



INFINITUM

Årsrapport 2016

Infinitum

Besøksadresse:
Karenslyst allé 9c
0213 Oslo

Postboks:
Postboks 447 Skøyen
0213 Oslo

Telefon: (+47) 22 12 15 20
Mail: info@infinitum.no

www.infinitum.no
www.infinitumovement.no

Konsept og design:
Geelmuyden Kiese

Trykk:
Trykksakdesign, Fagerstrand

Siden 1999 har Infinitum eid og driftet pantesystemet i Norge. Infinitum jobber for høyest mulig innsamling av gjenvinnbar drikkeemballasje. Målet er å sikre effektiv, framtidsrettet og miljøvennlig drift av pantesystemet. Ambisjonen er å sikre innsamling og høyverdig gjenvinning av alle gjenvinnbare flasker og bokser.

I 2014 byttet vi navn fra Norsk Resirk til Infinitum. Navnet er inspirert av det uendelige antall ganger man kan gjenvinne flasker og bokser som er med i pantesystemet. Det betyr mye for oss, og for miljøet.

INFINITUM

PANT ALT. DET HAR EN VERDI.

Kontakt

1

Hovedkontor
Skøyen, Oslo

Kjell Olav A. Maldum
Administrerende direktør
Telefon: +47 909 63 999
E-post: kjell.olav@infinitem.no

Tor Guttusrud
Direktør økonomi og finans
Telefon: +47 930 96 486
E-post: tor@infinitem.no

Sten Nerland
Direktør logistikk og drift
Telefon: +47 975 98 558
E-post: sten@infinitem.no

Randi Haavik Varberg
Direktør informasjon og marked
Telefon: +47 913 54 773
E-post: randi@infinitem.no

Vesna Cakarevic
Regnskapssjef
Telefon: +47 916 68 479
E-post: vesna@infinitem.no

Svein Rune Haugsmoen
Controller
Telefon: +47 917 76 517
E-post: svein.rune@infinitem.no

Roger Hushovd
Controller
Telefon: +47 414 06 029
E-post: roger@infinitem.no

Marlene Bergh
Økonomikonsulent
Telefon: +47 916 45 176
E-post: marlene@infinitem.no

Karin Lundaas
Økonomikonsulent
Telefon: +47 916 80 547
E-post: karin@infinitem.no

Janna Friis
Økonomikonsulent
Telefon: +47 951 45 414
E-post: janna@infinitem.no

Iselin Ness
Økonomikonsulent
Telefon: +47 951 25 707
E-post: iselin@infinitem.no

Vibeke Kjôle Scansani
Økonomikonsulent
Telefon: +47 917 46 734
E-post: vibeke@infinitem.no

Plamena Nikolaeva
Økonomikonsulent
Telefon: +47 948 86 985
E-post: plamena@infinitem.no

Gina Rojahn
Økonomikonsulent
Telefon: +47 916 80 547
E-post: gina@infinitem.no

Oscar Zio
Logistikkoordinator
Telefon: +47 984 82 684
E-post: oscar@infinitem.no

2

Produksjonsanlegg
Heia, Fetsund
Mottaksområde: Sør-Norge
Antall ansatte: 38
Innsamlingstall 2016: 833 millioner*

Avdelingsleder: **Ståle Maldum**

Adresse:
Heiasvingen 59
1900 Fetsund

Telefon: +47 22 81 31 00

4

Produksjonsanlegg
Bjerkvik, Narvik
Mottaksområde: Nord-Norge
Antall ansatte: 4
Innsamlingstall 2016: 62 millioner*

Avdelingsleder: **Ole-Rolf Dahlberg**

Adresse:
Salomonsvei 25
8530 Bjerkvik

Telefon: +47 986 30 059

3

Produksjonsanlegg
Heimdal, Trondheim
Mottaksområde: Midt-Norge
Antall ansatte: 6
Innsamlingstall 2016: 146 millioner*

Avdelingsleder: **Åge Skagen**

Adresse:
Torgårdstrøa 5
7072 Heimdal

Telefon: +47 920 51 399

3

1

2

4

* Tall fra anlegg inkluderer non-deposit, dvs utenlandske bokser som tas imot uten å betale ut pant.

Innhold



Side 10



Side 34



Side 16

08	Tilbakeblikk
12	Livssyklusanalysen
14	Pantetall
Del 1	
16	En energibombe
18	Med frykt for at vinteren forsvinner
24	Den europeiske gjenvinningsforkjemperen
26	Infinitembassadører
28	Hjørnestensbryggeriet
30	Øl og norske damer
34	Lett på nett
Del 2	
38	Administrerende direktør har ordet
40	Styret
41	Infinitem eiere
42	Resultatregnskap
43	Balanse

Tilbakeblikk

1902
Panteordningen for ombruksflasker i Norge opprettes.

1980 tallet
Handelen ønsker gjenvinnbar engangsemballasje som kan komprimeres ved retur.

1995
Panteordningen godkjennes av Statens Forurensningstilsyn, dagens Miljødirektorat.

1996
11. november stiftes selskapet Norsk Resirk. Handelen og industrien er likeverdige eiere, gjennom sine organisasjoner.

1999
Norsk Resirks pantesystem for drikkevarebokser og gjenvinningsflasker etableres. Systemet er åpent for alle. Den første boksen pantes i systemet 3. mai 1999.

2000
De første gjenvinningsflaskene blir meldt inn i pantesystemet. Norsk Resirk åpner eget anlegg på Alnabru i Oslo.

2001
Lavere transportkostnader på materiale sent til gjenvinning.

2002
Norsk Resirk får skattefritak.

2003
I selskapets femte driftsår, ble hele 92 prosent av alle bokser og 77 prosent av alle drikkeflasker samlet inn i pantesystemet. Nordmenn er allerede på verdenstoppen i panting. Odd Børretzen er med på en tankevekkende pantefilm, som viser seg å bli en stor suksess i mange år etterpå.

2004
Norsk Resirk har nok et suksessrikt år med økt innsamling av både drikkevarebokser og gjenvinnbare plastflasker. Resultatene viser at befolkningen blir stadig flinkere til å returnere bokser og flasker. Dette skyldes dels bedre tilgang på pantesteder, dels flere produkter med pantemerke, men også en massiv markedsføring av panteordningen over hele landet.

Trykket på markedsføringen legges i ferieperiodene, når folk reiser bort fra sine hjemlige pantevaner. Denne strategien gir målbare resultater – 93 prosent reduksjon på miljøavgiften på boks og 80 prosent på PET. Norsk Resirk overtar bemanning på Alnabru.

2005
Pantesystemet for PET-flasker er blitt vesentlig mer miljøvennlig og kostnadseffektivt, fastslår sivilingeniør Arne Eik i sin doktoravhandling. COOP OBS på Lade i Trondheim er på pantetoppen med over en million flasker og bokser.

2006
Norsk Resirk etablerer produksjonsanlegg i Bjerkvik for Nord-Norge. Norsk Resirk samarbeider med Røde Kors over hele landet med utplassering av pantecontainere. Dette gir Røde Kors sine lokallag en fin inntektskilde. Gol og Hemsedal Røde Kors har blant annet kjøpt en brukt ambulanse for pengene.

2007
Kjell Olav Maldum blir ny administrerende direktør etter Jarle Grytli. En undersøkelse gjennomført av Infact i desember 2007 viser at innbyggerne i Troms, Finnmark og Oslo er flinkest til å pante drikkevarebokser. Idrettslag får mulighet til å samle inn pant, gjennom en ny beholder fra Resirk. Røde Kors sine hjelpekorps samler inn pant for hele 2 millioner kroner – like mye som de får i statsstøtte.

2008
Tine lanserer flasker for drikkevare for første gang på 40 år. Forutsetningen var pantesystemet. Den nye drikken Friskus kommer på PET flaske.

2009
Klima- og forurensningsdirektoratet godkjenner at også pantemerkede flasker og bokser som går til energigjenvinning skal telles som en del av Infinitums returprosjenter. Andelen som går til energigjenvinning utgjør cirka 4 prosent av den totale returprosenten for bokser og cirka 8 prosent for gjenvinningsflasker.

2010
Panteordningen feirer 10-årsjubileum.

2011
Miljøavgiften for gjenvinningsflasker forsvinner, fordi godkjent returandel er over 95 prosent av solgt emballasje. Innmeldingsprosessen for produsenter og importører endres, slik at små importører også har mulighet til å bli med i pantesystemet.

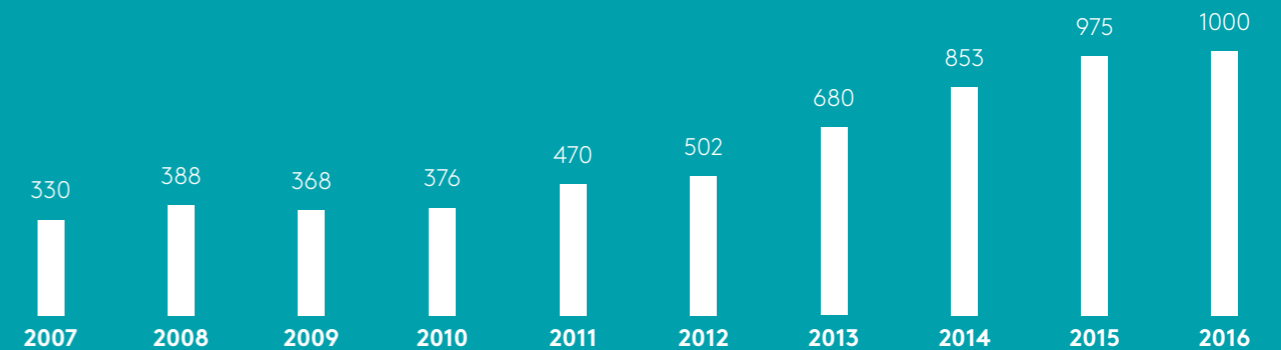
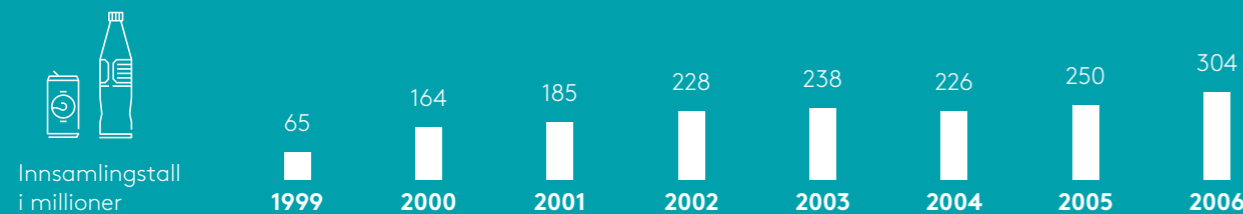
Effektivisering og omlegging av logistikk og transport sparer miljøet og kostnader. Norrøna kjøper PET til en av sine fleece-kolleksjoner for å sette fokus på panting og gjenvinning.

2012
Miljøavgiften på boks forsvinner, fordi godkjent returandel er over 95 prosent av solgt emballasje. MACK Bryggerier, Ringnes og Coca Cola Enterprise, legger om fra ombruk til gjenvinnings-PET. De andre bryggeriene følger etter. Åpning av nytt produksjonsanlegg for Midt-Norge på Heimdal utenfor Trondheim.

2013
Åpning av nytt produksjonsanlegg for Sør-Norge på Heia, Fetsund.

2014
Norsk Resirk bytter navn til Infinitum. Både navn og logo er sterkt inspirert av det uendelige antall ganger man kan gjenvinne flasker og bokser i pantesystemet.

2015
«Smartpant» introduseres ved at flaske- og boksholderne ble festet på utsiden av utvalgte søppelbøtter på Grünerløkka i Oslo som et pilotprosjekt.



2016

I 2016 feiret vi to runde tall. Infinitum hadde 20-årsjubileum, og fabrikken i Bjerkvik fylte 10 år.

1. I september samlet vi alle i Infinitum og samarbeidspartnerne våre til Infinitum Games. Vi feiret jubileet i vakker nordnorsk natur, med besøk i Narvik, tur langs rallarveien, aktiviteter på camp og overnatting i lavvo.

2. Reklamefilmene «Stakkars Peder» demonstrerer hvor mye energi som går tapt når panten kastes i søpla fremfor å pantes. Aldri før har så mange sagt at de panter på grunn av energi og miljø, viser tester gjennomført av OMD. I forbindelse med TV-aksjonen engasjerte vi barn og ungdom over hele Norge til å verdipante. Med bistand fra artistene Marcus & Martinus samlet vi inn over 180 000 kroner til TV-aksjonen for Røde Kors.

3. Mot slutten av året realiserte gründeren Niklas Barre ideen om å lage pantebøsser av gamle oljefat. Pantebøssene skal plasseres på skoler, i selskapslokaler og hos etater, og bidra til å gjøre det lett og attraktivt å pantetomflasker og bokser. Flere skoler i Oslo har meldt interesse for oljefatene, og arbeidet fortsetter i 2017.

I starten av året engasjerte vi Østfoldforskning til å utarbeide en LCA-analyse av pantesystemet. Forskningsrapporten tar for seg effektiviteten i hele verdikjeden, og beviser at Infinitum er verdens mest effektive pantesystem.

4. I 2016 ga vi ut tredje utgave av Infinitum Movement-magasinet, og i desember trykket vi en bok av de beste artiklene fra alle utgavene. I tillegg har vi deltatt på mange store og spennende aktiviteter i løpet av året.

Sammen med Fantefilm og ambassadør Simen Knudsen, produserte vi en film i spektakulære surfeomgivelser på Vestlandet. I filmen forteller Simen hvor viktig det er å ta vare på miljøet, og å pante fremfor å kaste plast og annen søppel på havet.

Vi lanserte også snowboardfilmen Supervention. Det ble startskuddet for kampanjen «Pant for pudder». Nå kan folk levere panten sin i store panteflasker merket Pant for Pudder på de største skianleggene og kinoene i Norge.



1



3



2



4

Livssyklusanalysen

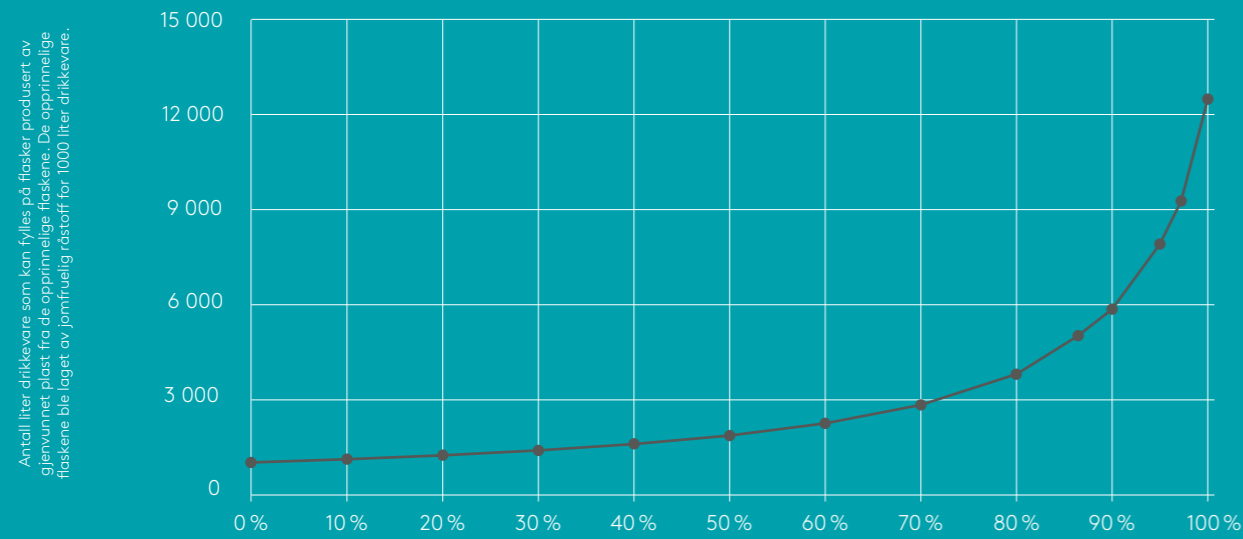
Infinitum har sammen med Østlandsforskning utarbeidet tre rapporter med livssyklusanalyser (Life Cycle Assessment, LCA) for håndteringen av flasker og bokser. Som en del av det totale produsentansvaret Infinitum tar, har vi beregnet vårt totale miljø- og klimaavtrykk.

Hovedformålet med studien er å vurdere og sammenligne potensiell miljøpåvirkning av produksjon av drikkevarebeholdere med ulike innsamlings- og behandlingssystemer i Norge.

Når panteflasken blir samlet inn og gjenvunnet, får den «nytt liv» og brukes om igjen. Jo mere som samles inn,

jo større mengde drikkevarer kan fylles på flasker laget av plasten som ble brukt i den opprinnelige flasken.

Grafen viser effekten av å samle inn og bruke om igjen plast til PET-flasker for 1000 liter drikkevarer. Avhengig av hvor mye vi klarer å samle inn, vil den opprinnelige plasten brukes gang på gang. Jo mer vi samler inn og gjenvinner, jo flere flasker og jo flere liter drikkevarer kan den opprinnelige plasten brukes til. ●



Gjenvinningsytelse: innsamlingsgrad fra 10 til 100 %, fratrukket tap i gjenvinningsprosessen for PET.

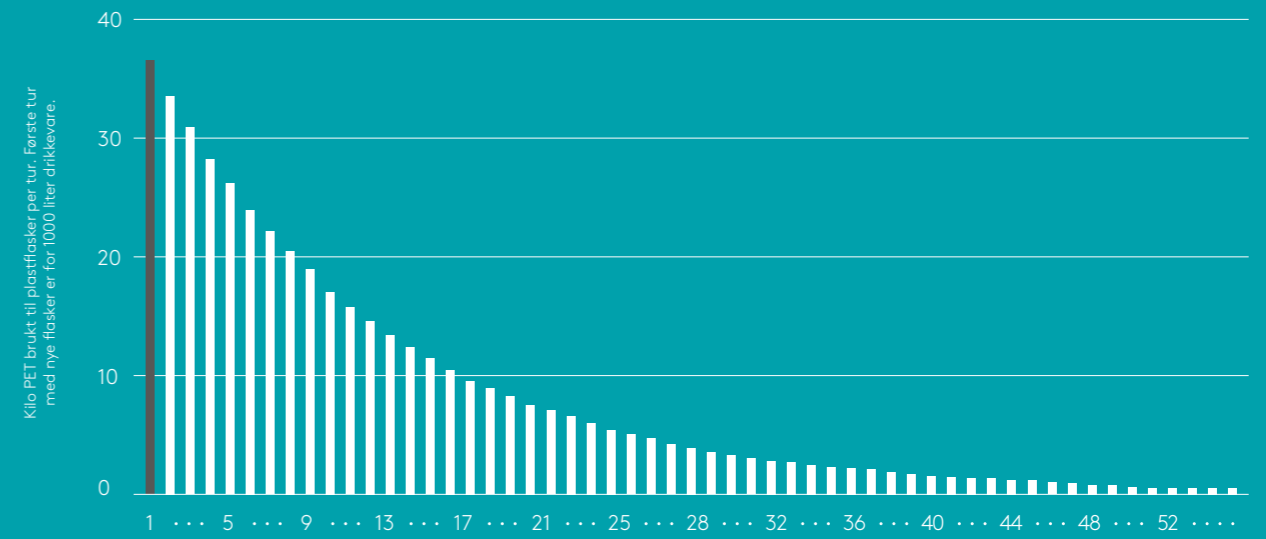
Det er store gevinster ved å pante i stedet for å kaste. Når vi panter, blir plasten materialgjenvunnet, og vi behøver ikke bruke energien som ellers går med til produksjon av ny plast. Vi sparer både energi og råmateriale! Hvis vi kaster flasken i restavfallet må vi tilføre energikrevende og forurensende ny plast for å lage en ny flaske, i stedet for å bruke resirkulert plast.

Grafen viser at når vi panter flasken, brukes plasten om igjen og om igjen - flasken får nytt liv hver gang vi panter.

Første gangs produksjon lages av nytt, jomfruelig materiale og er vist i grå graf. Hver gang vi panter og plasten

gjenvinnes, taper vi litt av materialet i gjenvinningprosessen. Neste gang er det derfor litt mindre materiale til nye flasker tilgjengelig. Alle disse flaskene er produsert av gjenvunnet materiale, og er vist i hvitt i grafen.

Tilsammen rekker plasten i den opprinnelige flasken å bli brukt 12,5 ganger før den er helt oppbrukt! ●



Antall turer. Første tur er flasker fra den opprinnelige produksjonen med jomfruelig materiale (grå søyle). Påfølgende turer er flasker laget av gjenvunnet materiale fra forrige tur (hvite søyler).

Pantetall 2016

Del 1



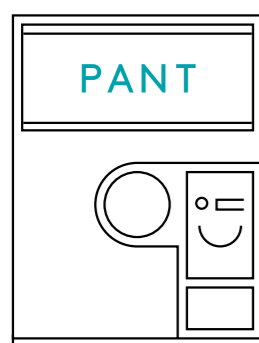
466 793 339
innsamlede bokser*



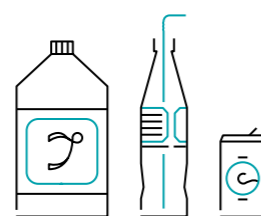
545 397 194
innsamlede plastflasker*



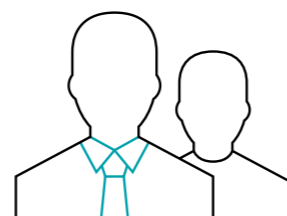
1 012 190 533
totalt innsamlet



15 000
innleveringssteder for pant



512
nye innmeldte produkter



18
Nye produsenter/importører

* Innsamlingstall gjennom panteautomat.

Hva skjer når du kaster panten i søpla? I reklamefilmene til Infinitum har vi sett noen dramatiske konsekvenser.

En energibombe

– I 2016 har vi kommunisert hvor mye energi som går tapt dersom man kaster en flaske eller boks i stedet for å pante den. Reklamefilmene har skapt mye engasjement, og vi får stadig spørsmål om tall og utregninger, sier Randi H. Varberg, direktør for informasjon og marked i Infinitum.

En tom flaske er full av energi

Kronen du får igjen når du panter betyr ikke like mye for folk som den en gang gjorde. Derfor vil Infinitum kommunisere at det også ligger andre verdier i det å pante. Dersom du kaster panten i søpla, går energien tapt. En tom flaske av gjennomsnittlig størrelse inneholder et energipotensiale på cirka 1 kWh. Og en tom boks inneholder 0,46 kWh. Det er like mye energi som man trenger for å kjøre en påhengsmotor i fire

minutter, drive en tennisballmaskin i over en time eller bruke en barbermaskin i 25 timer.

– Det kan være litt vanskelig å forstå hvor mye 1 kWh er. Derfor har vi oversatt abstrakte kilowattimer til konkrete, energikrevende gjøremål som folk flest kan kjenne seg igjen i, sier Varberg.

Tallene bak reklamefilmene er hentet fra tre ferske rapporter gjennomført av Østfoldforskning.

Nå panter vi for miljøet

Reklamefilmene har gitt gode resultater. Aldri før har så mange sagt at de panter på grunn av energi og miljø. Infinitum vant pris for beste kreative arbeid på Kreativt Forum i juni, og var no vFilm & Fortellinger med Aksel Hennie som regissør. ●



[↑ Bildetekst?](#)



For Ørjan Kongsvik Aall og de andre ildsjelene i organisasjonen Protect Our Winters (POW), er den største frykten at vinteren skal forsvinne. At vi aldri mer får hvit jul.

Med frykt for at vinteren forsvinner

Tekst
Geelmuyden Kiese

Foto
Protect Our Winters Norge



– For oss er ikke vinteren bare en lidenskap, det er en livsstil. Slik beskriver den internasjonale organisasjonen Protect Our Winters (POW) seg selv. Organisasjonen ble startet i 2007 av den profesjonelle snowboarderen Jeremy Jones. Han ønsket å skape en arena der atleter, fritidsentusiaster og vinterelskende utøvere kunne påvirke klimadebatten positivt.

I dag har organisasjonen mer enn 130 000 støttespillere over hele verden. Gjennom programmet «Riders Alliance» får POW kjente idrettsutøvere til å fronte organisasjonen og klimasaken. Internasjonale atleter som alpinstjernen Ted Ligety og snowboarderen Jamie Anderson, og den norske snowboardstjernen Kjersti Buaas, er alle ambassadører for POW.

– Vi bruker vinteren for å konkretisere og kommunisere klimasaken, sier Ørjan Kongsvik Aall.

Han er leder for POW i Norge, og brennende engasjert i klimasaken.

– Hjernen vår fungerer gjerne todelt, én side handler om følelser og den andre om logikk. Logisk er det er veldig lett å forstå at klimaet er ute å kjøre. Alle kan lese grafene. Det er noe annet å nå frem på et dypt, emosjonelt nivå. Samtidig ser vi at klimaendringene fører til at det blir mindre snø og snøfylte vintre. Å miste snøen er veldig konkret, og veldig følelsesladd for folk i Norge.

– Fikk ikke svar

Aall har alltid vært opptatt av å gjøre en forskjell for kloden. At han ble leder for POW i Norge var likevel en tilfeldighet. I utgangspunktet var planen å studere til sivilingeniør på

«Hjernen vår fungerer gjerne todelt, én side handler om følelser og den andre om logikk. Logisk er det er veldig lett å forstå at klimaet er ute å kjører. Alle kan lese grafene. Det er noe annet å nå frem på et dypt, emosjonelt nivå.»

– Ørjan Kongsvik Aall, leder for POW i Norge

energi- og miljølinjen ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU).

– Jeg ble faktisk veldig skuffet. Jeg kom til Trondheim full av motivasjon, og var kanskje litt naiv. Jeg skulle studere energi og miljø, og redde verden. I første forelesning var det eneste vi snakket om kullkraft, oljesand og atomkraft. Det gikk litt mot det jeg hadde sett for meg, sier POW-lederen.

Det tok ikke lang tid for han begynte å slite med studiemotivasjonen. Men engasjementet for klima og miljø var ikke borte, han måtte bare finne et nytt utløp for engasjementet. Etter å ha lett litt rundt etter organisasjoner som appellerte til ham, ville Aall forsøke å starte noe selv. I 2013 bestemte han seg for å starte opp en norsk avdeling av POW.

– Jeg har alltid vært glad i friluft og naturen. Jeg kommer fra Leikanger i Sogn og Fjordane, og er oppvokst med ski og vinter. Derfor hadde jeg sett POW tidligere, og jeg fulgte dem på Facebook.

Måtte åpne bankkonto

Siden 2013 har POW Norge vokst dramatisk i antall medlemmer og gjennomførte aktiviteter. I dag er de 50 frivillige. Men selv om organisasjonen har vokst, har de holdt det enkelt. De har beholdt den avslappede og tilbakeleante stilen som følger med det å være ski- og friluftsboms.

– Vi har ikke hatt mye økonomiske midler. Det har vært engasjement og frivillighet som har dratt oss fremover. Ved påsketider i fjor åpnet vi for betalende medlemmer. Det har hjulpet oss mye.

Den første finansielle støtten kom fra Infinitum, som ønsket å opprette et samarbeid med organisasjonen. Det var bare ett problem – de hadde ingen bankkonto hvor de kunne ta imot bidraget forteller en lattermild Aall.

– Det sier litt! Vi har hatt et engasjement og driv der penger ikke har vært så viktig. Vi har fått til utrolig mye uten penger. Men nå sikter vi høyere, og ser behovet for fast ansatte.

– Vi har lyst til å bli like store som andre miljøorganisasjoner, som Zero og Bellona. Vi ser at vi tiltrekker oss folk som ellers kanskje ikke ville engasjert seg, men som er glad i friluft, ski og vinter. Derfor tror vi at det er plass til en stor miljøorganisasjon til, med et litt annet fokus.

Festivalaktivister

Det er ingen lek å nå frem i landskapet av klimaforkjempere. Aall og POW har imidlertid planen klar for hvordan de skal nå ut med budskapet sitt.

– Vi har en tredelt plan. For det første skal vi nå ut til privatpersoner som er opptatt av friluft og vintersport. Den andre gruppen vi skal nå er vintersportnæringen. I det inngår skisenter, utstyrspordusenter og liknende.

– Så snart dette er på plass, og vi har engasjerte friluftsfolk og profesjonelle selskaper og interesseorganisasjoner i ryggen, ønsker vi å få en tydeligere politisk stemme. Vi ser at det er vanskelig å få gjennom store endringer om man ikke deltar på den politiske arenaen. Der har vi mye å hente, og mye å komme med, forteller Aall. →





POW Norge er godt på vei allerede. Til tross for at de bare har eksistert i fire år har de gjennomført en rekke aktiviteter.

– Vi har vært med på mange festivaler. Der treffer vi friluftsinteresserte mennesker, som er en viktig målgruppe for oss. Vi har også hjulpet festivalene å ta gode valg. Vi har satt opp resirkuleringsstasjoner, laget vegetarmat og delt oppskrifter. Vi føler vi blir lyttet til. En av festivalene besluttet å bli helikopterfri av miljøhensyn. Det førte til at de måtte si nei til en sponsor som ønsket å filme fra helikopter, men sponsoren var enig i at det var verdt å ofre det for miljøet.

Miljøvettreglene

POW er ingen deltidsjobb for Øyvind Aall. Han tenker på POW hele tiden. Blant annet var det slik miljøvettreglene oppstod. I samarbeid med Den Norske Turistforening lagde POW syv enkle og lettfattelige tips til hvordan man kan leve friluftslivet uten å skade miljø og klima. Målet er at det skal være mulig å stå på ski også om femti år.

– Jeg satt på nattbussen til Trondheim og tenkte at vi trenger en nasjonal kampanje. Jeg kontaktet turistforeningen, og spurte om vi ikke kunne gjøre noe i forlengelsen av fjellvettreglene deres. Løsningen ble en felles kampanje med tips om hvordan man kan være mer miljøvennlig i naturen.

– Det er syv enkle og lettfattelige regler, den første er «reis

mindre, opplev mer». Poenget er ikke at man aldri skal reise, men at man skal være bevisst på det. Du kan oppleve mye mer enn du tror i nærrområdet ditt!

#pantforpudder

Vinter og snø er POWs hovedbudskap. Det er lett å snakke om, og lett å forstå. Men det ligger mer bak.

– Det er ikke bare å ta vare på vinteren som er målet vårt. Vi ser det store problemet, og er ikke bare bekymret for hva som skjer med skibakkene våre. Men det er vår måte å snakke om problemet på, og vårt eksempel på utfordringen, sier Aall.

Han tar en liten pause før han fortsetter.

– FNs klimarapport beskriver hvordan et varmere klima vil påvirke Norge. Først blir det mindre snø, så blir det mer ekstremvær. Aall understreker at snø viktig, også for de som ikke står på ski.

– Snø er en ekstremt viktig kilde til vann. Hvis Himalaya smelter mister for eksempel Kina og India store deler av vannforsyningen. Effekten av at snø og is fungerer som speil for stråling inn på jorden er også svært viktig for kloden vår.

POW samarbeider med flere aktører, som Fri Flyt, Norway Freeride, X2 Festivalen, Fjellsportfestivalen, DNT Ung og Infinitum. Sammen med Infinitum gjennomførte de i 2016 kampanjen #pantforpudder. Kampanjen viste hvordan snøen kan få oss til å åpne øynene for klimakrisen.

– Det handler om å knytte handling til konsekvens. Det å pante redder ikke verden i seg selv. Men det er en viktig handling. For det første gir det en reell klimagevinst. For det andre er panting en del av et tankesett som påvirker andre valg. Panting kan fungere som en påminnelse om at vi må gå fra en bruk-og-kast-tankegang til en kretslopstankegang.

Aall påpeker at den største utfordringen med å stoppe klimaendringene, er å få alle som er i posisjon til å handle.

– Vitenskapelige undersøkelser viser at det er politisk ikke-handling som er den største årsaken til at vi ikke når 2-gradersmålet. Politikerne våre gjør ikke nok. Men vi mister ikke håpet – vi er optimister!

Av og til tenker Aall på hva som ville hendt med medlemmene i POW dersom snøen skulle forsvinne for godt.

– Vi ville fått et stort fritidsproblem! Mange har problemer med vinterdepresjon, men om snøen skulle forsvinne tror jeg vi ville fått en skikkelig sommerdepresjon, sier han.

– Vi nordmenn er født med ski på beina. Det er ikke like digg å gå på rulle ski. Jeg forstår at alle kanskje ikke er like glad i snø. Men alle vil ha hvit jul. Tenk på 2-gradersmålet. Det høres lite ut, men i en norsk vinter kan 2 grader være forskjellen mellom snø og regn. Det har mye å si for om julen blir hvit eller ikke. ●

↓ Miljøvettreglene

1. **Reis mindre, opplev mer**
Jo kortere du reiser, jo mer tid får du til selve turen. Finn ut hvilke turområder du har i nærheten, og benytt deg av dem.
2. **Sats på opplevelser, ikke utstyr**
Kjøp brukt, lån av venner, og ta godt vare på det utstyret du har så det holder år etter år. Fyll sportsboden med gode minner, ikke fancy utstyr.
3. **Fiks alt, alltid**
Gjør gaffateip, ståltråd og lommekniv til fast inventar i tursekken. Det meste kan fikses, og det finnes reservedeler til både utstyr og klær.
4. **Spis grønt**
Å spise grønt er bra både for miljøet og helsa. Husk naturens eget spiskammers når du er på tur, få ting er bedre enn sjølfiska fisk på bålet.
5. **Samkjøring er bra kjøring**
Finn den mest miljøvennlige reise-metoden, enten det er samkjøring eller kollektivtransport.
6. **Vær rustet mot uventet søppel**
Ta med en ekstra pose, eller hold av en lomme i sekken kun til søppel. La det eneste du legger igjen være skispor, fotspor og gode minner.
7. **Vis vei, vær et klimaforbilde**
Vær en del av klimaløsningen, ikke problemet! Ha respekt for naturen og de mulighetene den gir oss. Gå foran og vis de rundt deg hvor enkelt det er å gjøre hverdagen og turlivet mer miljøvennlig.

Ton Emans er administrerende direktør i Plastic Recyclers Europe (PRE). Han synes plastikk er fantastisk, men bare om vi får til en gjenvinningsordning for all plasten vi bruker.

Den europeiske gjenvinningsforkjemperen

– Vi må unngå plastavfall totalt. Det er så enkelt, men likevel så vanskelig. Hver gang du resirkulerer, sparer du olje, energi og CO2. Plastic Recyclers Europe (PRE) ble etablert i 1996 for å representere plastgjennvinnings-selskaper i Europa. De mer enn 120 medlemmene resirkulerer 2,5 millioner tonn plast i året, og tallene øker for hvert år. Ton Emans har jobbet i PRE siden år 2000 og har vært administrerende direktør siden 2011. I tillegg er Emans direktør for resirkulering i selskapet CeDo, en plastprodusent som er ledende innen plastgjenvinning i Nederland.

– Selskapet mitt var en del av en nasjonal plastgjennvinningsorganisasjon, men vi så behovet for en europeisk organisasjon. Resirkuleringsutfordringen er verdensomspennende og vi er avhengig av samarbeid over landegrensene.

– Det produseres utrolige 60 millioner tonn plast i Europa

hvert år. Kun 26 prosent av dette gjenvinnes! Virkningen av plastproduksjon er enorm, og det tar hundrevis av år for plasten forsvinner i naturen. Derfor er det helt nødvendig å etablere et godt resirkuleringsystem for emballasje.

Plast er ikke fienden

Plast er svært viktig i det totale bildet, med tanke på klimændringer og CO2-utslipp. Hvis vi ikke gjør noe nå, vil 15 prosent av alt CO2-utslipp komme fra plast i 2050 ifølge Ellen McArthur Foundation sin rapport. I dag utgjør plast 1 prosent av utslippet.

– Mye har forandret seg siden jeg begynte å jobbe med resirkulering. I 1996 var alt nytt. Selskaper var bekymret for at gjenvinning skulle skade forretningene deres. I dag snakker vi om sirkulærøkonomi. Folk vet at vi må forandre oss. Vi blir stadig flere

menesker på denne planeten, og forbruket vårt øker etter hvert som vi blir rikere. Men våre naturressurser er begrenset. Folk ser og forstår dette i mye større grad i dag enn for 21 år siden. Plast brukes til å emballere mat for å holde den fersk lenger, og plastinnpakning kan beskytte produkter slik at vi reduserer sløsing. Likevel utgjør plasten en miljøutfordring.

– Men plast er ikke fienden vår. "Plastic is fantastic" er et gammelt slagord, men jeg mener det fortsatt fungerer. Plast er et fantastisk materiale, det trenger bare å bli riktig resirkulert. Det er avfall som er fienden.

– De siste 10 årene har vi produsert like mye plast som de 56 tidligere årene sammenlagt. Vi må gjøre det veldig klart for folk hvordan fravær av resirkulering påvirker planeten vår. I løpet av 20 år vil vi produsere fire ganger så mye som vi produserer i dag. Hendelser som med hvalen i Norge gir forhåpentligvis folk et klart bilde av hvordan manglende resirkulering påvirker planeten vår.

Det europeiske eksempelet

Europa er best i klassen når det gjelder gjenvinning. Gjennomsnittet i Europa er bedre til å resirkulere enn resten av verden. Det forventes derfor at vi skal lede an og vise verden hvordan de kan følge vårt eksempel. Det største foregangslandet innen plastgjenvinning er Tyskland, ifølge Emans.

– Tyskland er fantastisk dyktige. De har oppnådd mye innen gjenvinning, og kan være stolte. De har jobbet kontinuerlig med dette over lang tid. Nå har de også satt et mål om å resirkulere 63 prosent av all plast i landet innen 2022. Med alt de har oppnådd til nå og denne målsetningen er de en ledestjerne for resten av Europa. Det er likevel store variasjoner mellom landene i Europa om hvorvidt resirkulering er høyt prioritert i samfunnet. De lave oljeprisene de siste årene har også redusert insentivene for å bruke resirkulert materiale.

– Vi er svært utsatt for svingninger i tilbud og etterspørsel etter olje. Europa er i dag avhengig av det som kommer fra Midtøsten. For å bli mer selvstendig, trenger vi mer resirkulering! Å bruke vårt eget avfall kan gjøre oss mer selvstendige. Men for å få det til å skje, må vi lage produkter på en slik måte at de faktisk kan resirkuleres. Det er en trend blant flere store bedrifter å fokusere mer på nettopp dette nå.

En viktig del av løsningen

Gjenvinning av plastflasker er en viktig nøkkel til å løse resirkuleringsutfordringene for plast. Emans påpeker at det har vært en viktig faktor for Tysklands vellykkede resirkuleringsarbeid.

– Vi ser at de landene som har et pantesystem, er langt mer vellykkede. Derfor liker vi i PRE pantesystemer slik dere har i Norge. Nordmenn, slik jeg kjenner dem, vil ikke kaste bort penger. Det tror jeg er grunnen til at panting har vært en stor suksess i Norge! Infinitum har omtrent 90 prosent resirkuleringsgrad når det gjelder plastflasker og aluminiumsbokser. PRE mener at flere europeiske land bør lære av det norske pantesystemet og løsningene vi har fått til i vårt langstrakte land.

– Andre land bør se til Norge og lære at det er mulig å få til en panteordning selv i et langstrakt land. Norges utfordrende



Ton Emans
Foto: Plastic Recyclers Europe (PRE)

geografi med fjell og fjorder gjør det velfungerende systemet enda mer interessant. Det fungerer til tross for de lange avstandene. Men å få til en resirkuleringsordning som fungerer er mer utfordrende for andre produkter enn PET som flaskene er laget av. Den største varegruppen er plast som brukes som emballasje (Polyefin, PE). Likevel er pantesystemet en viktig del av løsningen!

60 prosent gjenvinningsgrad

I 2014 utstedte EU et såkalt grønt brev som inneholdt 26 spørsmål som alle kunne gi svar på.

– EU-parlamentet ønsker å resirkulere 60 prosent av plasten innen 2025. Det er et ganske godt mål, siden det offisielle tallet for gjenvinning i dag er 26 prosent. Selv om det faktiske resirkulerings-tallet i Europa er kun 5 prosent dersom man inkluderer importert plast i beregningene. Men jeg mener vi kan resirkulere mer enn 60 prosent. Alt vi trenger er politisk vilje. Det resirkuleres for eksempel over 70 prosent av metall og glass.

– Miljøutfordringen er et delt ansvar. Det er absolutt et produsentansvar. Den europeiske plastindustrien har en årlig omsetning på 350 milliarder kroner. Når du produserer noe, må du sørge for at det kan resirkuleres. Men vi er imidlertid alle ansvarlige for å resirkulere og gjøre det rette. Du og jeg. Likevel vil den største forandringen komme av at myndighetene endrer lovgivningen med tanke på plastgjenvinning.

– Verden går fremover, og jeg er optimistisk for gjenvinningens fremtid. Da jeg begynte i denne bransjen, veide en gjennomsnittlig plastflaske 52 gram. I dag veier den bare 19 gram. Tidligere har vi sett på brukt plast som avfall, men nå er det sett på som en ressurs! ●

Infinitums ambassadører 2016



Terje Håkonsen

Født: 1974

Yrke: Profesjonell snowboardkjører

Terje om miljøet: Noen sier at skal man forandre verden, så må man begynne med seg selv. Det tror jeg på, og poenget er at alle må bidra – pante flaskene våre, sortere søpla og ikke minst ta gode valg når vi handler.



Simen Knudsen

Født: 1985

Yrke: Surfer og leder og grunnlegger av miljøkollektivet Nordic Ocean Watch.

Simen om miljøet: Det høres kanskje ut som flisespikkeri, men med forbrukermakten forteller vi samfunnet hvilken verden vi har lyst til å leve i. Kjøper man flasker som ikke kan pantes, så sier man at resirkulering ikke er viktig.



Malin Jacob

Født: 1989

Yrke: Blogger og miljøverner

Malin om miljøet: Pant er ganske genialt. Du betaler litt for å låne en plastflaske, og de pengene får du igjen når du leverer den tilbake. I tillegg sparer du kloden for klimagassutslipp. For hver kilo plast som blir resirkulert, sparer vi to kilo olje.



Wegge-brødrene

Inge Wegge

Født: 1986

Yrke: Utdannet ved Nordland Kunst- og filmfagskole

Markus Wegge

Født: 1987

Yrke: Utdannet i natur og friluftsliv ved Høgskolen i Telemark, Bø

Håkon Wegge

Født: 1992

Yrke: Longboarder

Wegge-brødrene om miljøet: Gjør som oss og rydd avfall og tomgods på en strand du ferdes på, da vil naturen bli enda vakrere og opplevelsen bli enda bedre!



Ina Othilie Vikøren Ronæss

Født: 1990

Yrke: Masterstudent i entreprenørskap ved NTNU og blogger hos Turjenter.no

Ina om miljøet: Hvis en grønn livsstil fører til at fjelltoppene våre forblir hvite føler jeg at det er det minste vi skikjørere kan gjøre. Vi vil vel ikke at barnebarna våre skal bli født med rulle ski på beina?



Karl Kristian Mugerud

Født: 1992

Yrke: Skikjører og student i fornybar energi ved Høgskulen i Sogn og Fjordane

Karl Kristian om miljøet: Å lage nye flasker istedenfor å pante de vi allerede har betyr at vi må pumpe opp mer olje, bruke mer energi, slippe ut mer CO₂, og dermed bidra til at breene smelter enda fortere og mulighetene for sommerskikjøring blir tynnere for hvert år.

Hjørnestensbryggeriet

I over 180 år har familiebedriften Aass Bryggeri vært blant Drammens viktigste identitetsmarkører. Målet er nye hundre år, og at nye generasjoner skal ta over.

Tekst Geelmuyden Kiese **Foto** Aass Bryggeri

Poul Lauritz Aass var første generasjon Aass som driftet Norges eldste bryggeri. Han bygde det opp til en produksjonskapasitet på 7 000 liter i timen i 1904. I dag er bryggeriet driftet av Christian August Knudsen Aass, femte generasjon Aass, og er landets største norskeide bryggeri.

– Vi er stolte over at Aass har klart å bestå som familiebedrift. Den lange historien med lokaler midt i Drammen sentrum har gitt oss en solid Drammensidentitet, forteller Sølvi Anita Eide, markedsjef i Aass Bryggeri.

Det siste tiåret har det vært en enorm vekst i antall mikrobryggerier i Norge. Det er nærliggende å tenke at dette ville skremme et tradisjonelt bryggeri. Men for å bli gammel i et tøft marked må man alltid tenke fremover. Istedenfor å motvirke utviklingen må man tilpasse seg. Aass ser på den store fremveksten av mikrobryggerier som en styrke for ølkategorien.

– Alle ønsker å ta markedsandeler. Men vi ser at fremveksten av mikrobryggerier har styrket interessen for håndverket og ulike ølsmaker, sier Sølvi Anita.

Fylte badekaret med øl

Markedsjefen forteller at det har skjedd mye artig i bryggeriets historie. I 1983 gikk Aass' Bok-øl til topps i en øltest arrangert av New York Post. Bryggeriet var da under ledelse av Terje Aass – fjerde generasjon Aass – som befant seg i Drammens teater da han fikk beskjed om at Dagbladet ønsket et noe utradisjonelt oppslag.

– Dagbladet lovet et helsides oppslag dersom han fylte et badekar med vinnerølet. Terje og broren, Paul Lauritz Aass, hentet så mye øl de kunne bære og fylte opp badekaret hjemme hos Terje.

– Det hele endte med at Terje havnet i badekaret – og helsidesoppslag ble det, sier Sølvi Anita lattermildt.

– Konstant jakt etter nye smaker

Terje Aass er fremdeles aktiv i bryggeriet, han jobber blant annet for å fremme ølkultur ved Aass' pilotbryggeri. De har nemlig etablert sin egen type mikrobryggeri. I pilotbryggeriet leter Aass stadig etter nye smaker.

– Vi kjører ølskole med mat for bedrifter som kommer på omvisning. Vi inviterer også puber og dagligvarebutikker til å komme og utvikle nye produkter sammen med oss i pilotbryggeriet. Slik får vi lokalt tilpassede produkter og en konstant jakt etter nye smaker, forteller Sølvi Anita.

Ølbølgen har hatt positiv påvirkning på den nasjonale aktøren – i 2016 sto Aass' nye bryggølsklare i Drammen.

– Som familiebedrift er vi opptatt av at ting skal være i bedre stand når neste generasjon tar over. Nytt bryggølsklare var nødvendig for å tilfredsstille kundenes etterspørsel nå og i fremtiden. Aass skal være en positiv del av bybildet i Drammen. Tidligere var det slik at ordentlige byer måtte ha toppfotballag og et bryggeri – vi



holder fortsatt på bryggeridelen for Drammens del, sier markedsdirektøren.

Bryggeriet er opptatt av bærekraft, både når det gjelder utbygging og drift.

– Når vi gjør opp klimaregnskap tenker vi alltid vugge til vugge – da er gjenvinning essensielt, og det er helt naturlig for oss å være med i panteordningen.

Inspirasjon fra Tyskland

Markedsdirektøren har jobbet i Aass i elleve år og kan ikke forestille seg Drammen uten bryggeriet.

– Alle som er innom Drammen ser bygget vårt. Hvis man spaserer langs elven ser man inn i produksjonslokalene. Aass er et bevis på at Drammen har klart å ta med seg historien mens byen har vokst.

Før Sølvi Anita kom til Drammen bodde hun 14 år i Tyskland – da kom ølinteressen for alvor.

– Det var spennende å prøve alle de ulike smakene de hadde i Tyskland. Da jeg vokste opp på Jæren fikk vi bare det lokale ølet. Det er spesielt å tenke tilbake på når vi ser hvilket mangfoldig øl-Norge vi har i dag. Og så er det spennende å kunne jobbe for utviklingen av øl-Norge hver eneste dag, avslutter en engasjert markedsdirektør. ●

De siste ti årene har vi opplevd en ølrevolusjon i Norge. Antallet mikrobryggerier har økt fra seks til 150, og vi finner stadig nytt kvalitetsøl i butikkhyllene. Utenlandske Evan og Thorvardur har noe av æren for at Norge har blitt en øl-nasjon.

Øl og norske damer

Tekst Geelmuyden Kiese Illustrasjon Fam Viggen

Ægir og Lofotpils er blant mikrobryggeriene som har bidratt til den enorme øl-transformasjonen Norge har vært gjennom. Bak de to øl-suksessene står Evan Lewis og Thorvardur Gunnlaugsson. Begge kom fra utlandet og så et stort potensial for kvalitetsøl i Norge.

– I Lofoten er det enorm kreativitet og sterke tradisjoner innenfor matlaging. Jeg så at det samme mangfoldet manglet for drikke – det var helt klart et stort potensial, forteller Thorvardur.

Han fikk rett – Lofotpils er i dag det hurtigst voksende mikrobryggeriet i Norge. Veksten i antall mikrobryggeri har vært så stor at man ikke er helt sikker på hvor mange det er i dag. Bryggeri- og drikkevareforeningen har 117 småskalabryggeri som medlemmer, men det totale antallet er antagelig 150.

San Flåmsisco

– Det øl-Norge jeg kom til var veldig lite utviklet, sier Evan. Han vet hva han snakker om, og det er kanskje ingen overraskelse at utvalget som møtte Evan i Norge var skuffende. Selv er Evan oppvokst med håndverksbryggerikulturen i Rochester, New York, og har brygget øl siden 1989.

– Jeg har alltid hatt en forkjærlighet for øl. Gjennom oppveksten fikk jeg alltid den første slurken av ølet til faren min. I motsetning til andre, som ofte ikke liker sitt første øl, elsket jeg det! Så det var kanskje ikke noen tilfeldighet at jeg begynte å brygge selv.

At han skulle bli mannen bak et av Norges mest populære øl, Ægir, var imidlertid en stor tilfeldighet. Evan og kona var nemlig godt etablert i San Fransisco uten noen som helst planer om å flytte på seg. Så en dag ringte telefonen.

– Kona mi hadde fått mulighet til å flytte hjem til Flåm for å drive den lokale kroen.

– Hun hadde ingen planer om å flytte hjem igjen. Etter å ha bodd i San Fransisco i 15 år trivdes hun veldig godt. Og det gjorde for så vidt jeg også, men jeg var lei av det konstante jaget i Silicon Valley, hvor jeg jobbet som designer. Jeg var klar for nye utfordringer. Flåm høstes ut som et spennende eventyr.

– Så da ble det til at amerikaneren overtalte sogningen om å flytte over dammen, forteller Evan.

Det har ingen av dem angret på.

Da Evan og kona Aud kom til Flåm var planen å drive den lokale kroen. I tillegg vurderte de å bygge et nytt hotell →



og kanskje en pub. Planene skulle fort endre seg til noe mye større. Evan som var vant med å velge og vrake mellom et utall av ølsorter syntes det norske øl-utvalget var fattig.

– Å komme til Norge med et så begrenset øl-utvalg, var som å komme til en by som bare serverer hurtigmat. Vendepunktet var

«Jeg ble beskyldt for å skulle forgifte folk med aluminium. Men alle boksene har et beskyttende lag som gjør dette uproblematisk.»

– Evan Lewis, gründer

da jeg kjøpte en flaske med Nøgne Ø. Da jeg åpnet flasken kjente jeg lukten av humle tenkte jeg at jeg skulle klare meg i dette landet likevel, humrer Evan.

– Ganske fort slo tanken meg om å starte opp et lite bryggeri i tilknytning til kroen.

Traff kjærligheten på sykepleierkro

Tilfeldighetene var også regissør da Thorvardur bestemte seg for å bli værende i landet. Og at han startet bryggeri. Islandingene kom til Bodø i 1983 for å ta det treårige studiet fiskeri-økonomi, uten noen planer om å bli værende i Nordland. En festlig endret planene.

– Jeg gikk inn på en sykepleierkro og siden har jeg ikke vært hjemme, forteller Svolvær-gründeren lattermildt.

Thorvardur møtte kvinnen i sitt liv. En sykepleier som han senere giftet seg med. Etter mange år og flytting mellom Norge, Island og Canada endte turen i Svolvær, hvor han bestemte seg for å bygge opp et bryggeri. Ut av nysgjerrighet og interesse ønsket Thorvardur å utvikle drikkekulturen sammen med den sterke matkulturen i Lofoten. Det skulle vise seg å bli mye hardt arbeid.

– Det var ikke lett. Jeg startet på bar bakke, uten erfaring med øl. Det er noe av grunnen til at det tok åtte år fra registreringen av bryggeriet til vi var i produksjon. Jeg hadde bakgrunn som produksjonsleder innenfor fiskeri og la mye energi i å skape et lokalt med god logistikk. Dette krevde mye arbeid, men var verdt det. Totalt har jeg investert 25 millioner kroner og mange timer med blod og svette, sier den uredde islanderen.

I dag er det sønnen Andreas Thorvarson som er daglig leder av Lofotpils. For Thorvardur har Lofotpils blitt et hobby-prosjekt han bruker mye tid på.

Lokal stolthet

I dag har Lofotpils og Ægir vokst seg frem som to av de fremste mikrobryggeriene i Norge. I 2015 solgte Lofotpils øl for over 7 millioner kroner og Ægir for over 20 millioner. De har begge vokst betydelig siden 2015. Ikke bare har bryggeriene gjort seg bemerket nasjonalt – de har også betydd mye for lokal-samfunnene sine.

– Jeg merker godt engasjementet blant folk. Jeg blir ofte stoppet på gata av folk som vil slå av en øl-prat – det er veldig hyggelig. Vi har tatt utgangspunkt i lokale råvarer og det rene vannet er perfekt for brygging av øl-sorter som pils, lager og pale ale. Den lokale tilhørigheten har gitt oss en sterk posisjon i Lofoten, sier Thorvardur.

Evan kjenner også på en lokal stolthet.

– Vi har nå ti ansatte i Flåm, flere av dem er innflyttere. De kommer med hunder og barn. Det betyr mye for en bygd med 350 permanente innbyggere – blant annet har barnehagen ansatt en ekstra person. Jeg er stolt over de positive ringvirkningene vi har skapt, sier Evan.

Evan ble tatt godt imot når han kom til Flåm. Bygdefolket satte pris på at han insisterte på å snakke norsk fra begynnelsen av. I dag hører man at amerikaneren også er sogning. Evan forteller at han kan få meldinger fra bygdefolk som sitter i Oslo eller Tromsø med beskjed om at de sitter og drikker Ægir øl. Ett av høydepunktene var da de skulle feire pub-bryggeriet Flåmsbryggas femårsjubileum, og åpne et nybygg.

– Vi var veldig spent. Vi hadde sendt ut invitasjoner til alle sammen, og ante ikke hvor mange som kom til å møte opp. Men vi hadde ingen grunn til å uroe oss. Klokken 17 var det tomt i alle husene i Flåm. Alle var på Flåmsbrygga og feiret sammen med oss!

– Første i Europa

Evan og Thorvardur er begge gründere med fokus på utvikling og forbedring. Det er det som har gjort at Ægir og Lofotpils har lyktes, både med å gi nordmenn godt øl og å sette lokal-samfunnene på kartet. Men det er ikke bare på smak at de to er på konstant jakt etter forbedring. Også miljøet er viktig.

– Jeg så fort at vi ikke kunne satse på glassflasker, forteller Thorvardur.

Både Evan og Thorvardur har tatt modige valg når det gjelder emballasje og innpakking av ølet. Mikrobryggeri-markedet har vært preget av glassflasker uten gjenvinnings-system. Det ville de gjøre noe med, og innførte pantbare bokslinjer.

– Vi leverer over et så stort geografisk område at det ikke går an å opprettholde et retursystem. Uten et retursystem blir det ikke en bærekraftig løsning. Derfor ble vi i januar 2015, kort tid etter oppstarten, det første mikrobryggeriet i Norge til å tappe på boks, sier Thorvardur.

Lofotpils har opprettholdt noe tapping på glassflasker fordi mange restauranter etterspør øl på flaske. Men nå har det kreative mikrobryggeriet funnet en løsning også her: Pantbare flasker av aluminium.

– Vi har jobbet sammen med Infinitum om aluminiums-flaskene over lengre tid. Om alt går etter planen er de i butikkhyllene



til sommeren. Ifølge den nederlandske leverandøren vår blir vi en av de første i Europa som gjør dette, sier Lofotpils-gründeren.

Ægir har utviklet en egen løsning for å ivareta hensynet til både aroma og miljø.

– Det var viktig for oss å ivareta aromaen da vi introduserte bokslinjen. Boksene våre har derfor avtakbar topp. Dette gjør at du kan holde boksen som et glass og kjenne lukten av ølet mens du drikker det. I tillegg er det lettere for turglade nordmenn å pakke med seg et par lette bokser enn tunge glassflasker, forteller en lidenskapelig Evan.

Evan sier at han møtte stor motstand når han ville bytte fra glassflasker til aluminiumsbokser.

– Jeg ble beskyldt for å skulle forgifte folk med aluminium. Men alle boksene har et beskyttende lag som gjør dette uproblematisk. Faktisk er boksene vesentlig bedre for kvaliteten. I de tette boksene blir ikke ølet eksponert for luft eller lys, som ødelegger kvaliteten. Dette gjør at jeg kan føle meg trygg på at ølet er av god kvalitet selv etter lang frakting. Vi kan også frakte mer øl og ha lettere last – slik reduserer vi dieselforbruket og klimagassutslippene, forteller Evan.

Sikter mot utlandet

Den nye emballasjen er bra for miljøet og forbrukere her hjemme. Å frakte øl på bokser er i tillegg langt enklere, både av holdbarhetshensyn, og fordi det er lettere å fylle biler og båter miljøeffektivt på grunn av plass. Hverken Evan eller Thorvardur er forsynt. De har satt seg nye hårete mål. Nå skal det norske ølet eksporteres.

– Etter å ha gått over til boks opplevde vi en kraftig reduksjon i transportkostnadene. Dette har gjort at vi har opplevd en god økning i eksporten. Men som Norges raskest voksende mikrobryggeri fokuserer vi på å sikre hjemmemarkedet – vi går for en femdobling av salget i år, forteller Thorvardur.

Evan har også offensive planer. Aurlandsbryggeriet femdoblet eksporten i 2016, og har ingen planer om å stoppe.

– I 2017 går vi for å eksportere 25 prosent, sier en bestemt Evan, som allerede sender vikingølet sitt til andre siden av kloden – til Australia. ●



I 2013 gikk ti gründere sammen for å starte selskapet som skulle revolusjonere norsk dagligvarehandel. I dag har Kolonial.no 500 ansatte og omsetter for nær en milliard kroner. De tjener på å gjøre hverdagen enklere for folk flest.

Lett på nett

Tekst
Geelmuyden Kiese

Foto
Kolonial.no



Mats Barlo, Infrastruktursjef og med-gründer i kolonial.no.

– Det har vært en spennende reise.

Slik oppsummerer infrastruktursjef og med-gründer Mats Barlo den enorme veksten. Det som begynte som en luftig idé har skapt en ny virkelighet for dagligvarekjeder med fysiske butikker.

Mye å bite over

Kolonial.no lar nordmenn handle dagligvarene sine på nett til en fornuftig pris. Ikke nok med det – man kan også få matvarene levert hjem på døren. Tjenesten har slått svært godt an i markedet.

– I Storbritannia foregår 10 prosent av all dagligvarehandel på nett. Vi så at det var stort potensial for netthandel og hjemlevering av matvarer i Norge. Vi visste det var et stort eple å bite over, med store grossister som styrer dagligvaremarkedet i Norge. Men det gikk!

Frigjort tid og bedre planlegging

Nå omfavner nordmenn netthandel med levering av dagligvarer. Tid har blitt mer verdifullt for folk, og man vil bruke tiden på andre ting enn å handle i butikk.

– Vi ser at vi frigjør tid hos folk. Folk får mer tid til å gjøre det de har lyst til, som å være sammen med venner og familie, trene eller hva det måtte være. De som ønsker det, slipper å kaste bort tid på å gå i butikken uke etter uke.

Handler nordmenn annerledes på nett?

– Undersøkelser viser at de som handler hos oss kjøper 50 prosent mer frukt og grønt enn det som handles i andre butikker. Vi selger mer fisk, mindre alkohol, mindre tobakk og mindre godteri. For barnefamilier er det ofte fint å kunne bruke tid sammen, og ikke dra rundt med sultne og sure barn i butikken. For andre grupper, som for eksempel mennesker med funksjonshemninger har nettbutikken vært en naturlig løsning, forteller Barlo.

Noen vil hevde man fjerner noe av kosen ved det å gå i butikker og å handle?

– Ja, det er mange som kommenterer på det. De vil at butikken skal være et møtested i bygda. Vårt syn er at denne formen for teknologi og tjenester kommer uansett. Det er et tidsspørsmål. Det betyr ikke at man ikke skal ha fysiske møtesteder, men at de kanskje ikke lenger vil være matbutikken.

– Vi tror ikke heller at den fysiske butikken vil dø helt ut. Men volumet vil nok øke hos nettbutikker, og så vil de fysiske butikkene antakelig bli mer spesialiserte og levere ting nettbutikkene ikke kan. Kanskje ved å vise frem lukt og smak, og levere spesial- og nisjeprodukter.

Hentepant

Det er ikke bare dagligvarer som passer inn i nettet Kolonial.no vever for fremtiden. DATO inngikk Infinitum et samarbeid med selskapet om henting av pant. Handler du hos Kolonial.no henter de også panten på døra når de leverer varene du har bestilt.

– Vi hadde samtaler lenge, for å finne ut hvordan vi kunne ta imot panten til folk på en effektiv måte. Resultatet er vi veldig fornøyd med, sier Barlo.

Kundene kjøper ruller med fem poser à 50 liter, som kan fylles med pant. Leveringsbudene henter posene med pant og bringer de tilbake til Kolonial.no-lageret. Derfra fraktes panten til Infinitum hvor den telles opp, før pengene går inn på kundenes konto. Miljøregnskapet for samarbeidet er også positivt.

– Nå kan man kaste tomgodset i en pose og gi det til en av våre sjåfører som allerede er på døren. Dermed unngår vi ekstra utslipp på grunn av transport.

Unik posisjon for fremtiden

I dag leverer Kolonial.no matvarer til omtrent hele Østlandet. Fra Lillehammer i nord, til Grenland i sørvest og Halden i øst. Neste mål er å utvide leveringingen til hele landet. Men det stopper ikke der.

– Vi ser at vi kan tilby tjenester på flere områder enn dagligvarer. Vi er hjemme hos kundene våre flere ganger i måneden. Det gir oss en unik posisjon som vi enkelt kan kombinere med levering av andre varer. Muligheten for å forenkle distribusjonen for folk når vi allerede er hjemme hos dem er absolutt tilstede.

Hvordan vil markedet for slike tjenester utvikle seg?

– Se på markedet for selvkjørende biler. Snart vil vi spare masse tid fordi vi slipper å kjøre selv. Nye løsninger vil gjøre at vi unngår trafikkork og kø. Tid blir stadig mer verdifullt, derfor vil folk bli enda mer opptatt av hva de bruker tiden sin på. Det er en trend som vil fortsette, avslutter Barlo. ●

Administrerende direktør har ordet



Kjell Olav A. Maldum

Infinitem presenterer tidenes beste panteresultat i 2016. Nordmenn har lenge vært verdensmestere i panting, og i fjor brøt vi en historisk barriere: vi pantet mer enn én milliard flasker og bokser. Det er utrolig bra!

I tillegg svarer nordmenn for første gang at hensynet til miljøet er den viktigste grunnen til at de pante. Spørreundersøkelser viser nemlig at energi og miljø er like viktig som kronene de får igjen i kassa. Det er et fantastisk bevis på at vi har klart å vise nordmenn at det er en stor miljøgevinst ved å pante.

Mer panting betyr minimalt med norske plastflasker og bokser i naturen og i havet. Det betyr også at vi kan redusere behovet for jomfruelig plast og aluminium.

Kunnskapsrik og miljøbevisst

Infinitem er kunnskapsrik. Det er en del av vår identitet og står svart på hvitt i vår merkevarestrategi. Derfor har vi utarbeidet livssyklusanalyser (Life Cycle Assessment, LCA) for håndteringen av flasker og bokser sammen med Østlandsforskning. Der kan dere lese om Infinitems totale miljø- og klimaavtrykk.

Analysene viser at energigevinsten ved å pante er veldig høy. Ta foreksempel drikkeflasker i plast: For å samle inn flasker som til sammen har inneholdt 1 000 liter drikke slipper vi ut 1,5 kg CO₂. Det inkluderer utslipp fra transport, sortering, produksjon og drift av panteautomatene. Ved å bruke det innsamlede materialet til å lage nye flasker sparer vi samfunnet for store CO₂-utslipp. Faktisk hele 142 kg CO₂ spart.

Det er resultater vi er meget stolt av – og en fantastisk investering for miljøet.

100 prosent

Infinitems ambisjon er 100 prosent innsamlingsgrad. Det betyr at vi ikke er helt fornøyd før vi

får nordmenn til å pante absolutt alle bokser og flasker med pantemerke. Deretter skal vi sortere dem slik at materialet blir gjenvunnet og brukt i nye høyverdige produkter.

Pantesystemet er en ordning der drikkevareprodusentene tar det hele og fulle miljøansvaret. Konsekvensen er at vi kan vise nøyaktig hvor stort fotavtrykk vi har på miljøet. Vi kan også vise hvor store utslipp vi bidrar med å spare.

La meg illustrere ved et annet eksempel: Dersom alle pante alle flasker, og vi selger dem til høyverdig gjenvinning, kan vi redusere uttaket av jomfruelig plast fra 22 000 tonn per år til 2 200 tonn per år. Det sier noe om potensialet i panteordningen. Det forklarer kanskje også hvorfor vi hver måned mottar besøk av delegasjoner fra alle verdenshjørner. De kommer for å lære om det norske pantesystemet.

Et pantastisk år

2016 var et strålende år for Infinitem. Jeg vil derfor benytte anledningen til å takke alle de dyktige medarbeiderne våre for innsatsen. Sammen skaper vi gode resultater som samfunnet nyter godt av.

Tusen takk for et pantastisk år!

Kjell Olav Maldum
Administrerende direktør, Infinitem

Styret



Svein Sollie
Leder
DMF (Asko Norge AS)



Lars Midtgaard
Nestleder
DLS (Hansa Borg Bryggerier AS)



Stein Rømmerud
Styremedlem
BS (Coca-Cola Enterprises Norge AS)



Christian Granlund
Styremedlem
BS (Ringnes AS)



Tore Nygaardsmoen
Styremedlem
CNH (Coop Norge Handel AS)



Benno Graser
Styremedlem
DMS (Rema 1000 Distribusjon AS)

Varamedlemmer i 2016

- Siv Grønning**, BS (Ringnes AS)
- Jens Olav Flekke**, DMF (DMF)
- Torgeir Løftingsmo**, CNH (CNH)
- Christian Aass**, BS (Aass Bryggerier AS)
- Thomas Weihe**, DLF (DLF)

Forkortelser: DMF Dagligvarehandelens Miljø Forum, CNH Coop Norge Handel, BS Bryggerienes Servicekontor, DLS Dagligvareleverandørenes Servicekontor, DLF Dagligvareleverandørenes Forening

Infinitums eiere



Eierandel

- 35,0 % Bryggeri- og Drikkevareforeningens Servicekontor AS
- 33,5 % Dagligvarehandelens Miljøforum AS
- 15,0 % COOP Norge AS
- 7,5 % NHO Mat og Drikke
- 7,5 % Dagligvareleverandørenes Servicekontor
- 1,5 % Bensinforhandlernes Bransjeforening

Resultatregnskap (tall i hele 1000)

Driftsinntekter og driftskostnader	Boks		PET		Total	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Administrasjonsvederlag	13 115	5 489	100 994	71 804	114 109	77 293
Panteinntekter	558 846	508 950	1 100 450	1 069 223	1 659 296	1 578 173
Salg innsamlet materiale	66 235	69 331	51 070	54 817	117 305	124 148
Annen driftsinntekt	7 951	11 952	25 596	20 763	33 547	32 715
Sum driftsinntekter	646 147	595 722	1 278 110	1 216 607	1 924 257	1 812 329
Panteutgifter	476 730	435 235	988 919	937 220	1 465 649	1 372 455
Håndteringsgodtgjørelse	89 287	82 406	129 358	123 305	218 645	205 711
Transportkostnader	20 861	20 573	83 173	81 423	104 034	101 996
Andre produksjonskostnader	27 626	29 312	44 908	41 609	72 534	70 921
Sum kostnader drift	614 504	567 526	1 246 358	1 183 557	1 860 862	1 751 083
Resultat operative aktiviteter	31 643	28 196	31 752	33 050	63 395	61 246
Admin., markedsføring og avskrivning	24 629	26 371	37 016	33 407	61 645	59 778
Driftsresultat	7 014	1 825	-5 264	-357	1 750	1 468
Netto finansresultat	297	367	446	463	743	830
Resultat e/finansposter	7 311	2 192	-4 818	106	2 493	2 298

Nøkkeltall

Varestrøm	Antall bokser	Tonn boks	% av tilført	Antall PET	Tonn PET	% av tilført
Totalt salg	559 438 560	8 671,3		627 976 252	22 795,5	
Verdikjedelager	-10 900 000	-169,0		800 000	29,0	
Tilført (Salg - verdikjedelager)	548 538 560	8 502,3	100,00 %	628 776 252	22 824,6	100,00 %
Totalt pantet i automat	466 793 339	7 235,3	85,10 %	545 397 194	19 797,9	86,74 %
Ut fra sentral sortering	5 824 968	90,3	1,06 %	780 488	28,3	0,12 %
Ut fra slaggsortering	50 572 994	783,9	9,22 %			
Ut fra kildesortert materiale	5 486 790	85,0	1,00 %	659 837	24,0	0,10 %
Energiutnyttet	5 555 260	86,1	1,01 %	51 518 272	1 870,1	8,19 %
Totalt gjenvunnet fra avfall	67 440 013	1 045,3	12,29 %	52 958 597	1 922,4	8,42 %
Totalt gjenvunnet	534 233 352	8 280,6	97,39 %	598 355 791	21 720,3	95,16 %
Rest i bunnske	8 924 646	138,3	1,63 %			
Tap energiutnyttelse	1 055 589	16,4	0,19 %	9 712 223	352,6	1,54 %
Ukjent disponering	4 324 973	67,0	0,79 %	20 708 239	751,7	3,29 %
Totalt ikke pantet	81 745 221	1 267,1	14,90 %	83 379 058	3 026,7	13,26 %
Total	548 538 560*	8 502,3	100,0 %	628 776 252*	22 824,6	100,00 %

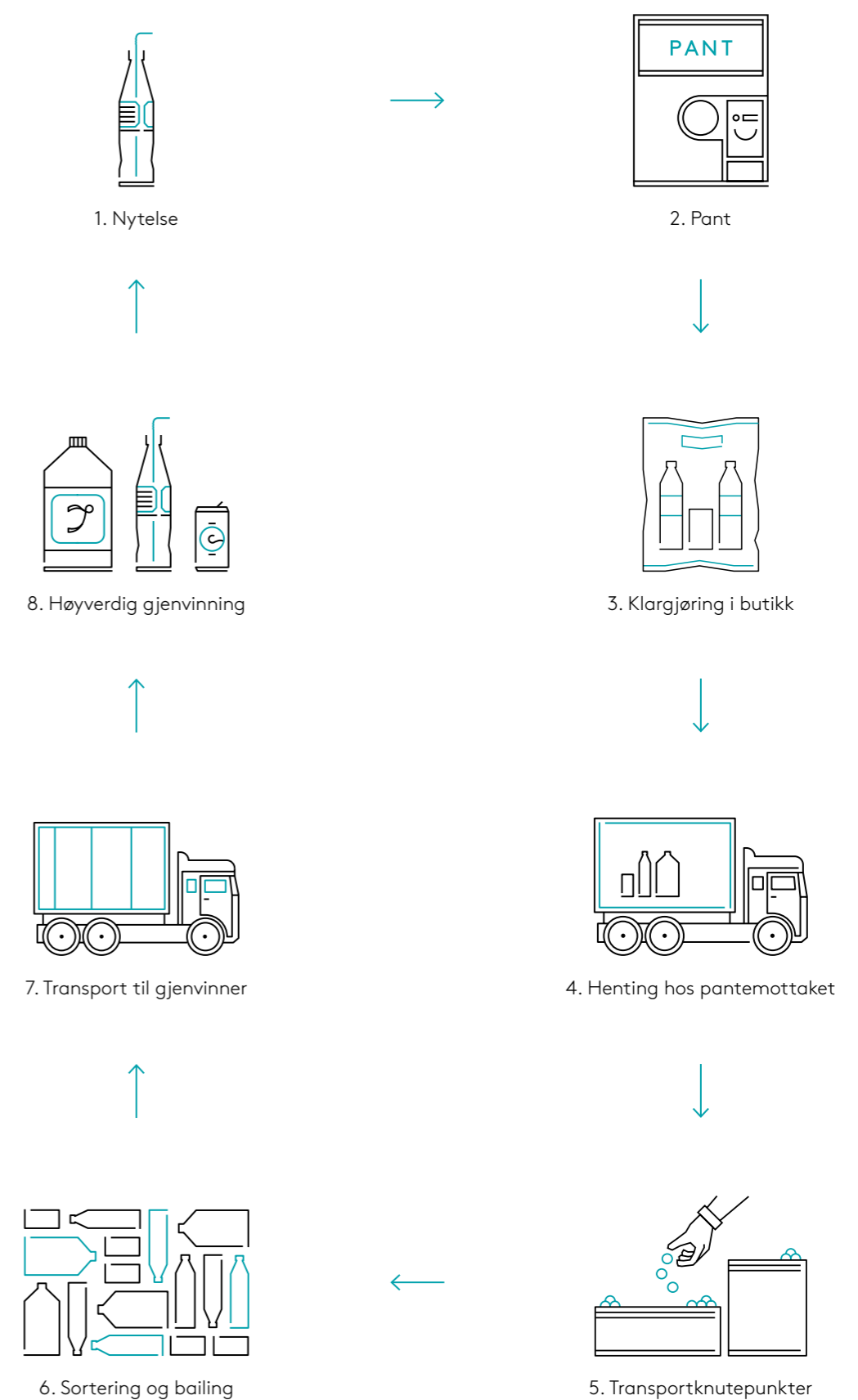
* Innsamlingstall inkludert energigjenvinning.

Balanse (tall i hele 1000)

Eiendeler	2016	2015
Anleggsmidler		
Varige driftsmidler		
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	55 996	57 363
Maskiner og anlegg, driftsløse, inventar, m.m.	55 409	60 218
Varige driftsmidler	111 405	117 581
Finansielle anleggsmidler		
Netto pensjonsmidler	58	17
Finansielle anleggsmidler	58	17
Sum anleggsmidler	111 463	117 598
Omløpsmidler		
Fordringer		
Kundefordringer	184 442	170 027
Andre fordringer	74 822	62 782
Sum fordringer	259 264	232 809
Bankinnskudd, kontanter o.l.	13 640	13 427
Sum omløpsmidler	272 904	246 236
Sum eiendeler	384 367	363 834

Egenkapital og gjeld	2016	2015
Egenkapital		
Innskutt egenkapital		
Selskapskapital (200 aksjer á kr 1000)	1 500	1 500
Sum innskutt egenkapital	1 500	1 500
Opptjent egenkapital		
Annen egenkapital	22 465	19 971
Sum opptjent egenkapital	22 465	19 971
Sum egenkapital	23 965	21 471
Gjeld		
Kortsiktig gjeld		
Leverandørgjeld	92 686	90 780
Skyldige offentlige avgifter	2 283	2 272
Annen kortsiktig gjeld	6 662	5 071
Avsetninger panteansvarfond	258 771	244 240
Sum kortsiktig gjeld	360 402	342 363
Sum gjeld	360 402	342 363
Sum egenkapital og gjeld	384 367	363 834

Infinitums pantesystem er et samarbeid mellom de som lager, de som importerer og de som selger drikkevarer. Boksene og flaskene kan pantes i rundt 15 000 butikker, kiosker og bensinstasjoner i omtrent 3 700 panteautomater. Alle som selger bokser eller flasker er forpliktet til å ta i mot pant, selv om de ikke har panteautomat.



Våre medlemmer 2016

7 Fjell Bryggeri AS

A

Aass Bryggeri AS
Add Value Sweden AB c/o Kongsvinger Regnskap AS
Alam import
Alma Norge AS
Alive AS
All For You Norge AS
Amundsen Bryggeri AS
Amway Norway
Amway Danmark APS
Aquadana
Arendal Bryggeri AS
Arcus AS
Arena Import AS
Arla Foods AS
Arvid Nordquist as
Aurskog Drikker AS
Austmann Bryggeri AS
Axellus AS

B

B6 Trading Company AS
Bacardi Norge AS
Bama Gruppen AS Divisjon Trading
Beer Enthusiast AS
Berentsens Brygghus AS
Berge Blystad AS
Bergen Havneler AS
Betterday Norway AS
BK-Trading Scandinavia AB
BM Aemulator AS
Brewery International AS

C

California Craft Beer AS
Carlsberg Supply Company AG
Cask AS
Cemba Production DA
Chiquita Banana Company
Chiquita Norway AS
Coca Cola Drikker AS
Compass Trade AS
Coop Norge AS
Crafted Brands AS
CULT Norge AS

D

Danone Norge Norsk Filial av Svenske Aksjeselskap
Danone AB
Den Norske Krone
Det Gode Brygg Import AS
Det Lille Presseriet AS
Diageo Norway AS
Ditt Kontor AS
Ditt Vann
Duggfriskt AS

E

Eco Scandinavia AS
Eden Springs Norway AS
Egmont Serieforlaget AS
Eirawater AS
Engrospartner AS
Epleblomsten AS
Europris AS
Euro Supply Bergen AS

F

Finstad Gård Engros AS
Fjellbryggeriet AS
Fjord Trading AS
Fluidium AS
Foodbroker AS
Food Heaven Sandnes AS
Fondberg AS

G

Galleberg AS
GD Hercules
Global Beverage
Glåmos Mineralvann AS
Gottit AS
Grans Bryggeri AS
Grans Bryggeri AS
Gray's American Stores AS
Gymgrosisten Sweden AB

H

Hansa Borg Bryggerier ASA
Happy Drink Taherifard
Harboe Norge AS (tidl. Moss Bjernebryggeri AS)
Haugen-Gruppen AS
Heijden Sport Næringsprodukter AS
Hemsedal Kildevann AS
Hogna Brygg AS
Holst Wines AS

I

ICA NORGE AS
Interbev AS
Interbrands Wine & Spirits
ISKLAR AS
Islandske Produkter AS

J

Jacobs Douwe Egberts Norge AS
JED Norway AS
Jensen & Co. AS
Jula Norge AS

K

Kaffe Grossisten AS
Klosterøya Mikrobryggeri AS
K & S Import DA

L

Liquid Norway
Lamborghini Energy Drink Norway AS (LED Norway AS)
LCP Salg AS
Lerum Fabrikk AS
Lervik Aktiebryggeri AS
Lesax Trading AS
Lidl Norge NUF
Lime Nordic AS
Lofotpils AS
Løfberg Lila AS

M

Macks Ølbryggeri AS
Matimport AS
Matmegleren
METNOR AS
MGT Norway AS
Middelthun Engros AS
Moestue Grape Selection AS
Molo Brew AS
Morene-Drift AS
Msra Enterprise Kamalaraja
Multibev AS

N

Naturkost S. Rui AS
North Peek Enterprises
Nils Karlsen Agentur
Njje Group Norge AS
Noa Potions AS
Norbrew AS
Nordic Refreshment Company AS
Nordic Sports
Norfresh AS
Norske Bryggerier AS
Norwaters AS
Norwegian Glacier Water AS
Novartis Norge AS
Nutramino NO
Nøgne Ø

O

Odd Langedalen Frukt og Grønt Engros AS
Olden Brevatn AS
Oluf Lorentzen AS
Oosterrijsen Brewing Co AS
Opposite Lock AS

Orientdeli AS

Orkla Foods Norge AS
Orkla Health AS
Oseana Trading AS
Oskar Sylte Mineralvannfabrikk AS

P

P.Ltz. Aass A/S
Pat Venture AS
Pernod Ricard Norway AS
PetPack Drikker AS
Premium Drinks AS
Premium Products AS
Printer & Long AS
Prof. Scandinavia
Proteinfabrikken AS
Proteinvann AS
PureFood Norway

R

Redbull Norway AS
Rema Trading AS
Ringnes AS
Rogaland Konserverfabrikk AS
Roma Mineralvannfabrikk Morten Bergersen AS
Røra Fabrikk AS
Røyse Frukt- og Bærpresseri AS

S

Sagene Bryggeri AS
Saturn Kommunikasjon AS
Scanasia AS
Scandza Drikker AS
Spirit of Norway AS
Snåsavann AS
Sports Nutrition AS
Sport Nutrition Scandinavia AS c/o Foretakshjelp AS
Stabburet AS
Statoil Fuel & Retail AS
Staur Foods AS
Stenberg & Blom AS
Stordalens Mineralvannfabrikk AS
Strag AS
Strøm AS
Superfruits AS
Synnøve Finden ASA

T

TDK Media AS
Telemark Kildevann AS
Telemark Mikrobryggeri AS
Telejuice AS
Tenza Norge AS
TGR Norge AS
The Rock Norge AS
Tine SA
Tønsberg Handelskompani AS

U

Ultra Premium Brands AS
UNIL AS
Unilever Norge AS

V

Valika Import Export Engros AS
Vectura AS
VestPharma
Vikingens Tørrfisksnack AS
Vinhuset AS
Vinoterra AS
Vitamin Well Norway AS
Von Design AS
Voss Bryggeri
Voss of Norway ASA
Voss Production AS

W

Waterconcept Norge AS/Adwater
Water of Norway AS

Y

Yerba Mate Norge

Æ

Ægir Bryggeri AS

INFINITUM

PANT ALT. DET HAR EN VERDI.