



Hvornår erstatter genbrug nyt?

Hovedrapport

En forbrugerundersøgelse af københavnernes
genbrugsadfærd med fokus på, hvornår anskaffelsen
af brugte ting erstatter køb af nye ting.



AALBORG
UNIVERSITET



Resumé

Vi har gennemført en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse med 1.010 respondenter samt dybdegående antropologiske forløb med 20 københavnere på 3-5 timer hver. Herunder er der seks af de overordnede tendenser, som øger erstatningsgraden for genbrug.



Funktionelle genstande erstatter mest. Genstande med primært funktionel værdi, som hårde hvidevarer og personlig elektronik, har højere erstatningsgrad end dem med primært æstetisk værdi som brugsgenstande og tøj, sko og accessories.



Jo mindre vi køber brugt, jo mere erstatter det.

Erstatningsgraden er højest, når respondenterne kun anskaffer sig få brugte genstande. Jo flere genstande man anskaffer sig, jo større er sandsynligheden for, at de bliver et supplement.



Højere priser erstatter mere. Genbrug anskaffet til priser, der er over 25 % af nyprisen, erstatter signifikant mere end gratis og meget billige genstande. De højere priser gør det mindre sandsynligt at det er spontant merforbrug.



Orden og forudsigelighed erstatter mere. Genstande anskaffet via genbrugskanaler, der minder om butikker og platforme med nye ting, har højere erstatningsgrad, på grund af deres orden og forudsigelighed i sortiment.



Tryghed erstatter mere. Det er vigtigt, at det er trygt for forbrugerne at købe brugte genstande. Det kræver, at vi stoler på både sælger og genstand. Det øger fx erstatningsgraden, at der er garanti på de brugte produkter.



Genbrug skal matche vores identitet. Forbrug er styret af identitet, og vi genbruger derfor kun, hvis vi kan se os selv i kanal og produkt. Ud fra den kvalitative undersøgelse vurderer vi, at det har væsentlig betydning for erstatningsgraden.

Indhold



November 2024

Udarbejdet af Behave Green ApS
CVR: 40 81 42 80
Frederiksholms Kanal 30 A8,
1220 København K
behavegreen.dk

Kontaktpersoner i
Københavns Kommune:
Mette Tronhus: DY0S@kk.dk
David Watson: VU1S@kk.dk

01	Baggrund og metoder	4
02	Hvad er erstatning?	16
03	Hvordan genbruger københavnernes?	24
04	Hvor ofte erstatter genbrug nyt?	44
05	Hvad påvirker erstatningsgraden?	61
06	Anbefalinger	77

01 Baggrund og metoder

Hvorfor og hvordan er undersøgelsen lavet?

Baggrund

Københavns Kommune har længe arbejdet for at fremme københavnernes genbrug gennem byens genbrugsstationer, nærgenbrugsstationer og byttestationer. Men selvom genbrug ligger højere end genanvendelse i affaldshierarkiet, har der hidtil ikke været nogen indikatorer på klima- og miljøeffekten af genbrug – hverken for kommunens egne løsninger eller det private marked. Med Københavns Kommunes kommende Klimaplan 2035, der medtager forbrugsbaserede emissioner, er det dog i stigende grad nødvendigt at blive klogere på netop denne effekt.

Centralt for at forstå klima- og miljøeffekten af genbrug er begrebet “erstatningsgrad”, som beskriver hvor ofte anskaffelsen af en brugt genstand kan siges at erstatte anskaffelsen af en ny genstand. Det undersøger vi i denne rapport.

Undersøgelsen er lavet for Københavns Kommunes Teknik- og Miljøforvaltning af Behave Green i samarbejde med Aalborg Universitet.



Miljøeffekten af genbrug

Den største positive miljøeffekt ved genbrug kommer af, at genbrug bidrager til at undgå produktionen af nye genstande. Det er denne del, erstatningsgraden bidrager til at forstå. En mindre del af effekten kommer fra at undgå bortskaffelsen af brugte genstande, og derudover kan rebound-effekter modvirke den positive gevinst fra de to øvrige dele. Se fx Cooper & Gutowski (2017) for uddybning.



Undgå produktion af nye genstande

Hvis vi med genbrug undgår produktionen af nye genstande, undgår vi udledningen af råstoffer, energi til maskiner og brændstof til transporten. Derfor findes den største potentielle effekt ved genbrug, hvis forbruget af genbrugsvarer i højest muligt omfang erstatter forbruget af nye genstande. Det er denne effekt, vi undersøger her.



Undgå forbrænding af brugte genstande

Den sekundære miljøeffekt ved genbrug findes ved at undgå de udledninger, der opstår hvis genstande bliver til affald og forbrændes. Når affald genanvendes, undgås disse udledninger også. Der er også en mindre miljøpåvirkning fra genanvendelsesprocessen, men den opvejes typisk af gevinsterne ved at undgå produktion af nye råmaterialer. Denne effekt undersøges ikke her.



Rebound-effekter

Rebound-effekter beskriver de negative konsekvenser ved genbrug, hvor den positive miljøeffekt potentielt undermineres. Det sker, når forbrugeren bruger den økonomiske eller moralske 'besparelser' ved genbrug til at øge forbruget af andre miljøskadelige produkter. Ligeledes kan en rebound-effekt opstå, når personer, der donerer eller sælger deres brugte ting, køber flere nye ting end ellers. Denne effekt undersøges ikke her.

Undersøgte produktkategorier

Vi har i samarbejde med TMF udvalgt en afgrænset gruppe af produktkategorier, som vi har fokus på i undersøgelsen. I den kvantitative undersøgelse har vi derudover fastlagt underkategorier for at opnå så præcise tal som muligt i hver kategori. Vi har bl.a. fravalgt at inkludere underkategorierne børnetøj, undertøj og fjernsyn, hvorfor kategorierne ikke er fuldstændig udtømmende.



Tøj, sko og accessories

- Overdele
- Trøjer
- Bukser og shorts
- Kjoler og nederdele
- Overtøj
- Jakkesæt
- Sko og støvler
- Tasker
- Accessories



Boligtilbehør

- Lamper
- Tæpper og sengetøj
- Service
- Køkkenredskaber
- Pyntegenstande



Møbler

- Spisebords- og kontorstole
- Lænestole
- Sofaer
- Borde
- Opbevaringsmøbler
- Senge



Personlig elektronik

- Telefoner
- Computere
- Tablets
- Smart watches

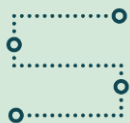


Hårde hvidevarer og husholdningsapparater

- Opvaskemaskiner
- Vaskemaskiner og tørretumblere
- Køleskabe og frydere
- Køkkenmaskiner
- Støvsugere

Metoder

For at videreudvikle en metode til bedre at vurdere og nuancere forståelsen af erstatningsgrader, som findes i forskningen, har vi kombineret kvalitative og kvantitative metoder i undersøgelsen af erstatningsgrader ved genbrug.



Antropologiske forløb

Vi har gennemført antropologiske forløb med 20 københavnere, som vi har fulgt over flere uger på alt i mellem 2 og 5 timer. Her har vi gennemgået deres genbrugsfund i hjemmet og besøgt en lang række fysiske butikker, genbrugsstationer, apps, hjemmesider og affaldsrum. Forløbene har givet mulighed for at komme i dybden med informanternes perspektiver på relationen mellem genbrug og anskaffelse af nye genstande. Det har givet indsigt i forskellen på forskellige typer af borgere, kanaler for køb og salg og forbrugsmønstre. Indsigterne er brugt som hypoteser til den repræsentative spørgeskemaundersøgelse.



Repræsentativ spørgeskemaundersøgelse

Vi har med Norstat som underleverandør gennemført en spørgeskemaundersøgelse med 1.010 københavnere, som er repræsentativ på køn, alder og indkomst. I spørgeskemaundersøgelsen bedes respondenterne gennemgå en lang række af deres genbrugsfund med henblik på at vurdere erstatningsgraden kvantitativt for forskellige varegrupper, kanaler og andre variable. Vores undersøgelse bygger kun på respondenter, der har anskaffet sig noget brugt fra de fem udvalgte kategorier inden for de seneste to år.

Antropologiske forløb

Undersøgelsens 20 informanter er udvalgt med fokus på en spredning på køn, alder, indkomst, uddannelsesniveau og husstand. Derudover har vi prioriteret at interviewe københavnere med en spredning på erfaring med forskellige genbrugskanaler og produktkategorier. Informanterne er anonymiseret med pseudonymer.



Hjemmebesøg

Alle forløb begyndte med et hjemmebesøg på ca. 2 timer, hvor vi foretog et dybdegående kvalitative interview med borgeren om deres forbrugs- og genbrugsvaner og gennemgik en række af deres genbrugsfund. Efter endt interview aftalte vi, hvilke genbrugskanaler, vi skulle besøge på de efterfølgende brugerrejser. Vi udvalgte 1-3 forskellige fysiske og digitale genbrugskanaler, som informanten havde erfaring med.



Brugerrejser

Efter hjemmebesøget gennemførte vi 1-3 timers brugerrejser med hver informant, hvilket blev til 58 brugerrejser i genbrugskanaler. Her gennemgik vi genbrugskanalen sammen og dykkede ned i forskellen på forskellige kanaler. Vi talte løbende om, hvordan borgeren valgte mellem nye og brugte ting.

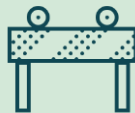
Kvalitativ forståelse af erstatningsgrader



Valget mellem nyt og brugt

Erstatningsgrader for genbrug er et abstrakt koncept, som borgerne sjældent tænker over i deres hverdag. Derfor er det heller ikke meningsfuldt at spørge direkte ind til “erstatningsgrad” i de kvalitative interview. I stedet har vi grundlæggende haft fokus på, hvordan borgerne vælger mellem nye og brugte ting. Det kan udfoldes i tre konkrete undersøgelsesspørgsmål:

- Hvornår overvejer københavnernes at anskaffe sig noget nyt, men ender med at finde det brugt?
- Hvornår anskaffer københavnernes sig noget nyt, uden at overveje brugt?
- Hvornår anskaffer københavnernes sig noget brugt, uden at overveje noget nyt?



Erstatningsgrader og barrierer

Undersøgelsesspørgsmålene til venstre er kernen i at forstå erstatningsgrader for genbrug. Men de beskriver samtidig også *barrierer* for genbrug.

Viden om, hvilke barrierer københavnernes oplever i forbindelse med at anskaffe sig noget brugt, giver en dybere kvalitativ forståelse for centrale faktorer, der kan påvirke erstatningsgraden for genbrug.

Ved løbende at supplere vores kvantitative resultater med indsigter om barrierer fra den kvalitative undersøgelse, opnår vi en dybere forståelse for de mønstre, vi finder i den kvantitative data.

Repræsentativ spørgeskemaundersøgelse

Vi har lavet en repræsentativ spørgeskemaundersøgelse, som 1.010 københavnere har svaret på gennem Norstats panel. Der er lavet χ^2 -test på udvalgte krydstabeller for at undersøge om variationen mellem variablene er statistisk signifikant eller om den kan tilskrives tilfældigheder. Hvis rapporten kommenterer på signifikante forskelle, betyder det således, at variationen højst sandsynlig ikke er en tilfældighed (med et 95% konfidensinterval).



Rekruttering

Data er indsamlet blandt 1.010 københavnere, som er udvalgt for at repræsentere kommunens befolkningssammensætning med hensyn til køn, alder og indkomst. I de segmenter, hvor fuld repræsentativitet ikke kunne opnås gennem rekrutteringen, er respondenterne vægtet. Undersøgelsen inkluderer desuden kun respondenter, der har prøvet at anskaffe sig brugte genstande i mindst én af de fem kategorier indenfor de seneste to år.



Tilgang

Vi har bedt respondenterne forholde sig til deres adfærd og forbrug inden for fem overordnede kategorier af genstande (se næste slide). For hver kategori er de blevet bedt om udelukkende at forholde sig til den seneste brugte genstand, de har anskaffet sig. Gennem en række spørgsmål er de blevet spurgt ind til anskaffelsessituationen og om de ville have anskaffet sig en lignende ny genstand på kortere eller længere sigt, hvis ikke de havde fundet den brugte genstand.



Udformning af spørgsmål

Ved udformningen af spørgeskemaet har vi lagt vægt på at gøre det meget tydeligt for respondenterne *hvilken* genstand, de har skulle forholde sig til. Derudover har vi trukket på indsigter fra den kvalitative undersøgelse til at udvælge variable og gøre spørgsmålene så nemme at svare på som muligt.

Tidligere undersøgelser af erstatningsgrader

Aalborg Universitet har som en del af projektet gennemført et litteraturstudie af tidligere undersøgelser om erstatningsgrader. Mange tidligere undersøgelser anvender spørgeskema som metode og kombinerer hypotetiske spørgsmål med spørgsmål om tidligere købsbeslutninger.

Metoden med hypotetiske spørgsmål indebærer en vis usikkerhed, fordi en respondent ikke altid kan huske, hvad vedkommende overvejede i en tidligere anskaffelse af et brugt eller nyt produkt eller vil gøre i en fremtidig situation.

Litteraturliste

- Anne, H. L., Bjørn Bauer, Musaeus, P., Anja, C. G., Kristina, O. Z., & Remmen, A. (2015). Forberedelse med henblik på genbrug af elektronikaffald: Miljøprojekt nr. 1739. Miljøstyrelsen.
- Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. J. (2014). Lost in translation: Exploring the ethical consumer intention-behavior gap. *Journal of Business Research*, 67(1), 2759-2767. 10.1016/j.jbusres.2012.09.022
- Castellani, V., Sala, S., & Mirabella, N. (2015). Beyond the throwaway society: A life cycle-based assessment of the environmental benefit of reuse. *Integrated Environmental Assessment and Management*, 11(3), 373-382. 10.1002/ieam.1614
- Castelveter, 2017. How second hand and vintage purchases affect consumer experience of fashion and luxury brands? Copenhagen Business School (CBS), Denmark. Master Thesis.
- Cooper, D. R., & Gutowski, T. G. (2017). The Environmental Impacts of Reuse: A Review. *Journal of Industrial Ecology*, 21(1), 38-56. 10.1111/jiec.12388
- Delanoeije, J., & Bachus, K. (2022). Measuring circular reuse magnitude and replacement rate: A new method. *Resources, Conservation and Recycling*, 184, 106414. 10.1016/j.resconrec.2022.106414
- Delfs, 2023. Browsing eclecticism & searching clarity. Second-hand shopping practices and spatial design. Copenhagen. Thesis.
- Fartetch, 2020. Understanding the environmental savings of buying pre-owned fashion. Farfetch Report 2020.
- Farrant, L., Olsen, S. I., & Wangel, A. (2010). Environmental benefits from reusing clothes. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 15(7), 726-736. 10.1007/s11367-010-0197-y
- Mojtaba, 2020. Intention Behavior Gap in Purchasing used Products: A Quantitative Analysis of Factors Determining Purchase of Secondhand Household Durables in Sweden. Department of Business Administration. Masters Thesis. <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:1443306/FULLTEXT01.pdf> Appendix 2: Questionnaire p.68
- Nørup, N., Pihl, K., Damgaard, A., & Scheutz, C. (2019). Replacement rates for second-hand clothing and household textiles - A survey study from Malawi, Mozambique and Angola. *Journal of Cleaner Production*, 235, 1026-1036. 10.1016/j.jclepro.2019.06.177
- Nørup, 2019. An environmental assessment of the collection, reuse, recycling and disposal of clothing and household textiles waste. Kgs. Lyngby, Technical University of Denmark. Thesis
- Trzepacz et.al., 2023, LCA-based assessment of the management of European used textiles, Norion Consult, 2022. The RealReal TRR Sustainability Calculator White Paper
- Vaayu, 2021. Vinted. Climate change impact report. Understanding the Avoided Emissions of Second-Hand Shopping on Vinted.
- Wallner, T. S., Haslbeck, J. M. B., Magnier, L., & Mugge, R. (2024). A network analysis of factors influencing the purchase intentions for refurbished electronics. *Sustainable Production and Consumption*, 46, 617-628. 10.1016/j.spc.2024.03.009
- Watson et al., 2014. EPR Systems and new business models Reuse and recycling of textiles in the Nordic region. Tema Nord 2014: 539, Norden
- Watson, Wittus Skoffelt & Laumann Kjær, 2021. Klimaeffekten af genbrug, Røde Kors, Juni 2021, Denmark.
- WRAP, 2012. Study into consumer second-hand shopping behavior to identify the re-use displacement affect.
- WRAP, 2012. Valuing our clothes: the evidence base. Technical report.
- WRAP, 2020. Clothing and behavioral insights during covid -19 restrictions. Citizens Insights.UK
- WRAP, 2023. Citizens insights: Estimating the longevity of home textiles in the UK. Key findings report. UK.
- WRAP, 2023. Textiles 2023. UK Sustainable Textile Action Plan. Annual Progress Report.

Hvorfor undgår vi ikke hypotetiske spørgsmål?

Et alternativ til de hypotetiske spørgsmål kunne være at se historisk på en række borgers forbrugsadfærd. Hvis man fulgte en borger over en periode, hvor de begyndte at genbruge, kunne man måle på hvor mange nye og brugte genstande, de anskaffede sig før og efter interventionen. Men vores forbrug er irregulært og formet af de situationer og livsfaser, vi befinder os i. Det stiger og falder gennem livet og det er derfor svært at vurdere om et fald i antallet af nye genstande er forbundet til genbrug eller andre faktorer.

I stedet har vi valgt at videreudvikle metoden, så spørgsmålene giver mere pålidelige resultater, fx ved at gøre dem mere målrettet den situation man står i og dermed lettere at svare på. Det uddyber vi på næste side.



Udvikling af spørgeskemametoden

Det er vores vurdering, at tidligere spørgeskemaer og hypotetiske spørgsmål ikke har taget nok højde for borgernes virkelighed, så spørgsmålene kan være svære at svare på. Derfor har vi videreudviklet formuleringerne til spørgeskemaet på flere områder.



Hvad er en lignende genstand?

Tidligere spørgeskemaer har tit spurgt, om man har købt en “lignende ny genstand”. Men genbrug tillader ofte borgerne at finde genstande, der ikke ligner nye. I stedet spørger vi ind til, om de fx havde anskaffet sig “en ny trøje” eller “en ny telefon”.



Hvor genbruger man?

Tidligere undersøgelser har typisk spurgt ind til adfærd, hvis ikke man havde fundet en genstand “i en genbrugsbutik” eller på en “markedsplads”. Men genbrug findes på mange forskellige kanaler. Derfor spørger vi i stedet om adfærden, hvis ikke man havde fundet genstanden “brugt”.



Inden for hvor lang tid?

Det er svært at forudse et hypotetisk scenarie, hvis ikke man kender tidsperspektivet. Derfor giver vi respondenterne mulighed for at svare om de tror, de havde købt en ny genstand enten “kort efter” eller “indenfor et par år”. Vi fortolker begge muligheder på samme måde, men gør det lettere for respondenterne at svare.



“Så havde jeg købt den brugt et andet sted”

Den kvalitative undersøgelse viser, at det for hyppige genbrugsskøbere er svært at forestille sig at købe nogle genstande fra ny. Derfor har vi tilføjet et ekstra spørgsmål, hvor de har mulighed for at svare, at de først ville forsøge at anskaffe sig en brugt genstand et andet sted.

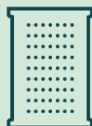
Anskaffelses- og afskaffelseskanaler

Når vi sammenligner erstatningsgrader på tværs af kanaler, er det vigtigt at kende forskel på indsamlings- og afsætningskanal. Da borgeren ikke kan vide, hvordan den brugte genstand er indsamlet, vurderes erstatningsgraden alene på afsætningskanal. Vi kan derfor fx ikke udtale os om, hvilken effekt *indsamlingen* gennem genbrugsstationer har haft på *afsætningen* på loppemarkeder.

Afskaffelse



Hjemmet



Indsamlingscontainer



Pakkepost



Affald i genbrugsbilen



Genbrugsstation

Anskaffelse



DBA



Røde Kors



Sellpy



Genbrugsstation



Loppemarked

02 Hvad er erstatning?

Hvordan forstår og operationaliserer vi konceptet “erstatningsgrad”?

Erstatning og supplement

Formålet med denne undersøgelse er at vurdere, i hvor høj grad anskaffelsen af brugte ting erstatter anskaffelsen af nye ting. Præmissen for dette er, at vi kan dele anskaffelsen af specifikke brugte genstande op i grupper, der enten er et supplement til eller en erstatning for anskaffelsen af nye genstande. Et par sko i klædeskabet kan fx være et supplement til de andre sko, mens en vaskemaskine kan være en erstatning.

Det er ikke en eksakt videnskab. Formålet med undersøgelsen er derfor, at komme tættest muligt på at vurdere, hvorvidt anskaffelsen af hvert enkelt genstand udgør et supplement eller en erstatning. Til sammen opnår vi en erstatningsgrad, som kan variere afhængig af forskellige parametre, fx genbrugskanal, produktkategori, pris og anskaffelsessituation. Forskellen på erstatningsgrader kan derfor bruges til at vurdere, hvilken indsats på genbrugsområdet, der vil have størst miljøeffekt.



Direkte og indirekte erstatning

Den kvalitative undersøgelse viser, at nogle borgere har svært ved at forestille sig at købe nyt indenfor nogle produktkategorier. Adspurgte til, hvad de ville have gjort, hvis ikke de havde købt en specifik brugt genstand svarer de, at de ville have fundet den brugt et andet sted. Derfor erstatter deres genbrug fra denne genbrugskanal ikke direkte et nyindkøb. Denne uklarhed understreger behovet for en nuancering af erstatningsbegrebet, herunder hvornår genbrug reelt erstatter nykøb.

Hvor tidligere undersøgelser af erstatningsgrader har opdelt genstande i to grupper (erstatning og supplement), har vi derfor opdelt erstatning yderligere i direkte og indirekte erstatning. Den direkte erstatning er udtryk for, at borgeren ville have købt noget nyt, hvis ikke de fandt den specifikke genstand brugt. Indirekte erstatning beskriver, at borgeren ville købe en anden brugt genstand, men hvis det slet ikke var muligt, ville de købe den fra ny.



Genbrug som direkte erstatning

Den adfærd, der mest entydigt erstatter forbruget af et nyt produkt, er den direkte erstatning. Den foregår typisk hos de borgere, der jævnligt køber både nye og brugte ting, og oftest hos dem, der leder efter noget specifikt.

Det er den mest rationelle adfærd, hvor man har et identificeret behov, som man overvejer at opfylde ved at anskaffe sig enten noget nyt eller brugt. Det foregår oftest ved de brugte genstande, der mest ligner nye.



”

Den lille sofa dernede, den skulle jeg bruge. Jeg var jo lige ved at trykke køb på en ny. Og så tænkte jeg, ej du tjekker sgu lige, om der skulle være en på Den Blå Avis, og det var der så.

Kvinde, 50 år, Amager

Genbrug som indirekte erstatning

Borgere med denne adfærd anskaffer sig som udgangspunkt brugte ting frem for nye indenfor én eller flere produktkategorier. For nogle kan det være afgrænset til tøj eller møbler, mens de mest idealistiske borgere meget sjældent køber nye ting i nogen varegrupper.

Indirekte erstatning er et udtryk for, at markedet for genbrug i dag er stort. Genbrugsmarkedet gør det muligt at anskaffe sig noget brugt uden at overveje noget nyt. Den indirekte erstatning beskriver derfor en anskaffelsessituation, hvor borgeren hellere ville anskaffe sig noget brugt end nyt, men i sidste ende ville anskaffe sig noget nyt, hvis det slet ikke var muligt at anskaffe sig brugt.



”

Før var det genbrugsbutikker. Nu hvor der er kommet de her bytterum, så er det tit at man er så heldig at finde det man skal bruge dernede. Så man ikke engang behøver at gå i genbrugsbutikker.

Kvinde, 47 år, Indre By

Genbrug som supplement

Den adfærd, der mest entydigt *ikke* har en miljøeffekt, er når brugte genstande bliver et supplement til andre genstande. Det kan fx være en ekstra skjorte, som man anskaffede sig spontant, og som ikke opfylder noget på forhånd identificeret behov. Men det kan også være funktionelle genstande, som man ikke føler stort nok behov for at anskaffe sig fra ny, men som man måske gerne vil anskaffe sig brugt. Det kan også være en opgradering af fx et spisebord, som man ikke ellers havde tænkt sig at udskifte.

I stedet for at reducere forbruget af nye genstande, gør genbrug det muligt for borgerne at anskaffe sig ting, de ikke ellers havde haft. Det kan have en positiv *social* effekt, men den må ikke forveksles med miljømæssig effekt. Tværtimod kan anskaffelsen af en genstand som supplement fjerne muligheden for, at andre kunne have anskaffet sig samme genstand som erstatning for noget nyt.



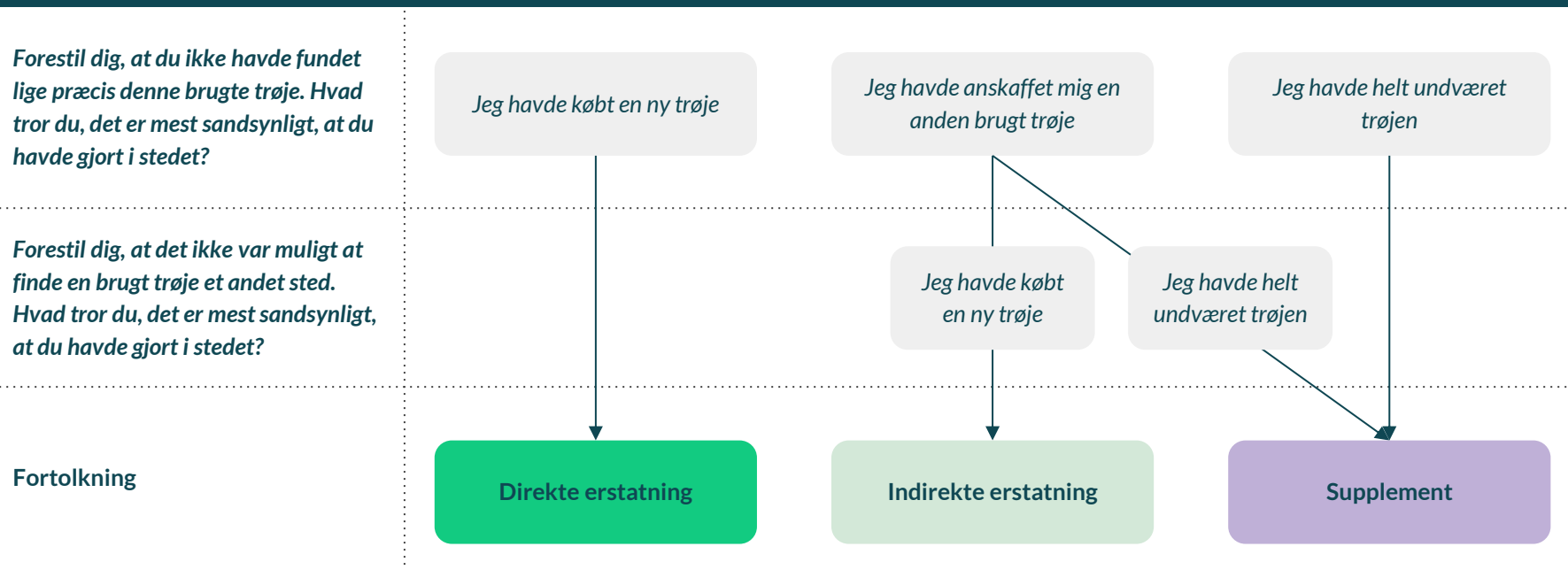
”

Vi ville bare have nogle flere støvsugere. Altså, jeg har den svaghed, at ja, jeg synes det er dumt at ikke tage den [fra affaldet].

Mand, 56 år, Husum

Fortolkning af spørgeskemaundersøgelsen

Illustrationen nedenfor viser, hvordan svar fra spørgeskemaet fortolkes ind til de tre former for erstatning – eksemplificeret ved en brugt trøje.



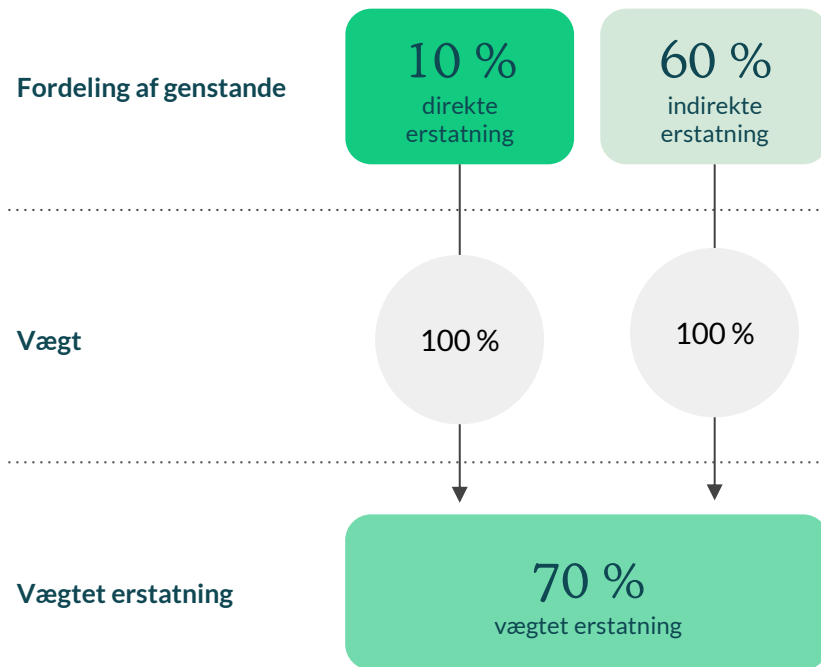
Vægtning af erstatningsgrader

De indirekte erstatningsgrad er et udtryk for, at vi lever i en verden, hvor det er muligt at finde de fleste ting brugt. Derfor kan det være optimistisk at sige, at al indirekte erstatning erstatter nyindkøb, når det nu er muligt at finde tingene brugt andre steder. Derfor kan man vægte den indirekte erstatning forskelligt, så længe det gøres transparent.

Der findes ikke noget entydigt svar på, hvordan den indirekte erstatning bør vægtes. Københavns Kommune har i denne rapport valgt at vægte indirekte erstatning med 100 %. Til højre ses et eksempel på, hvordan de to erstatningsgrader kan kombineres med denne vægt.

Det betyder dog ikke, at der ikke er analytiske forskelle på de to grupper. Derfor kommenterer vi i rapporten på både den direkte og indirekte erstatning, afhængig af konteksten.

Eksempel på vægtning af erstatningsgrad



03 Hvordan genbruger københavnerne?

Hvordan anskaffer københavnerne sig brugte genstande i dag?

Det er ikke alle københavnere, der anskaffer sig brugt

62 % af københavnere i Norstat's panel har anskaffet sig noget brugt indenfor de seneste to år i mindst én af fem undersøgte produkttyper i spørgeskemaundersøgelsen. Det er lavere end andre undersøgelser, fx DBAs genbrugsindeks for 2024, som viser, at 73 % af borgere i Region Hovedstaden har købt noget brugt inden for ét år.

Forskellen kan skyldes, at en del af borgerne kun anskaffer sig brugte genstande i meget begrænset omfang, som ikke hører under de fem primære produktkategorier i denne undersøgelse. Det kan fx dreje sig om transportmidler, bøger eller legetøj. Derudover kan der være geografiske forskelle mellem kommunerne indenfor regionen.

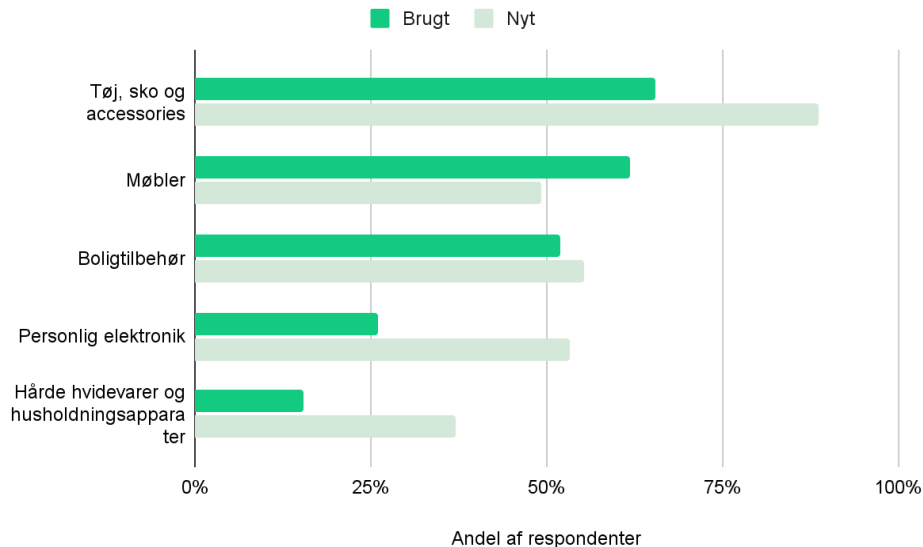


Størst erfaring med brugt tøj, sko, accessories og møbler

Københavnerne har særligt anskaffet sig brugt tøj, sko og accessories og brugte møbler. Indenfor andre kategorier er der væsentligt færre, der har anskaffet sig noget brugt. Det peger på, at der stadig er et stort potentiale i at øge genbruget bredt set.

Det er værd at bemærke, at flere af undersøgelsens respondenter har anskaffet sig flere brugte møbler end nye. Men det kan hænge sammen med, at brugte møbler er relativt holdbare og har et æstetisk udtryk, som er attraktivt i disse år.

Andel respondenter fordelt på anskaffelse af genstande pr. kategori



n = 1010

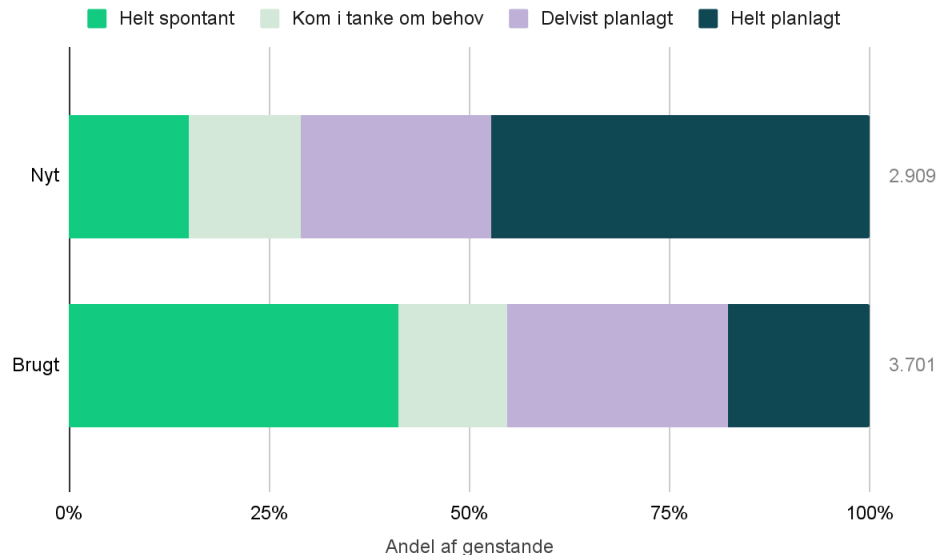
Spg. Har du anskaffet dig følgende genstande i løbet af de seneste to år?

Genbrug er mere spontant end nyt

Når vi anskaffer os ting, er det ikke altid en rational eller planlagt adfærd. Vores forbrug er formet af alt fra impulser, reklamer, sociale normer og økonomiske rabatter. Det betyder også, at man langt fra altid kan forvente, at anskaffelsen af en genstand modvirker anskaffelsen af en anden.

Der er dog også forskel på, hvor ofte vores forbrug er spontant eller planlagt. I denne undersøgelse er det 45 % af de brugte genstande, der var helt eller delvist planlagte på forhånd, mens det samme gælder for 71 % af nye genstande. Genbrug er altså oftere spontane end nyindkøb.

Andel genstande fordelt på spontanitet



Helt spontant: Jeg anskaffede mig genstanden spontant.

Kom i tanke om behov: Jeg vidste, at jeg gerne ville have en genstand som den, men huskede det først, da jeg så det.

Delvist planlagt: Jeg ledte efter genstanden, men ikke specifikt den, jeg anskaffede mig.

Helt planlagt: Jeg ledte specifikt efter genstande som den, jeg anskaffede mig.

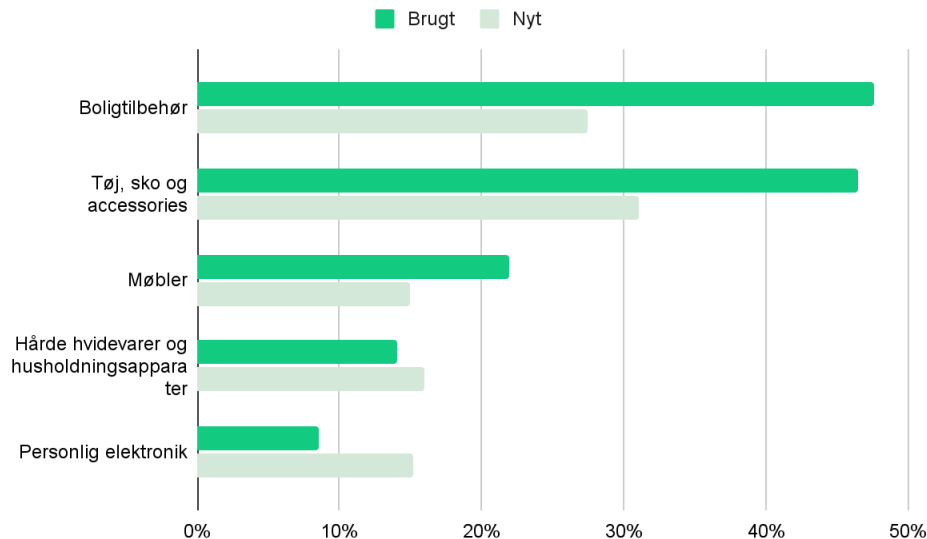
Æstetiske genstande kan nemmest undværes

Vi har spurgt respondenterne, om de ville have undværet den brugte genstand, de har anskaffet sig, hvis ikke de fandt netop dén. Det samme spørgsmål har vi stillet om en række nye genstande.

Generelt er der en sammenhæng mellem andelen af genstande i en kategori, der kan undværes, på tværs af nyt og brugt. Boligtilbehør og tøj, sko og accessories kan oftest undværes, mens hårde hvidevarer og personlig elektronik sjældnest kan undværes. Det kan skyldes, at boligtilbehør og tøj, sko og accessories oftere anskaffes spontant, uden et på forhånd identificeret behov.

Det kan indikere, at “skattejagten” efter brugt boligtilbehør, tøj, sko og accessories i et vist omfang kan erstatte den tid, der ellers kunne bruges på shoppingture med nyt boligtilbehør, tøj, sko og accessories. Omfanget af denne “erstatning af tid” af dette kan dog ikke opgøres i rapporten.

Andel genstande der kan undværes



Spg. Forestil dig, at du ikke havde fundet lige præcis denne [genstand]. Hvad tror du, det er mest sandsynligt, at du havde gjort i stedet?

Svar: Jeg havde helt undværet [genstanden].

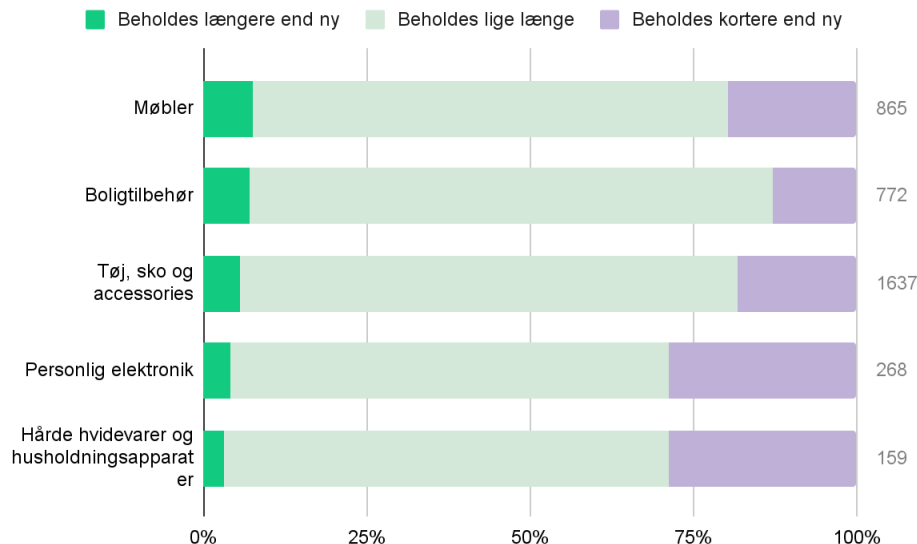
Genbrug kan holde lige så længe som nyt

Generelt forventer de fleste københavnere at beholde deres genbrugsfund lige så længe, som hvis de havde købt noget nyt. Det er i alt 75 % af genstandene, som københavnerne vurderer, de vil beholde lige så længe som nye.

Der er dog forskel på levetiden mellem kategorierne. Det er særligt for de to elektroniske kategorier, hvor levetiden vurderes at være kortere for genbrug end for anskaffelsen af noget nyt. I begge kategorier vurderes levetiden for 29 % af genstande at være kortere end fra ny.

For boligtilbehør, tøj, sko og accessories samt møbler, kategorier med en mere æstetisk karakter, er der en større procentvis andel, der vurderer, at de beholder genbrug i længere tid end nyindkøb.

Andel genstande fordelt på levetid og kategori



Antal genstande = 3701

Spg. Forestil dig, at du i stedet købte en [genstand] fra ny. Hvor længe du tror, at du ville beholde den nye [genstand], sammenlignet med den brugte [genstand], du faktisk har anskaffet dig?

Genbrug som skattejagt

De borgere, der anskaffer sig flest brugte ting, har en adfærd, som kan beskrives som en “skattejagt”, hvor man går på opdagelse i meget forskelligartede ting. Nedenfor ses en række elementer, der leder til en grundlæggende anderledes adfærd end dén, der karakteriserer forbruget af nye ting.



Behovsudsættelse

Borgeren besøger typisk en række forskellige genbrugskanaler over længere tid. De udsætter deres impulser og behov for i stedet at vente på, at den helt rette ting dukker op.



Åbenhed

Andre gange tvinger borgerne sig selv til at være mindre kræsne med præcis, hvilket udseende eller hvilken funktion, den givne ting har. I stedet er man åben for at leve med en genstand med et andet udseende eller en anden funktion, end man havde tænkt.



Fantasi

Det kræver et trænet øje og en kreativ indstilling at “se” genstande, som andre overser og forestille sig hvordan de passer ind i hjemmet eller garderoben. Det kræver altså fantasi og abstrakt forestillingsevne.



Lave priser

Mens ting fra genbrugsstationer er helt gratis, er varer fra humanitære organisationer typisk også billige. Det er en vigtig del af årsagen til, at nogle borgere genbruger, men kan også føre til merforbrug og rebound-effekter.

Genbrug som en integreret del af forbruget

En nyere udvikling i genbrugsmarkedet er genbrugskanaler, der muliggør en strømlinet genbrugsadfærd, som minder mere om forbruget af nye ting. Det er bl.a. digitale platforme som GreenMind, Vinted, Sellpy og kuraterede butikker.



Forudsigelighed

Her er der typisk et større udvalg af varer, så forbrugeren i højere grad kan forvente, hvad de kan finde. Det muliggør en højere grad af planlægning af forbruget. Det gælder især digitale kanaler, hvor der kan være et meget stort udvalg.



Overskuelighed

Når genbrug i højere grad ligner butikker med nye varer, er der samtidig større chance for at tiltrække borgere, der finder skattejagten uoverskuelig. På digitale kanaler handler det også om muligheden for at søge og filtrere i genstande.



Inspiration

Når varer udvælges og ordnes af en kanal med troværdighed, kan det hjælpe nogle borgere til at anskaffe sig det brugt. Mange borgere beslutter sig nemlig først for hvad de skal have, når de får øje på det.



Høje priser

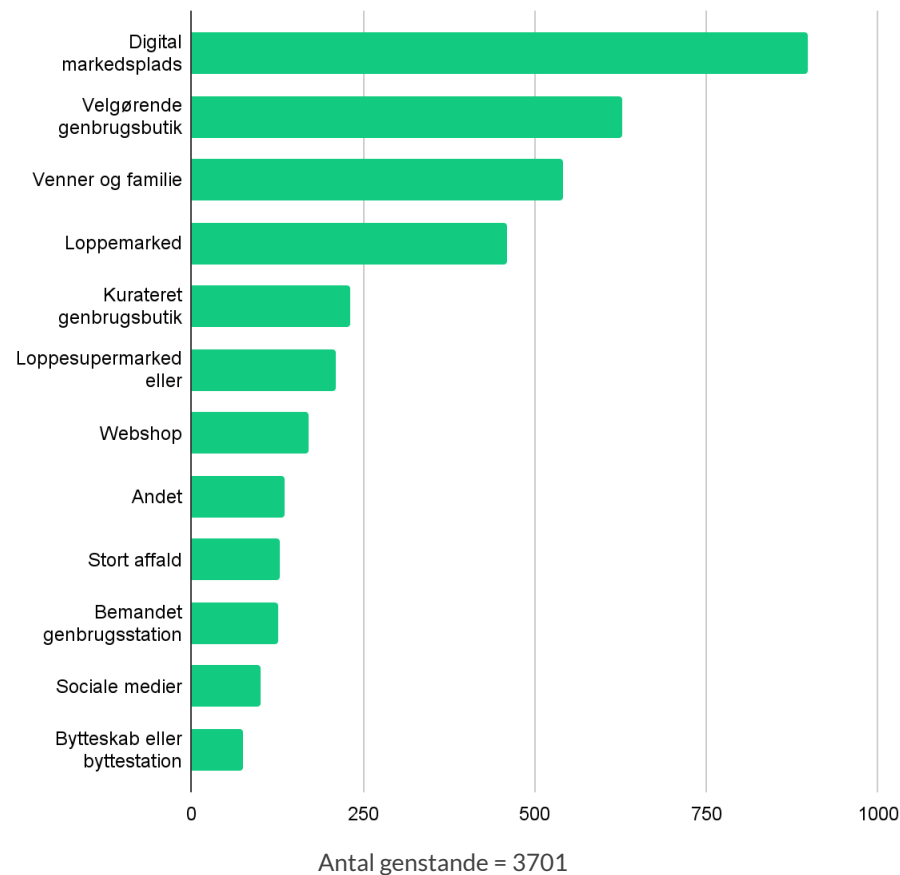
Strømlinede genbrugskanaler drives typisk af kommercielle virksomheder, som har økonomisk incitament til at gøre købsoplevelsen mere overskuelig. De højere priser kan afholde nogle borgere, men minimerer samtidig merforbruget.

Kanaler

Der er stor forskel på, hvilke kanaler københavnernes har anskaffet sig brugte ting fra indenfor de fem kategorier. De mest populære kanaler er digitale markedspladser som fx DBA, Facebook Marketplace eller Vinted, hvor 24 % af genstandene blev anskaffet. Velgørende genbrugsbutikker leverer 17 % af genstandene, mens venner og familie samt loppemarkeder leverer hhv. 15 % og 13 %. Længere nede af listen ligger de genbrugskanaler, som kommunen har størst indflydelse på: stort affald, genbrugsstationer og byttestationer. Tilsammen udgør de tre kanaler 9 % af de undersøgte genstande.

Når der er få genstande fra en kanal, er resultaterne behæftet med større usikkerhed. For at mindske dette, har vi i nogle tilfælde grupperet kanalerne. De er grupperet i "online" (digitale markedspladser, webshops og sociale medier; "kurateret og kommission" (kuraterede butikker, loppesupermarkeder og kommissionsbutikker) og "genbrugs- og byttestationer".

Antal genstande fordelt på genbrugskanal



Spg. Hvor anskaffede du dig [genstanden]?

Genbrugskanaler Velgørende genbrugsbutikker

Genbrugsbutikker fra humanitære organisationer som Røde Kors og Frelsens Hær er en af de mest udbredte genbrugskanaler med 17 % af de undersøgte genstande. Priserne er typisk lave, samtidig med at der er et bredt udvalg af varer – dog særligt tøj i mange af butikkerne.

Varene sorteres af frivillige inden de sælges, men opleves ikke som stramt kurateret af københavnerne. Velgørende genbrugsbutikker er i stedet den primære mulighed for at gå på “skattejagt” blandt assorterede genbrugsvarer, mens de opleves som uoverskuelige af dem, der kun sjældent anskaffer sig brugte ting.



”

Jeg er jo også den tålmodige shopper. Altså, jeg kan godt gå et halvt år og lede efter noget. Medmindre det er noget, der mangler akut, som man ikke kan leve uden.

Kvinde, 50 år, Amager

Genbrugskanaler

Kuraterede genbrugsbutikker

Vintage-butikker og andre kuraterede genbrugsbutikker udgør 6 % af de undersøgte genstande og bruges typisk helt anderledes end de velgørende genbrugsbutikker. Her udvælger butiksindehaverne de varer, som de ønsker at sælge, hvilket gør dem lettere at tilgå for borgere, der ikke nyder at bruge tid på skattejagt. Til gengæld er priserne højere.

Kuraterede genbrugsbutikker findes indenfor både tøj, møbler, boligtilbehør og elektronik, men typisk specialiserer de sig i én eller to varegrupper. Eksempler på butikkerne fra den kvalitative undersøgelse er Green Mind (elektronik), Prag (tøj) og Leben (møbler).



”

Der er meget lyst herinde. Lyset er sådan lidt gult. Det kan jeg godt lide. Det er meget enkelt, og tøjfraktionerne er delt op sådan, så det er overskueligt. Det er ikke den der helt kilometerlange rag, som man aldrig magter at gå igennem.

Kvinde, 24 år, Østerbro

Genbrugskanaler

Loppesupermarkeder og kommissionsbutikker

Loppesupermarkeder og kommissionsbutikker udgør 6 % af de undersøgte genstande. Genstandene har individuelle sælgere, frem for at butikken sælger det. I stedet modtager butikken en kommission pr. solgte vare eller et gebyr pr. vare, der er sat til salg. I loppesupermarkeder er varerne typisk organiseret efter sælger, mens kommissionsbutikker sorterer efter type. Varerne i loppesupermarkeder spænder bredt og kan indeholde varer fra alle kategorier. Kommissionsbutikker har typisk et mere afgrænset udvalg, særligt indenfor tøj. Eksempler på loppesupermarkeder og kommissionsbutikker er Kirppu (blandet), Lidkøb (tøj) og Kabomani (tøj). Selvom loppesupermarkeder og kommissionsbutikker ikke nødvendigvis er kurateret på samme måde som fx vintage-butikker, oplever borgerne at der er en naturlig samling af segmenter, som gør det muligt at finde en butik, der matcher ens stil.



”

Den hedder Lelop. Der bor jo altså tusindvis af mennesker i Ørestaden, og det er nok mere kvinder i mit segment. Der tænkte jeg, okay, det her det er jo fantastisk. Der kommer jeg til at komme igen og igen.

Kvinde, 50 år Amager

Genbrugskanaler

Loppemarkeder

Loppemarkeder (med 12 % af de undersøgte genstande) har et bredt udvalg af varer med stor variation i pris og kvalitet. Mange loppemarkeder er lokalt forankrede og har en blanding af forskellige typer genstande, som de lokale skiller sig af med. Nogle loppemarkeder har dog opbygget et omdømme for at have produkter indenfor en særlig kategorier, tøj fra et særligt segment eller en særlig stil. På samme måde som loppesupermarkeder kan det derfor for nogle lade sig gøre at finde et eller flere faste loppemarkeder, som typisk matcher ens behov.

Modsat loppesupermarkeder, er loppemarkeder tidsbegrænsede. Det gør dem svære at planlægge efter, og betyder også, at man som forbruger skal slå til med det samme, hvis man er interesseret i noget. Loppemarkeder bruges også ofte som social aktivitet.



Foto: Ty Stange

”

Jeg har nogle veninder, der er meget på loppemarked. Så hvis vi f.eks. skal lave noget sammen, eller hvis vi har en weekend i sommerhus, så er det tit sådan, at vi kunne tage på loppemarked.

Kvinde, 28 år, Brønshøj

Genbrugskanaler

Genbrugsstationer

Genbrugsstationer udgør 3 % af de undersøgte genstande. Den kvalitative undersøgelse viser, at genbrugsstationer typisk bruges af de københavnere, der er mest idealistiske omkring genbrug og miljø samt dem, der bor tættest på. De kan godt lide idéen om genbrug og er ikke nødvendigvis kræsne med, hvad de tager med hjem. Som en del af feltarbejdet oplevede vi dog, at der er et segment af brugere af genbrugsstationer, som ikke taler dansk og ikke har kunnet deltage i undersøgelsen. Dette segment kan have nogle andre grunde til at benytte genbrugsstationen end de informanter, vi har talt med, og kan med fordel inddrages i en opfølgende undersøgelse.

Undersøgelsen peger også på, at genbrugsstationerne for nogen af de københavnere, der ikke bruger dem, har et image-problem. Genbrugsstationerne opleves af dem som et socialt initiativ til udsatte borgere, frem for et miljømæssigt initiativ henvendt til alle københavnere. En kvinde i 50'erne nævner eksempelvis, at hun troede, genbrugsstationer kun blev brugt af hjemløse.

” Måske engang imellem kan jeg være heldig at finde noget, hvor jeg siger, det kunne være meget sjovt, eller det stod jeg lige og manglede. Det er nok mest den første.

Kvinde, 27 år, Tingbjerg

” Det er det her med, at du har forskellige spisebordsstole. Og altså det her med sådan en floor couch, der er lavet af nogle tilfældige hynder. Og den æstetik har jeg det helt fint med. Det passer fint til, hvem jeg også er som menneske.

Kvinde, 35 år, Nørrebro

Genbrugskanaler

Byttestationer og -skabe

Bytteskabe udgør 2 % af de undersøgte genstande. De minder grundlæggende om genbrugsstationer, fordi genstandene er gratis og doneres af andre borgere. Men modsat genbrugsstationer er det i endnu højere grad op til borgerne at holde orden, hvilket der ofte negligeres. Det skaber en kaotisk oplevelse, som værdsættes af dem, der kan lide skattejagten, men afskrækker andre borgere.

Udover Københavns Kommunes byttestationer ved fx Biblioteket Rentemestervej, er der fx et ubemandet bytteskab på Wesselsgade og et bogbytteskab på Islands Brygge.



”

Det var jo ikke, fordi vi tog alt, der var. Men for eksempel alle de stofbleer, vi har. Altså, så kom vi herved en dag, og så lå der bare 20 stofbleer.

Kvinde, 28 år, Brønshøj

Genbrugskanaler

Stort affald

Klunsning fra affaldsordningen “stort indbo og indendørs træ” kendes af borgerne stadig under dens tidligere navn, “storskrald”. Det er en udbredt genbrugskanal, som stort set alle 20 informanter i den kvalitative undersøgelse har erfaring med, men kun udgør 3 % af de undersøgte genstande i spørgeskemaet. Det indikerer, at mens mange har prøvet at klunse affald, så sker det for de fleste sjældent.

På trods af, at affald er assorteret og uforudsigeligt, er det i høj grad tilgængeligt, fordi det findes meget tæt på borgernes hjem, hvor de i forvejen smider affald ud. Det gør, at også de borgere, der ellers finder genbrug uoverskueligt, godt kan finde på at anskaffe sig genstande fra affaldet.



”

Jeg tænkte bare, at det var en meget fed stol. Og jeg tror, da vi tog den, så vidste vi ikke helt, om vi selv ville beholde den, eller om vi ville sælge den. Eller om jeg overhovedet ville have den. Men vi tog den, og nu er jeg bare sindssygt glad for den.

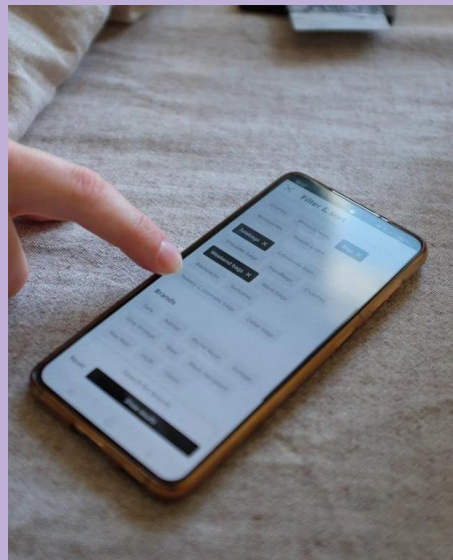
Kvinde, 28 år, Brønshøj

Genbrugskanaler

Digitale markedspladser

Digitale markedspladser som DBA, Facebook Marketplace og Vinted er i dag den mest udbredt type af genbrugskanal og udgør 24 % af de undersøgte genstande. De digitale platforme har nemlig tilføjet et niveau af organisering og convenience til genbrug, hvor man kan søge og filtrere. Det betyder også, at digitale markedspladser er velegnede til planlagte køb, mens det kan være sværere at bruge dem til at opdage ting.

Modsat webshops og kuraterede genbrugsbutikker, kræver digitale markedspladser en større tillid, da der ikke er nogen mellemmand, der garanterer for kvalitet eller stand. Dog tilbyder nogle platforme en garanti for varernes stand og at man faktisk modtager varen.



” DBA er bare meget nemmere at bruge. Man kan søge efter præcis det, man vil have, og så får man kun relevante resultater.

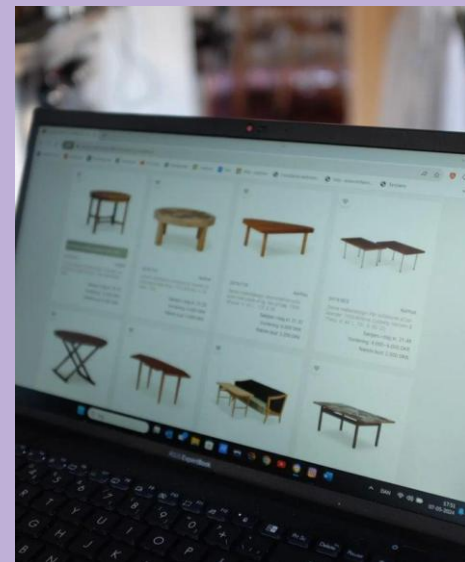
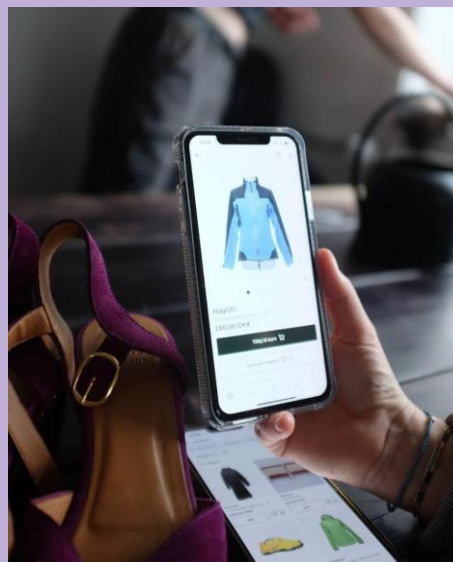
Mand, 56 år, Husum

Genbrugskanaler

Webshops

Webshops udgør 5 % af de undersøgte genstande. Webshops har mange af de samme fordele som digitale markedspladser, men har typisk en sælger eller et andet mellemlid, som sørger for garanti, billeder, organisering, prissætning og levering af genstande. Priserne er typisk højere, men til gengæld giver de en højere tryghed og overskuelighed for dem, der har brug for det.

Eksempler på webshops er Røde Kors Genbrug og GreenMind. Derudover findes der platforme, som er en mellemting mellem markedspladser og webshops. Det er fx auktionshuse som Auctionet og Bruun-Rasmussen, der står for salg af varen, selvom sælgeren kan være privat. På samme måde tilbyder platformen Sellpy at opbevare, fotografere og organisere tøj på vegne af sælgeren.



”

Jeg tror, det er, fordi det er ordnet bedre. Det er mere overskueligt. Altså, det der med at søge på et sofabord og så få 12.000 hits. Det er vanskeligt at komme til, hvis ikke man har fem aftener om ugen til at sidde og gøre det i.

Mand, 53 år, Vesterbro

Genbrugskanaler

Sociale medier

Sociale medier udgør 3 % af de undersøgte genstande. Den kvalitative undersøgelse viser, at Instagram-sider og Facebook-grupper bruges i højere grad til at browse og lade sig inspirere. Her kan man finde en lokal Facebook-gruppe indenfor et særligt interesseområde eller en Instagram-side dedikeret til en særlig æstetik.

Eksempler på genbrugskanaler på sociale medier er “Drømmeslottet” på Instagram og “Køb og salg af byggematerialer på Amager” på Facebook.



”

Jamen, prøv lige at tjekke, hvor fedt det er sat op. Det er tydeligt. Det er ikke irriterende taget billeder. Der er bare så mange farver. Der er noget med det her sådan lidt glas, der giver fine detaljebilleder.

Mand, 24 år, Østerbro

Genbrugskanaler

Venner og familie

Der er også en stor andel af københavnere, der har fået brugte ting gennem venner og familie. Det udgør 15 % af de undersøgte genstande. Det kan være alt fra arvestykker til aflagt tøj og andre genstande, som er overflødige for andre. Ofte er det den, der skal af med noget, der spørger, om modtageren kan bruge det — og hvis de takker ja, modtages det oftest uden betaling.



Foto: Chewy

”

Da jeg var lille, der fik jeg bare mine fætre og kusiners aflagte tøj. Så det roterede rundt i familien

Kvinde, 47 år, Indre By

04 Hvor ofte erstatter genbrug nyt?

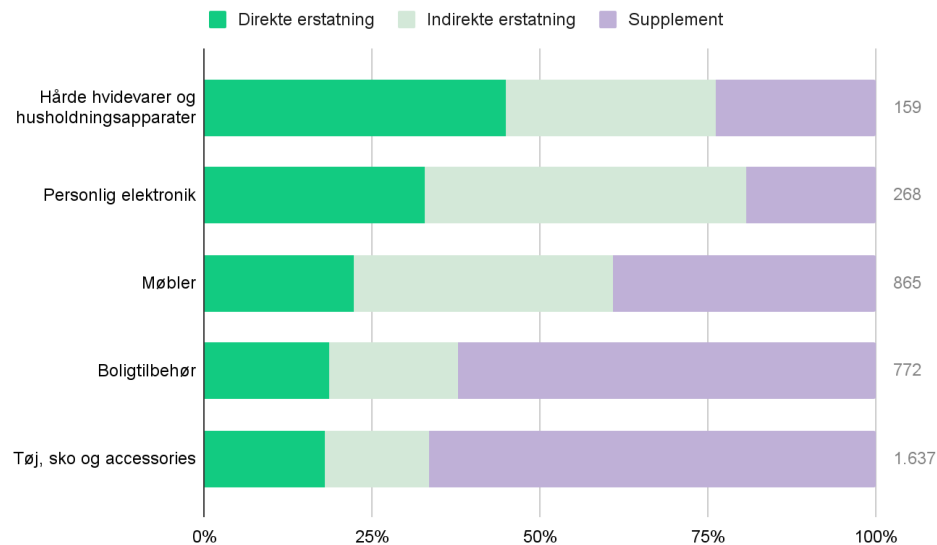
Hvad er de overordnede erstatningsgrader for de forskellige produktkategorier og genbrugskanaler?

Produktkategorier

I dette kapitel giver vi et overblik over erstatningsgraderne fordelt på kategorier og kanaler. På de følgende slides gennemgår vi hver kategori én for én. Derefter sammenligner vi erstatningsgraden pr. kategori indenfor de kommunale genbrugskanaler.

Der er signifikante forskelle på erstatningsgraden mellem alle produktkategorierne. Erstatningsgraden er markant højere for store produkter med høj funktionel værdi end for de små produkter med høj æstetisk værdi. Den højeste *samlede* erstatningsgrad findes blandt personlig elektronik (81 %) og hårde hvidevarer og husholdningsapparater (76 %). Det er samtidig de kategorier, som færrest anskaffer sig brugt. Den samlede erstatningsgrad er markant lavere for tøj, sko og accessories (33 %) og boligtilbehør (38 %), som flest har anskaffet sig brugt. I midten ligger møblerne, som med både funktionel og æstetisk værdi og stor volumen ligger på 61 % samlet erstatning.

Erstatningsgrad fordelt på produktkategorier



Antal genstande = 3701

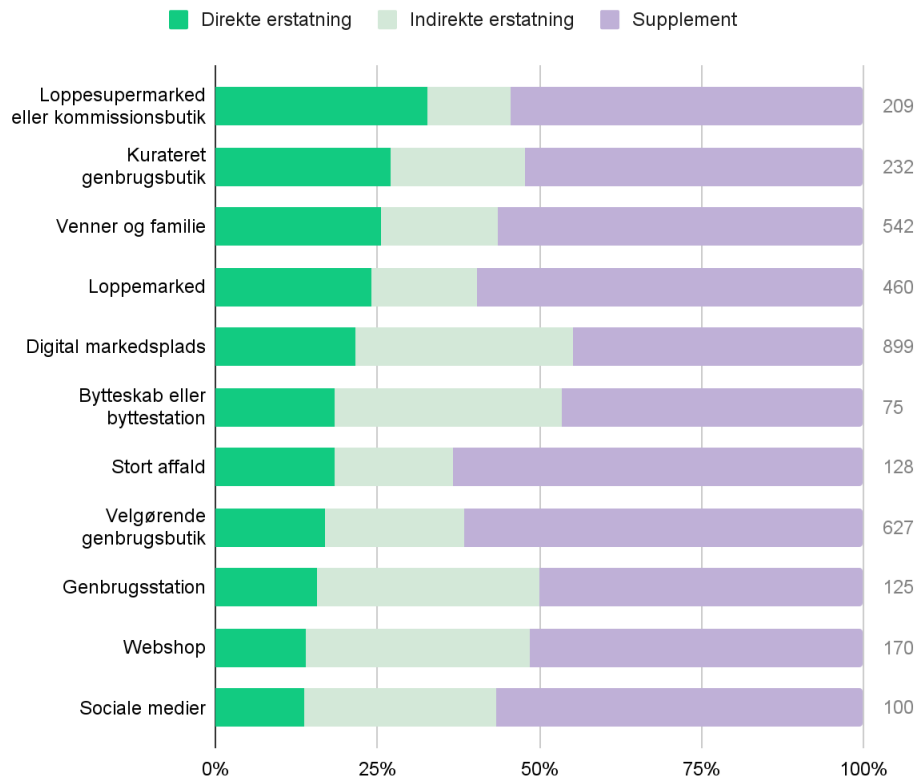
Genbrugskanaler

Til højre ses et overblik over erstatningsgrad fordelt på genbrugskanaler. Produktkategorierne indenfor hver kanal er vægtet efter den generelle fordeling af genstande i undersøgelsen. Det betyder, at resultaterne afspejler et scenarie, hvor hver kanal har den samme sammensætning af produktkategorier, så de kan sammenlignes bedst muligt.

Det betyder, at de største produktkategorier (tøj, sko, accessories, møbler og boligtilbehør) i oversigten udgør størstedelen af erstatningsgraden. Tallene bør derfor kun bruges til at sammenligne kanalerne *relativt* til hinanden.

Generelt er der højere direkte erstatningsgrad ved de organiserede og kuraterede genbrugskanaler såsom kommissionsbutikker og kuraterede genbrugsbutikker, mens genbrugsstationer og velgørende genbrugsbutikker har en lavere erstatningsgrad. Hvis man inkluderer indirekte erstatning, er det digitale markedsplads, der erstatter mest.

Erstatningsgrad fordelt på genbrugskanaler, vægtet



Antal genstande = 3566

Socioøkonomiske faktorer

Vi har også undersøgt hvordan erstatningsgraden adskiller sig på tværs af socioøkonomiske faktorer. Selvom der er små forskelle mellem grupperne, er det dog ikke noget, vi anbefaler at fortolke for meget på. Generelt er det vores vurdering, at erstatningsgraden i højere grad er *situationsbestemt* end den er *personbestemt*.

Mest interessant af de socioøkonomiske faktorer er nok indkomst, hvor københavnere med en årlig indkomst mellem 650.000 kr. og 750.000 kr. har en højere erstatningsgrad. Der der dog ikke væsentligt forskelle mellem de øvrige grupper.

Alle tal om socioøkonomiske faktorer kan findes i baggrundsnotatet.



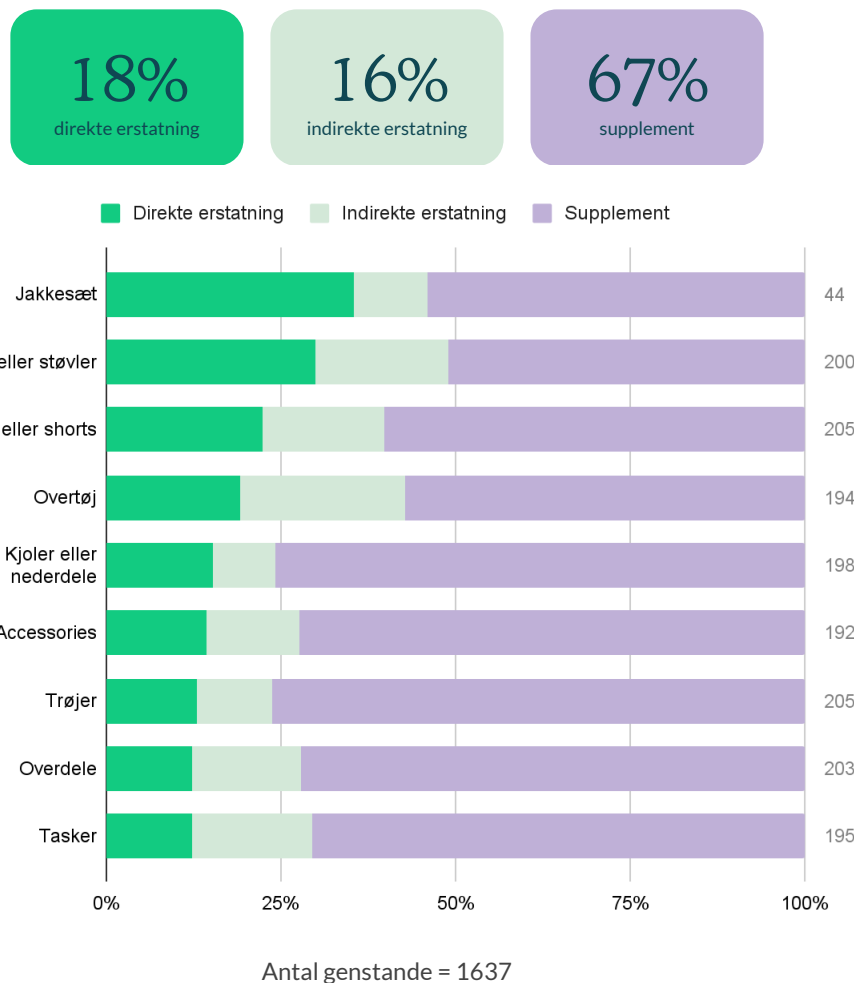


Tøj, sko og accessories

Underkategorier

Tøj, sko og accessories har generelt den laveste erstatningsgrad af alle kategorier. Det kan skyldes at tøj både har høj æstetisk værdi, lav pris og fylder meget lidt i forhold til fx møbler. Det gør det muligt for københavnernerne at anskaffe sig meget tøj, sko og accessories, hvoraf en større andel er et supplement fremfor erstatning.

Mellem de forskellige underkategorier indenfor tøj er der også forskel på erstatningsgraden. I toppen ligger jakkesæt (35 % direkte erstatning) og sko og støvler (30 %), mens tasker og overdele ligger i bunden (12 %). Det kan hænge sammen med, at overdele er hverdagstøj, som ikke fylder så meget, mens jakkesæt for mange bruges sjældnere og sko fylder mere i hjemmet.

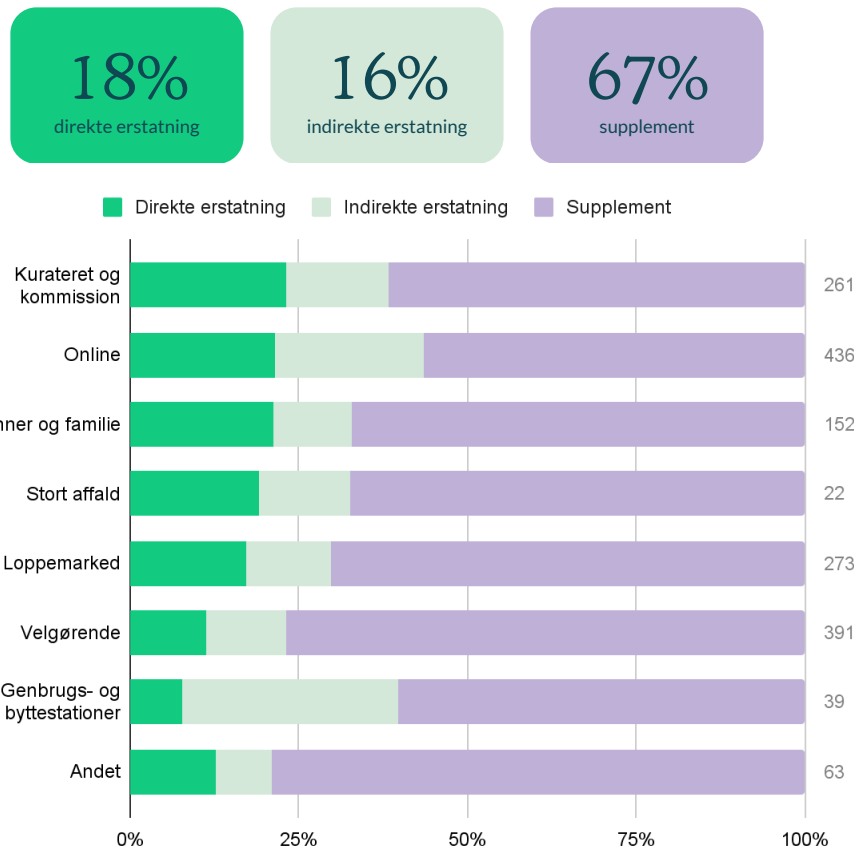




Tøj, sko og accessories

Genbrugskanaler

Der er væsentlig forskel på erstatningsgraden for tøj, sko og accessories mellem de forskellige kanaler. Hvor organiserede kanaler generelt har højere erstatningsgrad, har de ikke-organiserede en lavere erstatningsgrad. Fx har tøj, sko og accessories fra kuraterede genbrugsbutikker 15 % højere direkte erstatningsgrad end tilsvarende fra genbrugsstationer.



Antal genstande = 1637



Boligtilbehør

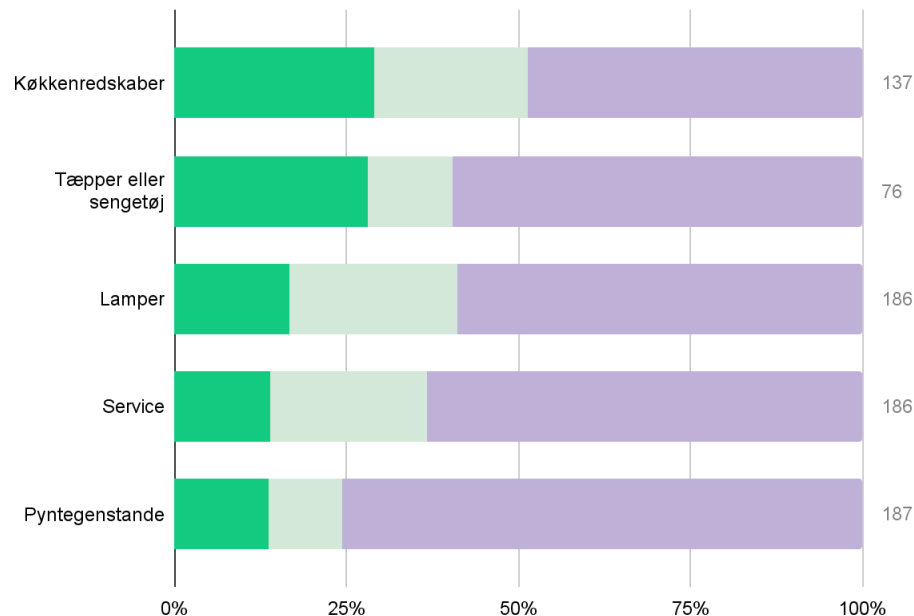
Underkategorier

Ligesom tøj, sko og accessories er boligtilbehør småt og har ofte høj æstetisk værdi. Derfor har det også generelt en lavere erstatningsgrad end de øvrige kategorier.

Indenfor boligtilbehør er det pyntegenstande, der har lavest erstatningsgrad, mens de mere praktiske køkkenredskaber oftere erstatter noget nyt.



■ Direkte erstatning ■ Indirekte erstatning ■ Supplement



Antal genstande = 772

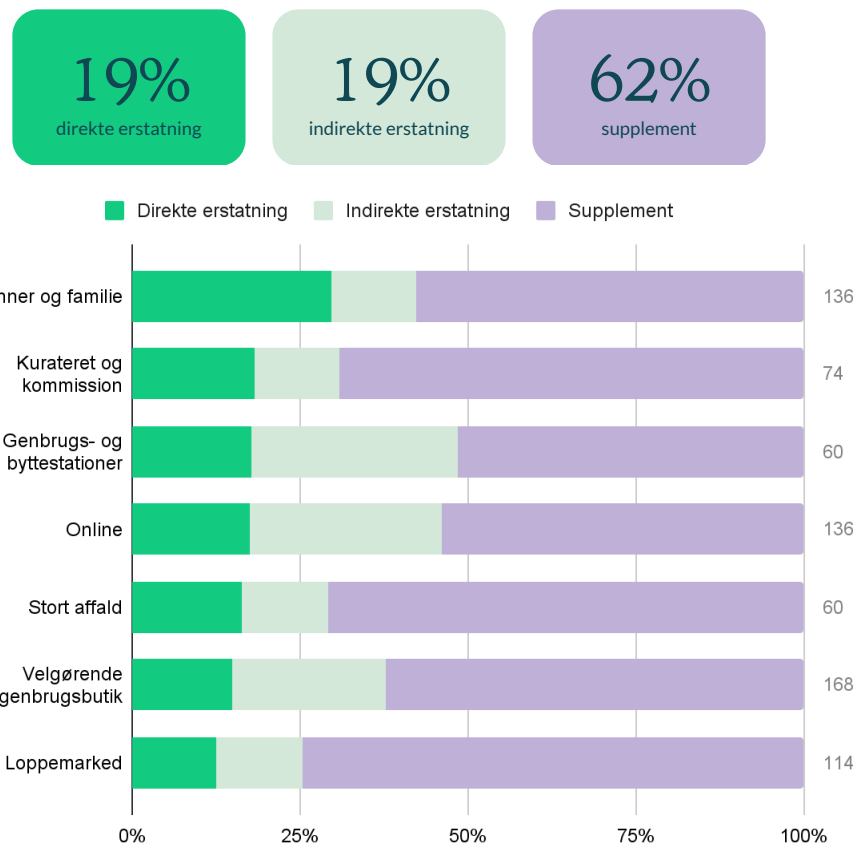


Boligtilbehør

Genbrugskanaler

Boligtilbehør anskaffet gennem venner og familie ligger højest med 30 % direkte erstatning og 42 % samlet erstatning. Den direkte erstatningsgrad for boligtilbehør i de øvrige kanaler ligger cirka 13 % og 18 %.

Den højere erstatningsgrad for boligtilbehør anskaffet gennem venner og familie kan hænge sammen med, at boligtilbehør i højere grad end tøj er funktionelt og at fx nedarvet service godt kan stå i stedet for nyt.



Antal genstande = 748

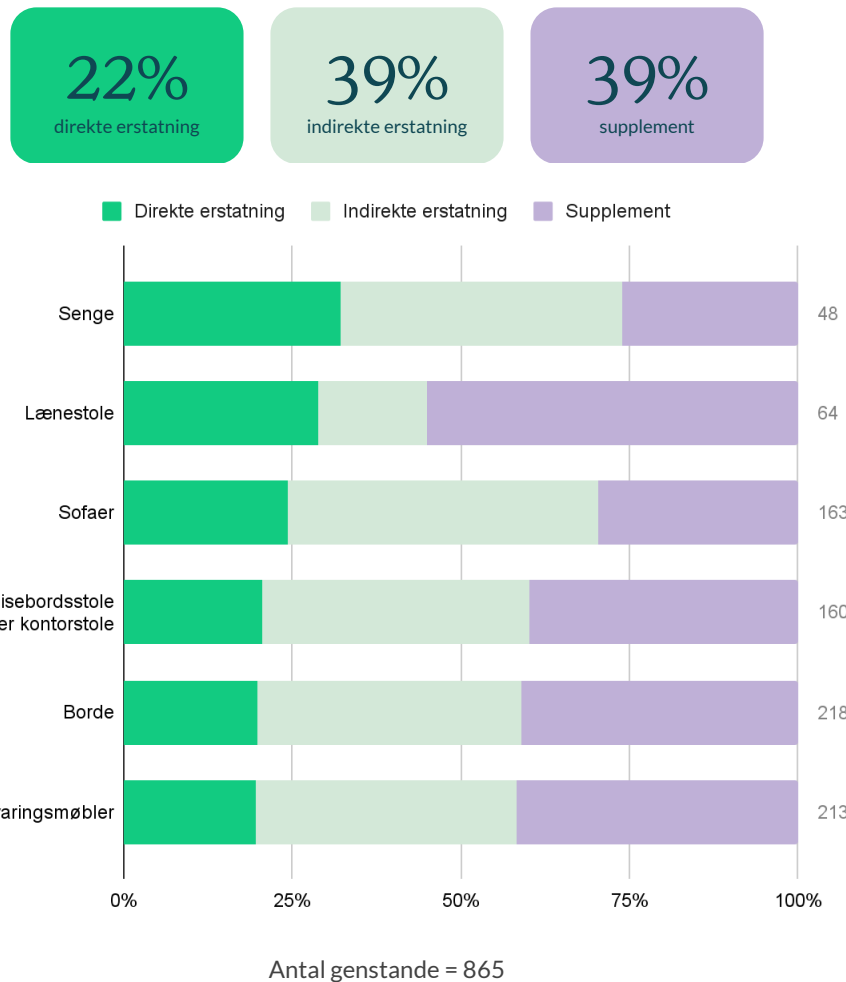


Møbler

Underkategorier

Møbler har også en høj æstetisk værdi, men fylder væsentligt mere end tøj og boligtilbehør. Det gør det sværere for københavnernes at anskaffe sig flere møbler end nødvendigt og betyder, at en større andel brugte møbler erstatter nye møbler.

Senge er den type møbel der oftest erstatter nyt (32 % direkte og 42 % indirekte). Dette kan skyldes, at senge har en høj funktionsværdi. Samtidig er det den møbeltype, der sjældnest anskaffes. Dette kan skyldes, at mange borgere er bekymrede for hygiejnen ved genbrug af senge, ligesom møblet har en lavere æstetisk værdi end mange andre møbler.



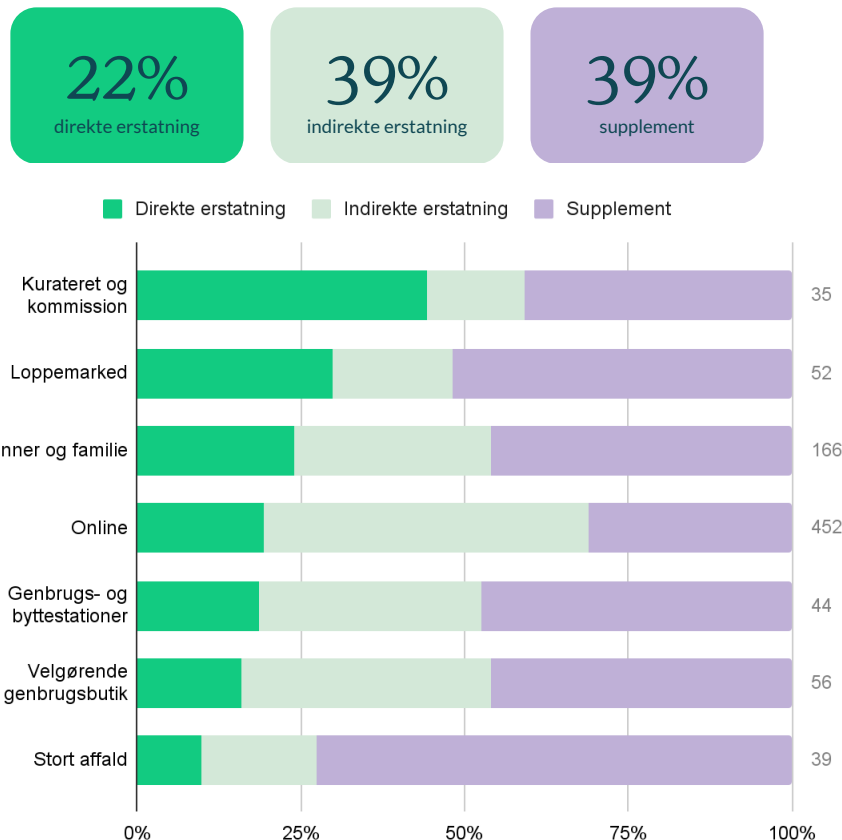


Møbler

Genbrugskanaler

For møbler er det de kuraterede genbrugsbutikker, der giver den højeste erstatningsgrad, med 44 % direkte erstatning og 59 % samlet. Til sammenligning har stort affald kun hhv. 10 % og 17 %, mens den for genbrugsstationer er hhv. 19 % og 34 %.

Modsat andre kategorier har møbler købt på loppemarked en relativt høj erstatningsgrad. Det kan hænge sammen med, at det er logistisk mere besværligt at købe og sælge møbler på loppemarked end fx tøj, hvorfor møblerne udvælges mere nøje end tøj.



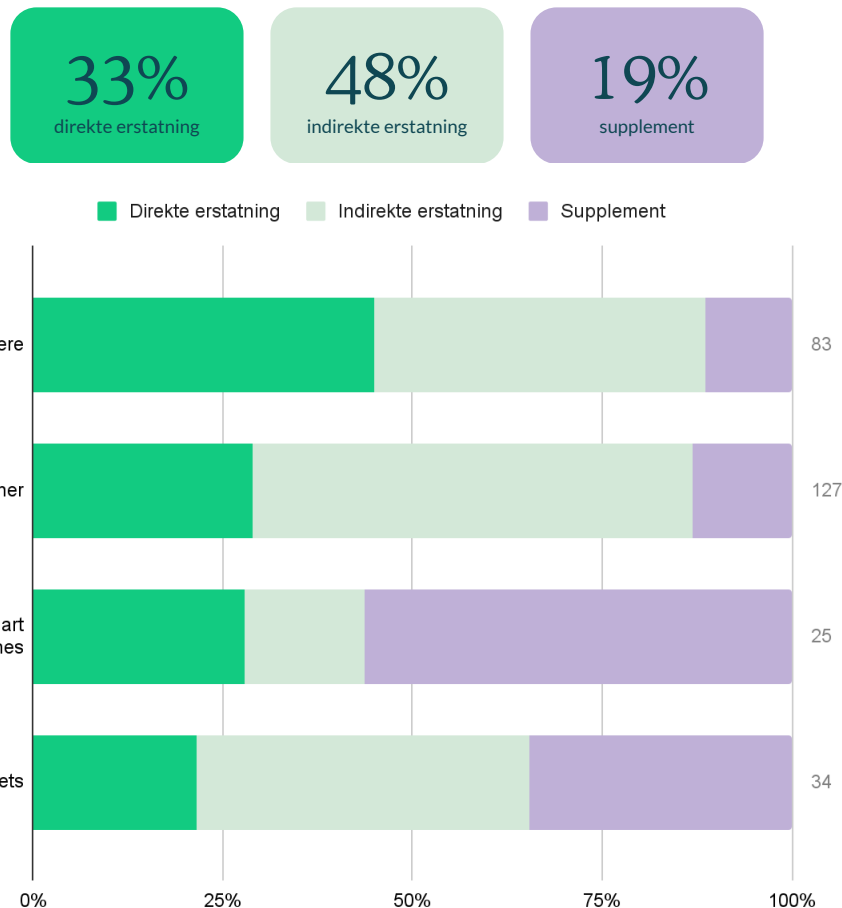


Personlig elektronik

Underkategorier

Personlig elektronik har sammenlagt en direkte ersatningsgrad på 33 % og indirekte på 48 %. Den højere erstatningsgrad for telefoner og computere kan skyldes, at de har høj funktionel værdi og mindre æstetisk værdi. Det er derfor mindre meningsfuldt at have mere end én af hvert produkt.

Indenfor kategorien har computere højst erstatningsgrad på 45 % direkte og 44 % indirekte. Tablets har den laveste direkte erstatningsgrad på 21 %, mens smart watches har den laveste indirekte erstatningsgrad på 16 %. Det kan skyldes, at smart watches opleves som et supplement til telefoner, der lettere kan undværes.



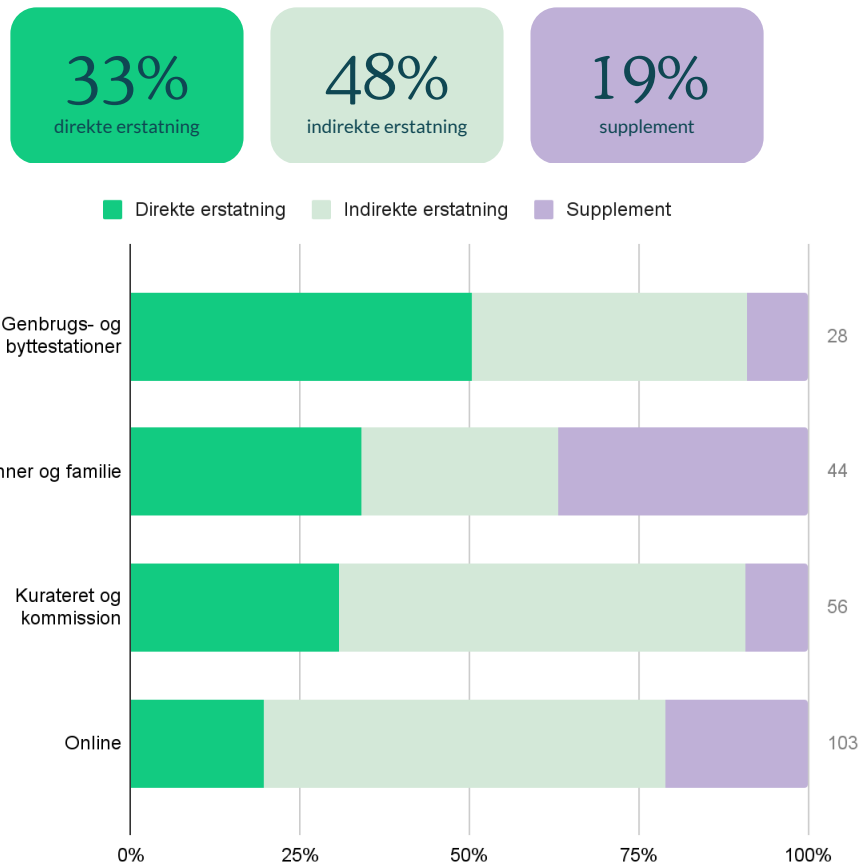


Personlig elektronik

Genbrugskanaler

Størstedelen af personlig elektronik anskaffes enten online eller gennem elektronikbutikker som GreenMind, som tilbyder garanti på produkterne. Personlig elektronik har derfor en overordnet høj erstatningsgrad på 33 % direkte erstatning og 81 % samlet.

I undersøgelsen er der dog også 28 enheder, der er anskaffet på genbrugs- og byttestationer. Her er en endnu højere erstatningsgrad på 50 % direkte og 91 % samlet. Der skal dog tages højde for det lave antal observationer på 28 enheder, hvilket gør tallene mere usikre. Samtidig afleveres personlig elektronik generelt ikke ofte på genbrugsstationer.



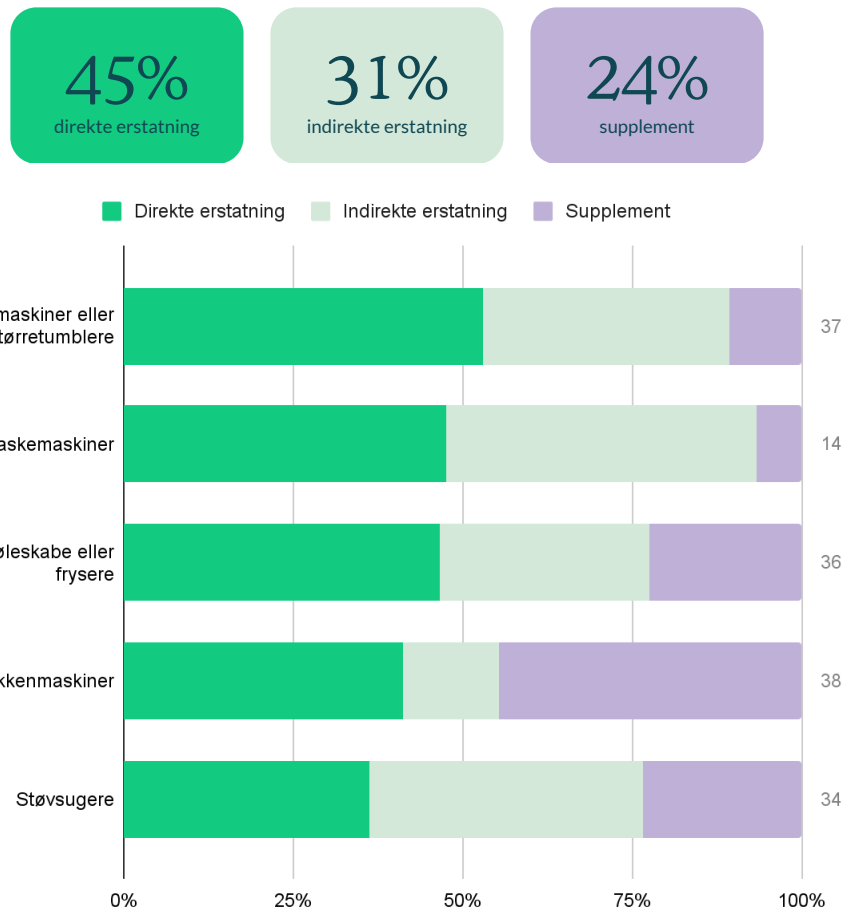


Hårde hvidevarer og husholdningsapparater

Underkategorier

Hårde hvidevarer og husholdningsapparater har den højeste direkte erstatningsgrad af alle produktgrupper på samlet 45 % direkte og 31% indirekte. Det kan hænge sammen med, at apparaterne både har høj funktionel værdi og er fysisk store og tunge, hvilket gør at de sjældnere bliver et supplement til noget, man allerede har.

Indenfor kategorien ligger hårde hvidevarer højt på mellem 47 % og 53 % direkte erstatning og mellem 31 % og 46 % indirekte erstatning. Støvsugere, som fylder væsentligt mindre end hårde hvidevarer, erstatter 36 % direkte og 40 % indirekte.



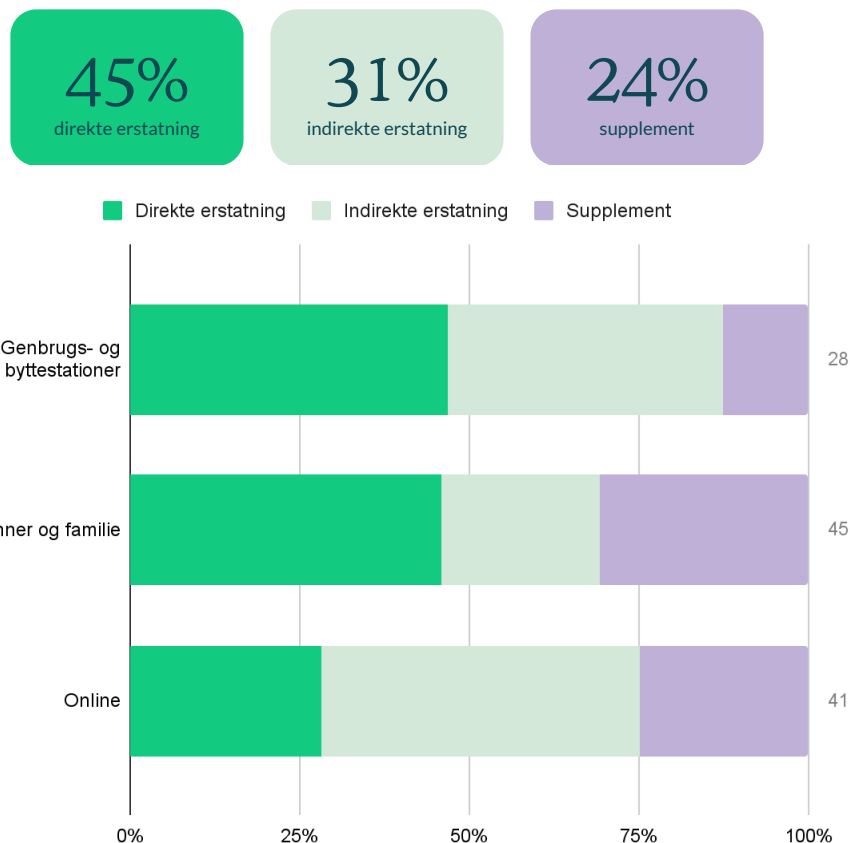


Hårde hvidevarer og husholdningsapparater

Genbrugskanaler

Der er kun få genbrugskanaler, som københavnernes har erfaring med at anskaffe sig hårde hvidevarer og husholdningsapparater gennem. De fleste har anskaffet sig dem gennem online, venner og familie eller genbrugsstationer. For de øvrige kanaler er antallet af observationer under 20, hvorfor de er udeladt i diagrammet til højre.

Den direkte erstatningsgrad er højst for apparater anskaffet på genbrugs- og byttestationer (47% direkte og 41% indirekte) og hos venner og familie (46% direkte og 23% indirekte).



Antal genstande = 114



Kommunale genbrugskanaler

På de forrige sider har vi sammenlignet erstatningsgraden på tværs af genbrugskanaler. Det er med til at give en idé om, hvilke genbrugskanaler der erstatte mest for hver produktkategori.

Københavns Kommune har en særlig interesse i deres egne nuværende genbrugskanaler, nemlig genbrugsstationer og stort affald. Derfor dykker vi i de følgende slides ned i, hvordan erstatningsgraden ser ud på netop disse to genbrugskanaler.



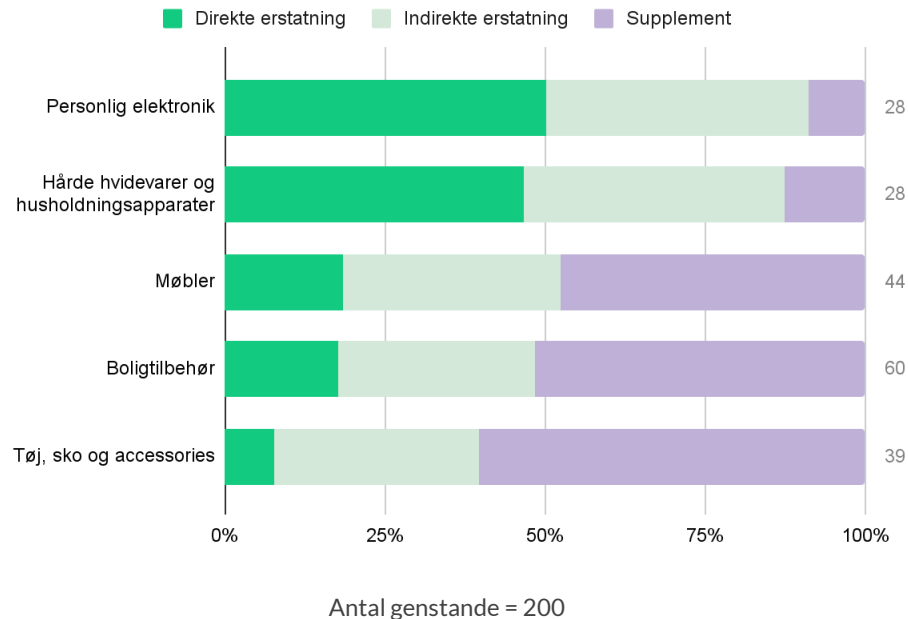


Kommunale genbrugskanaler

Genbrugs- og byttestationer

Erstatningsgraden på tværs af samtlige genstande fra genbrugs- og byttestationerne viser tydeligt, at de store og funktionelle genstande har højst erstatningsgrad, mens især tøj og boligtilbehør erstatter væsentligt sjældnere. Samtidigt er genbrugs- og byttestationerne her, hvor næstfærrest har anskaffet deres genstand. Det er altså ikke københavnernes foretrukne måde at anskaffe sig brugte genstande på.

Hvis man gerne vil fokusere indsatsen på de genstande, der har den højeste erstatningsgrad, kan man med fordel indrette genbrugsstationerne med fokus på genstande med høj funktionsværdi og i mindre grad prioritere tøj, sko og accessories.



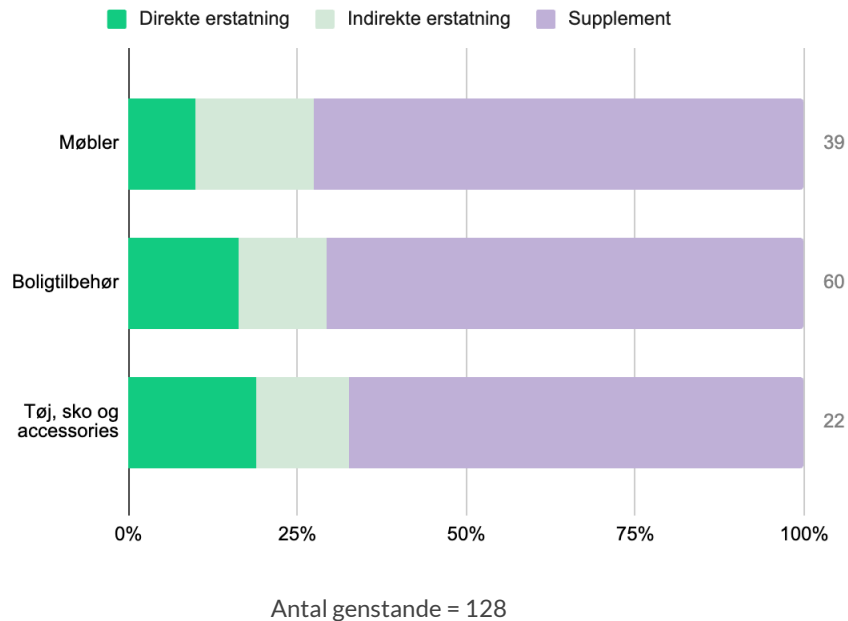


Kommunale genbrugskanaler

Stort affald

Stort affald ("storskrald") har generelt en lavere erstatningsgrad end andre genbrugskanaler, hvilket gælder på tværs af produkttyper. De tre produkttyper, fx klunset fra affaldet, har en direkte erstatningsgrad mellem 10 % og 19 % og en samlet erstatningsgrad mellem 27 % og 33 %.

Der er i undersøgelsen kun fundet 4 genstande indenfor hhv. *personlig elektronik* og *hårde hvidevarer* og *husholdningsapparater*, som er klunset fra stort affald. Derfor kan erstatningsgraden for disse kategorier ikke opgøres her.



05 Hvad påvirker erstatningsgraden?

Hvilke faktorer påvirker erstatningsgraden positivt og negativt?

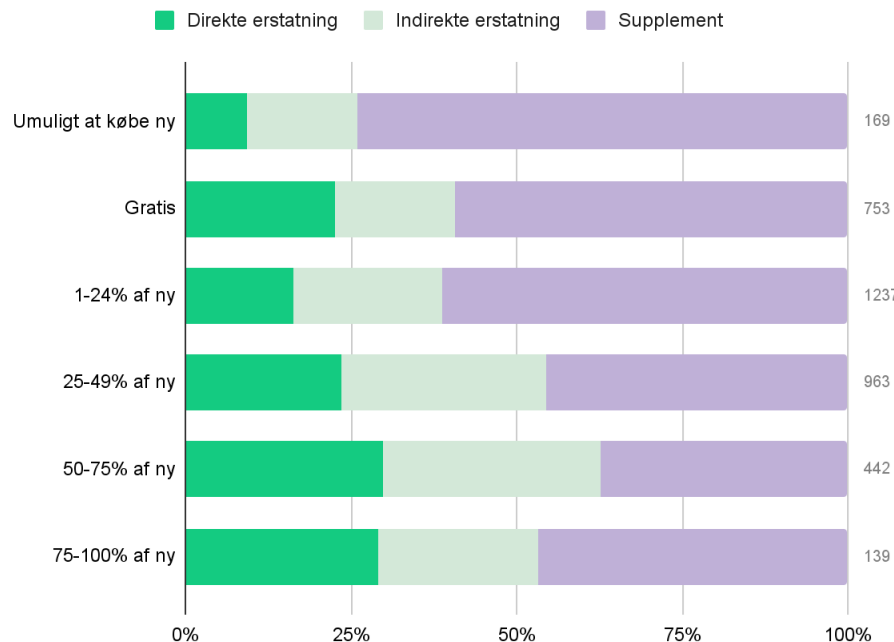
Dyre ting erstatter mest

Når en brugt genstand koster mindst 25 % af nyprisen, er der signifikant højere erstatningsgrad, end når de er gratis eller koster under 25 % af nyprisen.

Det tyder på, at det har en effekt for erstatningsgraden, at man som forbruger skal betale noget for genstanden, og at det ikke opleves som noget, der nærmest er gratis.

Dog er erstatningsgraden lidt lavere for de billigste genstande på 1-24% af nypris end den er for de gratis genstande. Det kan hænge sammen med, at de fleste gratis genstande er anskaffet gennem familie og venner. Familie og venner har generelt en høj erstatningsgrad, hvilket kan skyldes, at de har mulighed for at give noget, som de tror, man har brug for.

Erstatningsgrad fordelt på prisforskel mellem brugt og nyt



Antal genstande = 3701

Spg. Hvor meget betalte du for den brugte overdel sammenlignet med prisen for en tilsvarende ny overdel?

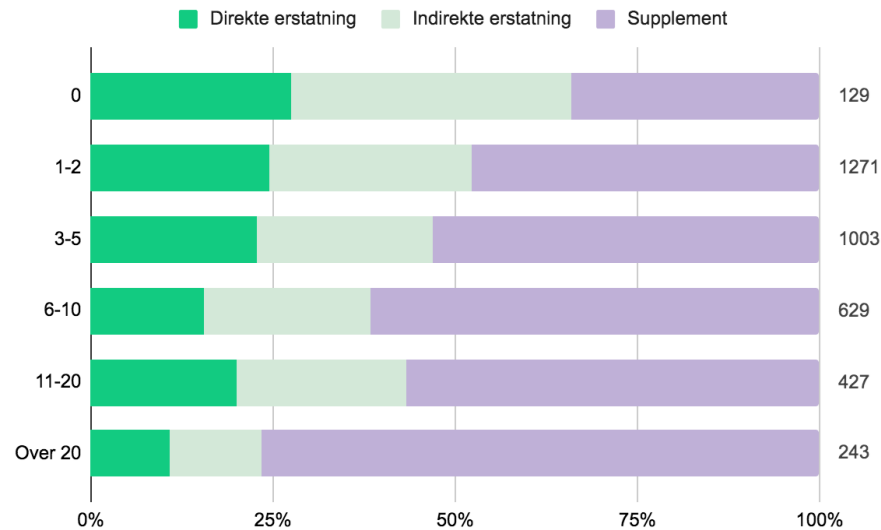
Højest erstatningsgrad hos dem, der anskaffer sig færrest brugte ting

På diagrammet til højre sammenholder vi erstatningsgraden med det antal brugte genstande, respondenter anskaffer sig årligt indenfor den pågældende kategori.

Her er en tendens til, at erstatningsgraden er højere, jo færre brugte ting man anskaffer sig. Det tyder på, at brugte genstande oftere blive et supplement, jo oftere man anskaffer dem.

Alle respondenter har anskaffet sig brugte genstande indenfor de seneste to år, men ikke alle har anskaffet sig noget indenfor det seneste år. Kategorien 0 på diagrammet refererer således til dem, der ikke har anskaffet sig nogle genstande inden for det seneste år. Og for disse er erstatningsgraden af deres anskaffede genstande størst.

Erstatningsgrad fordelt på årlig anskaffelse af brugte genstande



Antal genstande = 3701

Forudsigelighed

En særlig udfordring for genbrug er den kritiske masse, der gør, at man ved, hvad man kan forvente at finde. Dette er især vigtigt for de borgere, der oplever at have begrænset tid, eller som ikke har lyst til at bruge tid på at anskaffe sig noget. Kritisk masse har betydning for erstatningsgraden, fordi genbrug i højere grad kommer til at stå i stedet for købet af noget nyt, når man på samme måde kan forvente, hvad man kan finde.

Den samlede erstatningsgrad er derfor også 15 procentpoint højere for dem, der fandt det afgørende at kunne få hurtigt fat i den brugte genstand. Samtidig er den 20 procentpoint højere for dem, der fandt det afgørende at de vidste, hvad de kunne forvente at finde brugt.

+20 %

højere erstatningsgrad hos dem, der fandt forudsigelighed vigtigt, da de anskaffede sig en genstand



”

Jeg synes jo, at det er lige så nemt at tage herind, som det er at tage i IKEA. Jeg ved godt, så priserne også lidt nogle andre, men så er man måske også lidt mere overvejet, før man kører herind.

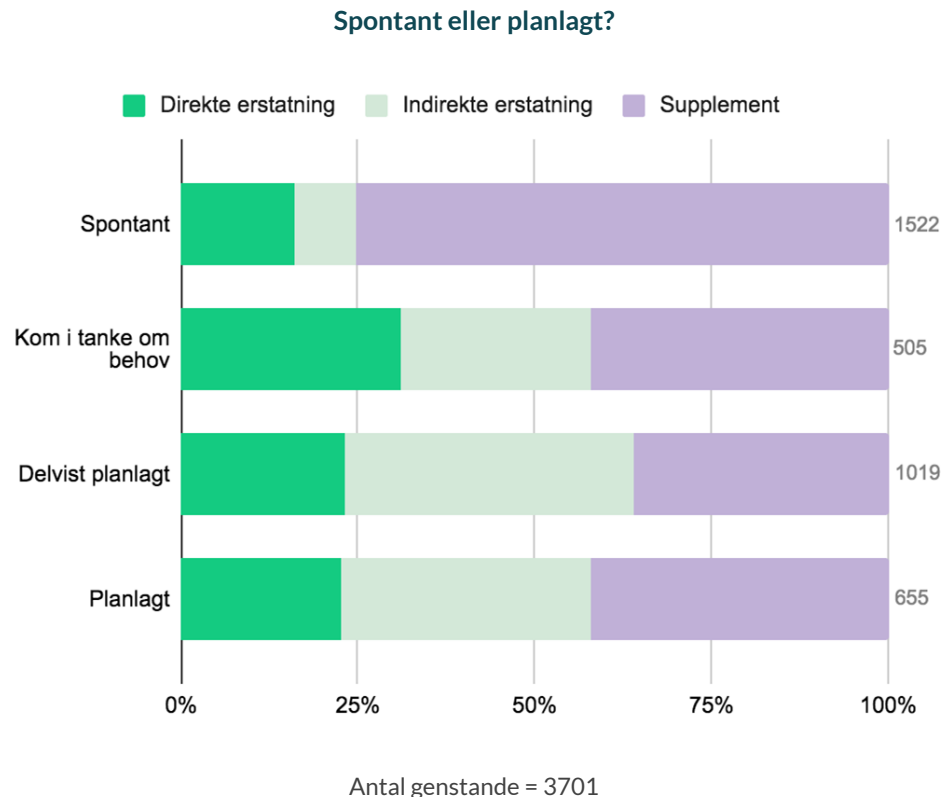
Kvinde, 40 år, Brønshøj, om Veirhanen (retrobutik)

Forudsigelighed

Planlagte køb erstatter mest

Der er signifikante forskelle på erstatningsgraden afhængig af, om anskaffelsen var planlagt eller ej. Vi har givet respondenterne fire forskellige svarmuligheder for at fange flest mulige nuancer mellem planlægning og spontanitet, men der er størst forskel mellem de spontane fund og de øvrige muligheder.

Det betyder, at spontane køb ofte ikke erstatter nyindkøb, mens køb, der udspringer af et på forhånd erkendt behov, i højere grad erstatter nyindkøb.



Helt spontant: Jeg anskaffede mig genstanden spontant.

Kom i tanke om behov: Jeg vidste, at jeg gerne ville have en genstand som den, men huskede det først, da jeg så det.

Delvist planlagt: Jeg ledte efter genstanden, men ikke specifikt den, jeg anskaffede mig.

Helt planlagt: Jeg ledte specifikt efter genstanden som den, jeg anskaffede mig.



+20 %

højere erstatningsgrad hos dem, der fandt det vigtigt, at det var nemt at finde noget, der passede til deres behov

Forudsigelighed Mål og behov

Når man har identificeret et behov, om det så er praktisk eller æstetisk, er det for mange borgere vigtigt, at forbruget matcher behovet. Det gælder fx tøj, der skal passe til ens krop, og møbler, der skal passe ind et særligt sted i en lille lejlighed.

Derfor er det et problem for anskaffelsen af brugte genstande, hvis borgeren ikke kan forvente at opfylde deres behov gennem genbrug, hvilket ofte fører til at de køber noget nyt i stedet.

Genstande, der i mindre grad opfylder københavnernes behov, har også lavere erstatningsgrad. For de borgere, der fandt det vigtigt, at det var nemt at finde noget, der passede til deres behov, er erstatningsgraden 20 procentpoint højere. I spørgeskemaet har vi tilpasset formuleringen, så den for tøj og møbler dækker specifikt over størrelser, mens den for andre kategorier dækker mere bredt over behov.



+18 %

højere erstatningsgrad hos dem, der fandt funktioner vigtige, da de anskaffede sig en brugt genstand

Forudsigelighed Funktioner

Indenfor hver produktkategori er der stor forskel på, hvilke funktioner genstandene har. Selvom man er villig til at anskaffe sig noget brugt, kan man have særlige behov til både sociale og praktiske funktioner.

Til venstre ses et billede af en af informanternes hjem, der hovedsageligt består af antikviteter, som han finder smukke, men ikke nødvendigvis komfortable. I denne stue havde han et ønske om at kunne være afslappet med sin partner, og det kunne han ikke finde brugt. Derfor købte han i stedet to nye sofaer, selvom han ikke er tilfreds med æstetikken.

Tilgængelighed

Der er stor forskel på, hvor tilgængelige forskellige typer af brugte genstande er. Mens markedet for tøj til kvinder opleves at være stort, er det ikke i samme grad tilfældet for herretøj. Fysiske genbrugsmøbler opleves som værende mindre tilgængelige i København, og samtidig er de svære at transportere. Det ses bl.a. hos en mand i 30'erne, der havde brug for et tv-møbel. Generelt foretrækker han genbrugsmøbler pga. æstetikken, men afstanden til genbrugsbutikker med møbler blev for stor til, at han priorerede det. I stedet købte han et tv-møbel i Jysk.

Selvom vi har identificeret tilgængelighed som en vigtig faktor for erstatningsgraden i den kvalitative undersøgelse, er der ikke forskelle i den målte erstatningsgrad. Det kan hænge sammen med, at tilgængelighed er sværere at afdække i et spørgeskema.



”

Jeg synes ikke, der er så mange butikker i nærheden, som har sådan nogle [brugte] møbler. Jeg tror bare, det havde været nemmere at gå i Jysk herovre. Der er flere butikker, der har nye ting. Så hvis der havde været en eller anden fed genbrugsforretning, hvor der havde været en masse møbler, så tror jeg, det havde været det.

Mand, 33 år, Amager

Tilgængelighed Levering

Transport af store møbler er en væsentlig barriere for især københavnere uden bil. Store møbelvarehuse som IKEA tilbyder levering til kantsten eller op i lejligheden, og det gør det ofte nemmere at købe nyt.

Det er derfor mere besværligt at vælge brugt end nyt, når det kommer til møbler. Det viser, at dem der vælger brugt ofte er mere idealistiske omkring genbrug – enten af prismæssige, miljømæssige eller æstetiske årsager. Ved at tilbyde flere muligheder for levering af brugte møbler er der potentiale for at appellere til en ny målgruppe, hvilket vil føre til højere erstatningsgrader.

+ 15 %

højere erstatningsgrad hos dem, der fandt levering vigtigt, da de anskaffede sig en brugt genstand

”Bare det praktiske omkring det, synes jeg, det gør, at jeg vil stærkt overveje at købe noget fra nyt. Måske, hvis de havde en levering. Det ville gøre en kæmpe forskel, at jeg ikke skal tænke på, at skal jeg leje en bil for at kunne købe det her, og så skal jeg betale for en bil.

Kvinde, 27 år, Tingbjerg

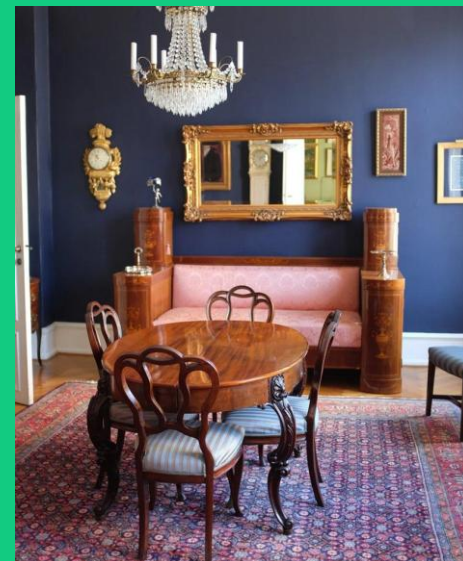
Æstetik

Der er stor forskel på, hvilken rolle æstetik spiller, når det kommer til genbrug. Mens mange vælger brugte genstande for at opnå en anderledes æstetik end den, man finder ved køb af nye varer, er der andre, der genbruger af pris- og miljøhensyn.

Den unikke stil og karakter ved genbrug tiltrækker dem, der søger noget særligt. Det gælder især for møbler, tøj og boligtilbehør, hvor nogle ser genbrug som en mulighed for at skille sig ud.

For de københavnere, der foretrækker en moderne og strømlinet stil, kan det dog være en barriere at finde brugte ting, der passer til deres smag.

Æstetik og smag er dog svært at afdække i et spørgeskema. Derfor er der heller ikke målt nogen kvantitative forskelle i erstatningsgraden for æstetik



”

Jeg ville have et hvidt bord. Og det virkede ikke som om, at man var i stand til at købe det brugt. De har tit sådan en sort kant i plastik, som kommer til at ligne sådan noget storebæltsfærge. Og det gad jeg ikke, så vi købte et nyt.

Mand, 53 år, Vesterbro

Æstetik Orden

Mange genbrugsentusiaster foretrækker den rodede indretning, hvor de kan gå på “skattejagt”. Men for andre kan det være en barriere, da de er vant til mere overskuelige butiksmiljøer. For disse forbrugere kan manglende struktur være en udfordring. Til gengæld gør digitale markedspladser det lettere at finde genbrugsprodukter ved hjælp af filtre og søgefunktioner, som hurtigt hjælper dem med at finde, hvad de leder efter.

Erstaningsgraden er 8 % højere for dem, der finder det vigtigt at det er nemt at orientere sig, mens den er 22 % lavere for dem, der finder det vigtigt at gå på skattejagt blandt forskelligartede ting.

-22 %

lavere erstatningsgrad hos dem, der fandt det vigtigt at kunne gå på skattejagt blandt forskelligartede ting



”

Jeg synes faktisk, at Malmø er rigtig gode til sådan noget med at lave nogle genbrugsbutikker, hvor de havde kategoriseret tøjet på en måde, der gjorde det overskueligt. Det blev jeg faktisk meget positivt overrasket over.

Kvinde, 40 år, Brønshøj

Æstetik

Identitet

Forbrug hænger i høj grad sammen med vores selvforståelse og identitet. Mens nogle går på genbrugsstationer og i velgørende genbrugsbutikker, fordi de føler, at det passer ind her, er denne identitet afskrækkende for andre.

For dem, der ikke føler sig hjemme i eksempelvis velgørende genbrugsbutikker, har det været en stor hjælp at markedet for kurateret genbrug er vokset. Her tilstræber butikken ofte en særlig æstetik, som denne gruppe borgere bedre kan se sig selv i.

Der er derfor potentiale i at øge genbrugsmængderne med høj erstatningsgrad ved at udvide genbrugsmarkedet yderlige for nye segmenter.

Identitet er følsomt og svært at afdække i et spørgeskema. Derfor er der heller ikke målt nogen kvantitative forskelle i erstatningsgraden for denne faktor.

” Jeg følte, jeg ikke passede ind, fordi jeg havde for corporate tøj på. Jeg kiggede på dem der var der, og jeg tænkte, årh det er cool, det tøj du har på. Men jeg ville aldrig selv gå med det. Så jeg følte ikke, at jeg passede ind.

Kvinde, 24 år, Østerbro, om vintage-butikker

” Det er mere sådan tidssvarende, at det netop ikke er noget fra nogle gamle damer, som jeg skal omforme til mig. Men det er mere nogen, som jeg føler, at jeg er på bølgelængde med, der sælger det her tøj. Som har den samme stil som mig, og som kan lide de samme mærker som mig.

Kvinde, 28 år, Brønshøj, om Lidkøb (loppesupermarked)

Æstetik Renlighed

Der er en stigende interesse for genbrug blandt et segment, som stiller højere krav til varernes stand. De køber typisk også mange nye ting, men har ikke noget imod at anskaffe sig brugte ting, hvis de er i næste lige så god stand som noget nyt. Når de brugte genstande er rengjorte, kommer de i højere grad til at ligne, at de er nye. Dette gør det mere sandsynligt, at genstandene også erstatter købet af noget nyt.



+7 %

højere erstatningsgrad hos dem, der fandt renlighed vigtigt, da de anskaffede sig en brugt genstand



”

De her billeder, de giver dig overhovedet ikke en følelse af, at det er brugt. De har jo rensat tingene så meget, at det fremstår helt rent, når du rører ved det. Så der er jo ikke noget med, at det hverken er fedtet eller fremstår på nogen måde nusset.

Kvinde, 50 år, Amager, om Sellpy (digital markedsplads)

Tryghed

Særligt indenfor de elektroniske kategorier er der mange københavnere, der ikke oplever det som trygt at anskaffe sig brugte genstande. Men det gælder også for de digitale genbrugskanaler, hvor man ikke altid kan vide sig sikker på, hvad man modtager. For elektronik efterspørger borgerne også en sikkerhed for, at enhederne er rensset for data inden købet.

Den manglende tryghed kommer især til udtryk ved genbrugskanaler, hvor der ikke er nogen form for kvalitetssikring, istandsættelse eller garanti – særligt digitale markedspladser, affaldsrum og genbrugsstationer. Den manglende tryghed kan holde københavnernes fra at anskaffe sig brugte ting, og betyde at de brugte genstande, der faktisk anskaffes, i højere grad bliver et supplement end en erstatning.

Tryghed er ikke målt direkte i spørgeskemaet, men i stedet som en del af faktoren “garanti”.

” Det der med at skulle ud til nogen, og så var sådan, jamen, kan vi ikke slutte den til? Og må jeg lige se den centrifugere for at være sikker på, at du ikke er ved at sælge mig en vaskemaskine, der ikke virker?

Kvinde, 33 år, Nørrebro

Tryghed Garanti

Den tydeligste måde at skabe tryghed er at tilbyde en garanti på varen. Her er kanaler som GreenMind, Swappie og Refurbed gode eksempler på kanaler, der giver borgerne en tryghed ved genbrug af personlig elektronik. På samme måde tilbyder fx Vinted en køberbeskyttelsesgaranti, som sikrer at ens penge kan refunderes, hvis genstanden ikke lever op til det, der blev lovet.



+34 %

højere erstatningsgrad hos dem, der fandt garanti vigtigt, da de anskaffede sig en brugt genstand

” Hvis jeg køber for eksempel en hækkeklipper eller et eller andet, så har jeg en eller anden idé om, at det skal man købe fra ny af. Fordi jeg forestiller mig, at når det er brugt, så holder det ikke så længe. Og så har jeg ingen garanti på det.

Kvinde, 50 år, Amager

Tryghed Installation

Hårde hvidevarer har, udover behovet for garanti og levering, også den udfordring, at de skal installeres. Installering af hårde hvidevarer er for de fleste en uoverskuelig opgave, som kræver professionel hjælp. Nogle er derudover bekymrede for, hvorvidt det er lovligt at installere hårde hvidevarer selv. Andre oplever krav fra deres forsikring til, at hvidevarer skal installeres af en professionel.

Til sammenligning tilbyder butikker med hårde hvidevarer typisk både levering og installation, hvilket gør det svært for genbrug at konkurrere. Genbrugsplatforme som Recirk er begyndt at tilbyde samme service, men det har stadig begrænset udbredelse. Derfor er der heller ikke målt nogen kvantitative forskelle i erstatningsgraden.

” For at min forsikring dækker, og for at boligselskabet ikke holder mig ansvarlig hvis der sker noget, så skulle det være installeret af en autoriseret installatør.

Kvinde, 33 år, Nørrebro

06 anbefalinger

Hvordan kan Københavns Kommune bruge resultaterne i udviklingen af klimaeffektive genbrugsindsatser?

Målret genbrugsindsatsen mod nybegyndere

Når man skal ændre adfærd, anbefaler vi typisk at starte med de motiverede. Det har Københavns Kommune allerede gjort med stor succes og er lykkedes med at øge genbrugsmængderne fra genbrugsstationerne betragteligt.

Men det er stadig kun et mindretal af københavnernes, der anskaffer sig brugt indenfor hver kategori. Og erstatningsgraden er højest blandt dem, der anskaffer sig *færrest* brugte genstande. Derfor anbefaler vi, at I målretter genbrugsindsatsen mod nye genbrugsshoppere, som har svært ved at komme i gang med genbrug. Det kan I gøre både gennem genbrugsstationer og partnerskaber med private aktører. I de næste sider vil vi gennemgå, hvordan begge dele kan gøres.



Partnerskaber

Planlægning og logistik

Det private marked favoriserer de genstande, der er størst udbud af og bedst økonomi i. Som kommune kan I gå forrest ved at lukke nogle af de huller med henblik på at udvide markedet med høj erstatningsgrad.



Indtænk genbrug i flere handelsområder

I dag er genbrugskanaler ofte mindre tilgængelige end butikker med nyt. Det gør genbrug til et aktivt tilvalg, som primært bruges af dem, der går op i det.

Hvis genbrug skal normaliseres, skal det integreres i de handelsområder, hvor borgerne ellers kommer. Det kan fx være i storcentre som Field's og Fisketorvet eller på handelsgader som Strøget. Lav derfor partnerskaber med storcentre, handelsforeninger og indtænk det i byplanlægningen, så genbrug bliver tilgængeligt på lige fod med nyt.



Nemmere adgang til store genstande

Store genstande som møbler og hårde hvidevarer opleves som mindre tilgængelige i København, hvor mange butikslokaler er små. Det gør det mindre tilgængeligt end bolighuse, som tilbyder levering – særligt fordi et mindretal af københavnere ejer en bil.

Understøt derfor leveringsmuligheder til digitale platforme, fx ved at facilitere et samarbejde mellem DBA og fragtfirmaer, der tager inspiration i Vinteds samarbejde med DAO, PostNord og Bring. Det kan også være ved i højere grad at fremme muligheden for større fysiske genbrugskanaler med møbler og hårde hvidevarer.

Facilitér nye fysiske genbrugskanaler

Det private marked favoriserer de genstande, der er størst udbud af og bedst økonomi i. Som kommune kan I gå forrest ved at lukke nogle af de huller med henblik på at udvide markedet med høj erstatningsgrad.



Understøt kuraterede genbrugsbutikker og kommissionsbutikker

På tværs af produktkategorier har de kuraterede genbrugsbutikker og kommissionsbutikker en høj erstatningsgrad. Målt på direkte erstatning erstatter de mest af alle kanaler. Samtidig viser den kvalitative undersøgelse, at denne type genbrugskanaler er mere tilgængelige for en bredere gruppe af borgere, da de i højere grad ligner de butikker, de kender. I kan derfor med fordel understøtte og promovere disse kanaler.



Tøj til mænd, i store størrelser og i andre stilarter

Tøj er den produktkategori, som flest har erfaring med at anskaffe sig brugt. Der er dog stadig mange borgere, der ikke kan se sig selv i det nuværende genbrugsmarked. Derfor er der potentiale for at udvide genbrugsmarkedet med fokus på herretøj, tøj i store størrelser og tøj i simpel, mindre spraglet stil.



Trygt genbrug af husholdningsapparater

Brugtmarkedet vokser indenfor især telefoner og computere. Men det er svært for det private marked at drive forretning på reparation og gensalg af elektronik såsom køkkenmaskiner og andre husholdningsapparater. Hvis apparaterne istandsættes og renses, er mange københavnere åbne over for genbrug, og der er derfor et potentiale for at understøtte dette marked.

Genbrugsstationer

Fokuser på funktionelle genstande

Genbrugsmarkedet for æstetiske genstande er i vækst. Disse kan købes mange steder, der giver en god shoppingoplevelse. På genbrugsstationerne er oplevelsen dog, at der også er rodede, ødelagte og assortede genstande. Vi anbefaler derfor, at I fokuserer på funktionelle genstande her:



Møbler

Møbler har generelt en relativt høj erstatningsgrad og afsættes allerede på genbrugsstationer. Her kan de særligt appellere til borgere, der går mere op i funktionalitet end i æstetik. Afsætningen af møbler kan med fordel øges ved at øge graden af orden på genbrugsstationer.



Husholdningsapparater

Der er generelt få borgere, der har erfaring med genbrug af husholdningsapparater, ligesom det private marked er begrænset. Derfor er der potentiale for at afsætte flere husholdningsapparater med høj erstatningsgrad – særligt hvis de rengøres og I sikrer, at de virker.



Service og køkkenredskaber

Service og køkkenredskaber er holdbare, praktiske og bruges af alle borgere. Mange er vant til at købe dem i varehuse som IKEA, men har ikke store forventninger til deres æstetik eller funktion. Derfor fungerer de fint på genbrugsstationer, på trods af at erstatningsgraden generelt er lav.



Byggematerialer

Selvom de ikke har været en del af denne undersøgelse, ser vi i høj grad byggematerialer som en vigtig del af de funktionelle genstande, der med fordel kan afsætte på en genbrugsstation.

Afsæt til det private genbrugsmarked

Der er i dag et velfungerende genbrugsmarked indenfor flere produktkategorier. I de tilfælde, hvor genbrugsstationerne har svært ved at skabe mere værdi end de private kanaler, kan I med fordel indsamle genstandene til afsætning på det private marked. Vi anbefaler, at I fokuserer på disse genstande:



Tøj, sko og accessories

Der er i København og online et stort marked for brugt tøj indenfor både humanitære organisationer, vintage-butikker og digitale markedspladser. Der er så høj tilgængelighed af genbrugsbutikker med tøj, at I med fordel kan indsamle tøj til fx Røde Kors, Folkekirkens Nødhjælp og Frelsens Hær frem for at afsætte det på genbrugsstationer.



Personlig elektronik

Markedet for istandsat elektronik er også i vækst, hvor især GreenMind, Swappie og Refurbed dominerer. Københavns Kommune har i løbet af 2024 kørt et testforsøg med indsamling af brugt elektronik til gensalg i udlandet. I kan med fordel bygge videre på dette initiativ og på den måde bidrage til indsamling på det private marked, hvor trygheden i højere grad er sikret.



Hårde hvidevarer

Brugte hårde hvidevarer har fortsat begrænset udbredelse, men virksamheden Recirk indsamler, istandsætter og videresælger allerede i dag hårde hvidevarer. Senest har de indgået et partnerskab med Elgiganten, hvilket har potentiale til at øge tilgængeligheden væsentligt. Støt op om partnerskaber som disse og understøt københavnernes kendskab til det.

Genbrugsstationer

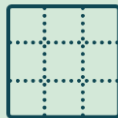
Gør genbrugsstationerne mere tilgængelige

Der er et stort potentiale i at øge tilgængeligheden af genbrugsstationerne, så de er attraktive for borgere, der ikke er vant til genbrug. Det kan gøres gennem følgende tre fokusområder:



Skab forudsigelighed

I dag er (nær)genbrugsstationer et lokalt sted, hvor man kan blive overrasket og gå på skattejagt. Men det giver ikke en høj erstatningsgrad. Derfor kan I med fordel omfordele genstande, så der bliver skabt større forudsigelighed. Fx med en genbrugsstation med fokus på køkkenting, møbler eller husholdningsapparater.



Skab orden

Orden er én af de allerstørste barrierer for dem, der ikke anskaffer sig brugte ting. Gør derfor kommunens genbrugsstationer til et overskueligt og imødekommende rum, hvor man kan lære at stifte bekendtskab med genbrug for første gang – også hvis man ikke søger skattejagten.



Nyt navn og brand

Genbrugsstationerne har blandt nogle københavnere et image-problem. Selvom et bredt segment i dag afleverer ting til genbrugsstationerne, er det kun en smal gruppe af borgere, der bruger dem til at anskaffe ting. Derfor bør I overveje at give dem et helt nyt navn, der undgår negative associationer til affald.

Genbrugsstationer

Øg genstandenes værdi

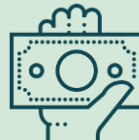
Genstande på genbrugsstationer kan i dag risikere at være beskidte, ødelagte eller på anden måde uattraktive at anskaffe sig. Samtidig tillægges de ingen økonomisk værdi, hvilket gør det nemt at bruge dem som supplement til sit øvrige forbrug frem for erstatning. Vi anbefaler, at I overvejer at øge genstandenes værdi, så de i højere grad vil erstatte nyindkøb.:



Forbered til genbrug

Der er et potentiale i at afsætte flere praktiske genstande med høj erstatningsgrad, hvis de i højere grad rengøres, kvalitetssikres og repareres. Det gælder både boligtilbehør, møbler og husholdningsapparater.

Størstedelen af informanterne i den kvalitative undersøgelse er fx åbne for at anskaffe sig husholdningsapparater såsom køkkenmaskiner, hvis de er rengjort.



Genovervej prissætning

Gratis genstande har signifikant lavere erstatningsgrad end dem, der koster flere penge. Genovervej derfor, om I kan tage penge for genstandene på genbrugsstationer. Det kan gøre, at det i højere grad er de borgere, der har mest behov for en genstand, der får dem. På den måde øges erstatningsgraden.

Alternativt kan I overveje at sætte en max begrænsning på de antal genstande, man må tage. Dette gøres fx i Rødovre Kommune.

Videre undersøgelser

Denne undersøgelsens har givet nye indsigter, som kan bruges til at give retning til genbrugsindsatser, men den kan med fordel suppleres af opfølgende undersøgelser:



Undersøgelse fokuseret på genbrugsstationer

Selvom denne undersøgelse beskæftiger sig med genbrugsstationer, er der inden for flere produktkategorier så få observationer, at vi har undladt at inddrage dem, fordi resultaterne er for usikre. Vi anbefaler derfor, at følge op med en mindre undersøgelse fokuseret udelukkende på genbrugsstationer, der møder og tager højde for de særlige typer af borgere, der kommer her, fx ved at bruge en tolk.



Undersøgelse af rebound-effekter for sælgere

Københavns Kommune har allerede igangsat en separat undersøgelse af, hvad københavnerne bruger deres penge på, hvis de fx sparer ved at *anskaffe* sig billige genbrugsting. Det giver dog ikke afklaring på, i hvilket omfang muligheden for at *skille sig af med* genstande til genbrug giver borgerne samvittighed eller økonomi til at anskaffe sig flere nye genstande. Derfor anbefaler vi en undersøgelse, der går i dybden med dette.



Kvantitativ barriereundersøgelse for genbrug

Denne undersøgelse har givet kvalitative indsigter i barrierer for genbrug, men udelukkende hos dem, der i forvejen genbruger. Derfor kan man i et fremtidigt survey overveje at fokusere på tidligere beslutninger om anskaffelsen af nye genstande og baggrunden for dette for at fokusere på barrierer for genbrug hos dem, der ikke allerede køber brugt.



November 2024

Udarbejdet af Behave Green ApS

CVR: 40 81 42 80

Frederiksholms Kanal 30 A8,

1220 København K

behavegreen.dk