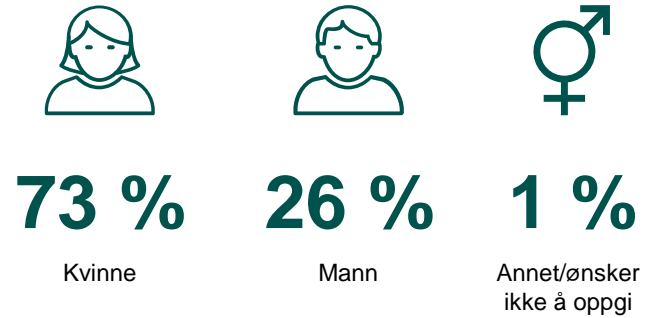
## Interessenter involvert i workshops

- Fileks
- BIR
- BIR Nyverdi
- Öy Norge
- Fretex Miljø
- Give Music a Chance
- Bergen Fellesverksted
- Elektrotec
- OmBrukt
- Nordnes Verksteder
- Bærekraftige Liv
- Bergen Næringsråd
- Naturvernforbundet
- Kirkens Bymisjon
- Bærekraftspilotene UiB
- Clothing Swap
- Bergen Offentlige Bibliotek
- Bergen kommune v. Næringsseksjonen
- Bergen kommune v. Strategisk Eiendom
- Resirkula
- Belleskredderi
- Flytt Bergen

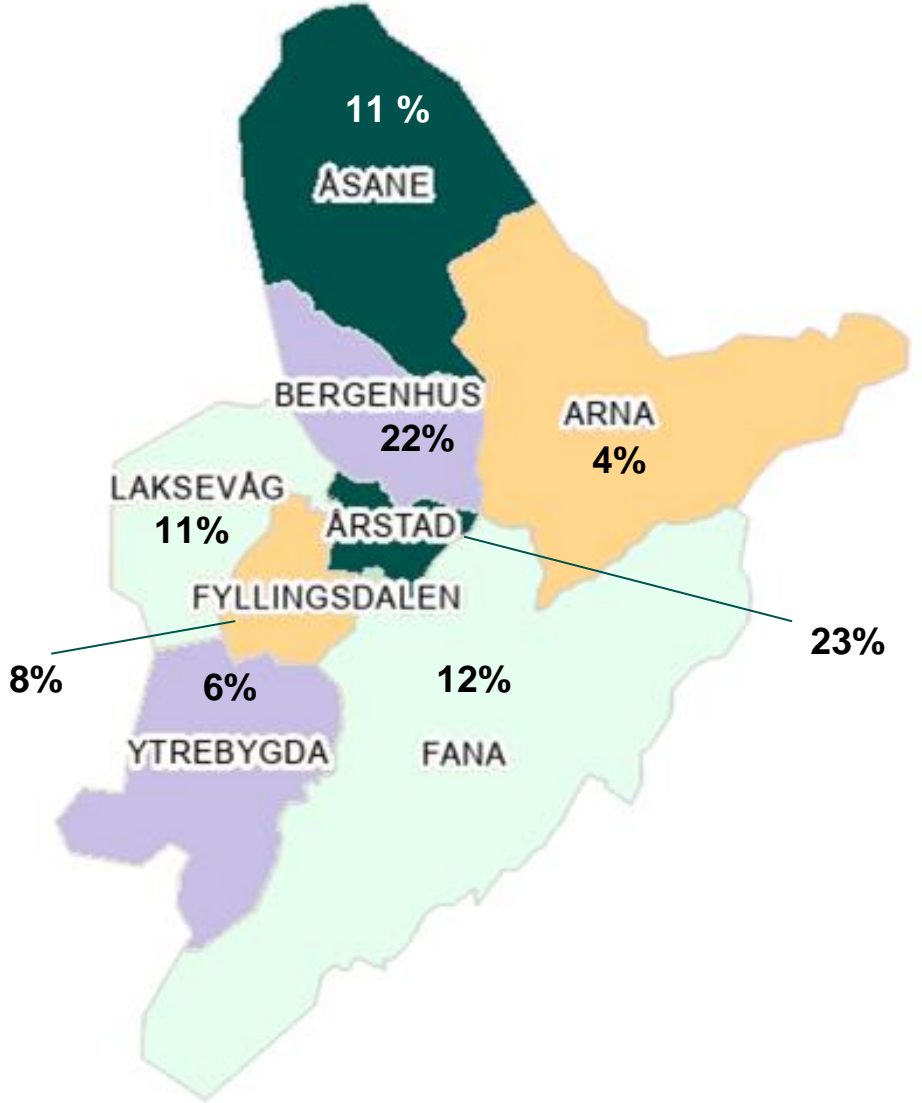
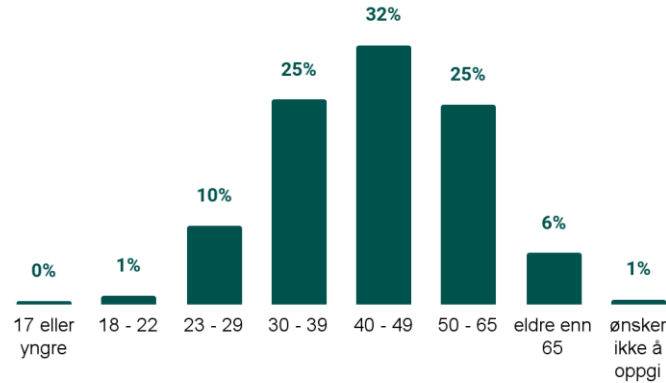
Bydel

# Utvalg i spørreundersøkelsen

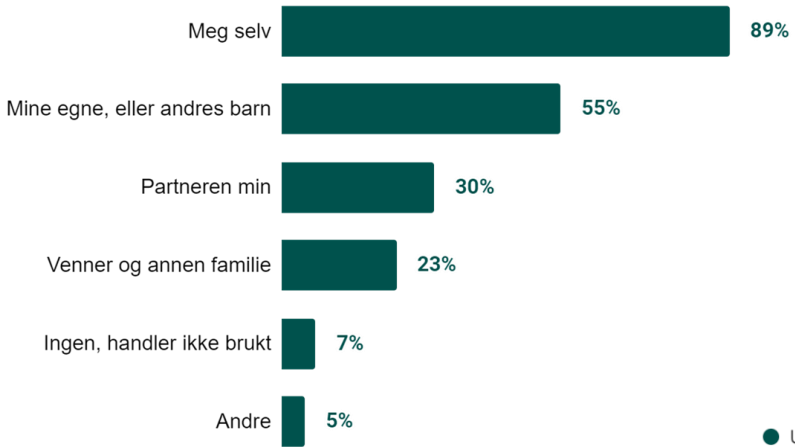
## Kjønnsfordeling



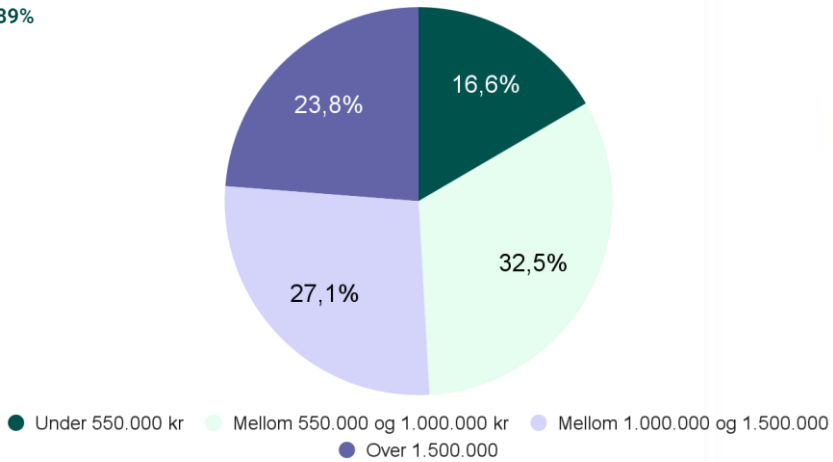
## Aldersfordeling



## Hvem kjøper du brukt til?



## Husholdningens inntekt



Kilde: © Geodata AS, Kartverket, Geovekst og kommunene, OpenStreetMap



## Konsepteksempel - Ombrukssenter

# ReTuna

	Kvaliteter
Fysisk	✓
Digitalt	✓
Salg av varer	✓
Ombrukstjenester	✓
Delingstjeneste	
En virksomhet	
Flere virksomheter	✓
Permanent	✓
Midlertidig	

### Kort beskrivelse

ReTuna er et gjenbrukskjøpesenter lokalisert i Eskilstuna, Sverige. Kjøpesenteret består av 11 butikker, to pop-up butikker, konferanselokale, felles lager, og kafeer. Ved siden av kjøpesenteret er det også en gjenbruksstasjon hvor innsamlede varer blir fordelt på butikkene.

### Kommunens involvering

Gjenbrukssenteret er et kommunalt eid selskap, men de ulike butikkene er egne aksjeselskap. Kommunen subsidierte husleien de første to årene, men nå leier butikkene plassen etter markedspris.

### Økonomi og antall besøkende

Ble **omsatt for 15,4 millioner i 2020**, og alle butikkene på senteret er økonomisk uavhengige av offentlige midler.  
Gjennomsnittlig antall besøkende per dag: **700**



## Konsepteksempel - Senter for sirkulær økonomi

# Vollebekk fabrikker

Vollebekk fabrikker	
Fysisk	✓
Digitalt	
Salg av varer	✓
Ombrukstjenester	✓
Delingstjeneste	
En virksomhet	
Flere virksomheter	✓
Permanent	✓
Midlertidig	✓

### Kort beskrivelse

Vollebekk fabrikker er et samarbeidsprosjekt mellom Bydel Bjerke, Pådriv, OBOS og Asplin Ramm, og er et midlertidig sted for utvikling og inkubasjon av løsninger innen gjenbruk, reparasjon, grønn produksjon og forretningsutvikling. Formål å koble beboere, gründere og etablert næringsliv.

### Økonomi og antall besøkende

Sum finansiering: 5 112 026 kr  
Sum kostnader: 4 962 500  
Antall besøkende per år: 16 000 (2019)

### Kommunens involvering

Kommunen er en del av samarbeidspartnerne, og har hatt egen prosjektleder som har jobbet med prosjektet på heltid.

### Kommunale aktører var avgjørende som utviklingsaktør

Flere peker på at en sentral årsak til at Vollebekk Fabrikker ble en realitet skyldes kommunen i form av Bydel Bjerke agerte som aktiv, kreativ og proaktiv aktør i området. Bydel Bjerke hadde mulighet for å agere på denne på måten fordi der var etablert en mindre utviklingsavdeling, med midler fra blant annet Groruddalssatsningen. De hadde ressurser til å investere tid, og fra bydelen ble det viet en 50%-stilling til prosjektet. Sverre Landmark, tidligere ansatt i Aspelin Ramm, sier "at bydelen ga en stillingsbrøk til å jobbe med dette, sier mye. De hadde en ja-kultur." og fremhever at kommunens engasjement og de ansattes evner var helt avgjørende i utviklingen av Vollebekk Fabrikker.

*"Erfaringer fra Vollebekk Fabrikker (2020)"*

