

2024

# Årsrapport



Loop



Foto: Herman Ekendahl-Dreyer

Om LOOP

5

LOOP Miljøskole

11

Verktøykassa

21

Sortere

27

Sorteringsmerker

35

LOOP som nasjonal samarbeidsarena

39

Nasjonalt krafttak for kildesortering

47

Andre prosjektsamarbeid

55

Mediearbeid

59

Vedlegg

60



Foto: Herman Ekendahl-Dreyer

## 01. Om LOOP

LOOP er en ideell stiftelse som skaper kommunikasjon og tjenester som gjør det enklere for folk og bedrifter å kaste mindre og sortere mer. Vi forvalter nasjonale plattformer for kildesortering og er en nasjonal samarbeidsarena for kommunikasjon om kildesortering og gjenvinning.

Gjennom å harmonisere og standardisere begrepsbruk og kommunikasjon til folk og bedrifter om kildesortering og gjenvinning, fungerer stiftelsen som et effektiviserende og samordnende bindeledd mellom returselskap, kommuner og private avfalls- og gjenvinnings-selskap.

Våre aktiviteter er forankret i, og skal bidra til å nå, EUs mål om 65 % materialgjenvinning av husholdningsavfall og lignende næringsavfall innen 2035.



## LOOPs tjenester

### Sortere – Hele Norges kildesorteringssguide

Med Sortere hjelper vi folk og bedrifter til å sortere mer, og gir gode råd om hvordan vi kan skape mindre avfall. I Sortere-databasen samles informasjon fra alle landets kommunale og private renovasjons- og avfallsselskaper som gjør det mulig å få riktig sorteringssvar uansett hvor i landet du befinner deg.

### LOOP Miljøskole - Lærernes plattform for undervisning om bærekraft og kildesortering

LOOP Miljøskole lærer barn og unge om å leve bærekraftig, viktigheten av kildesortering og hvordan de best mulig kan ta vare på naturressursene. Undervisningsmateriellet er gratis for alle barnehager og skoler i hele Norge.

### Verktøykassa - Gjenvinningsbransjens egen verktøykasse

For å støtte våre partnere i det daglige kommunikasjonsarbeidet, har vi en verktøykassa full av kommunikasjonsmateriell til fri bruk. Målet med Verktøykassa er å løfte avfallsbransjens kommunikasjon både innholdsmessig og visuelt, og bidra til å samordne budskap.

### Sorteringsmerkene - Den nasjonale merkeordningen for kildesortering

LOOP har sammen med aktører fra hele avfallsbransjen utarbeidet en nasjonal merkeordning for kildesortering. Sorteringsmerkene brukes både på emballasje, avfallsbeholdere, gjenbruksstasjoner, miljøstasjoner mm., og skal harmonisere systemet og gjøre det enklere å kildesortere. LOOP drifter og utvikler merkeordningen.

## LOOPs finansiering og styre

### Finansiering

LOOPs hovedpartnere, Infinitem, Norsk Metallgjenvinning, Norsk Resy, Norsk Returkartong, NORSIRK, Plastretur, Recipo, RENAS og Sirkel, og våre strategiske partnere Franzefoss Gjenvinning og Norsk Gjenvinning, bidrar til grunnfinansieringen av alle LOOPs tjenester og sikrer dermed kontinuitet og stabil drift av stiftelsen.

Batteriretur bidro i 2024 til driften av Sortere, og LOOPs støtte-spillere ERP Norway og NOAH støttet stiftelsen økonomisk med mindre beløp. I tillegg mottok LOOP grunnstøtte på 612.000 kroner fra Klima- og miljødepartementet via Miljødirektoratet.

LOOP fikk i 2024 et tilskudd på 2 mill. kroner over statsbudsjettet for 2024, kap. 1400 post 76. Midlene skulle ifølge tildelingsbrevet "...bidra til å styrke LOOPs arbeid med kommunikasjon og innsikt om kildesortering blant både forbrukere/husholdninger og bedrifter. LOOPs prosjekter svarer på flere målsettinger i den nasjonale strategien for sirkulær økonomi, herunder rene avfallsstrømmer og økt materialgjenvinning av emballasje."

### LOOP-avtale Renovasjon

Kommunale renovasjonsselskaper bidrar med årlig støtte til LOOPs arbeid med LOOP Miljøskole, Sortere og Verktøykassa. I 2024 signerte vi 3 nye LOOP-avtaler. Totalt har vi avtale med 80 kommunale renovasjonsselskaper, noe som dekker til sammen 336 kommuner (i tillegg til Longyearbyen) med til sammen 5,4 millioner innbyggere og 99 % av befolkningen.

### LOOP-avtale Næring

Nytt i 2024 var at private avfallsselskaper og renovasjonsselskaper med næringsdel kunne inngå en LOOP-avtale Næring. Med en slik avtale får de vist sine mottak/kontaktpunkter med selskapets logo i Sorteres kartløsning. I tillegg får de tilgang til blant annet Verktøykassa Pluss, med alle elementer til programmet "Sortere på jobb", Sorteringsmerkene og tilpasset Sortere-søkefelt til bruk på egne sider. I 2024 var det 5 aktører som inngikk en LOOP-avtale Næring.

## Ny strategi for perioden 2025 - 2027 vedtatt

Styret vedtok en ny strategi for perioden 2025-2027 i styremøtet den 16. september.

Strategien skal bidra til at LOOP når sine mål og at Norge når målet om 65 % materialgjenvinning og ombruk av husholdningsavfall og lignende næringsavfall innen 2035. Vi gleder oss til å jobbe sammen med våre partnere for å få til dette.

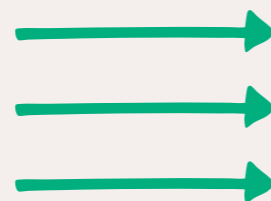
Strategien slår fast at LOOP er en nasjonal arena for sam-ordning av kommunikasjon om kildesortering og gjenvinning til innbyggere og bedrifter. Å kommunisere sammen gjennom LOOP er kostnadseffektivt og gir større gjennomslagskraft.

Vi skal forvalte felles kommunikasjonsplattformer for bransjen på en måte som bygger tillit og troverdighet internt i bransjen og ut mot folk og bedrifter. Da blir LOOP et spleiselag som er tids- og ressursbesparende for den enkelte – og nyttig for alle.

Strategien beskriver også prioriterte satsningsområder for LOOP i de kommende årene. Dette handler både om å nå bredt ut med våre tjenester til hele Norge og å synliggjøre og styrke LOOPs posisjon som eier og forvalter av nasjonale plattformer og den nasjonale merkeordningen for kildesortering.

Styret vedtok også et nytt sett med KPler som svarer på strategien. Disse vil være med på å danne et godt grunnlag for LOOPs arbeid og styrets oppfølging av stiftelsen.

Etter 6 år som styreleder, og totalt 11 år i LOOPs styre, trappet Øivind Brevik av den 4. desember. Øivind har vært en dyktig og samlende styreleder og vi takker ham for innsatsen.



## Styresammensetning per 31. desember 2024

**Randi Haavik Varberg**  
(konstituert styreleder)  
direktør kommunikasjon og marked i  
Infinitum

**Øyvind Furulund**  
(styremedlem)  
daglig leder i Norsk Resy

**Jens Olav Flekke**  
(styremedlem)  
daglig leder i Dagligvarehandelens  
Miljøforum

**Svein Erik Rødvik**  
(styremedlem)  
administrerende direktør i Norsk  
Returkartong

**Morten Sundell**  
(styremedlem)  
administrerende direktør i Sirkel Glass

**Bjarthe Engen Grostøl**  
(styremedlem)  
Norsk Metallgjenvinning

**Anja Ronesen**  
(styremedlem)  
markeds- og kommunikasjonssjef i RENAS

**Borghild Lekve**  
(styremedlem)  
konsernsjef i BIR AS

**Signe Lindbråten**  
(styremedlem)  
daglig leder i Miljøagentene

## I administrasjonen per 31. desember 2024

**Stine Helgeland**  
daglig leder

**Sylvelin Aadland**  
ansvarlig for Sortere

**Olga Korkasheva**  
ansvarlig for Sortere Bedrift og Nasjonal  
merkeordning for kildesortering

**Fredrikke Friis Bertheussen**  
ansvarlig for LOOP Miljøskole

**Christina Lind,**  
konseptutvikler kommunikasjon og  
sirkulære tjenester

**Ida Jorddal,**  
kommunikasjons- og organisasjonsrådgiver

**Johan Mørkhagen Kamfjord,**  
kommunikasjonsrådgiver

**Christiane Johansen,**  
innholdsprodusent og SoMe-rådgiver

**Camilla Sunde,**  
rådgiver marked og digitale tjenester



Foto: Herman Ekedahl-Dreyer

## 02. LOOP Miljøskole

LOOP Miljøskole tilbyr gratis undervisningsressurser på bokmål og nynorsk for alle alderstrinn, samlet i en digital undervisningsportal. Materiellet er variert og består av undervisningsfilmer, fysiske hefter, digitale undervisningsopplegg, interaktive artikler, oppgaver og uteaktiviteter. LOOP Miljøskole er tilpasset kompetansemålene i læreplanene, og kan brukes i ulike fag og i tverrfaglige prosjekter.



## Bærekraftskolen Live - En nasjonal bærekraftsuke

23. til 27. september 2024, arrangerte vi Bærekraftskolen Live for andre gang. Dette er en nasjonal bærekraftsuke med direktesendte skoletimer, med Håvard Tjora som programleder. I 2024 var innholdet tilpasset fjerde trinn, og alle landets fjerdeklassinger ble invitert.

**Totalt 878 skoleklasser meldte seg på, med til sammen 25 682 elever.**

Det var 728 ulike klasser som fulgte den første livesendingen, 392 som fulgte den andre og 240 som fulgte den siste. Det ble lagt ut opptak av livesendingene samme dag, slik at det var mulig å tilpasse bærekraftsuka til timeplanen og se sendingen senere, dersom tidspunktet for livesendingene ikke passet.

Opplegget for bærekraftsuka ble utviklet sammen med fageksperter og dekket de viktigste tverrfaglige bærekraftsmålene i læreplanen. De påmeldte fikk tre direktesendte skoleshow basert på vår prisvinnende filmserie Bærekraftskolen, som er produsert i samarbeid med NRK Skole.

Våre hovedpartnere Sirkel Glass, Norsk Metallgjenvinning, Infinitum, Norsk Returkartong, NORSIRK, samt Grønt Punkt Norge, bidro med midler til høstens bærekraftsuke for fjerdeklassinger.

Ressurssidene for Bærekraftskolen Live ble mye besøkt både under Bærekraftsuka og i etterkant. Hovedsiden hadde 5 000 brukere og 10 400 visninger i 2024.



Bærekraftskolen Live for ungdomsskoler og VGS. Her med Anja Bakken Riise fra Framtiden i våre hender, Klimapilotene Hauk Are Fjeld og Racha Yacef Hanine, programleder Bahare Viken og prosjektleder Fredrikke Friis Bertheussen.



Ny runde med Bærekraftskolen Live for 4. trinn, her med Håvard Tjora og årets klimaagenter.



## Bærekraftskolen Live for ungdomsskoler og VGS

I 2024 arrangerte vi for første gang en nasjonal bærekraftsuke for de eldre elevene. 18. til 22. november, uken før Black Week, fikk elevene to livesendinger med nyhetsprofil og journalist Bahare Viken som programleder. Temaene for uka var overforbruk, bærekraft, personrettet reklame og kritisk tenkning. I studio fikk vi besøk av Tonje Drevland og Magnus Holm fra Forbrukertilsynet, Ingrid Tungen fra Regnskogfondet, Anja Bakken Riise fra Framtiden i våre hender, Klimapilotene Hauk Are Fjels og Racha Yacef og Babak Behrad fra Trigger, som belyste tematikken fra ulike sider.

Forbrukertilsynet og NF&TA var samarbeidspartnere og bidro med fagkompetanse til denne Bærekraftsuka.

## Totalt 109 skoleklasser meldte seg på, med til sammen 3 349 elever.

Det var 70 klasser som fulgte den første sendingen live, og 57 som fulgte den andre. Etter livesendingen ble det lagt ut opptak, slik at lærerne kunne se sendingene senere på dagen, eller i uka, dersom tidspunktet ikke passet.

Under denne bærekraftsuka hadde vi premiere på vår helt nye undervisningsfilm "Påvirka". Filmen handler om overforbruk og mekanismene som påvirker oss til å stadig kjøpe nye ting. Målgruppen er elever på ungdomsskole og videregående skole. Både Forbrukertilsynet og Datatilsynet var med som fageksperter i filmen.



## Bærekraftsutfordringen - hva om alle gjør litt hver?

[Bærekraftsutfordringen](#) er et nytt undervisningsopplegg som vi laget til Bærekraftskolen Live for ungdomsskoler og vgs. Elevene fikk i oppgave å velge en bærekraftig utfordring og gjennomføre den i fem dager, for å komme i gang med bærekraftig omstilling.

## Hvordan føles det å gjøre en liten endring i eget liv (og klesskap) for natur, dyr og mennesker?

*Det ble blant annet laget utfordringer fra Anja Bakken Riise, Framtiden i våre hender, Etisk Handel og Forbrukertilsynet.*



## Skog - kampanje for bedre sortering av skolemilkkartonger

Barnas skog er et samarbeid mellom LOOP Miljøskole, Grønt Punkt Norge og WWF. Kampanjen startet høsten 2020 og har som mål å øke kildesortering av melkekartonger, ved å knytte verdien av kildesorteringen til vern og bevaring av skog og det mangfoldet av arter som lever der. Målgruppen for kampanjen er elever på 4. og 5. trinn på barneskolen, men opplegget fungerer også godt for yngre elever.

### I 2024 ble arbeidet med Barnas skog videreført med følgende:

- Livesending om resirkulering av drikkekartong under Bærekraftsuka med Håvard Tjora
- Frittstående film om drikkekartongens reise
- Tegnekonkurranse for 4. trinn som gjennomførte Bærekraftskolen Live
- Sorteringsplakat til klasserommet



## Sorteringsstafett (tidligere Aksjon Fraksjon)

I 2024 fikk vi oppdatert og distribuert vårt fysiske læringsspill Sorteringsstafett (tidl. "Aksjon Fraksjon") med nye Sorteringsmerker, til bruk på gjenvinningsstasjoner, skoler og i barnehager. Dette er en lenge etterlengtet oppdatering av sorteringsspillet, som primært benyttes av kommunale renovasjonsselskap ved skolebesøk, på stands, aktivitetsdager ol.

*Det ble også tatt nye bilder til spillkortene. Foto: Bettina Snehatta*



## Markedskommunikasjon

Vi utarbeidet og implementerte en ny SoMe-strategi for LOOP Miljøskole, og økte aktiviteten i våre kanaler. I forbindelse med Bærekraftskolen Live kjørte vi flere annonser for å få lærere til å melde seg på. Det ble også kjørt kampanjer for å øke kjennskap og bruk av LOOP Miljøskole og våre undervisningsressurser generelt.

### NØKKELTALL

#### Miljøskole.no

- 180 140 sidevisninger
- 53 980 unike brukere
- 83 325 økter
- 22 5654 undervisningshefter ble sendt ut fra vår nettbutikk fordelt på 488 ordre
- Kjennskapen til LOOP Miljøskole blant lærere økte til 36 % i 2024 (Omnibus 2025).





## 03. Verktøykassa

Innholdet i LOOPs Verktøykasse skal forenkle kommunikasjonsarbeidet for den enkelte, og bidra til å samordne budskap om avfallsreduksjon, kildesortering og gjenvinning.

I 2024 utvidet vi Verktøykassa med en egen del, Verktøykassa Pluss, for avfallsaktører som kommuniserer til næringslivet. Dette krever en LOOP-avtale Næring. Vi startet også arbeidet med å videreutvikle og fornye [loop.no](https://loop.no) og Verktøykassa, og flytte nettsiden over på en ny teknisk løsning.



## I 2024 fylte vi på med:

- 24 bilder fra Catharina Caprino til Studentenes og Helgens sorteringsguide, med tilhørende SoMe-tekster
- 27 produktbilder av avfall, brukt til fornyelsen av spillet Sorteringsstafett
- Nye kortversjoner av filmer til Batterikampanjen på både bokmål og nynorsk
- Ferdige filer for å kunne ha Batterikampanjen på renovasjonsbiler
- Filmsnutter, bilder, tekster, gif-er og kinofilm til kampanjen "Legg merke til merkene"
- Ferdige tekster om tekstiler i forbindelse med de nye kravene
- 120 bilder av ulike typer avfall i kasteøyeblikket hjemme hos studenter, en barnefamilie og et eldre par, samt på arbeidsplassen, avfallsrom og i butikk. Sorteringsmerkene var i fokus.
- Alt materiell som trengs for å tilby programmet "Sortere på jobb" (Verktøykassa Pluss)
- Kortversjon av lover og regler for avfall (Verktøykassa Pluss)
- Informasjon om Sortere Bedrift-søkefelt og API-tilgang (Verktøykassa Pluss)



# Nye bilder til helgens og studentens sorteringsguide

Foto: Catharina Caprino

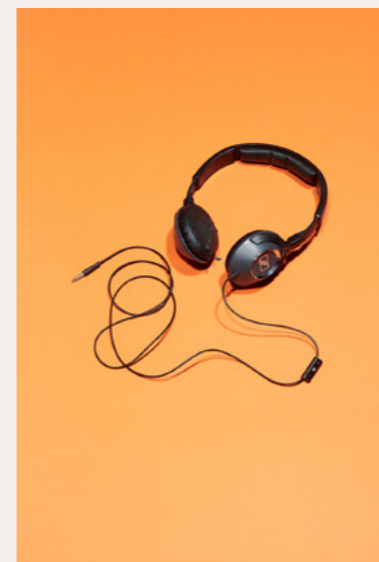
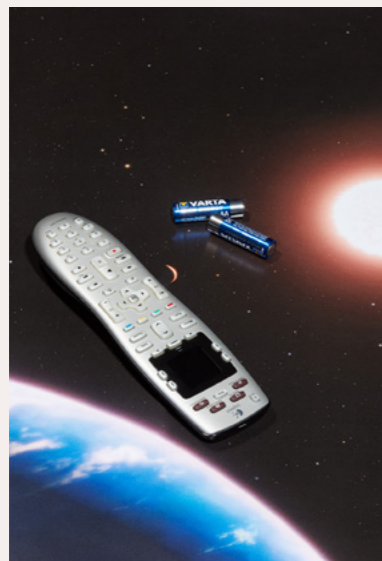
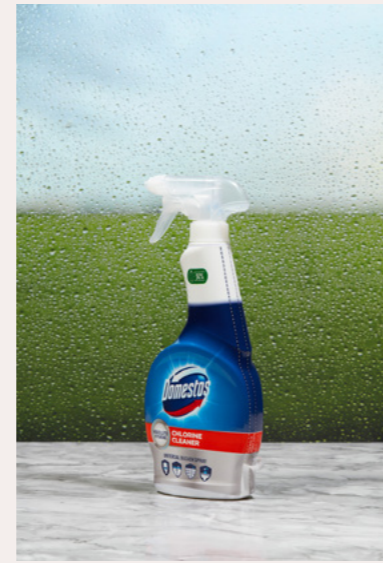


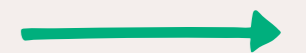


Foto: Herman Ekendahl-Dreyer

## 04. Sortere

Sortere er en nasjonal nettjeneste som gir folk og bedrifter svarene, veiledningen og inspirasjonen de trenger for å kaste mindre, sortere mer og ta vare på ressursene. Et godt og relevant innhold sikres blant annet gjennom at alle landets kommunale avfallsselskaper oppdaterer egen lokal informasjon i en felles database - slik at man får riktig sorteringsvar uansett hvor i landet man er. Bedrifter finner informasjon om henting og levering av næringsavfall i en egen kartløsning, som oppdateres av private avfalls- og gjenvinningselskaper og kommunale renovasjonsselskaper med næringsdel.

LOOP oppdaterer og publiserer nasjonal informasjon i samarbeid med returselskaper, kommunale selskaper, private avfallsaktører og andre samarbeidspartnere. Informasjonen er samlet i en database slik at den også kan benyttes av andre.



## OVERORDNEDE RESULTATER OG NØKKELTALL

I 2024 fortsatte Sortere veksten, med et større markedsbudsjett enn tidligere år og en nysatsing på bedriftsdelen.

### Økter og brukere

I 2024 hadde Sortere totalt **1 817 000** brukerøkter, og dermed en økning på 29,4% i forhold til året før.

I 2023 hadde Sortere.no **931 000** unike brukere. Dette økte til **1 173 000** brukere i 2024, og dermed en økning på 25,9%.

Sortere.no/jobb endte på **48 153** unike brukere og totalt **59 000** brukerøkter. Dette er det første komplette året vi registrerer nettsidedata spesifikt for bedriftsdelen.

### Visninger av mottak

I 2024 var det totalt **1658** unike visninger av mottak i kartet på Sortere.no/jobb.

### Kjennskap

Kjennskapen til Sortere i befolkningen sto på stedet hvil, på 25% i 2024 (Omnibus 2025).

### Henvendelser

I 2024 mottok og svarte Sortere på **1552** henvendelser fra forbrukere, bedrifter og renovasjonsselskap. Dette er en økning fra 2023, da Sortere mottok 1387 henvendelser (inkluderer ikke henvendelser via Instagram og TikTok).

## SORTERE FOR FORBRUKERE

### Nytt innhold på Sortere for forbrukere

Innsiktsstudiene LOOP har gjennomført viser at noen av hovedutfordringene folk har når det kommer til kildesortering er blandingsemballasje og hva som er rent nok. Vi utarbeidet derfor to nye temasider til Sortere: "Slik sorterer du blandingsemballasje" og "Når er emballasjen ren nok?". Det ble gjennomført totalt fire runder med innholdsmarkedsføring i sosiale medier på disse artiklene, noe som skapte god oppmerksomhet og stort engasjement.

Gjennom året er det gjennomført vedlikehold av både lokal og nasjonal informasjon i databasen. Vi har hatt kontakt med alle renovasjonsselskapene og gitt råd til forbedring av lokal informasjon, i tillegg til gjennomgang med returselskapene og andre faglige miljøer for oppdatering og forbedring av den nasjonale avfallsinformasjonen.

I sammenheng med innføring av krav om utsortering av tekstilavfall, ble informasjon om ødelagte og brukbare klær og tekstiler (dvs tekstilavfall og tekstiler til ombruk) oppdatert på Sortere i tråd med felles definisjoner, inkludert nasjonale Sorteringsmerker. Renovasjonsselskapene har på Sortere mulighet til å tilpasse budskap ut fra valgt innsamlingsløsning.

### Oppgradering av Sortere App for forbrukere

I 2023 startet vi arbeidet med å flytte appen over i ny og bedre infrastruktur og oppdatert design i tråd med [Sortere.no](https://www.sortere.no). Den nye web-baserte løsningen vil gjøre oppdatering av appen enklere og gjøre appen raskere og mer stabil. I tillegg vil det være enklere for utviklerne å jobbe videre med appen, som vil gi oss muligheten til å komme med ny funksjonalitet og ta inn eksisterende funksjonalitet fra nettsiden. Den oppgraderte appen lanseres i Q1 2025.

## Markedskommunikasjon til forbrukere

Vi har god erfaring med å kommunisere om temaer som mange opplever som utfordrende, spesielt til målgrupper som oppgir at de synes kildesortering er vanskelig (LOOP/Opinion 2021 og 2023). Innholdsmarkedsføringen mot forbrukere var derfor et satsingsområde også i 2024.

### Vi innholdsmarkedsførte:

- Helgens sorteringsguide
- 11 overraskende funn om kildesortering
- Hvordan sortere blandingsemballasje
- Påskens sorteringsguide
- Rask sorteringsguide for 17. mai
- Hvor ren må emballasjen være?
- Brukttupp (brukttilbud fra renovasjonsselskap over hele Norge)
- Studentenes sorteringsguide
- Høstens sorteringsguide
- Adventskalender
- Juleinnhold: Sorteringsguide
- Juleinnhold: Bærekraftige julegaver og innpakning

I tillegg til innholdsmarkedsføring kjørte vi også flere pulser av "Finn svaret på Sortere" for å øke kjennskapen til Sortere.

I andre kvartal 2024 etablerte vi oss på TikTok med hjelp av vår nyansatte innholdsprodusent.

Vi endte i 2024 med ca. 3 000 følgere på kanalen. Videoinnhold utarbeidet for TikTok ble også postet på Instagram og Facebook.

## Sortere for bedrifter

I 2024 ga vi Sortere for bedrifter et løft og lanserte nye nettsider med blant annet programmet "Sortere på jobb" - et verktøy for kildesortering av husholdningslignende avfall i bedrifter. Samtidig lanserte vi Verktøykassa Pluss med kommunikasjonsressurser som avfallsaktører kan bruke for å kommunisere med sine kunder i næringslivet.

Næringslivet har en nøkkelrolle hvis vi skal nå EUs mål om 65% materialgjenvinning av husholdningslignende avfall, slik Norge har forpliktet seg til. Å kildesortere er også noe helt konkret folk på jobb kan gjøre for at virksomheten skal bli mer sirkulær og bærekraftig.

På [Sortere.no/jobb](https://Sortere.no/jobb) finner bedrifter en gratis kildesorteringsguide for sortering av næringsavfall, forståelse av lovverket, oversikt over avfallsselskap og deres tjenester, samt et landsdekkende kart med oversikt over mottak. Kartet oppdateres av avfallsaktører gjennom Sorteres database. På den måten er nettsiden også en viktig samarbeidsarena som gjør at alle avfallsselskaper og renovasjonsselskaper med næringsdel kan vise frem sine tjenester til eksisterende og potensielle kunder.

For å øke kjennskapen og bruk av tjenesten testet vi ut annonsering i ulike kanaler høsten 2024.

*Nye bilder av kildesortering på arbeidsplassen til Verktøykassa Pluss.*



## Sortere på jobb

Med flere nye utsorteringskrav er det stort behov for hjelp med kildesortering i bedrifter. Som en del av oppgraderingen av [Sortere.no/jobb](https://sortere.no/jobb), lanserte vi konseptet "Sortere på jobb" – fem steg for enklere kildesortering på arbeidsplassen.

Gjennom programmet "Sortere på jobb" kan bedrifter lykkes med kildesortering på en enkel og engasjerende måte, samtidig som de oppfyller lovpålagte krav. Avfalls- og gjenvinnings-selskap som har en avtale med LOOP kan laste ned materialet vi har utarbeidet fra Verktøykassa Pluss, og bruke det mot egne kunder. Her finner man blant annet en guide for å utføre plukkanalyser selv, kommunikasjonsmateriell til bruk i bedrifter og ferdige kildesorteringsplakater.

### Søkefelt til bedrifter

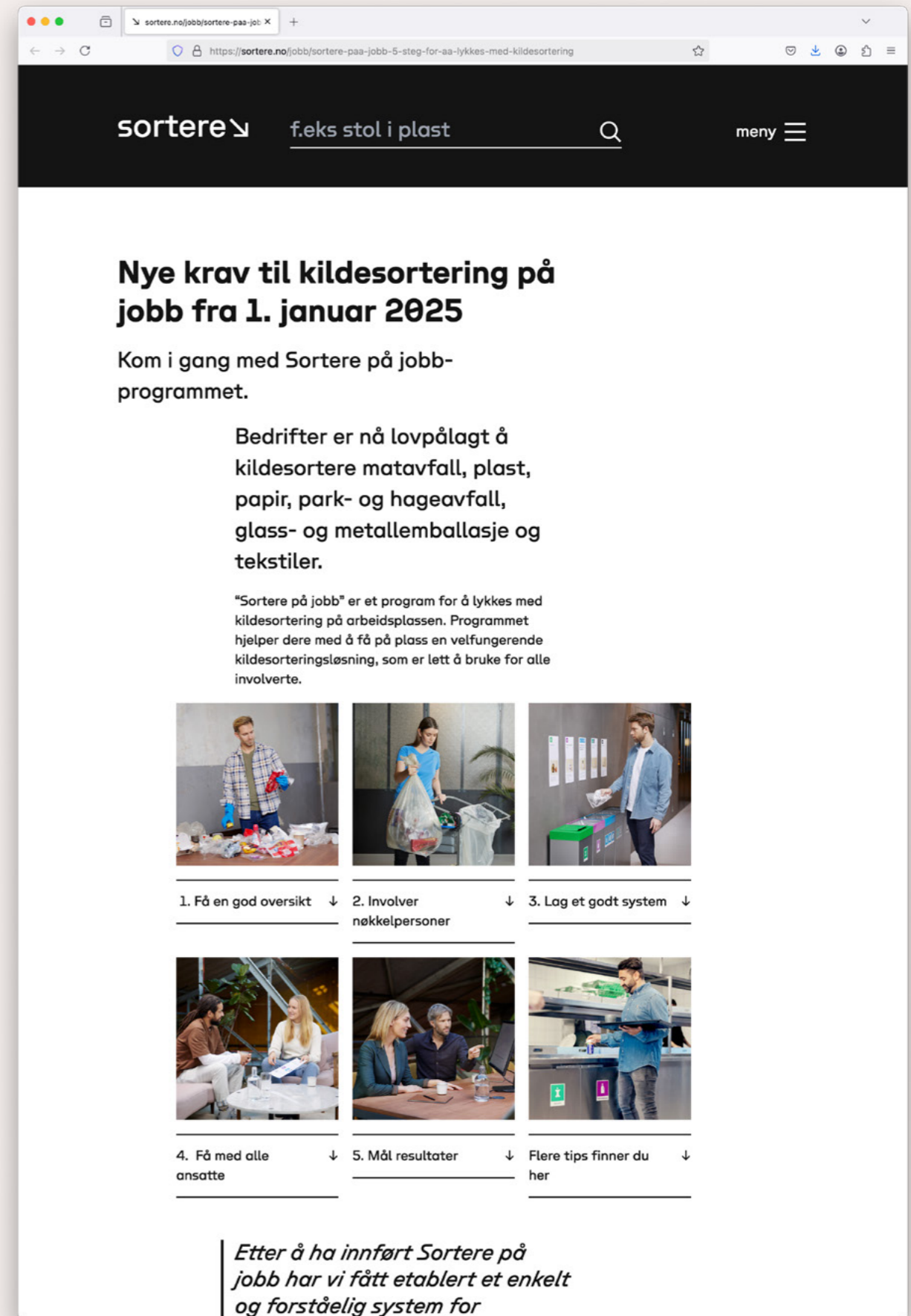
Sortere tilbyr nå søkefeltet for næringsavfall som en plugin, som kan bygges inn på egne nettsider eller intranett. Slik kan bedrifter gjøre det enklere for ansatte og kunder å kildesortere på arbeidsplassen. Flere avfallsselskaper og leverandører av kildesorteringsløsninger har tatt i bruk søkefeltet på egne nettsider.

### Markedskommunikasjon mot bedrifter

Med nye Sortere.no/jobb kom også første året med markedsbudsjett. B2B-markedsføring/annonsering er et nytt område for Sortere Bedrift og mye av budsjettet gikk til å teste ulike kanaler og budskap. I 2024 gjorde vi følgende annonsering:

- Nye lover og regler for kildesortering
- Generelt om Sortere Bedrift ([sortere.no/jobb](https://sortere.no/jobb))
- Søkemotorannonsering på Google

Skjerm bilde av [sortere.no/jobb](https://sortere.no/jobb) med programmet "Sortere på jobb" →





## 05. Sorteringsmerker

En av LOOPs viktigste oppgaver er å harmonisere og standardisere begrepsbruk og kommunikasjon til folk og bedrifter om kildesortering og gjenvinning. Den nasjonale merkeordningen for kildesortering og Sorteringsmerkene er et av våre viktigste verktøy for å lykkes med dette. Den norske merkeordningen er basert på det danske piktogramsystemet for avfall, designet av Futu, og ble etablert av LOOP og Avfall Norge gjennom et bredt bransjesamarbeid i 2020.



LOOP forvalter merkeordningen, som i dag benyttes av nesten alle landets kommunale renovasjonsselskap, private avfalls-selskap og produsenter. Sorteringsmerkene finnes i dag på emballasje, på avfallsbeholdere hjemme hos folk, i bedrifter og i det offentlige rom, og skaper dermed et nasjonalt system for kildesortering. [I sin veileder anbefaler Miljødirektoratet at bedrifter laster ned Sorteringsmerkene fra våre sider.](#)

Riktig og tydelig merking på emballasje, med Sorteringsmerker og forklarende tekst, er et av de viktigste tiltakene for å gjøre det lettere for folk å kildesortere (Opinion for LOOP 2021 & 2023).

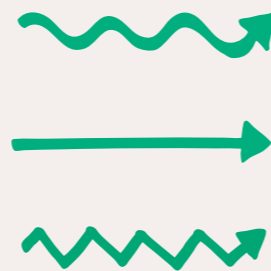
Som en del av Nasjonalt Krafttak oppgraderte vi nettsiden [Sorteringsmerker.no](#) i 2024. Reglene for bruk av Sorteringsmerkene ble tydeliggjort og nettsiden gir gode eksempler på hvordan Sorteringsmerkene kan tas ut på ulike bruksområder. Det ble laget nytt bestillingsskjema og nye trykkeklare filer til nedlastning.

## Sorteringsmerker med punktskrift

Ifølge Norges Blindforbund har nesten 6% av befolkningen en eller annen form for synshemming. I 2020 ble Sorteringsmerkene testet sammen med personer med ulike synsevner i et brukerpanel, og optimalisert etter deres innspill. LOOP jobber kontinuerlig for å gjøre Sorteringsmerkene tilgjengelig for flere, derfor laget vi i 2024 de åtte vanligste Sorteringsmerkene med punktskrift. Disse er taktile, slik at både bokstaver og ikon kan leses ved berøring.

## Sorteringsmerkene på festival

Før festivalsommeren 2024 hjalp vi MiniØya med å få på plass riktige Sorteringsmerker til sitt arrangement, slik at det ble enda lettere for publikum å sortere riktig. MiniØya har et stort fokus på miljø og ettersorterer alt avfallet for hånd. Riktig og tydelig merking gjør denne jobben lettere. Sorteringsmerkene var også å finne på flere andre festivaler denne sommeren.



*Sorteringsmerket for matavfall er et av åtte Sorteringsmerker som i 2024 ble laget taktile med punktskrift.*



## Sorteringsmerker.no: The Sorting Labels

Høsten 2024 gjennomførte EU-kommisjonen en høring om en europeisk merkeordning for kildesortering. LOOP svarte utfyllende på høringen, og vi håper at våre erfaringer fra utviklingen, etableringen og forvaltningen av merkeordningen i Norge kan komme til nytte for flere.

I forbindelse med høringen, og på etterspørsel fra bedrifter og bransjen, har vi oversatt alt innholdet på [Sorteringsmerker.no til engelsk](#). Nettsiden kan blant annet brukes i dialogen med EU, og forhåpentligvis i EUs arbeid med å innføre en obligatorisk og lovpålagt merkeordning i EU og EØS. I tillegg blir det nå lettere for engelskspråklige i bransjen vår å sette seg inn i bruksområdene og reglene for bruk av Sorteringsmerkene.

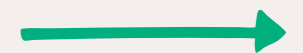




## 06. LOOP som nasjonal samarbeidsarena

LOOP er den eneste nasjonale samarbeidsarenaen for kommunikasjon om kildesortering og gjenvinning. Gjennom vårt arbeid forvaltes og sikres samordning av nasjonal informasjon om avfall og kildesortering. Vi samler og fremskaffer relevant innsikt, tar initiativ til samarbeid og kampanjer og utvikler kommunikasjonsverktøy for avfalls- og gjenvinningsbransjen, miljøorganisasjoner, myndigheter og næringsliv. Dette er ressursbesparende for svært mange, og sikrer harmonisert kommunikasjon ut til hele Norges befolkning.

Høsten 2024 var LOOP med å etablere et nytt kommunikasjonsforum for avfalls- og gjenvinningsbransjen. Gjennom jevnlig webinarer og fysiske møteplasser vil kommunikasjonsforumet bidra til erfaringsdeling og et diskusjonsforum som mange vil ha nytte av.



## LOOP-dagene 2024

I starten av april gikk turen til Fredrikstad for årets LOOP-dager, hvor vi satte ny rekord for antall eksterne deltagere med 71 personer. Temaet var Nasjonalt krafttak 2024:

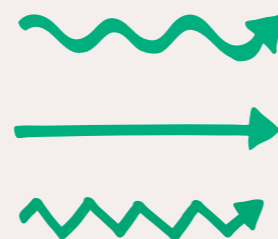
### “Sorteringsmerkene - små merker, store mål!”

Dag 1 hadde fokus på kommunikasjon og bruk av Sorteringsmerkene, med innlegg fra Remiks, Vesar, Grønt Punkt Norge og Norsk Gjenvinning. Opinion delte funn fra rapporten “Forbruker og bærekraft 2024”, før en workshop hvor vi stilte spørsmålet: “Hvordan kan vi sammen løfte frem de små merkene slik at vi når de store gjenvinningsmålene?”

På dag 2 fikk vi omvisning hos Batteriretur, Studio Sirkel og Sirkel Glass sitt sorteringsanlegg for glass- og metall-emballasje.

LOOP-dagene har blitt en viktig møteplass for erfaringsdeling, nettverksbygging og inspirasjon, og i evalueringen svarte 100% at de ville delta igjen.

*Deltagerne fikk se hele syltetøyglassets reise på Sirkel Glass sitt sorteringsanlegg for glass- og metallemballasje* →



## Tekstiler

De siste årene har det vært stor forvirring rundt innlevering av tekstiler, og spesielt hvordan folk skal håndtere ødelagte tekstiler. Det har vært ulik praksis på tvers av aktører i verdikjeden, men også ulik praksis mellom aktører som opererer i samme deler av verdikjeden.

LOOP har de siste årene deltatt i prosjekter, seminarer og møter med mål om å bidra til et enhetlig og godt system for håndtering av tekstiler. Det har imidlertid vist seg å være vanskelig å samle bransjen om ett felles system, blant annet fordi produsentansvaret, som skal finansiere systemet, ikke er på plass ennå.

I januar 2025 innføres det krav om utsortering og innsamling av tekstilavfall. Dette er en unik mulighet til å redusere usikkerhet og kommunisere et system som folk forstår, og som dermed får mest mulig tekstiler ut av restavfallet og klargjort for ombruk og gjenvinning.

Høsten 2024 gjennomførte LOOP en prosess for å etablere felles definisjoner med Sorteringsmerker og tydelig, omforent og nasjonal kommunikasjon om innsamling av tekstiler.

### Proessen i korte trekk:

Etter et webinar i regi av Samfunnsbedriftene var det tydelig at kommunene ville gå for ulike systemer for innsamling av tekstiler i 2025, men at de ønsket nasjonale føringer og felles grunnlag for kommunikasjon. Vi sendte derfor ut en kartlegging til aktørene i verdikjeden for å få oversikt over system og praksiser, samt innspill til kommunikasjon. 29 selskaper fra ulike typer aktører besvarte kartleggingen.

Svarene ble presentert i dialogmøter med aktører i hele verdikjeden for tekstiler, fra kommunale og private avfallsselskap, tekstilinnsamlere og tekstilgjenvinnere. Etter bearbeidelse av innspillene delte vi [et notat](#) med de overordnede rammene for kommunikasjon om tekstiler som er omforent på tvers av aktørene i verdikjeden.

Det var enighet rundt å inkludere "klær" i navnene, da "tekstiler" alene kan oppleves utydelig. Begrepene "Brukbare" og "Ødelagte" er folkelige og forståelige, og bidrar til et tydelig praktisk skille mellom avfallstypene.



I desember presenterte vi definisjonene og de nye Sorteringsmerkene på et webinar om tekstiler i regi av faggruppen for kommunikasjon. Kommunikasjonsmaterieell ble tilgjengelig i Verktøykassa og informasjon om brukbare og ødelagte klær og tekstiler ble publisert på Sortere sammen med de nye avfallstypene.

Det ble laget tre nye Sorteringsmerker og to kombinasjonsmerker, for å dekke de ulike løsningene som blir valgt.

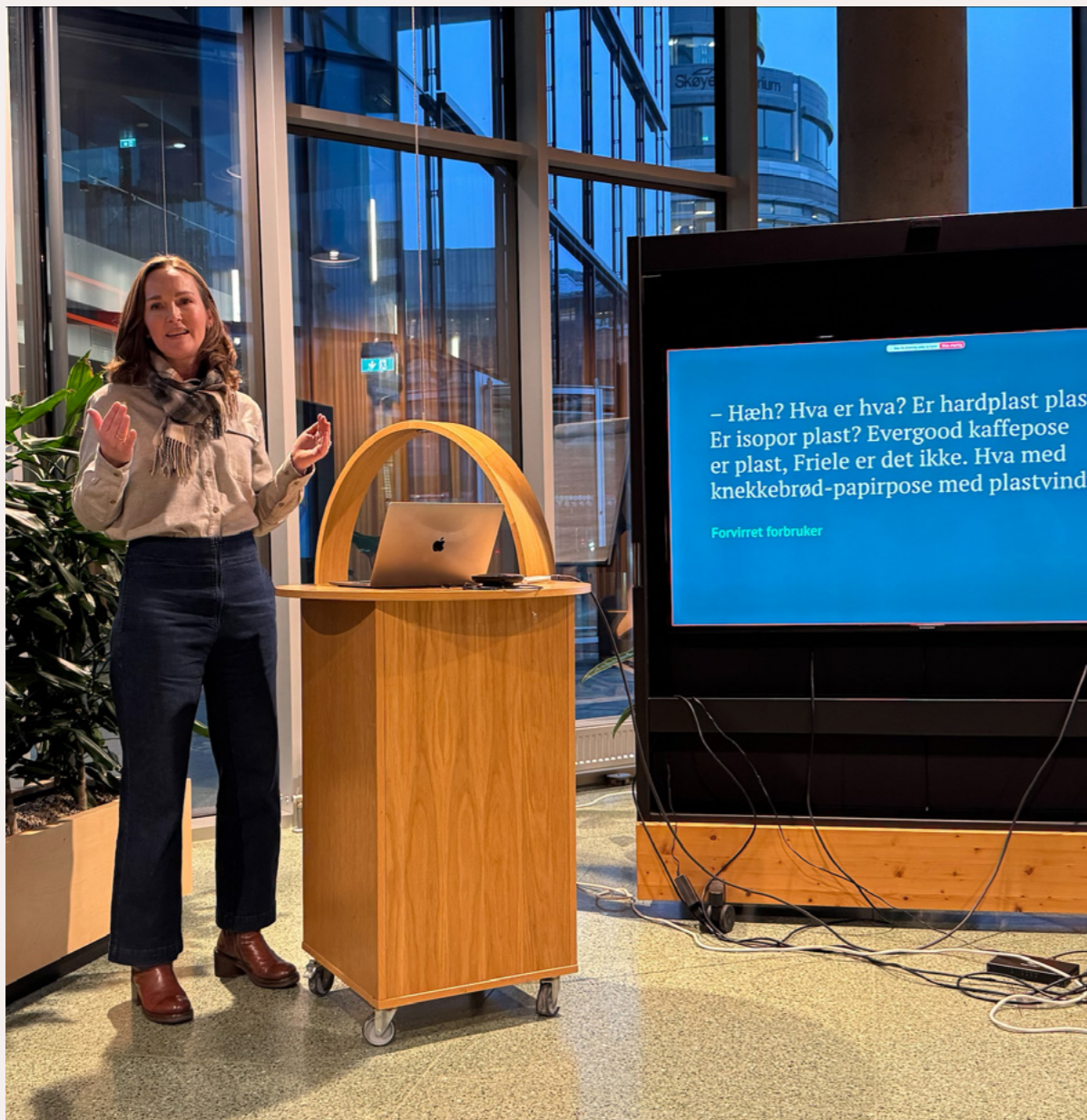


Sarah Brown - Unsplash

## Foredrag og deling av erfaringer

LOOP tar initiativ til felles, nasjonale kampanjer med flere deltakere og stiller opp der vi har mulighet for å dele vår innsikt og kunnskap. Vi arrangerer og deltar på både workshops, foredrag og webinarer, og holder innlegg på andres konferanser.

*Stine Helgeland holdt innlegg for DLFs Bærekraftskomiteé.*



## I 2024 gjorde vi dette:

- Deltok i panelsamtale på OBOS Living Lab og REEN sitt frokostseminar, og holdt ekspertinnlegget "Hvordan kan vi gjøre det enklere å kaste mindre og sortere mer?"
- Holdt innlegg om vår brennaktuelle batterikampanje på Avfallskonferansen i Midt-Norge.
- Presenterte "Hvordan kommunisere om tekstiler til forbruker?" på Avfallsforsk webinar i regi av Sirk Norge. Vi deltok også på Tekstilworkshop om samme tema med Sirk Norge og flere kommuner.
- LOOP Miljøskole holdt to webinarer for lærere og pedagoger i skole og barnehage sammen med Ragnhild Elisabeth Waagaard, prosjektleder i Kommunenetverk for klimaomstilling.
- LOOP Miljøskole arrangerte kurs i kildesortering for lærere på Sollerudstranda skole.
- Klima- og miljørådgiver i Ringerike kommune inviterte LOOP Miljøskole til å holde foredrag om hvordan skoler og barnehager i kommunen kan undervise om bærekraft.
- Vi deltok i 3 episoder av podkasten LØRN:
  - Samfunnskommunikasjon - mål og roller, med Stine Helgeland
  - Samfunnskommunikasjon - definering av målgrupper, med Stine Helgeland
- Om sosial påvirkning, med Fredrikke Friis Bertheussen
- Vi holdt innlegg om Sortere Bedrift på Sirkel glass sitt årsmøte.
- Avfallsklynge Nord inviterte oss til å holde innlegg i to av sine webinarer; om bruk og kjennskap til Sorteringsmerkene og kommunikasjon om tekstiler.
- Vi holdt innlegget "Hvordan kommunisere for å få folk til å kaste batterier riktig?" på Forsvarets Forskningsinstitutt sitt seminar om "Batterisikkerhet i gjenvinningsbransjen".
- På Bærekraftsdagen, arrangert av Hold Norge Rent for Horeca-medlemmer, holdt vi innlegget "Hvordan kaste mindre og sortere mer? Praktiske tips og verktøy til avfallsreduksjon og bedre kildesortering".
- Vi arrangerte to webinarer for administratorer på Sortere. Ett for renovasjonsselskap og ett for private avfallsselskap.
- Holdt innlegget "Hvordan kan vi gjøre det enklere for folk å kaste mindre og sortere mer?" på DLFs Bærekraftskomiteé.
- Vi holdt innlegg på et webinar om tekstiler i regi av Samfunnsbedriftene.
- I Kommunikasjonsgruppen sitt webinar om tekstiler på tampen av året presenterte vi nye Sorteringsmerker, felles definisjoner og våre meninger om hvordan vi bør kommunisere om tekstiler i 2025.



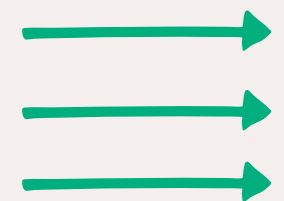


Foto: Herman Ekendahl-Dreyer

## 07. Nasjonalt krafttak for kildesortering

Nasjonalt krafttak er et flerårig initiativ der LOOP sammen med bransjen bretter opp ermene og løfter frem bestemte temaer og innsatser for å nå målet om 65% materialgjenvinning og forberedelse til ombruk i 2035. Allerede i 2025 skal 55% av avfallet sorteres ut og klargjøres for ombruk og gjenvinning. Vi ligger i dag på under 40%.

I 2024 ønsket vi å gjøre Sorteringsmerkene enda mer kjent og samlet bransjen til et nasjonalt krafttak for kildesortering.

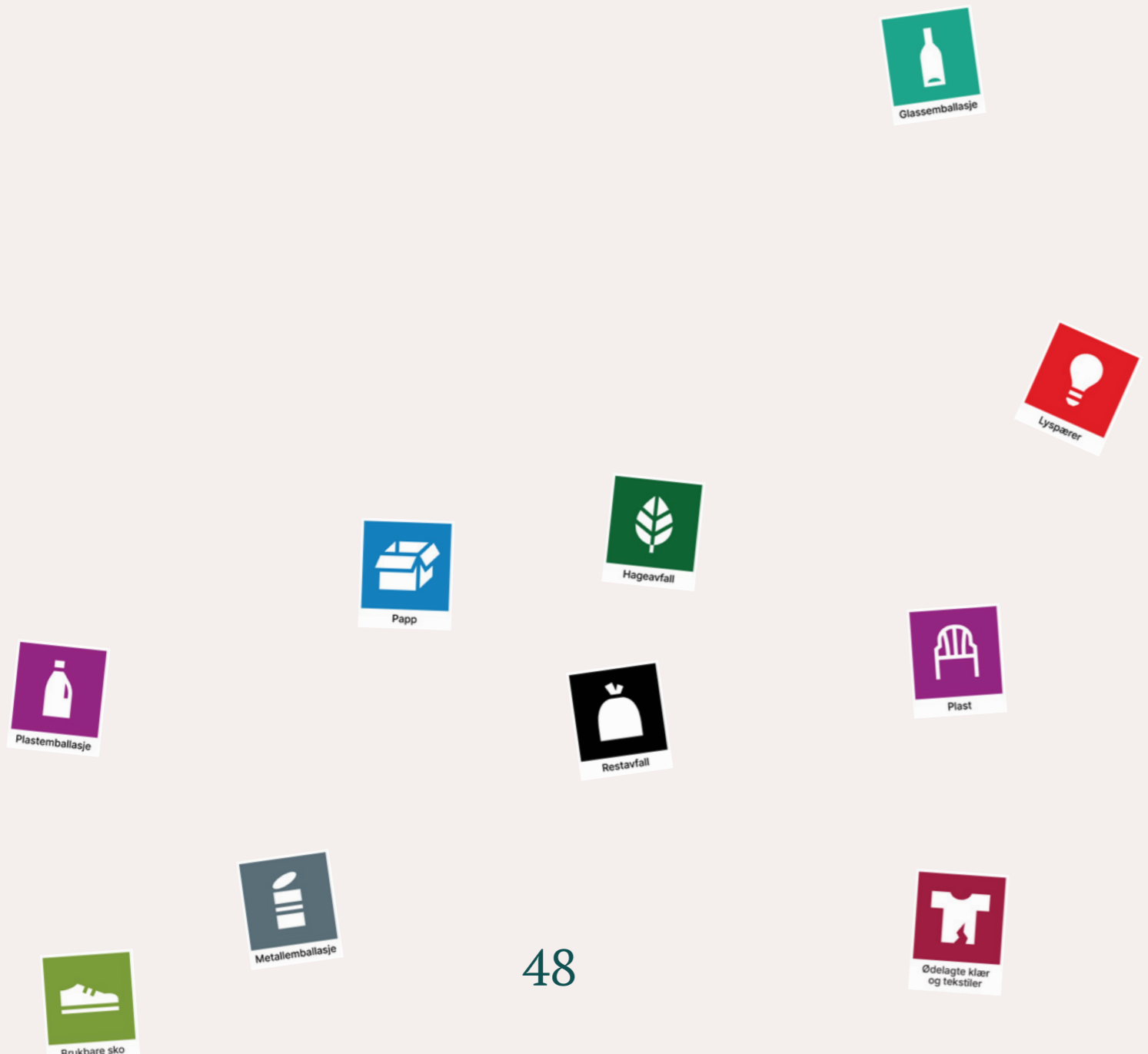


### Den nasjonale merkeordningen for kildesortering

Sorteringsmerkene er et unikt verktøy til enkel og riktig kildesortering. Vi ønsket derfor å løfte frem de små merkene for å nå de store gjenvinningsmålene.

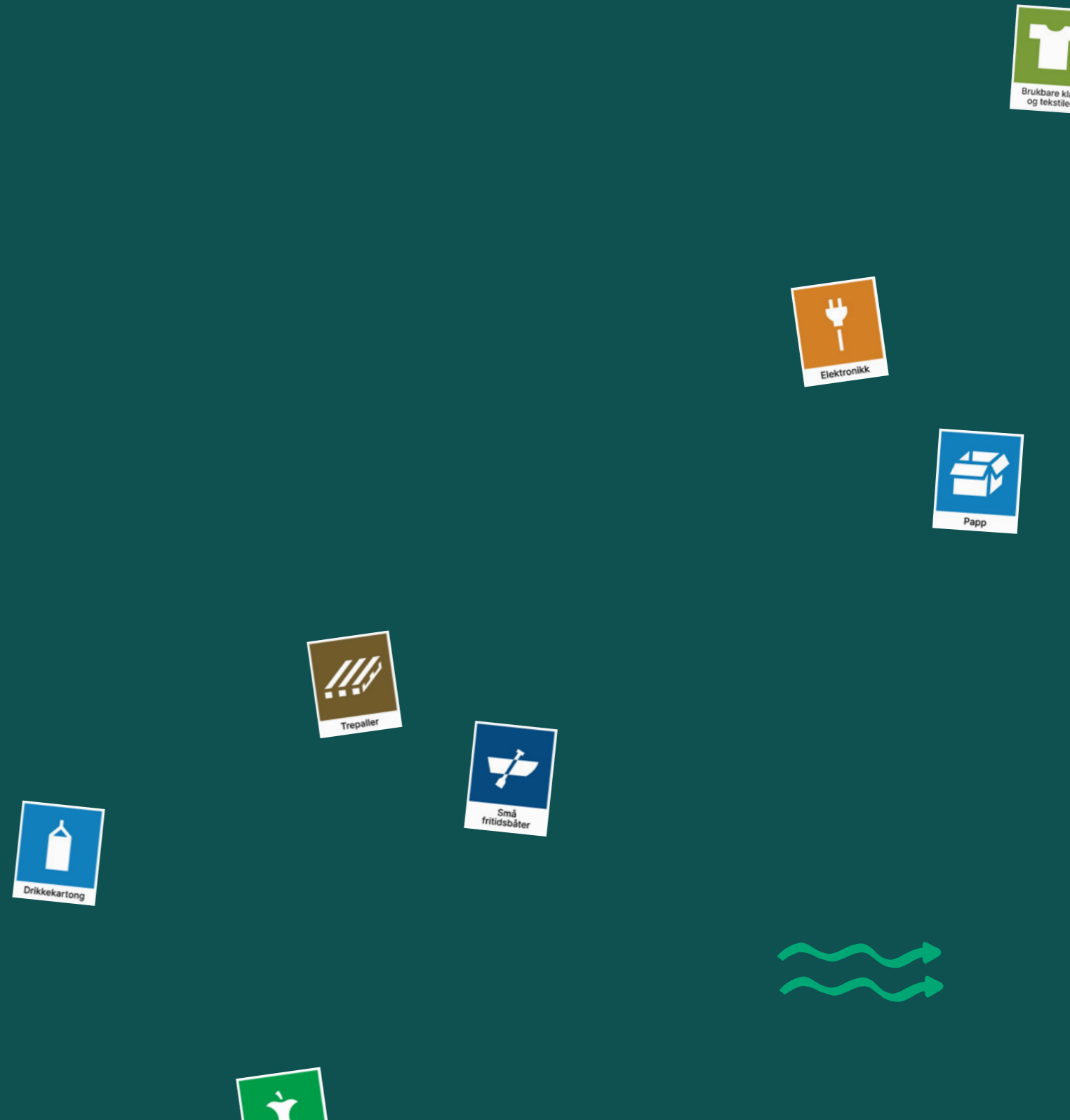
## Sorteringsmerker.no

Etter lanseringen i 2020 har bruken av [Sorteringsmerkene](#) økt kraftig og det var et stort behov for å oppgradere nettsiden for den nasjonale merkeordningen for kildesortering. Nettsiden er videreutviklet og forbedret, og inneholder nå alt produsenter og avfalls- og gjenvinningsbransjen trenger å vite for å ta Sorteringsmerkene i bruk på en god måte. I tillegg har vi jobbet med kontraster for universell utforming og laget Sorteringsmerker med punktskrift.



## LEGG MERKE TIL MERKENE

”Det er spesielt et sted slaget står. Øyeblikket du tar valget om du skal sortere - eller ikke. Hvordan skal vi fange oppmerksomheten i dette øyeblikket?”



Det vi lærer om eller blir gjort oppmerksomme på, legger vi oftere merke til. Fordelen med Sorteringsmerkene er at disse allerede finnes (nesten) overalt, men i en travel hverdag legges de ikke nok merke til. Dette ville vi endre på - vi ønsket rett og slett at folk skulle legge merke til merkene.

Høsten 2024 utarbeidet vi en nasjonal kampanje for å øke kjennskapen til Sorteringsmerkene. Med fokus på setningen "Legg merke til merkene" utviklet vi et tydelig, oppmerksomhetsskapende og anvendelig konsept.

## Det er lett å tilpasse og videreutvikle til alle flater og spenner fra det enkleste tekstbudskap til overraskende animasjoner.

Kampanjen ble utarbeidet i samarbeid med byrået Ring 2, med mål om å nå folk hjemme og på jobb. Kampanjematerialet, på bokmål og nynorsk, ble tilgjengeliggjort i Verktøykassa for alle våre partnere i bransjen. Kampanjen ble kjørt fra 21. oktober til 17. november. For å minne folk på å legge merke til merkene i julen også, laget vi en julehale på kampanjen. Sorteringsmerkene ble satt sammen til et juletre, både statisk og som en animasjon med blinkende "lys". Juletreet ble delt i sosiale medier, og satt opp på boards i Trondheim.

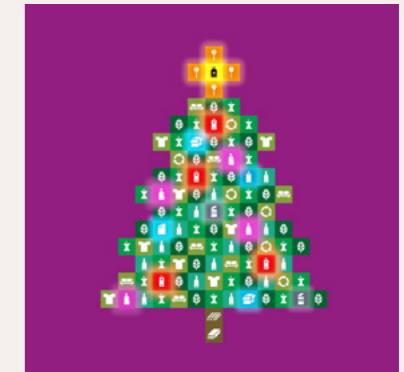
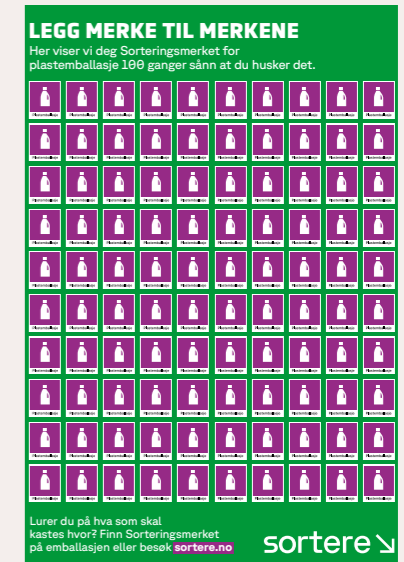
Kampanjen ble tatt ut av renovasjonsselskap over hele landet, i tillegg til LOOPs partnere generelt. Gjennom Sortere tok LOOP kampanjen ut i sosiale medier, på treningsentrene over hele landet, på busser i Oslo og Akershus, samt gjennom utvalgte influencere. Det totale markedsføringsbudsjettet for kampanjen for LOOP var 600 000 kr. Kampanjen ble totalt vist over 10 millioner ganger til rundt 2 millioner nordmenn (ikke inkludert buss). I tillegg har over 100 lokale selskaper over hele Norge delt kampanjebudskapet. Bussene både i Oslo og Hamar kjørte rundt med kampanjebudskapet slik at alle reisende la merke til merkene i perioden.



Fargene i kampanjen er hentet fra Sorteringsmerkene. Budskapet er enkelt og "sprenger formatet" →



Foto: Senja Avfall



## Nye miljøbilder i Verktøykassa

Etter en kartlegging av partnernes behov gjennomførte vi en fotoshoot med Herman Ekendahl-Dreyer over tre dager hvor Sorteringsmerkene var i fokus i ulike situasjoner, på dunker, inne, ute og selvfølgelig på emballasje. Det var også viktig for oss å vise kildesorteringsløsninger i boliger av ulik størrelse, og mennesker i ulike aldersgrupper med ulik kulturell bakgrunn. Vi har et eldre ektepar på et stort kjøkken, en barnefamilie med medium stort kjøkken og tre studenter som deler et lite kjøkken. I tillegg tok vi bilder av pant, elektronikk, batterier og lyspærer som leveres på matbutikken.

Det var behov for flere bilder av næringsavfall til Verktøykassa Pluss. Derfor tok vi også bilder av kastesituasjoner i en kantine og på avfallsrommet i et næringsbygg. Det hele endte med over 120 nye bilder i Verktøykassa, som kan brukes fritt av våre avtalepartnere.

## Batterikampanjen 2024

I april kjørte vi en ny runde av fjorårets batterikampanje. Det ble laget to nye, korte versjoner av filmen. Til runde to samlet vi midler fra flere av aktørene som var med i runde én, som resulterte i et totalbudsjett på 295 500 kr. Kampanjen endte med 4,6 millioner visninger totalt, med en estimert rekkevidde på 1,15 millioner mennesker. Vi fikk i tillegg over 30 000 besøk til kampanjesiden og videoene er sett 100% ferdige ca. 565 000 ganger.

**Etter to runder har kampanjen totalt over 14 millioner visninger og har estimert nådd rundt 3 millioner unike seere.**

Vi får ikke målt eksakt rekkevidde på tvers av kanalene, men dette er et nøkternt anslag. Landingssiden på Sortere fikk totalt 56 000 besøk. Materiellet ble lastet ned 485 ganger fra Verktøykassa vår og delt bredt.



← Foto: Herman Ekendahl-Dreyer





Foto: Herman Ekendahl-Dreyer

## 08. Andre prosjektsamarbeid

### REDUCE

REDUCE er et tverrfaglig prosjekt der forskere fra feltene design, sosiologi og historie samarbeider med en rekke bedrifter og organisasjoner for å se på plastforbruket i et systemperspektiv, og undersøke hvordan vi kan bevege oss mot å redusere forbruket av plastprodukter. REDUCE ledes av Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved OsloMet.

#### Prosjektet vil særlig se på tre forbruksområder der det brukes mye plast:

- hygieneprodukter
- fritidsprodukter
- produkter knyttet til barndom, for eksempel leker

Prosjektet vil se på bruken av plast fra ulike perspektiver knyttet til forbrukernes hverdagsliv, politiske reguleringer og prosesser, og produktutvikling i næringslivet. Dette skal bidra til å identifisere barrierer og muligheter for å redusere plastforbruket i fremtiden.

LOOP er en av de deltagende organisasjonene, og vår rolle i prosjektet vil være å formidle resultater fra forskningsprosjektet, blant annet gjennom vår forbrukerkanal Sortere. Prosjektet hadde oppstart i 2022 og avsluttes i 2025.

## PLASMA

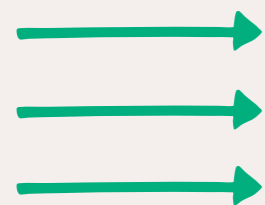
Hvordan kan vi øke resirkuleringen av plast gjennom å sortere ut mer matavfall? Dette skal forskningsprosjektet PLASMA prøve å finne ut av.

Innen 2035 skal norske kommuner sørge for at husholdningene sorterer ut 70% av mat- og plastavfallet sitt. Vi er foreløpig langt unna målet og vi mangler systematisert kunnskap om effekten av ulike virkemidler for å bedre utsorteringsgraden.

PLASMA-prosjektet skal samle inn og analysere erfaringer fra kommunale renovasjonsselskap for å vurdere hvilke tiltak og virkemidler som fungerer best. Dette skal bidra til økt kunnskap om effekten av ulike løsninger og virkemidler innenfor system, kommunikasjon og økonomiske insentiver.

LOOPs rolle i prosjektet er å bistå med innsikt om kilde-sortering, kontakt med kommunale renovasjonsselskap og kommunikasjon av funn og resultater, både til bransjen og til folk og bedrifter med Sortere som plattform.

PLASMA startet i august 2024 og varer frem til juni 2025. Prosjektet er finansiert av Handelens Miljøfond og ledes av NORSUS med Fredrikstad kommune, Renovasjons- og gjenvinningsetaten - Oslo kommune, ROAF og LOOP som partnere.



*PLASMA-prosjektet samler inn og analyserer erfaringer fra norske kommuner med ulike løsninger for utsortering av matavfall.* →



Foto: Herman Ekendahl-Dreyer



Foto: Herman Ekendahl-Dreyer

## 09. Mediearbeid

LOOP blir brukt som ekspert på temaer knyttet til avfall, miljø og bærekraft. Vi etterstreber at informasjon fra oss skal være enkel å benytte seg av for journalister og andre som vil ha informasjon.

### LOOP i media

- “Slik kildesorterer du blandings-emballasje”, pressemelding om et tema som engasjerer mange. Fikk oppslag i flere nettaviser: Moss Avis, Bodøposten, Radio Nordkapp og Avfallsbransjen Pluss.
- Sak om riktig sortering av blomster i Agderposten og flere sørlandsaviser.
- Radiointervju om nye lover for kildesortering, Radio Nordkapp.
- TV2 henviste til Sortere.no i en video om sortering av pappkrus.
- Spørsmål om kildesortering i serien “Ukens tips” i flere Schibsted-aviser: Aftenposten, BT, Stavanger Aftenblad, Fedrelandsvennen og Sunnmørsposten.
- “Fra Itera til LOOP”, sak om ny ansatt på Avfallsbransjen.no
- “REEN har inngått LOOP-avtale Næring”, sak på Avfallsbransjen.no
- “Ring 2 og LOOP skal sette gjenvinning på agendaen”, sak om vårt samarbeid med kampanjen “Legg merke til merkene” på Kampanje.com
- “Håvard Tjora og LOOP Miljøskole er klare for en ny nasjonal bærekraftsuke”, pressemelding som fikk oppslag i flere nettaviser: Avfallsbransjen.no, Kretslopet.no, Skolemagasinet.no og Plastforum.no.
- “LOOP samler bransjen til felles nasjonal kampanje”, om kampanjen “Legg merke til merkene” i flere nettaviser: Avfallsbransjen.no, Kretslopet.no, Dagligvarehandelen.no og Plastforum.no
- “De er overalt. Men legger du merke til dem?”, pressemelding om Sorteringsmerkene og kampanjen som fikk oppslag i flere nettaviser: Radio Nordkapp, Dagligvarehandelen.no og Bodø Nu Pluss.
- “Feilen mange gjør”, sak på Din Side, basert på vår pressemelding om Sorteringsmerkene som er overalt.
- Gjest i P3 Pønsj, svarte på spørsmål om kildesortering.
- “Hva gjør du med julepapiret etter at gavene er åpnet?”, pressemelding som fikk oppslag i flere nettaviser: Møre.no, Sosialnytt.com og Lillesandsposten

# Vedlegg

## Resultater for kommunikasjonsinnsatser 2024



## Økter og brukere

Tjeneste	2024		Brukere	Sammenlignet med 2023
	Økter	Sammenlignet med 2023		
Sortere forbruker	1 817 434	29,4 %	1 173 131	26,0 %
Sortere bedrift	59 406	Ingen data	48 193	Ingen data
LOOP Miljøskole	83 325	6,0 %	54 054	-19,4 %
LOOP	31 545	21,4 %	20 226	28,6 %
Verktøykassa	8 127	21,8 %	2 466	12,4 %

## Kjennskap

Tjeneste	%	Økning fra 2023
Sortere	25 %	0,0 %
LOOP Miljøskole	36 %	28,5 %
Sorteringsmerkene	67 %	8,0 %

## Totaloversikt 2024

Kanal/virkemiddel	Eksponeringer	Lenkeklikk
Sosiale medier	172 345	-
Annonsering	31 592 603	230 959
Nyhetsbrev	14 425	2 200
<b>Sum</b>	<b>31 779 373</b>	<b>233 159</b>

\* Rekkevidde inkluderer overlapp mellom ulike kampanjer og kanaler.

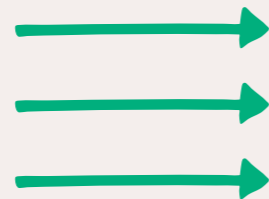
## Sosiale medier 2024

Plattform	Rekkevidde 2024
Facebook	73 387
Instagram	59 687
LinkedIn	39 271
<b>Sum</b>	<b>172 345</b>

\* Meta skiller ikke alltid mellom organisk og betalt. Vi mottar derfor ikke tall for organiske eksponeringer og klikk.

\* TikTok skiller ikke på organisk og betalt, og er derfor ikke med i oversikten.

\* LinkedIn inkluderer kun data fra 21. feb og utover. Tidsrammen før er utilgjengelig.



## Annonsering 2024

Annonseplattform	Beløp brukt (NOK)	Eksponeringer	Lenkeklikk	CPC	CPM
Meta	817 983 kr	22 418 337	215 904	3,8 kr	36,5 kr
Snapchat	120 000 kr	3 706 027	6 810	17,6 kr	32,4 kr
LinkedIn	12 500 kr	42 854	147	85,0 kr	291,7 kr
TikTok	45 500 kr	2 488 829	7 155	6,4 kr	18,3 kr
Influensere	250 000 kr	284 259	-	-	879,5 kr
Display	61 076 kr	839 442	713	-	-
Native	18 750 kr	150 065	230	-	-
Treningscenter	87 500 kr	1 662 790	-	-	52,6 kr
Buss	241 000 kr	-	-	-	-
<b>Sum</b>	<b>1 654 309 kr</b>	<b>31 592 603</b>	<b>230 959</b>	<b>7,0 kr</b>	<b>52,0 kr</b>

## Nyhetsbrev 2024

Audience	Eposter levert (eksponeringer)	Åpninger (rekkevidde)	Åpningsrate	Lenkeklikk	Klikkrate
LOOP nyhetsbrev	12 890	4 585	35,57 %	1 975	43 %
Miljøskole	1 535	612	39,87 %	225	37 %
<b>Sum</b>	<b>14 425</b>	<b>5 197</b>		<b>2 200</b>	

\* E-poster levert er regnet som eksponeringer i totaloversikten.

\* Åpninger er regnet som rekkevidde i totaloversikten.



Kjølberggata 21,  
0653 Oslo  
[post@loop.no](mailto:post@loop.no)