

Oppsummering av Bransjeseminar for utendørsarrangementer i Oslo

Arrangementsbransjen består av mange interessenter. Arrangører, deltakere/utøvere/artister, leverandører av varer og tjenester, leverandører av infrastruktur og renovasjon, frivillige, publikum, kommuner og private eiendomsbesittere. Arrangementer som arrangeres utendørs har høyere risiko for forsøpling enn innendørsarrangementer.

I dette systemet vil det oppstå forsøplingsrisiko og forsøpling er det ingen som ønsker.

Under følger en oppsummering av seminaret med noen typiske barrierer og mulige løsninger for å redusere forsøpling i bransjen. Dette er ikke en uttømmende liste.

Barrierer

Forsøpling på eget og utvidet område

Som arrangør skal man forlate lokasjonen man har brukt like fin som den var da man fikk låne/leie den. Utover dette er det imidlertid ingen krav fra offentlige utleieryrker. Større arrangementer fører generelt til økt publikum i området der arrangementet finner sted, også utover eget område. Dette fører igjen til forsøpling både i området der arrangementet finner sted og i tilstøtende områder. Det er utfordrende å vite hvordan man skal angripe denne typen forsøpling, og det er uklart hvem som har/ bør ha ansvaret for dette.

Avfallshåndtering

Bransjen ønsker generelt økt kildesortering, men opplever at det er utfordrende å utføre dette i praksis. Samtidig vil det komme flere krav til sortering av avfall i fremtiden. Det er ofte vanskelig å få publikum til å kaste rett, og kildesortering krever derfor at man går gjennom alle fraksjoner i etterkant for hånd. Dette krever store ressurser. Enkelte leverandører har også begrenset tilbud for hvor mange/ hvilke fraksjoner arrangøren kan bestille.

Den minste søpla (snus, sneip, knuste plastglass o.l.) havner ofte på bakken, og dette krever manuell plukking i etterkant dersom man skal få med alt. Dette er også svært ressurskrevende.

Leverandører og samarbeidspartnere

Arrangører kan stille krav til leverandører og samarbeidspartnere for å forebygge og redusere forsøpling, men det varierer i hvilken grad hver enkelt arrangør opplever å bli imøtekommet knyttet til denne typen initiativ. Arrangørene opplever blant annet motvilje hos leverandører til å fase ut engangsemballasje eller benytte fellesløsninger for servering av mat og drikke og manglende evne hos leverandører til å stille med nødvendig infrastruktur for avfallshåndtering.

Publikum

Ettersom arrangementer er et helt eget miljø, oppfører publikum seg ofte annerledes der enn i dagliglivet. Det kan være vanskelig å lede publikum til å handle slik man ønsker for å redusere forsøpling. Alkohol påvirker publikums handlinger og kan bidra til å øke forsøpling fra publikum.

Flere arrangører mangler også informasjon om hvem publikummet deres er, om forbrukeradferd generelt, om hvilke budskap som fungerer og hvilke kommunikasjonskanaler som bør benyttes. Dette fører til utfordringer knyttet til å nå publikum med relevant og målrettet informasjon om forsøpling.

Frivillige

Selv om frivillige er en enorm ressurs for arrangørene, kan frivillige medarbeidere også være utfordrende. Ettersom de stiller opp på frivillig basis, varierer både engasjement og kunnskapsnivå, og dette kan føre til uforutsigbarhet knyttet til oppmøte, ansvarsfølelse og kvalitet i utføring av oppgaver. Det kan derfor være krevende å sørge for fokus på å unngå forsøpling.

Løsninger

Avtaler, infrastruktur og logistikk

Som utleier har kommunen mulighet til å stille krav til arrangørene om forebygging av forsøpling. I Oslo kan også Arrangementskontoret spille en sentral og viktig rolle som veileder for arrangører knyttet til bærekraftige tiltak.

På generelt grunnlag anbefaler HNR at både utleier og leietaker av areal til arrangement bør vurdere forsøplingsrisiko i et større perspektiv enn kun det aktuelle området arrangementet skal foregå i.

Arrangørene ønsker å samarbeide med kommunen i beredskapsarbeidet knyttet til søppelhåndtering og ønsker blant annet mer strømlinjeformet infrastruktur for avfallshåndtering, som er gjenkjennelig for publikum. Kan kommunen eller større arrangører tilby et sentralt utstyrlager for ombruksemballasje og harmonisert infrastruktur for avfallshåndtering?

Gode rutiner kan forebygge forsøpling. Arrangører bør gjennomgå egen arrangementslogistikk og infrastruktur med fokus på forsøplingsrisiko. Dialog og koordinering med avfallsselskap allerede før innkjøp og gode innkjøpsrutiner kan bidra til å redusere denne risikoen. Nært samarbeid med kommunen og leverandører av renovasjonstjenester er avgjørende for å lykkes.

Som arrangør bør man stille krav til alle som er involvert. Tiltak mot forsøpling bør inkluderes i avtalene med leverandørene. I tillegg til å søke dialog med omkringliggende utsalgs- og serveringssteder for å sørge for en beredskap knyttet til økt trafikk, konsum og forsøpling i forbindelse med arrangement.

Kommunikasjon

Tiltak mot forsøpling må forankres for å lykkes og både ansatte og frivillige trenger informasjon om og opplæring i tiltakene som arrangøren iverksetter mot forsøpling. Slik at alle er inkludert i dette arbeidet og kan kommunisere på en god måte i møte med samarbeidspartnere, leverandører og publikum så vel som deltakere, utøvere og/eller artister.

Tiltak mot forsøpling kan også inkluderes som en del av markedsføringen til arrangementet.

Arrangører som ikke har et godt bilde av eget publikum, bør vurdere å innhente denne kunnskapen, slik at de kan identifisere reelle målgrupper og tilpasse budskap om forsøpling til disse. For arrangementer som ikke selger billetter, bør man innhente kunnskap om demografi og adferd generelt.

Tiltak mot forsøpling bør inkluderes som en tydelig del av kommunikasjonen til publikum før, under og etter arrangementet. Tiltak som kan ha effekt er å skape incentiver for publikum til å redusere forsøpling ved for eksempel å tilby rabatterte billetter eller gi ut bøter. Kommunikasjon med publikum direkte på sms eller i app kan fungere hvis dette er kanaler arrangøren har tilgang til. Dette gir mulighet til å gi publikum helhetlig kommunikasjon til, på og fra arrangementet.

Oslo som destinasjon for store utendørsarrangement har mulighet for å stimulere besøkende til å etterlate byen like fin som før og bør vurdere å lage et felles budskap i

høysesongen for store utendørsarrangement i samarbeid med arrangører, Rusken, Ruter, VisitOslo og andre relevante aktører.

Økt samarbeid

Samarbeid mellom arrangør, kommune og leverandører kan spille en sentral rolle i arbeidet med å forebygge forsøpling fra og i tilknytting til utendørsarrangementer.

Samarbeid med arrangementets leverandører er avgjørende for å lykkes. Leverandører kan bidra til å redusere forsøplingsrisiko ved å stille med tilstrekkelig med innsamlingsstasjoner for pant og annet avfall, og det er behov for matleverandører som er villige til å ta grep knyttet til reduksjon og endring i bruk av emballasje.

Ryddige arrangementsområder reduserer risikoen for forsøpling. Arrangører kan for eksempel ansette ryddelag fra frivillige organisasjoner til å rydde underveis og i etterkant av arrangementet, både i og rundt arrangementsområdet.

Samarbeidspartnere må også involveres i arbeidet mot forsøpling. Disse kan for eksempel bidra ved å unngå utdeling av gratisartikler og ved å holde eventuelle utstillingsområder ryddige, samt ved å sikre at ansatte som deltar eller representerer under arrangementet får informasjon og bevisstgjøres om forsøpling.

Deltakere på seminaret:

All in, All Things Live Norway, Bækkelagets Sportsklubb/ Norway Cup, Bymiljøetaten, Bymiljøetaten - Arrangement og utleie, FEE Norway, Hansa Borg Bryggerier/Solera, Havferd, Holmenkollen Skifestival, Idrettslaget i BUL / ASICS Sentrumsløpet, Kongelig Norsk Seilforening, Kulturretaten/Arrangementskontoret, Langs Akerselva, Melafestivalen, Norges Cykleforbund, Norges Skiforbund, Norway Cup, Oktoberfest Oslo, ONA live, Oslo Maraton, Oslo Pride, OverOslo, Øyafestivalen, Ringnes AS, Trondheim kommune