

GUIDE TIL GÆSTERETTET AFFALDSSORTERING I TURISMEBRANCHEN



Indholdsfortegnelse

Introduktion og læseguide	3
Fra affald til ressource - er I klar?	4
Har I udpeget en affaldsansvarlig?	7
Har I taget stilling til, hvilke af de 10 affaldsfraktioner der er relevante for jer?	8
Har I lavet en aftale med et renovationselskab?	9
Kender medarbejderne og gæsterne jeres retningslinjer for affaldssortering?	10
Fysiske tiltag, der fremmer god sortering	12
Har I valgt affaldsbeholdere og fastlagt tømmefrekvens?	13
Bruger I affaldspiktogrammer ved beholderne?	14
Er I sikre på, at affaldsbeholderne er placeret rigtigt?	16
Adfærdsdesign - principper og nudging	18
Adfærdsdesign i fire trin	19
<i>Trin 1: Definer den ønskede adfærd</i>	20
<i>Trin 2: Undersøg barriererne</i>	21
<i>Trin 3: Design din løsning</i>	23
<i>Trin 4: Evaluer og test</i>	36

Introduktion og læseguide

Affaldshåndtering og gæstefærd er vigtige fokusområder for turismevirksomheder, der ønsker at mindske miljøbelastningen og sikre en bæredygtig oplevelse for gæsterne. En målrettet og ansvarlig indsats bidrager samtidig til et stærkere omdømme og gør jer mere attraktive for gæsterne, der i stigende grad vægter bæredygtighed.

Er du en turismevirksomhed, der ønsker at arbejde systematisk med gæstefærd og affaldssortering, men som oplever, at det kan være svært at finde ud af, hvor og hvordan du skal starte? Så er denne guide lavet til dig.

Formålet med guiden er dels at sætte dig ind i lovgivningen på affaldsområdet, dels at hjælpe dig med at forstå, hvordan gæsterne agerer – og hvilke barrierer de oplever, når det kommer til affaldssortering. Du får konkrete værktøjer til at udvikle løsninger, der virker i praksis – med inspiration fra andre turismevirksomheder. Guiden dækker både de fysiske og praktiske forhold samt de adfærdsdesignmæssige greb, der skal gøre det nemmere for jeres gæster at affaldssortere.

Guiden er opbygget, så du kan læse den fra start til slut, men du kan også vælge at dykke ned i netop de afsnit, der er mest relevante for din virksomhed. Du kan navigere i guiden ved at trykke på menuen, som er placeret øverst på de følgende sider, eller på de blå pile, hvis du ønsker at gå til et bestemt afsnit i guiden.

God læselyst!

Gå direkte til et af guidens afsnit herunder

Fra affald til ressource - er I klar?

Før I kaster jer ud i konkrete tiltag, så bør I tjekke, om I har grundlaget på plads.

Tryk for at gå til side



s. 4

Fysiske tiltag, der fremmer god sortering

Er grundlaget på plads? Så kan I gå i gang med konkrete tiltag.

Tryk for at gå til side



s. 12

Adfærdsdesign, -principper og nudging

Tiltag er ikke altid nok. Som led i implementeringen er det næste skridt at kigge på adfærden.

Tryk for at gå til side



s. 18

Fra affald til ressource: Er I klar?

Affald er ikke længere bare noget, der skal skaffes af vejen, men derimod en værdifuld ressource, der kan blive (gen)anvendt igen og igen. Affaldshåndtering handler om at gøre det rigtige i forhold til klima og miljø, men også om at overholde loven, få styr på data og skabe engagement hos gæster og medarbejdere.

Det er et krav, at virksomheder sorterer husholdningslignende affald på samme måde som private husholdninger. Det gælder mad-, papir-, pap-, plast-, glas-, metal-, tekstilaffald, mad- og drikkekartoner, farligt affald og restaffald. Altså 10 fraktioner i alt. Nogle typer affald må gerne samles i én beholder. Det afhænger dog af mulighederne hos jeres indsamler, så det er vigtigt at få afklaret i dialog med renovationselskabet.

Det er et lovkrav, at virksomheder indberetter mængder af affald til Miljøstyrelsen eller kommunen. Det foregår typisk via jeres renovationsfirma, som står for registreringen. Mange virksomheder har derfor ikke direkte kontakt med myndighederne. I kan finde Miljøstyrelsens guide til affaldstilsyn [her](#).

TJEKLISTE

Før I kaster jer ud i konkrete tiltag, så stop op og tjek:

- Har I udpeget en affaldsansvarlig?
Gå til side →
- Har I taget stilling til, hvilke af de 10 affaldsfraktioner der er relevante for jer?
Gå til side →
- Har I lavet en aftale med et renovationselskab?
Gå til side →
- Kender medarbejderne og gæsterne jeres retningslinjer for affaldssortering?
Gå til side →

Hvis I kan sætte flueben ved alle fire punkter, er I allerede godt på vej! Så kan I springe dette afsnit over og gå videre til næste afsnit → *Fysiske tiltag, der fremmer god sortering.*

Hvis ikke, så bare rolig. Guiden hjælper jer trin for trin med at få styr på det hele.

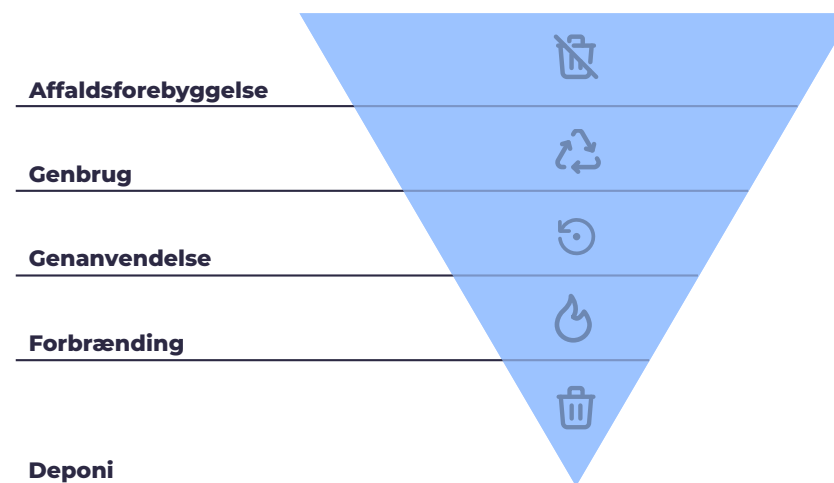
Fakta

Reglerne på området

De lovgivningsmæssige rammer for håndtering af affald i Danmark, herunder regler for sortering, indsamling og behandling af affald fra virksomheder, er fastsat i affaldsbekendtgørelsen.

Affaldsbekendtgørelsen fastslår bl.a., at **virksomheder har pligt til at kildesortere deres affald i de samme fraktioner, som gælder for husholdningerne**. Som affaldsproducenter er virksomhederne selvansvarlige for, at affaldet sorteres korrekt og behandles miljømæssigt forsvarligt.

Bekendtgørelsen rummer nationale mål for genbrug og genanvendelse, som virksomheder bidrager til ved at sikre, at størst mulig del af affaldet sendes til genanvendelse fremfor forbrænding. Kommunerne fører tilsyn med virksomhedernes overholdelse af disse krav og har mulighed for at udstede påbud eller sanktioner, hvis reglerne tilsidesættes.



Som virksomhed er det jeres ansvar, at det affald jeres gæster genererer, bliver håndteret på en måde, der udnytter ressourcerne bedst muligt. **Affaldshierarkiet, som ses her ovenfor, hjælper jer med at prioritere.**

Det bedste er at undgå, at affald opstår. Næstbedst er det at sørge for, at det enten kan bruges igen direkte eller at materialerne genanvendes. Det er således først, hvis det ikke kan lade sig gøre at genbruge eller genanvende - fx hvis materialet er lavet af materialer, der ikke kan skilles ad - at det bør gå til anden form for udnyttelse, fx forbrænding.

Jo mere I holder affaldet i kredsløb, jo bedre.

Vidste du, at...

Cirka 6 %

Så meget steg overnatningerne på Fyn med fra 2019 til 2023.

Cirka 20 %

Så meget faldt turisternes samlede klimaaftryk i Danmark fra 2019-2023

Fra 106 til 114 ton

Så meget steg affaldsmængden fra hotel- og restaurationsbranchen fra 2019 til 2023.

Fra 57 % til 59 %

Så meget steg genanvendelse i servicebranchen fra 2019 til 2023 (især takket være forbedret udsortering af pap, madaffald og jern/metal).

Kort sagt...

Servicebranchen bliver gradvist bedre til at sortere og genanvende affald – en vigtig indsats i takt med stigende turisme.



Kilder:

[VisitDenmark - Turismen i Danmark, 2023](#)

[Miljøstyrelsen - Affaldsstatistik 2023](#)

[VisitDenmark - Turisternes klimaaftryk i Danmark](#)

Har I udpeget en affaldsansvarlig?

Alle virksomheder er forpligtet til at sortere deres affald, og fra januar 2025 trådte en ny lov i kraft, som skærper tilsynet med virksomheders affaldssortering og dokumentation. Det betyder, at det nu er endnu vigtigere, at I har styr på procedurer og data. Bl.a. derfor er det oplagt at udpege en affaldsansvarlig i virksomheden.

At udpege en affaldsansvarlig er vigtigt, fordi det sikrer, at affaldshåndtering bliver prioriteret og udført korrekt. Vedkommende bør fungere som bindeled mellem ledelsen, medarbejderne og myndighederne.

Typiske opgaver for den affaldsansvarlige er:



Udarbejde og vedligeholde affaldsprocedurer

– beskrive, hvordan affald skal sorteres og opbevares



Overvåge affaldsregistrering

Sikre at fakturaer og dokumentation stemmer



Uddanne og vejlede medarbejdere

Informere om korrekt søgning



Samarbejde med renovatør

Indgå aftaler med en godkendt indsamler



Følge op på lovgivning

Holde jer opdateret om nye regler og sikre, at I er klar til eventuelt tilsyn

Fakta

Øget affaldstilsyn

FRA 2025

Hver 15. virksomhed udtrækkes til **administrativt tilsyn**

Hver 75. virksomhed udtrækkes til **fysiske tilsyn**

FRA 2027

Hver 3. virksomhed udtrækkes til **administrativt tilsyn**

Hver 15. virksomhed udtrækkes til **fysiske tilsyn**

Kilde: Dansk Erhverv, 2024

Har I taget stilling til, hvilke af de 10 affaldsfraktioner, der er relevante for jer?

En vigtig del af arbejdet som affaldsansvarlig handler om at finde ud af, hvilke typer affald I egentlig producerer. Og hvilke der dermed er relevante at sortere og etablere en afhentningsordning for.

Start fx med at gennemgå alle steder, enheder eller afdelinger i virksomheden (fx lager, administration, restaurant, gangarealer, gæsteområder m.m.) og noter hvilke konkrete aktiviteter, der genererer affald (fx afemballering, rengøring, madlavning eller gæsteankomst).

Noter derefter hvilke affaldstyper, der genereres på det enkelte sted (fx papir, pap, plast, metal, glas, madaffald).

De affaldstyper, der genereres, er i udgangspunkt relevante for jer. Det betyder, at der skal laves sorteringsmuligheder, samt at I skal sikre, at affaldet bliver behandlet forsvarligt videre i systemet.

Hvorvidt en affaldstype er relevant eller ej vil altid bero på en konkret vurdering. Det vigtigste er, at I kan argumentere for jeres valg.



Har I en aftale med et renovationselskab?

Virksomheder har ansvaret for at lave aftaler om afhentning og behandling af deres affald – og det gælder uanset størrelsen på din virksomhed. Som lille virksomhed kan I dog i nogle tilfælde benytte en kommunal indsamlingsordning, hvis kommunen tilbyder det.

Når I har sorteret jeres affald korrekt, overgår ansvaret for den videre behandling til indsamlingsfirmaet eller kommunen. Men det er stadig en god idé at være i dialog med jeres affaldsindsamler. På den måde kan I sikre jer, at jeres affald håndteres korrekt, og at jeres ordning passer til jeres behov, fx ift. antal fraktioner, størrelse på beholdere, afhentningsfrekvens, dokumentation mv.

Samtidig ligger der nyttig viden hos jeres indsamler, bl.a. data om affaldsmængder og genanvendelsesprocenter. Mange virksomheder bruger disse tal til at følge udviklingen og som dokumentation i forbindelse med ESG-rapportering. I kan læse Miljøministeriets gode råd til dialogen med jeres affaldsindsamler [her](#).

How to

Lav en aftale med et renovationselskab

- 1 Find et renovationselskab eller benyt en kommunal indsamlingsordning
- 2 Sortér jeres eget affald korrekt og overlad så ansvaret til selskabet.
- 3 Selvom ansvaret overgår til renovationselskabet, bør I holde dialogen med dem, så I er sikre på, at affald håndteres korrekt og ordningen/aftalen passer til jeres behov.
- 4 Renovationselskabet kan give jer relevante data om affaldsmængder og genanvendelsesprocenter.

Kender medarbejderne og gæsterne jeres retningslinjer for affaldssortering?

Den bedste sortering sker, når alle er med. Derfor er det vigtigt, at medarbejderne kender jeres sorteringsretningslinjer og ikke mindst forstår, hvorfor det gør en forskel. I kan fx gøre det til en del af jeres onboarding af nye medarbejdere eller personalehåndbog.

I kan også med fordel bruge Miljøstyrelsens kommunikationsmateriale med argumenter til medarbejdere [her](#) samt styrelsens materiale om, hvilket affald der må komme i hver fraktion [her](#). Materialerne kan med fordel printes og bruges som kommunikation til jeres gæster og ansatte.

Sørg for at holde en rar og positiv stemning omkring affaldshåndteringen, men fortæl også gerne, at I har en forventning om, at de som gæster på stedet hjælper jer i jeres miljøindsats. Husk at takke dem for deres indsats – og lægt vægt på, at I sammen kan gøre en forskel!

”Jeg ville gerne sortere på hotelværelset, men jeg havde svært ved at forstå systemet – der manglede information om, hvad der skulle hvorhen.”

- Gæst på hotel

Case

Emmerbølle Strand Camping: Sorteringsguide til gæsterne

Emmerbølle Strand Camping ønskede at **reducere fejlsortering i affaldsgårdene** og sikre, at gæsterne bidrog aktivt til korrekt affaldssortering. Erfaringer viser, at korrekt sortering allerede starter i hytterne, og derfor blev der sat ind med **enkel information til gæsterne allerede ved ankomst**.

Løsningen blev en **overskuelig sorteringsflyer**, som udleveres til alle gæster. Flyeren indleder med en kort, venlig introduktion, der både taler til gæsternes ansvar og takker for deres hjælp. Derefter følger en **enkel guide** over, hvilke affaldselementer der hører til hvilke fraktioner, illustreret med **nationale piktogrammer**, som gæsterne også møder i affaldsgårdene. Farverne grøn og rød bruges til tydeligt at markere, hvad der må og ikke må komme i de enkelte containere.

Flyeren afsluttes med praktisk **information om den nærliggende genbrugsstation**, hvor gæsterne selv skal aflevere storskrald, samt om brug af **transparente affaldsposer**, som kan hentes i receptionen. For at imødekomme alle gæster er flyeren udarbejdet på **dansk, engelsk og tysk**.

Udover flyeren arbejder Emmerbølle Strand Camping med at **strømline affaldsstationerne**, så de fremstår **overskuelige og indbydende**. Design fra flyeren går igen i skiltningen ved de enkelte fraktioner, så gæsterne møder **det samme udtryk hele vejen rundt** på pladsen.

Resultatet af flyeren er endnu ikke testet, men forhåbningen er, at den samlede tilgang vil **reducere fejlsortering**, skabe en **mere indbydende campingplads** og styrke oplevelsen af et **fælles ansvar for miljøet**.



Opsummering

Klar info ved ankomst: Flyer med enkel guide, piktogrammer og tydelige ja/nej-markeringer.

Fælles ansvar: Venlig tone, klare forventninger og tak til gæsterne.

Genkendeligt system: Samme visuelle udtryk på tværs af flyer og affaldsstationer.

Fysiske tiltag, der fremmer god sortering

Vi gør mange ting på autopilot i hverdagen – og affaldssortering er én af dem. Det skal derfor være nemt og intuitivt. Særligt når vi er på ferie, skal sorteringen ikke kræve større tankevirksomhed. Gæsterne skal hurtigt, nærmest i søvne, kunne afkode, hvordan de skal sortere. Det handler bl.a. om de fysiske rammer for sorteringen, som skal være på plads. Det skal fx være tydeligt hvilke fraktioner der sorteres på lokationen, hvor beholderne er placeret og hvilket affaldstyper der passer i de forskellige fraktioner.

TJEKLISTE

Før I kaster jer ud i konkrete tiltag, så stop op og tjek:

- Har I valgt affaldsbeholdere og fastlagt tømmehyppighed?

Gå til side [→](#)

- Bruger I affaldspiktogrammer ved beholderne?

Gå til side [→](#)

- Er I sikre på, at affaldsbeholderne er placeret rigtigt?

Gå til side [→](#)

Hvis I kan sætte flueben ved de tre punkter, er I allerede godt på vej! Så kan I springe dette afsnit over og gå videre til næste afsnit

[→](#) *Adfærdsdesign, adfærdsprincipper og nudging.*

Har I valgt affaldsbeholdere og fastlagt tømmefrekvens?

Det er de færreste, der gør sig umage med at sortere deres affald, hvis de møder en overfyldt og beskidt skraldespand. Derfor er det vigtigt at overveje, hvilke affaldsbeholdere der vælges, og at der etableres procedurer for tømning og løbende vedligeholdelse. Det indebærer at tage stilling til, hvilke typer affald der genereres hvor – og tilpasse beholdere, deres størrelse og tømmefrekvensen efter det.

How to Vælg de rigtige beholdere

- 1 Skab overblik.** Start med at gennemgå alle områder i virksomheden og vurder hvor meget affald, der typisk opstår på det enkelte sted i de valgte fraktioner.
- 2 Tænk strategisk.** Placér fx større beholdere og foretag hyppigere tømning, hvor der er høj affaldsaktivitet (fx køkken eller lager). Mindre beholdere kan være tilstrækkelige i kontor- og gangarealer.
- 3 Intuitive indkast.** For at guide gæster til at sortere korrekt kan man med fordel lave intuitive indkast i beholderne (fx små runde huller til flasker eller rektangulære åbninger til papir). Husk også, at god hygiejne er en forudsætning for, at gæster og medarbejdere bruger systemet rigtigt: beholdere og omgivelser bør rengøres jævnligt, og tømning skal ske så hyppigt, at affald ikke ophober sig eller flyder over.



Bruger I affaldspiktogrammer ved beholderne?

Det anbefales, at de nationale piktogrammer benyttes af alle virksomheder. Piktogrammerne kan downloades kvit og frit på Brancheforeningen Cirkulærs hjemmeside [her](#). De nationale piktogrammer er de samme, som vi kender fra husholdningen, da kommunerne er forpligtet til at bruge dem.

Fordelen ved at bruge de samme piktogrammer er, at det bliver lettere for gæster og medarbejdere at genkende, hvor affaldet skal hen – uanset om man står hjemme i køkkenet eller på et museum. Flere emballager bruger nu også de nationale piktogrammer, så vi intuitivt kan regne ud, hvor vi skal sortere vores emballager.

Nogle virksomheder finder det fristende at lave eget design af affaldspiktogrammer, så det passer ind i stedets visuelle identitet. Ifølge Dansk Erhvervs fortolkning af lovgivningen er der intet juridisk i vejen for at bruge egne piktogrammer. Det er dog vigtigt, at de i så fald udformes, så det stadig er nemt at afkode, hvordan affaldet sorteres.

VIDSTE DU AT...

I København har man testet, hvordan forskellige skilte og piktogrammer påvirker brugernes evne til at sortere rigtigt. Deres tidligere affaldsskilte blev skiftet ud med de nationale piktogrammer, som vi også møder i husholdningen.

De testede tre varianter af kommunikation:

1. Det nationale piktogram
2. Det nationale piktogram + foto af affaldet
3. Det nationale piktogram + foto af affaldet + kort forklarende tekst

Testen viste, at reaktionstiden ikke ændrede sig væsentligt, når der blev tilføjet billeder til piktogrammerne. Men når der også blev tilføjet tekst, brugte deltagerne i gennemsnit hele 60 sekunder længere på at beslutte, hvor affaldet skulle hen. Alligevel blev sorteringen ikke bedre, men i nogle tilfælde dårligere.

På baggrund af testen anbefales det at holde sig til de nationale piktogrammer. Ved affald, der ofte opstår tvivl om, kan der eventuelt suppleres med et foto af den specifikke affaldstype.

Case

Museum Odense – Den Fynske Landsby: Affaldssortering ved events i landsbyen

Den Fynske Landsby oplever generelt få udfordringer med affaldssortering blandt egne gæster, men ved eksterne events, hvor faste **samarbejdspartnere lejer amfiscenen** – såsom koncerter og H.C. Andersen Festspillene – kan der opstå udfordringer. Ved koncerter kompliceres affaldssorteringen særligt af **berusede gæster**, hvor bærebakker til fadøl og andet affald ofte placeres oven på skraldespandene. Ved H.C. Andersen Festspillene, hvor gæsterne typisk er **børnefamilier**, ses der især fejl i sorteringen, hvor popcorn og bægre ender i samme skraldespand.

Landsbyen kan drage nytte af, at de har **identificeret de affaldselementer, der typisk fejlsorteres**. Løsningen er at styrke den visuelle vejledning ved at supplere de nationale piktogrammer med konkrete billeder af de mest relevante affaldselementer. Samtidig vil **skraldespandene forsøgsvis stå åbne**, så affaldet ikke kan placeres ovenpå. Da koncerterne kun varer få timer, udgør åbne beholdere ikke en risiko for skadedyr, fordi de tømmes efter arrangementet.

Desuden vil der arbejdes på en **bedre affaldssortering, når pladsen er ryddet for publikum**. Koncertafholder har allerede iværksat flere tiltag, herunder **pant på genanvendelige engangs- og shotsglas** samt **udfasning af affaldstunge produkter**.

Håbet er, at et fælles fokus og styrket samarbejde om indsatsen vil øge engagementet og skabe **større medejerskab** til de affaldsløsninger, der afprøves.

© Den Fynske Landsby - Henriette Eskelund



Opsummering

Nationale piktogrammer: Brug af nationale piktogrammer gør sortering genkendelig for alle.

Visuel hjælp: Billeder af fx popcornbægre og fadølshakker på de rette beholdere gør sorteringen mere intuitiv ved events.

Åbne skraldespande: Skraldespande holdes åbne (uden låg) for at undgå, at affald placeres ovenpå beholderne.

Fælles ansvar: Tæt samarbejde med arrangører skaber større medejerskab og bedre affaldsløsninger.

Er I sikre på, at affaldsbeholderne er placeret rigtigt?

Det har stor betydning, hvor jeres affaldsbeholdere placeres, hvis de skal bruges rigtigt. De skal stå dér, hvor affaldet genereres – det vil sige i knudepunkter som fx spiseområder, udgange og lignende. Hvis der kun står én plastbeholder på et større område, kan man ikke forvente, at gæsten går hele vejen derhen, hvis fx plastaffald opstår et andet sted. Beholderne skal være let tilgængelige og synlige.

Overvej også, om I har de rette affaldsfraktioner der, hvor affaldet genereres. Hvis I for eksempel bruger engangsbrochurer, som typisk smides ud efter besøget, bør der være en papirbeholder ved udgangen, hvor de fleste skiller sig af med dem. I kan også overveje, om I kan forebygge papiraffald i første omgang ved at tilbyde brochurer, der kan bruges igen og igen, eller ved at lave en digital løsning.

Observer derfor, hvor jeres affald opstår, og placer skraldespandene derefter. Test herefter jeres løsning – og justér undervejs, hvis de ikke bruges, som I havde forventet.

”Hvis der kun er én beholder, så vil jeg nok smide al mit affald deri og ikke gå og lede efter den rigtige skraldespand. Men hvis der står tre forskellige ved siden af hinanden, så vil jeg putte det i den rigtige.”

- Gæst på attraktion

Case

First Camp: Affaldssortering begynder i hytterne

First Camp har, ligesom mange andre campingpladser, store udfordringer med, at en stor del af **gæsternes affald ender i de forkerte containere i affaldsgårdene**. Det medfører ofte store bøder fra renovationselskabet. Erfaring viser, at korrekt affaldssortering starter allerede i hytterne – hvis gæsterne ikke sorterer her, er det meget sandsynligt, at affaldet heller ikke eftersortereres korrekt i affaldsgårdene. Derfor besluttede First Camp at **fokuser på hytterne som startpunkt for korrekt sortering**.

Hytterne har begrænset plads, så den optimale placering af sorteringsløsningen skal afprøves. Løsningen **testes derfor først i et mindre antal hytter**, inden den eventuelt udrulles til alle. Der **indkøbes sorteringskasser** med fire fraktioner, som placeres i slagbænke eller skuffer i køkkenet, så de ikke optager gulvplads. Hver fraktion **markeres med de nationale piktogrammer**, der matcher containerne i affaldsgårdene, så gæsterne ikke selv skal tage stilling til, hvilken kasse, der skal repræsentere hvilken fraktion.

Efter opholdet **spørges gæsterne om deres oplevelse**, og feedbacken bruges til at vurdere eventuelle justeringer af både placering og størrelse på sorteringskasserne samt beslutningen om udrulning til alle hytter.

Med denne løsning bliver sorteringen konkret og håndgribelig allerede dér, hvor affaldet produceres. Med relativt små investeringer i form af sorteringskasser og enkle greb som korrekt placering og piktogrammer, gør First Camp det **nemmere for gæsterne at forstå og følge korrekt sortering**, hvilket kan reducere fejl i affaldsgårdene.



Løsningen på billedet er fra en anden campingplads end First Camp

Opsummering

Placering dér hvor affald opstår:

Beholdere skal stå i hytterne, hvor affaldet genereres – ikke kun i affaldsgården.

Let og logisk adgang: Sorteringsløsningen skal være synlig og tilgængelig, så gæster nemt bruger den i praksis.

Løbende tilpasning: Placering og løsning testes i udvalgte hytter og justeres på baggrund af gæsternes erfaringer.

Adfærdsdesign, adfærdsprincipper og nudging

At sætte skraldespande op med de rigtige piktogrammer på velovervejede steder er ikke altid nok. Der skal sommetider mere til – og det kræver forståelse for, hvorfor mennesker gør som de gør, og hvordan adfærd kan påvirkes.

Adfærdsdesign, adfærdsprincipper og **nudging** er tre tæt beslægtede begreber, der kan hjælpe dig med at finde ud af, *hvor* og *hvordan* du kan påvirke gæsternes adfærd.



Adfærdsdesign

Adfærdsdesign handler om at påvirke menneskers valg og handlinger i forudsigelige retninger ved at designe omgivelserne omkring deres valg, så de bliver guidet mod den ønskede adfærd. Med andre ord er det den overordnede proces, hvor man anvender adfærdsprincipper og nudging til at designe omgivelser eller systemer, der understøtter det ønskede valg.



Adfærdsprincipper

Adfærdsprincipper beskriver, hvordan mennesker typisk tænker, vælger og reagerer i forskellige situationer.



Nudging

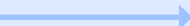
Nudging anvender disse principper til at påvirke adfærd på en diskret måde – uden at begrænse valgfriheden.

Adfærdsdesign i fire trin

Når man skal arbejde med adfærdsdesign, arbejder man typisk igennem fire trin.

Trin 1: Definer den ønskede adfærd

Det kan være fristende at give sig direkte i kast med at udvikle løsninger. Men for at lave en løsning, der har den ønskede effekt, skal man først have gjort sig klart, hvilken konkret adfærd, man ønsker hos sine gæster.

Gå til side 

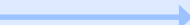
Trin 2: Undersøg barriererne

Når du har defineret den ønskede adfærd, skal du undersøge og danne dig et overblik over, hvorfor den adfærd ikke sker i dag – altså hvad der forhindrer den.

Gå til side 

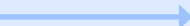
Trin 3: Design løsningen

Nu er du klar til at matche barriererne med adfærds løsninger og på den måde udvikle en løsning, der fjerner – eller minimerer – barriererne hos gæsterne.

Gå til side 

Trin 4: Evaluer og test

Det er sjældent, man rammer plet i første omgang. Derudover kan nye løsninger skabe nye barrierer. Glem derfor ikke trin 4, hvor du evaluerer og tester din løsning. Efter trin 4 tilpasses løsningen og trin 3 og 4 gentages efter behov.

Gå til side 

Trin 1: Definer den ønskede adfærd

Bare rolig: det varer ikke længe, inden I kan kaste jer over sjove og kreative løsninger! Har I ikke baggrundsviden på plads, risikerer I at udvikle løsninger, der ikke afhjælper de egentlige problemer.

Sørg for at blive konkrete! At sige at "vores gæster skal sortere bedre" er en uspecifik formulering, som er svær at arbejde videre med. Bryd det i stedet ned og vær konkret. Det er bedre at arbejde ud fra formuleringen: "Når gæsterne har købt en is i isboden, skal de gå direkte over og smide deres ispapir i plast-ispapir". Det er mere konkret, og dermed lettere at undersøge hvilke barrierer, der knytter sig til den ønskede handling, og dermed hvilke løsninger der skal udvikles.

Øvelse: Trin 1

Vi ønsker, at vores gæster/medarbejdere [_____]

I tillæg til spørgsmålet, svar da også på:

HVEM: er der f.eks. tale om en særlig type gæster? (f.eks. børnefamilier, udenlandske gæster)

HVAD: er der tale om en særlig type affald? (f.eks. sølvpapirsmadpakker, ispapir eller andet)

HVOR: er det på særlige lokationer? (f.eks. ved receptionen, toiletterne eller kiosken)

Hvis I ønsker at arbejde med flere problemstillinger, så gentag øvelsen for hver af de ønskede handlinger.



Trin 2: Undersøg barriererne

Når den ønskede adfærd er defineret, skal du undersøge de konkrete årsager til, at gæsterne eller medarbejderne ikke gør, som I ønsker. Du bør derfor undersøge, hvorfor det giver god mening for jeres gæster *ikke* at gøre, som I ønsker. Vær nysgerrig og forstående i din tilgang – det kan hjælpe dig med at knække koden.

Du kan have mange *forestillinger* om, hvad der ligger til grund for gæsternes handlinger, men gør dig selv den tjeneste også at komme ud blandt gæsterne. Lav observationer og tag en kort snak med gæsterne i den kontekst, hvor du ønsker en forandring. At komme ud i virkeligheden kan tilføje nye perspektiver og åbne dine øjne for barrierer, du ikke havde tænkt på eller forudset.

Inspiration til observationsguide

- Hvordan ser området ud? Er der smidt affald, eller er der rent og pænt? Hvor fyldte er affaldsspandene?
- Er spandene lettilgængelige, synlige og med tydelig skiltning eller piktogrammer? Er der den samme gæsterettet kommunikation ved alle skraldespande?
- Sorterer gæsterne korrekt, eller udviser de tvivl, tøven eller ligegyldighed? Orienterer de sig via piktogrammer?
- Hvordan bevæger gæsterne sig? Opstår der f.eks. kø? Bevæger de sig i de samme 'ruter' på lokationen? Er placeringen af affaldsspandene gode ift. flowet?

Inspiration til interviewspørgsmål

- Hvad synes du om antallet og placeringen af affaldsspandene? Er de svære at finde? Er det tydeligt, hvor du skal sortere dit affald?
- Hvad synes du om måden, du kan sortere affald på? Tænk f.eks. på spandenes udformning, indkastet og skiltningen.
- Hvad kan være årsag til, at du ikke altid får sorteret affaldet rigtigt? Mangler du f.eks. vilje, information eller motivation?
- Hvad kunne hjælpe dig med at få sorteret rigtigt hver gang? Er det noget, vi kan gøre, der vil gøre det nemmere for dig?

Find øvelse til trin 2 på næste side.

Øvelse: Trin 2



Hav jeres ønskede handling(er) fra den tidligere øvelse foran jer.

Stil jer selv spørgsmålet: "Hvorfor giver det god mening for vores gæster IKKE at gøre, som vi ønsker?"

Skriv alle de barrierer ned, du kan komme i tanke om – det vil sige ALT, hvad der holder den ønskede adfærd tilbage*. Skriv dem ned på formen:

- Gæsterne/medarbejderne kan ikke x, da der mangler a
- Gæsterne/medarbejderne kan ikke y, da der er b

Hvis du har tid til observationer eller at spørge gæsterne selv, kan disse data bruges i øvelsen.

**Der kan være flere årsager til, at gæsterne ikke gør, som vi ønsker. Det kan både omhandle praktiske barrierer såsom for få skraldespande, dårlige placeringer, overfyldte spande eller ringe skiltning. Det kan også handle om socialpsykiske barrierer såsom travlhed, usikkerhed eller at man som barn skal skynde sig over til den ledige gyngesving og derfor i farten glemmer at få smidt slikpapiret i skraldespanden.*

Trin 3: Design din løsning

Nu er du klar til at designe en løsning, der kan fjerne – eller minimere – barriererne. Der findes ikke én universel liste over alle adfærdsprincipper, da de vil variere afhængigt af, hvilket felt eller problemstilling man undersøger. Nedenfor finder du udvalgte adfærdsprincipper, der er særligt relevante at kende til, når vi vil have vores gæster til at sortere affald.

#1 Gør det nemt (eller besværligt)

Gå til side [→](#)

#2 Find det rette øjeblik

Gå til side [→](#)

#3 Gør det, du allerede gør

Gå til side [→](#)

#4 Vi gør som andre

Gå til side [→](#)

#5 Belønning og feedback

Gå til side [→](#)

#6 Gør det personligt

Gå til side [→](#)

#7 Brug standardvalg

Gå til side [→](#)



Adfærdsprincip #1

Gør det nemt (eller besværligt)

Vi vælger ofte den nemmeste løsning. Derfor øger du chancen for den ønskede adfærd ved at gøre den enkel og let at gå til. Omvendt kan du mindske uønsket adfærd ved at gøre den mere besværlig.

How to

Gør det nemt eller besværligt

- 1 Placér løsninger tæt på, hvor folk opholder sig og bevæger sig (fx skraldespande ved opholdssteder).
- 2 Gør det tydeligt, hvad gæsten skal gøre (intuitiv og let afkodelig skiltning).
- 3 Giv hjælp i øjeblikket (vis fx præcis hvor kaffekoppen skal smides ud, hvis I ofte oplever fejlsortering af netop kaffekopper. På næste side kan du se, hvordan Odense ZOO har arbejdet med dette).
- 4 Gør det sværere at gøre det forkerte ved at tilføje barrierer for uønsket adfærd

Huskeregul: Lethed trumfer ofte motivation

”Det virkede uoverskueligt, og jeg kunne ikke finde ud af, hvor jeg skulle smide mit affald.”

- Gæst på en campingplads

Case

Odense ZOO: Hvor skal to-go-kaffekoppen smides ud?

I Odense ZOO havde gæsterne svært ved at sortere deres affald, og det blev ofte smidt i den forkerte spand. **En praktikant og parkens pladsansvarlige** kortlagde, hvilket affald der produceres i parken og **identificerede de vigtigste fraktioner**. På baggrund af observationer af, hvilken type affald der oftest blev smidt forkert, blev indsatsen udvidet med **egne skilte, der kombinerede nationale piktogrammer** på låget af skraldespanden **med konkrete illustrationer af affaldstyper**. Løsningen blev testet i et caféområde, og effekten var tydelig: gæsterne sorterede i langt højere grad deres affald korrekt – to-go-kaffekoppen ryger f.eks. nu meget oftere i plast/emballage, hvor den hører til. På den baggrund **rulles konceptet nu ud i hele haven**.

Også pantordningen er blevet optimeret. Tidligere stod to store pantautomater alene, hvilket ofte medførte, at de blev overset eller brugt forkert. **Nu har hver affaldsstation en pantskraldespand**, så det er nemt for gæsterne at aflevere deres pant. Som næste skridt vil Odense ZOO kommunikere, at indtægterne går til konkrete dyreprojekter, med information strategisk placeret på køleskabe, hvor man køber sine drikkevarer og ved pantskraldespandene, så man modtager informationen i det rette øjeblik.



© Odense Zoo

Opsummering

Gør det nemt i situationen: enkle skilte med piktogrammer og konkrete eksempler gør det tydeligt, hvor affald skal hen.

Hjælp i øjeblikket: visuel guidance ved selve affaldsstationen.

Træk på rette ressourcer: pladsansvarlig og praktikant bidrager med viden og ekstra tid til opgaven.

Adfærdsprincip #2

Find det rette øjeblik

Information virker bedst, når den gives i det øjeblik, hvor beslutningen træffes. Jo tættere på handlingen, desto større sandsynlighed for, at gæsterne gør det rigtige. Introduktion ved ankomst er nyttig – men ikke nok alene.

How to

Giv information i det rette øjeblik

- 1 Giv information dér, hvor gæsten står med affaldet i hånden (fx ved skraldespande og affaldsgårde).
- 2 Supplér introduktion ved ankomst/check-in med konkrete påmindelser senere.
- 3 Gør budskaber korte og handlingsrettede i situationen.
- 4 Gentag vigtig information i den rette kontekst.

”Jeg har set, at nogle emballager har påtrykt, hvor affaldet skal hen – det er rigtig smart!”

- Gæst på attraktion

Case

Støberiet – Danhostel Svendborg: Digital kommunikation af affaldsløsninger til gæster

Støberiet har allerede gjort et stort arbejde med at implementere affaldsløsninger både på fællesområder og værelser. Nu ønsker stedet at sætte fokus på at kommunikere disse **initiativer tydeligt til gæsterne – på en måde, der minimerer papirforbrug.**

Løsningen ligger i en digital tilgang: via en **QR-kode** kan **gæsterne få adgang til information om hotellets grønne initiativer**, herunder detaljeret **vejledning i affaldssortering**. Støberiet er bevidst om, at ikke alle gæster aktivt vil scanne koden, og derfor fungerer den som et supplement til de nationale piktogrammer på skraldespandene for dem, der ønsker mere information.

Placeringen af QR-koderne er afgørende for at **skabe opmærksomhed og engagement på de rette tidspunkter**. Derfor markeres de via **stickers i receptionen, på værelset ved skraldespanden og døren**, samt på **hotellets hjemmeside**. På den måde møder gæsterne informationen både fysisk og digitalt, hvilket øger sandsynligheden for, at budskabet bliver set og anvendt.



Opsummering

Digital info: QR-koder giver adgang til affaldsvejledning uden papirforbrug

Supplement til piktogrammer: QR-koden understøtter de nationale piktogrammer for gæster, der ønsker mere info

Påmindelse i det rette øjeblik: Stickers i reception, på værelser og ved skraldespande gør budskabet synligt i relevante situationer

Adfærdsprincip #3

Gør det, du allerede gør

Folk holder fast i vaner. Derfor virker det bedst at præsentere affaldssortering som noget, gæsterne allerede kender – ikke som noget nyt, de skal lære.

Do's & Don'ts

- Knyt sorteringen til vaner, gæsterne allerede har hjemmefra.
- Gør det genkendeligt og trygt: gæsterne skal opfatte det som en fortsættelse af deres adfærd hjemmefra – ikke en ændring.
- Fremhæv ligheder frem for forskelle. Hold eventuelle forskelle små og lette at forstå.



- Præsenter det som noget helt nyt.
- Introducér unødvendig kompleksitet.
- Kræv, at gæsterne lærer et nyt system fra bunden.



”Vi affaldssorterer også derhjemme, så vi er vant til det.”

- Gæst på attraktion

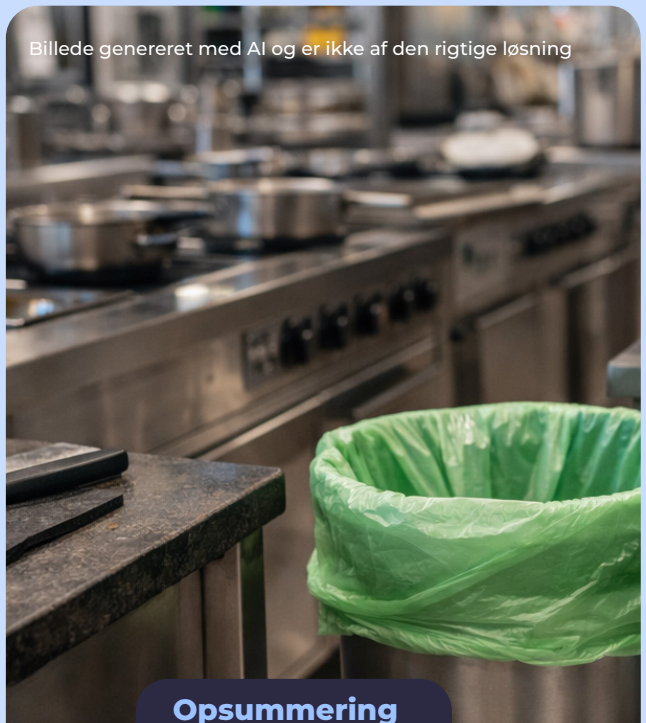
Case

Hotel Scandic Odense: Effektiv affaldssortering i køkkenet med mindre fejlsortering

I **køkkenet** arbejder Scandic Odense på at **reducere madaffald, der fejlagtigt ender i restaffaldsspanden**. Løsningen tager udgangspunkt i, at **omgivelserne skal tilpasses arbejdsgangene – ikke omvendt**. Det betyder, at medarbejderne i videst muligt omfang skal "gøre det, de allerede gør", mens de fysiske rammer justeres. Der er blandt andet fokus på at gøre det lettere for kokkene at anvende de grønne beholdere til madaffald som en integreret del af deres arbejdsproces, samtidig med at de **sorte beholdere gøres mindre tilgængelige**. En af de løsninger, der afprøves, er at placere **mindre grønne beholdere ved hver arbejdsstation** i stedet for én stor, centralt placeret beholder.

For at sikre, at indsatsen ikke besværliggør arbejdsgangene, er **medarbejderinvolvering afgørende**. **Ambassadører** blandt både kokke og tjenere bidrager med værdifuld viden og er med til at skabe **ejerskab blandt kollegerne**. De kan eksempelvis observere arbejdsgange for at sikre, at beholdere er placeret hensigtsmæssigt, og at antal og type understøtter køkkenets flow.

Målet er at fastholde en velfungerende sorteringspraksis over tid, så korrekt sortering bliver en intuitiv del af hverdagen – uden at det opleves som en ekstra opgave.

**Opsummering**

Knyt til kendte vaner: Affaldssortering gøres til en fortsættelse af medarbejdernes eksisterende arbejdsvaner

Brug af ambassadører: Inddragelse af medarbejderambassadører skaber medejerskab og forankring i hverdagen

Adfærdsprincip #4

Vi gør som andre

Vi spejler os i andres adfærd – især når vi er i tvivl. Vis derfor, at flertallet gør det rigtige, så flere følger efter. F.eks. kan skilte sige: "8 ud af 10 gæster sorterer korrekt – tak fordi du også gør det!"

Omvendt sender rodede eller overfyldte affaldsområder signalet om, at ingen går op i sorteringen, og kan få gæster til at tænke: "Hvad nytter det, at jeg sorterer, når ingen andre gør det?"

Do's & Don'ts

- Fremhæv korrekt adfærd som normen.
- Brug positive sociale beviser (tal, udsagn, eksempler).
- Hold områder rene og indbydende.



- Vis eller fremhæv forkert adfærd.
- Lade områder fremstå rodede eller overfyldte.
- Antage, at gæster handler uafhængigt af andre.



"Jeg kom op til en affaldsgård med fyldte containere og affaldsposer på jorden. Jeg må indrømme, at jeg tænkte, at jeg også bare kunne stille mit ved siden af."

- Gæst på campingplads

Case

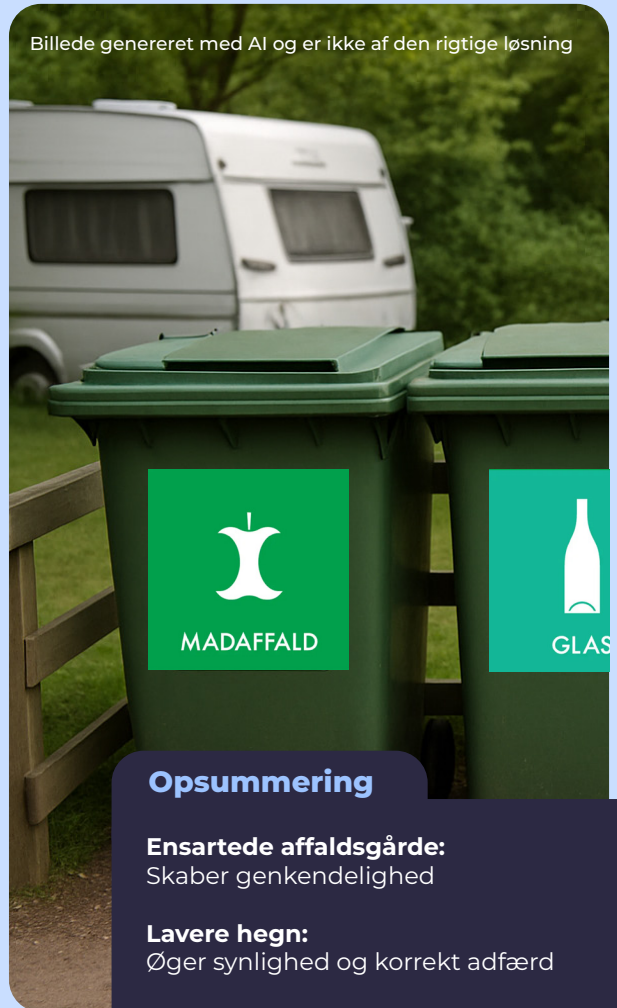
Camp Hverringe: Åbenhed og overblik skal styrke sorteringen

Camp Hverringe har taget et aktivt skridt mod en **mere overskuelig og brugervenlig affaldshåndtering**. Med fokus på både fælleskøkkener, øget sortering i hytterne, skraldespande på pladsen og affaldsgårde arbejder campingpladsen målrettet for at **gøre det nemt for gæsterne at gøre det rigtige**.

Første skridt er at give affaldsgårdene et løft. Tidligere gjorde høje hegn det muligt at "gemme sig", og manglende vejledning skabte usikkerhed om korrekt sortering. Nu skal **gårdene indrettes ensartet**, så **genkendelighed og overblik** gør det let at finde den rette fraktion. Hegnene **sænkes for at åbne områderne op og øge synligheden**, og **tydelig skiltning guider gæsterne konkret**: Hvad skal hvor – og hvad skal et andet sted hen? Samtidig holdes områderne **rene og indbydende**, så korrekt sortering opleves som det **naturlige valg**.

De enkeltstående restskraldespande rundt på pladsen suppleres fremadrettet med **skilte, der henviser til den nærmeste affaldsgård** med flere sorteringsmuligheder. Et simpelt, men effektivt greb, som campingpladsen allerede har set god effekt af, er **gitter over spandene**, der forhindrer, at hele affaldsposer smides i og hurtigt fylder dem. I stedet henviser skraldespanden med en sjov besked gæsterne til affaldsgårdene.

Forhåbningen er, at initiativerne gør det enkelt for både fastliggere og nye gæster at navigere, tage ansvar for deres affald og bidrage til en mere bæredygtig campingoplevelse – samtidig med at pladsen fremstår ryddelig, overskuelig og brugervenlig.



Billede genereret med AI og er ikke af den rigtige løsning

Opsummering

Ensartede affaldsgårde:
Skaber genkendelighed

Lavere hegn:
Øger synlighed og korrekt adfærd

Rene områder:
Signal om at andre sorterer rigtigt

Adfærdsprincip #5

Belønning og feedback

Vores adfærd påvirkes af konsekvenser – især når vi får hurtig, tydelig og positiv respons. Feedback viser, at vi gør det rigtige, og motiverer til at gentage adfærd.

How to

Giv belønning eller feedback

- 1 Giv hurtig og tydelig anerkendelse (fx et tak eller synliggørelse).
- 2 Beløn børn med små sjove aktiviteter eller præmier for indsats.
- 3 Overvej feedback i øjeblikket, fx når affald sorteres korrekt.
- 4 Belønningen behøver ikke være fysisk – ros kan være lige så effektiv

Tip: Involver børnene

Princippet med belønning og feedback kan være en god anledning til at involvere børnene. Gør fx en leg ud af at samle skrald på pladsen, og lad dem vinde en is, en tur på minigolfbanen eller anden mindre belønning, når de har udført opgaven.



Adfærdsprincip #6

Gør det personligt

Folk motiveres, hvis noget føles relevant og nærværende. Når budskabet bliver personligt, handler det ikke længere bare om affaldsregler, men om mig, mine handlinger og vores fælles sted.

Do's & Don'ts

- Henvend dig direkte til gæsten.
- Skab personlig forbindelse og følelse af fælles ansvar.
- Brug budskaber, der viser mening og relevans for den enkelte (f.eks. "Her passer vi på naturen sammen – og du er en vigtig del af det").



- Brug upersonlige eller anonyme formuleringer (f.eks. "Affald skal sorteres korrekt").
- Fokuser kun på regler uden kontekst eller betydning.
- Lad budskabet være abstrakt eller irrelevant for gæsten.



© Michael Flukowski & Sarah Moritz

Case

Jernalderlandsbyen – Odins Odense

I Jernalderlandsbyen er der taget et konkret skridt mod bedre affaldssortering. Ambitionen er dog ikke blot at **udvide sorteringen**, men også at gøre det **på en måde, der matcher landsbyens ånd og identitet** for derigennem at gøre det personligt. Indsatsen er organiseret i to spor.

Det første spor handler om at etablere en **permanent affaldsløsning ved indgangen** til det rekonstruerede miljø i forbindelse med landsbyens spiseplads. Hvor der tidligere kun var én affaldsspand til restaffald, får gæsterne nu mulighed for at **sortere i fire fraktioner**. De nye fraktioner integreres i faste affaldsstationer, der som næste skridt skal tilpasses landsbyens æstetik. Planen er at **udskære træplader** og **male piktogrammer med naturmaling** – inspireret af de nationale piktogrammer, men udført i et formsprog og farver, der harmonerer med jernaldermiljøet. Landsbyen vil inddrage og mobilisere deres **frivillige** med erfaring i træarbejde, så løsningen både bygges og bæres af fællesskabet.

Det andet spor retter sig mod landsbyens arrangementer. I dag anvendes otte store kurve til restaffald på eventpladsen. Fremover opdeles én kurv i to fraktioner ved hjælp af en træplade og poser, så to kurve tilsammen giver fire sorteringsmuligheder. Kurvene **placeres strategisk** ved madboderne og cirka to tredjedele oppe ad pladsen – **tæt på dér, hvor affaldet opstår**. Der suppleres desuden med et par kurve gennem selve landsbyen ved hovedfærdselsårenerne.

Med enkle greb skaber Jernalderlandsbyen dermed rammerne for, at gæsterne kan sortere korrekt uden at gå på kompromis med landsbyens udtryk.



Billede af eksisterende restaffaldsspand, som løsningen baseres på. Suppleres med piktogrammer i naturmaling.

Opsummering

Respekt for stedets ånd:

Affaldsløsningen tilpasses jernaldermiljøet og landsbyens æstetik

Fælles ansvar:

Frivillige er med til at bygge og forme løsningen

Adfærdsprincip #7

Brug standard-valg

Folk følger ofte standarden, fordi det er nemmest. Ved at gøre den ønskede adfærd til det forudvalgte, vil du opleve at mange følger med – enten uden at tænke nærmere over det, eller fordi de ikke gider gøre sig den ulejlighed at træffe et andet valg.

Do's & Don'ts

- Gør den ønskede adfærd til standardvalget.
- Reducér behovet for at træffe aktive valg.
- Udnyt vane og lethed til at fremme korrekt adfærd.



- Lad ønsket adfærd være et tilvalg
- Overkomplicér valgmulighederne



Case

Hotel Scandic Odense: Reducering af madspild i buffeten

Scandic Odense arbejder aktivt på at **reducere madspild i buffeten**, hvor gæster ofte tager mere mad, end de kan spise. Målet er at få gæsterne til at tage **mindre portioner ad gangen** og i stedet **gå flere gange**.

Løsningen bygger på at **nudge gæsterne** gennem en række konkrete greb. Der arbejdes blandt andet med **små skilte med korte budskaber, strategisk placeret ved overgange i buffeten** – eksempelvis mellem brød og pålæg, yoghurt og frugt samt æg og bacon. Samtidig er **tallerkenernes standardstørrelse reduceret**, og **maden anrettes i mindre portioner**, som løbende fyldes op. Det sikrer både, at maden fremstår frisk, og at gæsterne ikke føler behov for at tage for meget på én gang.

Formålet er at skabe opmærksomhed om madspild på en **positiv og imødekommende måde**, så det opleves som en hjælp frem for en løftet pegefinger. Casen illustrerer, hvordan gæster kan guides til mere bæredygtige valg gennem en kombination af visuel kommunikation og justeringer af standardvalg i buffetopsætningen.

Opsummering

Standardvalg styrer adfærd: Mindre tallerkener og mindre portionsanretninger gør det naturligt at tage mindre mad ad gangen.

Nudging i buffeten: Små, strategisk placerede skilte med korte budskaber guider gæsterne undervejs.

Positiv kommunikation: Sjove og imødekommende budskaber bruges frem for en løftet pegefinger

Billede genereret med AI og er ikke af den rigtige løsning



Trin 4: Evaluer og test

Det er sjældent, man rammer den helt rigtige løsning i første omgang. Men mist ikke modet! Ofte skal der større eller mindre justeringer til, før løsningen sidder i skabet og har den ønskede effekt. Husk også, at din løsning kan skabe nye og andre barrierer. Sørg derfor altid for at evaluere på og teste din løsning af. Her kan der igen kun opfordres til, at du rejser dig fra skrivebordet og observerer din løsning ude i virkeligheden.

Spørg gæsterne: hvad fungerer og hvad skal justeres?

Det er dine gæster, der er eksperter på, hvad der fungerer og ikke fungerer, så sørg for at få inddraget dem løbende. På baggrund af dine observationer og snakke med gæsterne justerer du designet på din løsning. Processen gentages, indtil du er landet på en løsning, der i tilfredsstillende grad løser dine udfordringer og får dine gæster til at gøre, som du ønsker.



Case

Hotel Odeon: Sortering på hotelværelserne, der matcher hotellets æstetik

Hotel Odeon har sat fokus på **affaldssortering på værelserne** – med en klar præmis: løsningen skal både fungere i praksis og passe ind i **hotellets æstetik**.

Hotellets tidligere affaldsløsning bestod af fire poser i skraldespanden, men uden guidning eller anden indikation end posernes farve opstod usikkerhed og fejlsortering, fordi gæsterne ikke kunne aflæse, hvilken pose der tilhørte hvilken fraktion.

Løsningen blev at **designe et klistermærke** med respekt for hotellets visuelle udtryk. Klistermærket bærer de **nationale piktogrammer i sort/hvid** og henviser til posernes farve. Teksten er på engelsk, så **internationale gæster kan navigere**, mens danske gæster genkender symbolerne.

En første test viste dog, at klistermærkerne ikke tydeligt nok afspejlede, hvilke rum der hører til hvilke fraktioner. Derfor overvejes nu justeringer, herunder **eventuelt at reducere antallet af fraktioner**, hvis pladsen i skraldespanden er for trang.

Udviklingen er sket i **tæt samarbejde med rengøringspersonalet**. Deres erfaringer med gæsternes affaldsvaner har været afgørende for at identificere, hvor sorteringen typisk fejler. Ved at trække på rengøringspersonalets viden sikres det, at løsningen både bliver praktisk for gæsterne og samtidig nem for rengøringspersonalet at håndtere i deres daglige arbejde.



Opsummering

Test og justér løbende: Løsningen afprøves i praksis og tilpasses undervejs

Inddragelse af gæster og rengøringspersonalet: Feedback fra brugerne og rengøringspersonalet viser, hvad der virker og hvad der skal ændres



Interreg
North Sea



Co-funded by
the European Union

3ST