




HÅLL SVERIGE RENT®



**Lika mycket kaffe
men färre muggar**

En kopprapport från Håll Sverige Rent



Rapporten är framtagen av Håll Sverige Rent 2019.
Citera gärna, men ange källan.
Bilder: Håll Sverige Rent om inget annat anges.
Omslag: Shutterstock

© Håll Sverige Rent 2019

Håll Sverige Rent, Rosterigränd 4, 117 61 Stockholm
Tel: 08-505 263 00, www.hallsverigerent.se
facebook.com/hallsverigerent

1. Bakgrund	6
Mängden engångsmuggar i Sverige	6
Projektet Hej då engångsmugg	7
Håll Sverige Rents vision	7
Syfte med rapporten	7
2. EU-direktivet om engångsplast	8
Övergripande om direktivet	8
Dessa produkter förbjuds	8
Några av de övriga åtgärderna	8
Vad gäller för pappersmuggen?	9
Implementeringen av direktivet i Sverige	9
Annan viktig lagstiftning på området	9
3. Attityder i take away-generationen	11
Ungdomsbarometern	11
Novus	12
4. Pilotprojekt med Pressbyrå & 7-Eleven	14
Stor aktör – stor räckvidd	14
Rabatt till kunder med egen mugg	14
Resultat av rabatten	15
5. Initiativ för minskad konsumtion av engångsmuggar	16
System för cirkulation av flergångsmuggar	16
Initiativ på konsumentensida	17
Initiativ från näringslivet	18
6. Vilken mugg är bäst?	20
Bäst för miljön	20
Bäst för konsumenten	20
7. Referenser	22





SAMMANFATTNING

Mängden plastskräp i haven ökar, med negativa följder för ekosystem och den biologiska mångfalden. Flaskor, muggar, påsar, bestick, sugrör och lock är engångsartiklar i plast som är vanliga skräp på land och i hav.

Håll Sverige Rent arbetar förebyggande mot nedskräpning och visionen är att ingen skräpar ner.

Projektet Hej då engångsmugg syftar till att minska användandet av engångsmuggar och andra engångsartiklar som helt eller delvis består av plast och som ofta blir till skräp. Målsättningen är att öka medvetenheten, framförallt hos unga vuxna (18–29 år) och få fler att välja bort engångsmuggen till förmån för mer hållbara flegångsalternativ. Projektet finansieras av Postkodlotteriet. Syftet med rapporten är att översiktligt sammanfatta läget kring engångsmuggen utifrån miljö, omvärld, lagstiftning, konsumentbeteenden och attityder.

► EU-direktivet om engångsplast

Ett EU-direktiv om minskning av vissa plastprodukters inverkan på miljön har antagits och Sveriges regering utreder nu hur direktivet ska implementeras i Sverige. Utredningen ska också se över möjligheten att förbjuda fler produkter än de som förbjuds enligt direktivet.

► Attityder i take away-generationen

34 procent av unga i åldern 15–24 år uppger att de regelbundet försöker leva hållbart. Å andra sidan uppger åtta av tio (18–29 år) att de sällan eller aldrig har med sig flegångsmugg när de köper take away-kaffe. Det finns en tilltro till att det kommer bli enklare för konsumenter att göra rätt val. Lika smidigt som det är att handla on the go, lika smidigt kommer det vara att välja mer hållbart.

► Resultatet av rabatten på Pressbyrån och 7-Eleven

Håll Sverige Rent samarbetar med Reitan Convenience Sweden AB (Pressbyrån och 7-Eleven). I april infördes en rabatt på Pressbyrån och 7-Eleven för den som har med egen mugg. Målsättningen är att 5 procent av kaffet som säljs under 2019 säljs i flegångsmugg. Som resultatet ser ut just nu är målet uppnått i butiker med studentnära lägen.

► Vilken flegångsmugg är bäst – för miljön och för konsumenten?

Håll Sverige Rents livscykelanalys visar att det är mer klimatsmart att använda termosmugg eller bambumugg istället för engångsmuggar, förutsatt att man använder dem 45 respektive 15 gånger. Sett till design och funktion rankas termosmuggen Hydro Flask Wide Mouth som den bästa. Det framgår i ett konsumenttest som Pricerunner har gjort.



1. BAKGRUND

Mängden plastskräp i haven ökar varje år med negativa följder för ekosystem, den biologiska mångfalden och eventuellt även människors hälsa. Samtidigt går mängder av värdefullt material förlorat när det blir till skräp istället för att återföras in i en cirkulär ekonomi.

Vid beräkningar som gjorts på stränder konstateras det att plast står för hela 80–85 procent av det marina skräpet räknat i antal föremål. Plastartiklar för engångsbruk står på egen hand för omkring hälften av allt marint skräp på europeiska stränder (räknat i antal).

De bakomliggande orsakerna till ökningen av plastavfall och spridningen av detta är kopplade både till samhällsutvecklingen, plastens värdekedja och marknads-villkor samt till den enskilda individens beteende. För trots att många känner till problemet med nedskräpning fortsätter de att skräpa ner.



Människans konsumtionsmönster rör sig mot allt större bekvämlighet där plast är ett mycket lättillgängligt material som passar dessa nya vanor. Men ofta saknas tillfredsställande insamling av avfallet, varpå nedskräpning i natur, städer och hav fortsätter att förekomma.

Flaskor, muggar, påsar, bestick, sugrör och lock är några vanliga engångsartiklar i plast som ofta blir till skräp i havet. Som en direkt aktion mot plasten i havet har EU under 2019 antagit ett direktiv med åtgärder för engångsartiklar som helt eller delvis består av plast. Direktivet innebär bland annat förbud och krav på minskad konsumtion. En av de utpekade artiklarna är engångsmuggen. Vår vanligaste mugg, pappersmuggen som används på on the go-marknaden, berörs av direktivet eftersom den har en plastbeläggning på insidan och ett lock av plast.

Mängden engångsmuggar i Sverige

I juni 2019 presenterade Svenska MiljöEmissionsData (SMED) rapporten Kartläggning av plastflöden i Sverige. Rapporten redovisar avfallsflöden av plast i stort och även specifika produktflöden som innehåller plast, bland annat plastförpackningar. Det finns inga exakta uppgifter men den uppskattade mängden pappersmuggar med plast på insidan är 500–1000 miljoner per år i Sverige. Siffran inkluderar glassbägare och bägare för plocksallad i papp.

Projektet Hej då engångsmugg

Hej då engångsmugg är ett initiativ från Håll Sverige Rent som syftar till att minska användandet av engångsmuggar och andra engångsartiklar som helt eller delvis består av plast och som ofta blir till skräp. Projektet fokuserar främst på att förändra attityder och beteenden hos unga vuxna i åldern 18–29 år. Valet av målgrupp bygger på att vi i våra attitydundersökningar dels har sett att den gruppen handlar on the go oftare jämfört med genomsnittet och för att de i större utsträckning än övriga åldersgrupper svarar ja på om de har skräpat ner någon gång de senaste sex månaderna.

Målsättningen är att öka medvetenheten och få fler att välja bort engångsmuggen till förmån för mer hållbara flergångsalternativ.

Inom ramen för projektet har det hittills bland annat genomförts attitydundersökningar och samtal med fokusgrupper, en översiktlig kartläggning av olika initiativ i omvärlden samt en livscykelanalys som jämför klimatpåverkan från engångsmuggar med klimatpåverkan från flergångsmuggar. Utöver det har ett samarbete med Reitan Convenience Sweden AB (Pressbyrå och 7-Eleven) genomförts.

Projektet Hej då engångsmugg finansieras av Postkodlotteriet och pågår 2018–2020.



Håll Sverige Rents vision

Håll Sverige Rent strävar efter att tillsammans med individer, kommuner, myndigheter, företag och politiker minska nedskräpningen. Med framförallt förebyggande åtgärder och arbete för attityd- och beteendeförändringar kan vi tillsammans bidra till visionen att ingen skräpar ner. I projektet Hej då engångsmugg utforskar vi, tillsammans med andra aktörer, effekten av olika åtgärder. Tillsammans arbetar vi för att åstadkomma attityd- och beteendeförändringar och på sikt nå visionen.

Syfte med rapporten

Denna rapport syftar till att översiktligt sammanfatta läget kring engångsmuggen utifrån miljö, omvärld, lagstiftning, konsumentbeteende och attityder.



2. EU-DIREKTIVET OM ENGÅNGSPLAST

Övergripande om direktivet

Cirkulär ekonomi var under föregående mandatperiod (2014–2019) en prioriterad fråga för Europaparlamentet. Ambitionen var att skapa en ekonomi där återanvändning, reparation och materialåtervinning skulle främjas och hållbara material användas vid nyproduktion. I samband med detta arbete beslutade man även om en europeisk strategi för att minska mängden plast och plastprodukters inverkan på miljön.

Under våren 2019 röstades ett direktiv om minskning av vissa plastprodukter igenom i EU. Direktivet omfattar åtgärder för de tio mest dominerande produkterna av plast som förekommer i marin nedskräpning. Direktivet innehåller åtgärder som förbud, krav om förbättrad avfallsinsamling, nationella mål om minskad konsumtion, krav på märkning, designkrav, kostnadstäckning i enlighet med principen om att förorenaren betalar samt medvetandehöjande åtgärder.

Införandet av direktivet ska bidra till det tidigare avfallsdirektivets främsta mål; att minska mängden avfall samt att uppnå FN:s mål 12 för hållbar utveckling; att säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster. Genom att minska det marina skräpet bidrar direktivet också till att uppnå FN:s mål 14; att bevara och nyttja haven och de marina resurserna på ett hållbart sätt för en hållbar utveckling.

Så som direktivet är formulerat är det produkterna nedan som ska förbjudas. I utredningen om hur Sverige ska implementera direktivet ska man se över möjligheten att förbjuda ännu fler produkter än de som nämns nedan.

Dessa produkter förbjuds

- Tops
- Dryckesbehållare och muggar av expanderad polystyren inklusive korkar och lock
- Livsmedelsbehållare av expanderad polystyren, som används för livsmedel som är avsedda att konsumeras direkt ur behållaren
- Tallrikar, bestick, omrörare, sugrör och ätpinnar av plast
- Ballongpinnar

Några av de övriga åtgärderna

Dryckesflaskor av PET ska enligt de nya kraven innehålla minst 25 procent återvunnen råvara 2025 och 2030 ska alla plastflaskor innehålla minst 30 procent återvunnen råvara. Våtservetter och tobaksfilter som innehåller plast måste märkas för att informera konsumenter om att de innehåller plast och därmed kan skada naturen om de inte slängs i papperskorg.



Direktivet innehåller även en del krav på produktdesign, bland annat krav på att korken ska sitta kvar på flaskan, då korkar och lock tillhör de vanligast förekommande skräpen på stränder runt om i unionen.

Direktivet beräknas inkludera 86 procent av de plastprodukter som påträffas på stränderna. För de plastprodukter för engångsbruk där det inte finns några bättre alternativ ska producentansvaret utökas för att täcka kostnaderna för avfallshantering, uppstädning av skräp samt medvetandehöjande åtgärder som förebygger och minskar mängden skräp.

Vad gäller för pappersmuggen?

Så som direktivet är formulerat är det bara dryckesförpackningar av expanderad polystyren som ska förbjudas, övriga dryckesförpackningar som helt eller delvis består av plast får användas även fortsättningsvis. För pappersmuggar med tunn plastfilm på insidan är det minskad förbrukning som kommer att gälla. Detsamma gäller för plastlocket.

Implementeringen av direktivet i Sverige

Miljödepartementet har tillsatt en utredning som ska ta fram förslag på hur engångsplastdirektivet ska genomföras i Sverige. Utredningen ska redovisas i januari 2021.

Utredningen ska också undersöka:

- Möjligheterna att förbjuda muggar och livsmedelsbehållare av plast (dock inte muggar av papper med plastfilm på insidan).
- Möjligheterna att begränsa servering av mat och dryck i plastprodukter för engångsbruk.
- Möjligheterna att införa krav på att det ska vara möjligt att få mat och dryck för avhämtning serverat i medhavda behållare.
- Möjligheterna att införa krav på att restauranger ska tillhandahålla flegångsalternativ till engångsplastprodukter.

Annat viktigt lagstiftning på området

Det händer mycket inom EU på avfallsområdet. Europeiska unionens råd beslutade i maj 2018 om ett avfallspaket som ska bidra till en mer cirkulär ekonomi. Avfallspaketet innehåller ändringar i direktivet som ska bidra till minskade avfallsmängder, ökad återanvändning av produkter och komponenter, ökad återvinning och en förbättrad avfallshantering. Dessutom fastställs bindande avfallsmål som ska uppnås till 2025, 2030 och 2035. De nya reglerna träder i kraft den 5 juli 2020.



**Vad tror du blir
2019 års stora trend
bland unga?**

"Helt ärligt så tror jag att det kommer bli trendigt att vara miljövänlig, alltså ännu mer än vad som är normen nu. Fler kommer testa på "zero-waste" som innebär att man inte ska slänga något eller åtminstone så lite som möjligt. Varför det kommer bli en uppgående trend är av den enkla anledningen att fler måste bli medvetna och bry sig!"

Tjej, 17 år, svarar i Ungdomsbarometern.



3. ATTITYDER I TAKE AWAY-GENERATIONEN

Ungdomsbarometern: Intresset för hållbarhet bland unga fortsätter öka

Allt fler unga anser att det är viktigt att leva och agera hållbart, vilket för dem innebär att värna om miljö och klimat, öka jämställdheten i samhället och skapa lika rättigheter för alla människor. Engagemanget för dessa frågor bottnar ofta i ungas uppfattning om en otrygg och osäker omvärld, en känsla som förstärks av fake news, terrordåd, skogsbränder och klimatförändringarna.

Då dagens unga tillhör en mer heterogen generation än tidigare ungdomsgenerationer, märks inte bara skillnader i vilka frågor som engagerar, utan också i vilken utsträckning det tar sig uttryck i faktiskt handlande. Det är givetvis enklare att enbart ha ett engagemang på värderingsnivå, även om unga anser att individen har ett stort ansvar i jakten på ett mer hållbart samhälle. I kontrast anser de sig däremot inte ha lika stora möjligheter som exempelvis företag och organisationer att faktiskt åstadkomma en förändring. Ett resultat av det är ungas strävan efter att påverka och ställa krav på aktörer de menar har denna möjlighet.

Ett konkret sätt att göra detta är genom konsumtion. En stor majoritet (90%) av unga (15–24 år) menar att det är av största vikt att företag bidrar till att skapa en bättre värld och 88 procent anser att företagen ska ta ansvar för konsekvenserna av sin verksamhet.

Unga räds inte att sluta handla från företag som de inte tycker arbetar tillräckligt med hållbarhetsfrågor. De har heller inga problem att gå eller åka en längre sträcka för att exempelvis handla mat från en butik som de anser har ett mer hållbart sortiment än butiken som ligger närmare deras hem. Bekvämlighet kommer förmodligen alltid vara viktigt för unga konsumenter, men inte avgörande för den konsument som har viljan att driva förändring. En grupp som kontinuerligt växer sig allt större.

Betyder det här att faktorer som pris blir irrelevant för den medvetne konsumenten? Givetvis inte. Det som primärt hindrar unga från att leva mer hållbart än de gör är, enligt de själva, att hållbara produkter ofta kostar mer. Skillnaderna i antalet unga som har ett engagemang på värderingsnivå och de som faktiskt agerar på sitt engagemang, får delvis sin förklaring när vi tittar på just pris.

34% av unga (15–24 år) uppger att de undviker engångsartiklar (t.ex. lock till kaffemugg eller sugrör) när de besöker restaurang eller kafé.

34% av unga (15–24 år) uppger att de regelbundet försöker leva hållbart.

26% av unga (15–24 år) uppger att de regelbundet anstränger sig för att konsumera mindre.



Novus: Unga vill konsumera on the go – men hållbart och friktionsfritt

Var tredje 18–29-åring handlar mat och/eller dryck på språng dagligen eller flera gånger i veckan. Det visar den undersökning som Novus gjort på uppdrag av Håll Sverige Rent.

Olika former av varm snabbmat är den vanligaste produkten, följt av kaffe. Det här är ett köp som är starkt präglad av snabbhet, spontanitet och bekvämlighet – ett köp som görs för att spara tid, eller i brist av tid. Det här är också ett köp som i låg grad sker planerat. Det är snarare drivet av att man snabbt behöver stilla ett behov som uppstår. För många unga vuxna är också den här typen av köp kopplad till upplevd vardagstress och trötthet – vilket i sin tur driver köp av allt som kan tänkas pigga upp. Det här är helt enkelt outhållbara köp i en stressad tillvaro.

Miljöinsikten är god – men inte vid köptillfället

En relativt hög andel av unga vuxna har en medvetenhet om den miljöpåverkan som on the go-konsumtionen skapar, i termer av ökad risk för nedskräpning eller förbrukning av engångsartiklar. Drygt sex av tio unga vuxna upplever att nedskräpning kopplat till konsumtion av mat och dryck on the go är ett stort problem, och drygt fyra av tio tänker ofta eller ibland på om förpackningen riskerar att bidra till nedskräpning. Att kunna återvinna en förpackning, och plast som material, finns också tydligt på näthinnan.

Hälften av de unga vuxna tänker ofta eller ibland på om en förpackning, vid köp on the go, går att återvinna eller ej, och hela åtta av tio upplever att engångsartiklar av plast är ett stort miljöproblem. Generellt är alltså den övergripande probleminsikten hos målgruppen god.

Även om den övergripande probleminsikten är god konstaterar vi att ju närmare själva köptillfället vi kommer så försvagas denna koppling. Vid själva köptillfället finns dessa aspekter i låg grad spontant i medvetandet hos de unga vuxna. Som vi nämnt, så sker köpet snabbt, spontant och för att stilla ett behov – i denna kontext flyger köpets koppling till miljöpåverkan delvis under radarn.

Få använder flergångsmugg vid köp av take away-kaffe idag

Tre av tio unga vuxna har kaffe som en av de vanligaste produkterna de köper, när de köper mat eller dryck on the go. Det innebär att engångsmuggar för kaffe är en av de engångsförpackningar det förbrukas mycket av.

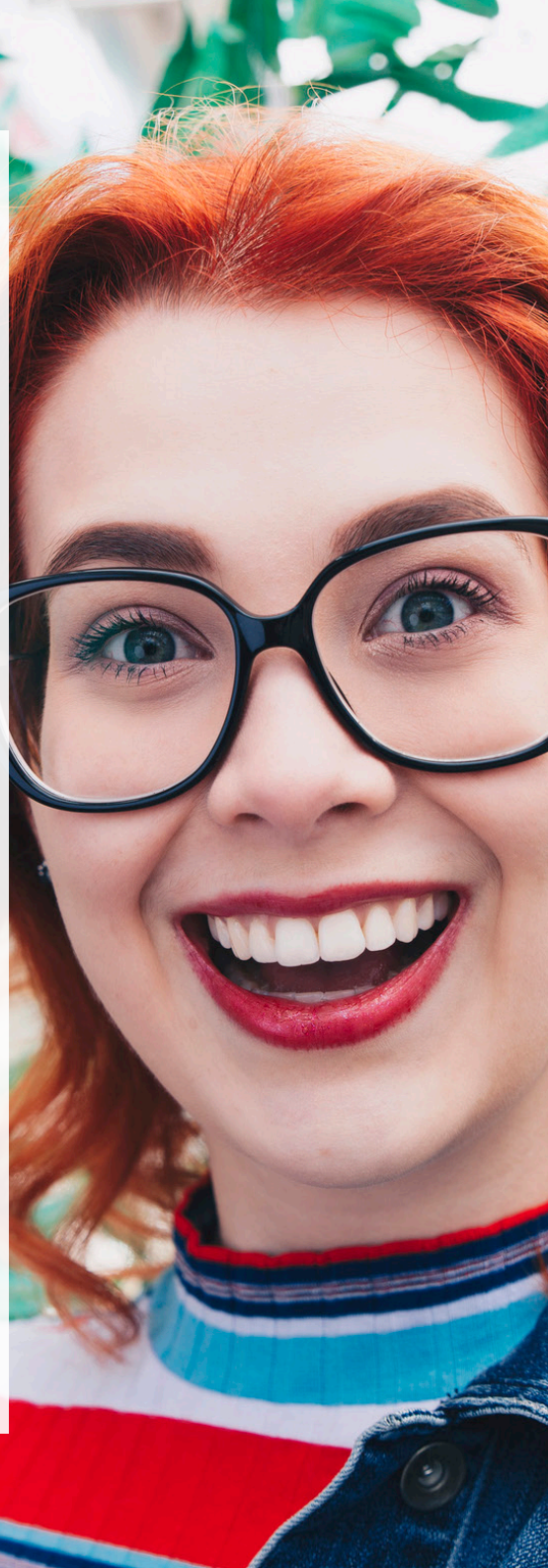
Ett miljövänligare alternativ till engångsmuggen är en flergångsmugg. Men en stor majoritet av de unga vuxna använder aldrig flergångsmugg – åtta av tio har sällan eller aldrig haft med sig en flergångsmugg i samband med köp av on the go-kaffe. Färre än var tionde uppger att de ofta eller alltid har med sig en flergångsmugg vid köp av kaffe. ▶

- ▶ Tre av fyra tror heller inte att det är sannolikt att de skulle börja använda en flergångsmugg de kommande sex månaderna. Den absolut största tröskeln till att börja använda en flergångsmugg, handlar om att många befarar att de skulle glömma att ta med sig muggen. Om de unga vuxna skulle få vidta en åtgärd för att minska sin miljöpåverkan i samband med köp av take away-kaffe, så svarar hälften att de skulle välja att ha med sig en flergångsmugg, före alternativ som att skippa plastlocket eller att skippa att köpa kaffet helt och hållet.

Framtidens on the go-försäljning måste vara hållbar och friktionsfri

Det finns stora utmaningar när det gäller att påverka unga vuxna att göra val med mindre miljöpåverkan, kopplat till köp av mat och dryck on the go. Men det är också väldigt tydligt att unga vuxna förväntar sig att olika aktörer på on the go-marknaden är drivande i att förändra deras (och andras) konsumtion. De förväntar sig till exempel bättre information om hur de kan göra val med mindre miljöpåverkan, fler tillgängliga förpackningsalternativ med lägre miljöpåverkan och ökad reglering och förbud av förpackningar och material med hög miljöpåverkan.

Det finns med andra ord en tilltro till att det kommer bli enklare för konsumenter att göra rätt val. Lika smidigt som det är att köpa on the go, lika smidigt kommer det vara att välja mer hållbart.





4. PILOTPROJEKT MED PRESSBYRÅN & 7-ELEVEN

Stor aktör – stor räckvidd

För att öka möjligheterna att påverka attityder och beteenden i målgruppen hade Håll Sverige Rent som ambition att samarbeta med en take away-aktör med stor räckvidd. Detta för att testa om det går att påverka målgruppen att använda flergångsmugg istället för engångsmugg.

Håll Sverige Rents undersökningar visar att målgruppen företrädesvis köper take away-kaffe på Pressbyrån och 7-Eleven. Det finns ca 310 Pressbyrån-butiker i Sverige och ca 90 7-Eleven-butiker. Den stora räckvidden och målgruppens preferenser gjorde att Håll Sverige Rent önskade samarbeta med Pressbyråns och 7-Elevens ägare Reitan Convenience Sweden AB (RCS). RCS stod i begrepp att vidta olika åtgärder kring sina engångsmuggar och var villiga att inleda ett samarbete. Ett pilotprojekt inleddes i maj 2019 genom en kampanj i Pressbyråns butiker och annonsering i Håll Sverige Rents digitala kanaler.

Rabatt till kunder med egen mugg

För att stimulera kunderna att ha med en flergångsmugg när de köper kaffe har RCS infört en rabatt på 3 kronor. Den kund som köper kaffe på Pressbyrån i vanlig take away-mugg av papper och plast betalar 23 kronor för sitt kaffe medan den som har egen mugg bara betalar 20 kronor. En rabatt på 13 procent. Som student kan man köpa kaffe för 13 kronor i engångsmugg och för 10 kronor i flergångsmugg. Det ger en rabatt på 23 procent. För att underlätta för konsumenterna har RCS infört en flergångsmugg av bambu i sortimentet.

Målsättningen är att minska användningen av engångsmuggar på Pressbyrån och 7-Eleven med 5 procent under 2019, utan att minska mängden sålt kaffe. Det motsvarar omkring en halv miljon engångsmuggar. Förhoppningen är också att minskningen ska vara större i butiker med studentnära lägen där målgruppen är större.

Med egen kopp sparar du både pengar och miljö.
Utan kaffe stannar Sverige

Kaffe 23:-

Kaffe 20:-

HÅLL SVERIGE RENT.

Öllet eller varm dryck i engångsmugg. Öst maxpris 23. Öllet eller varm dryck i medford mugg. Öst maxpris 20.

Bild: Reitan Convenience Sweden AB

Resultat – Hela Sverige

Månad	Andel kaffe såld i flergångsmugg
Maj	1,79%
Juni	1,29%
Juli	1,12%
Augusti	1,31%
Totalt hela perioden (t.o.m vecka. 35)	1,55%

Resultat – Studentnära lägen

Månad	Andel kaffe såld i flergångsmugg
Maj	6,33%
Juni	4,61%
Juli	2,16%
Augusti	4,20%
Totalt hela perioden (t.o.m vecka. 35)	5,67%

”Vi är nöjda med resultatet och hoppas att trenden fortsätter i rätt riktning. Miljörabatten är en del i vårt förbättrade miljötänk och vittnar om att kunderna uppskattar erbjudandet. Parallellt med rabatten har vi också infört en ny engångsmugg med lägre klimatpåverkan än den som använts tidigare.

Rabatten kommer att finnas kvar och vi har för avsikt att utöka vårt hållbarhetsarbete med fler förbättrande insatser.”

*Lennart Schultz, Kommunikationschef,
Reitan Convenience Sweden AB*



Bild: Reitan Convenience Sweden AB



5. INITIATIV FÖR MINSKAD KONSUMTION AV ENGÅNGSMUGGAR

System för cirkulation av flergångsmuggar

En lösning som dykt upp på flera ställen runt om i världen är system där återanvändbara muggar cirkulerar i ett slags pantsystem.

ReCup i Tyskland

Det tyska systemet ReCup går ut på att man som kund i anslutna kaféer och kafékedjor kan välja att, mot en liten kostnad, köpa sitt kaffe i en återanvändbar flergångsmugg av plast istället för en engångsmugg. Kostnaden för flergångsmuggen återbetalas när kunden pantar/lämnar tillbaka muggen till samma eller annat anslutet kafé. ReCup startade 2016 och har sedan dess framgångsrikt utvecklats och har i dagsläget 2 800 anslutna kaféer i 21 städer/regioner i Tyskland och har valts som officiellt pantsystem i Hamburg. Det finns fler pantsystem för muggar, och andra livsmedelsförpackningar, i Tyskland. Men ReCup är det enda system som finns på så många platser i Tyskland.

CupClub i England

CupClub finns i England och fungerar ungefär som ReCup i Tyskland, men de är inte lika etablerade och har än så länge bara tre anslutna kaffeförsäljare. Just nu cirkulerar 8 000 muggar i systemet.

Vessel i USA

Vessel är också ett system där flergångsmuggar ersätter engångsmuggen, men deras mugg är av rostfritt stål. Flergångsmuggarna i exemplen från Tyskland och England är av plast. I Vessels system är det gratis för konsumenten att låna muggen. Villkoret är att man lämnar tillbaka muggen inom fem dagar. Vessel finns än så länge i Boulder i Colorado och Berkeley i Kalifornien.





Initiativ på konsument sidan

Det finns också flera goda exempel som startat på initiativ av organisationer och privatpersoner.

Binnars Project, The Coffee Cup revolution i Vancouver Kanada

Binnars Project är ett initiativ i Vancouver Kanada, som startade på individnivå men nu finansieras av lokala företag och organisationer i Vancouver. Initiativet syftar till att visa fördelarna med ett pantsystem för engångsmuggar. För att åskådliggöra detta och för att skapa debatt genomför organisationen event som går ut på att samla in engångsmuggar. Muggar som insamlarna sedan får en slant för. Den 18 oktober 2018 samlade 150 deltagare in närmare 90 000 muggar på 3 timmar. Lösningen sågs inte bara bidra till miljömässig hållbarhet utan även social hållbarhet eftersom deltagarna/insamlarna ofta är personer som saknar arbete och bostad eller har andra sociala svårigheter.

Zero Waste-rörelsen är global

Zero Waste-rörelsen är inriktad på att inte bidra till något avfall alls. De köper inte produkter som har onödiga förpackningar, de minskar sin konsumtion och de återanvänder det som går att återanvända. Zero Waste-grupperingar finns på många platser i världen men författaren Bea Johnson från San Francisco brukar beskrivas som Zero Waste-rörelsens grundare. Hennes mål var att det avfall hennes familj gav upphov till på ett år skulle rymmas i en glasburk, och om detta skrev hon en bok 2016.

Det finns många lokala Zero Waste-organisationer, ofta kopplade till en Facebook-sida, där intresserade följare delar tankar och tipsar varandra om hur man kan minska sitt avfall, i synnerhet sitt plastavfall. Zero Waste Stockholm har precis lanserat ett system de kallar Bring your own. Med systemet vill de uppmuntra butiksägare att annonsera med "Bring your own" i sina lokaler och på Zero Wastes webbsida.

Plastic Free July i 177 länder

Plastic Free July är en global rörelse som syftar till att tipsa om hur man kan minska sin plastförbrukning. De har checklistor som bygger på olika ambitionsnivåer och tips på hur man som konsument kan minska sitt plastavfall hemma, i skolan, på arbetet och när man går på kafé och restaurang. Att ta med en egen mugg när man ska köpa take away-kaffe är ett av tipsen. Rörelsen startade i Australien 2011 men har idag 120 miljoner deltagare i 177 länder. Sedan 2017 drivs Plastic Free July av Plastic Free Foundation som är en icke-vinstdrivande stiftelse.

Plastfri November, ett svenskt initiativ

Plastfri November är ett initiativ som startades av tre ingenjörstudenter vid Lunds Universitet 2014. Initiativet handlar om att utforska plastanvändandet för att öka kunskapen om när plast är bra och när plast är dåligt. För att skapa uppmärksamhet uppmuntrar initiativtagaren till att helt avstå plast i en månad. Syftet är att belysa komplexiteten och öppna för diskussion.



Initiativ från näringslivet

Det finns många initiativ för minskad förbrukning av engångsartiklar såväl globalt som nationellt. De som nämns nedan är bara några exempel.

NextGen Cup Challenge

Initiativtagare till NextGen Cup är McDonalds och Starbucks. Ytterligare partners är Coca Cola, Nestlé och WWF. Syftet är att hantera engångsavfall för livsmedelsförpackningar globalt. Man uppmuntrar innovation som främjar återvinningsbara lösningar för take away-muggar.

Studenter, leverantörer, entreprenörer, designers och företag har bjudits in för att lämna sina innovativa idéer. Vinnarna fick dela på 1 miljon dollar. Nästan 500 förslag från 50 länder kom in och i februari 2019 utsågs 12 vinnare. Bland vinnarna finns bland annat företag som tagit fram muggar som antingen har komposterbara plastbeläggningar eller till 100 procent består av pappersfiber. I genren system för flergångsmuggar återfinns bland andra CupClub i England.

Rabatter och straffavgifter


Rabatt på kaffe för den som har med egen mugg blir allt vanligare, också i Sverige. Fenomenet är inte nytt, internationellt är företeelsen mer utbredd men i Sverige är det först nu som flera aktörer verkar haka på. Utöver rabatten på Reitan Convenience Sweden AB som tidigare nämnts, listas här några fler exempel på företag som infört rabatt eller planerar att göra det.

Kungliga Djurgårdens Intressenter har beslutat att ta ett krafttag mot nedskräpningen. Tillsammans med Håll Sverige Rent ska över 50 företag och organisationer med verksamhet på Djurgården på olika sätt motverka nedskräpning. Initiativet är nystartat och när det gäller just kaffemuggar har flera aktörer redan startat upp med rabatt till kunder med flergångsmugg. Kaféet Rosendals Trädgård, restaurang Gubbyllan och krogen Stora Gungan på Skansen och Spritmuseet är redan igång och fler är på väg. Museet Junibacken har infört en annan rabatt. Den som lämnar sitt glasspapper i kassan får 1 krona rabatt på sin glass.

Den som tar med egen matlåda eller mugg till **Gothenburg Culture Festival** får tio procents rabatt hos alla matförsäljare på hela festivalen. Arrangörerna har under många år laborerat med olika sätt att minska förbrukningen av engångsartiklar och siktar på att vara helt engångsfria 2021. På senare år har flera festivaler och event tagit liknande initiativ.

”Jag tror på straffavgifter hellre än rabatter. Jag tänker inte på rabatten om jag tar med en egen kopp. Däremot, om jag måste betala två kronor extra kan jag bli snål. Eller mer medveten.”

Kille, 26 år, Novus fokusgrupper.



Waynes Coffee vill gynna gäster som tar med egen mugg och planerar därför att införa ett rabattsystem under 2020. Waynes ser det som ett sätt att bidra till minskningen av engångsmaterial.

Starbucks har gett rabatt till kunder med flergångsmugg sedan 1985. För att reducera antalet engångsmuggar ytterligare planerar Starbucks också att införa en miljöavgift för den som köper sitt kaffe i engångsmugg. Miljöavgiften har funnit på Starbucks i England sedan 2018 och mottogs där väl av gästerna. Delar av avgiften kommer att skänkas till Håll Sverige Rent.

Espresso House införde i september 2019 initiativet ”Dubbla stämplor” som går ut på att tillsammans med sina gäster minska förbrukningen av engångsmaterial. Alla kunder som köper sin varma dryck i en flergångsmugg belönas med två stämplor i Espresso House app. Efter 9 samlade stämplor i appen får man sin 10:e dryck gratis.




6. VILKEN MUGG ÄR BÄST?

Bäst för miljön

I en livscykelanalys (från vagger till grav) genomförd av IVL Svenska Miljöinstitutet på uppdrag av Håll Sverige Rent undersöktes om det finns någon miljönytta med att använda flegångsmugg istället för engångsmugg. Miljöpåverkan från fem olika generella muggalternativ jämfördes.

- Engångsmugg i papper med plastbeläggning av fossilbaserad polyeten (PE)
- Engångsmugg med plastbeläggning av biobaserad polyeten (bio-PE), sockerrör som råvara
- Engångsmugg i papper med plastbeläggning av polylaktid (PLA), majs som råvara
- Flegångsmugg (termosmugg) i rostfritt stål
- Flegångsmugg i bambu

Studien visade att klimatpåverkan från on the go-kaffe minskar om man använder flegångsmugg istället för engångsmuggar baserat på de muggar som inkluderades i studien. Bambumuggen behöver användas cirka 15 gånger om det ska löna sig klimatmässigt jämfört med engångsmuggar. Termosmuggen behöver användas cirka 45 gånger. Räknet över ett år har en engångsmugg med fossilbaserad polyeten tre gånger högre klimatpåverkan än termosmuggen och sex gånger högre än bambumuggen.



Engångsmuggen har 6 gånger högre klimatpåverkan jämfört med en flegångsmugg i bambu om man ser till 1 års användning.

Beräkningen utgår från en konsumtion på tre kaffe i veckan.

Bäst för konsumenten

Pricerunner har på uppdrag av Håll Sverige Rent testat nio olika flegångsmuggar för att se hur de fungerar ur ett användarperspektiv.

Pricerunner gör sina tester själva och testar alla produkter så som de är tänkta att användas i verkligheten. Därför har man i testet låtit vanliga kaffedrickare använda olika modeller av flegångsmuggar – tre premiummodeller, tre i mellanklassen och tre budgetalternativ.

Muggarna har testats både för kaffe och annan varm dryck som tagits med hemifrån, och som ett utbyte mot engångsmuggar för att ta sitt köpekaffe i. Varje mugg har testats i två exemplar där man under testförfarandet tittat på följande saker:

Design: Hur är muggens utseende och storlek? Är muggen bekväm och lagom sval att hålla i även när den är fylld med varm vätska?



Funktion: Finns det någon värmeållande funktion, och hur effektiv är den? Är muggen enkel att rengöra? Kan man dricka drällfritt ur den?

Pålitlighet: Kan muggen stängas igen helt? Håller den tillräckligt tätt för att kunna packas ned i en väska? Hur är muggens kvalitet efter en tids användning?

Utöver nämnda funktioner och egenskaper så har man också vägt in muggens pris, och därefter utsett vinnaren...

...Hydro Flask Wide Mouth. Enligt testarna är det en påkostad, helt tät mugg med utmärkt värmeållande förmåga som håller kaffet varmt i 6–7 timmar. Den har dessutom ett smart lock som går att öppna med en hand.

Till bästa budgetval utsågs termosmuggen Asaklitt, som enligt testarna är en prisvärd flergångsmugg som klarar av att hålla både varmt och tätt.



1. Hydro Flask Wide Mouth / 2. Klean Kanteen TK Wide / 3. Ecoffee Cup / 4. Asaklitt Termosmugg / 5. Sagaform Bilmugg / 6. Klean Kanteen Insulated Tumbler / 7. Light my fire Pack-up Cup / 8. Lagerhaus Termomugg / 9. Keep Cup Original Hydro

Bild: Pricerunner

7. REFERENSER

Binnars Project, (binnarsproject.org), augusti 2019.

Cirkulära on the go-förpackningar genom ökad återvinning och återbruk, september 2019.

Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/904 om minskning av vissa plastprodukters inverkan på miljön, 5 juni 2019.

Kartläggning av plastflöden i Sverige, SMED, 2019.

NextGen Cup Challenge, (nextgenconsortium.com), augusti 2019.

Plastic Free July, (plasticfreejuly.org), augusti 2019.

Take away engångsartiklar. Nya affärsmodeller för att minska avfallet från engångs take away-artiklar, IVL Svenska Miljöinstitutet, (2019).

Test av flergångsmuggar, (pricerunner.com/test), september 2019.

Ungdomsbarometern, 2019.

Uppdrag om genomförande av engångsplastdirektivet, Miljödepartementet, 2019-07-04.

Vessel, vesselworks.org, augusti 2019.

Vilken kaffemugg är bäst för miljön? Håll Sverige Rent, maj 2019.

Zero Waste, zerowasteurope.eu, augusti 2019.

Intervjuer

Adeline Riblet Olofsson, ordförande, Zero Waste Stockholm, augusti 2019.

Camilla Zedendahl, vd, Kungliga Djurgårdens Intressenter, 2019-09-12.

Daniel Nordström, produkt- och hållbarhetschef, Waynes Coffee, 2019-08-16.

Ellen Palm, doktorand vid Miljö- och energisystem, Lunds Universitet (Plastfri November), 2019-09-08.

Eva Alm, hållbarhetschef, Espresso House Group, 2019-08-09.

Filip Eklund, ansvarig för miljö, mat och marknad på Gothenburg Culture Festival, Göteborg & Co, 2019-07-30.

Malin Johansson, departementssekreterare, Miljödepartementet, september 2019.

Lara Fränken, projektkoordinator, Recup, 2019-08-09.

Lennart Schultz, kommunikationschef, Reitan Convenience Sweden AB, 2019-09-12.

Peter Blid, Novus, augusti 2019.

Safia Qureshi, vd, CupClub, 2019-07-31.

Stefan Friedmann, operativ chef, Starbucks, 2019-07-25.



Hej då engångsmugg!

Visste du att vi använder över en halv miljard engångsmuggar i Sverige varje år? En del av dessa blir tyvärr till skräp i natur, städer och hav. Om du byter dina engångsmuggar till en flergångsmugg minskar du din klimatpåverkan och risken för nedskräpning.

I den här rapporten sammanfattar vi översiktligt läget kring engångsmuggen utifrån miljö, omvärld, lagstiftning, konsumentbeteenden och attityder. Vi presenterar även resultatet av ett pilotprojekt där Pressbyrån & 7-Eleven gett rabatt till kunder med egen mugg. Tillsammans med Pricerunner utser vi också de bästa flergångsmuggarna, utifrån konsumentperspektivet.

