


# PANTAMERA

NYHETER & REPORTAGE  
FRÅN RETURPACK

NUMMER 2   
2022

VARFÖR  
REKLAM  
FÖR  
PANT?

Äntligen ute  
på festival-  
turné igen!

UNG

TALANG

BELÖNAS

MED  
VÅRT

HUMOR-  
STIPENDIUM

VÅR CIRKULÄRA VÄRLD / NYA LAGAR PÅ G / PANTPENGAR VIA SWISH / PANTNOSTALGI



## Pantameras Humorstipendiat

# MOLLY GRUNDMARK

Foto: Storyfire

**För andra året i rad delar Pantamera ut ett humorstipendium på 50 000 kronor, för att uppmuntra unga att satsa på en karriär inom humor. I år går det till 19-åriga Molly Grundmark som driver Tiktok-kontot @yollom.**

Under sommaren trillade en mängd ansökningar in och juryn fick en rolig och utmanande uppgift – att välja ut sex nominerade, och så småningom en vinnare. Finalisterna träffades för en mingelfest i Stockholm där de även fick möta etablerade människor från branschen.

– Det var märkligt att träffa de andra nominerade, de är så duktiga. Det är folk jag följer sedan tidigare. Några veckor senare fick jag veta att det var jag som vann. Jag kan fortfarande inte tro att det är sant, säger Molly Grundmark.

Hon ska använda pengarna till att utbilda sig, främst inom skådespeleri.

– Jag är så ny på det här. Vill därför lära mig massor, genom att vara med på inspelningar, kanske få roll i någon serie, eller göra musik. Jag känner ingen i branschen, det är först nu jag kommer i kontakt med folk.

### PANDEMIN GAV TID

Molly spelar in sina videos ensam, eller med sina vänner. Det var under pandemin som hennes Tiktok-konto kom igång på allvar.

– Vi hade distansundervisning men jag och några vänner var i skolan. Vi började göra Tiktok-videos i de tomma lokalerna, sketcher där jag var lärare. Som en rolig paus i vardagen, men det tog fart, jag minns att en video nådde 500 000 visningar på två dagar!

Efter detta gick det snabbt för Molly att få nya följare. Andra elever på skolan kom fram till henne, även folk ute på stan kände igen henne från Tiktok. Idag är det ca 90 000 som följer Mollys konto.

### BÄTTRE SJÄLVFÖRTROENDE

Hon berättar att hennes videos hjälper henne att ta plats och vara sig själv.

– Egentligen är jag en introvert person men mina videos ger mig ett större självförtroende.

Humor har alltid varit viktigt för Molly. Hon ser ofta sig själv som en clown och när hon var liten klädde hon gärna ut sig.

– När mina bröder eller familjen var osams sprang jag och hämtade en peruk eller bytte om, för att spela pajas. För mig var det viktigt att göra dem glada igen. Jag tycker fortfarande att det är jobbigt när mina vänner är ledsna eller osams.

**Med Humorstipendiet fortsätter vi att skapa kommunikation med hög igenkänning, som engagerar och sticker ut. Det har stärkt vår relation till målgruppen unga vuxna och ytterligare höjt pantgraden.**

Lovisa Lannerstedt, projektledare på Pantamera





## JURYNYS MOTIVERING

Molly har både talang och mod, på kort tid har hon skapat sig en uppskattad plattform för sitt humorskapande på Tiktok. Genom sina sketcher som både innehåller parodier, vardagskomik och igenkänning tilltalar hon många och visar på både talang inom skådespeleri, humor och idérikedom. Molly har många tankar och idéer om framtiden och vill utvecklas inom både humor, musik och skådespeleri. Vi är stolta och glada över att få hjälpa till med den resan för vi vill se mer av Molly!

## ÖVRIGA FEM NOMINERADE

**EMMA MELIN** - en riktig skådespelartalang • **PONTUS CRONELD** - en blivande stor komiker  
**SEBASTIAN FROM** - klockren stand-up • **FINN ALDÉN-JOYCE** - pricksäkra imitationer  
**FREDRIK BROMAN** - träffsäkra texter





# FESTIVAL- SOMMAR!

**I somras var det full fart på Sveriges festivaler – efter att de gått på halvfart under pandemin.**

Under sommaren har Pantamera deltagit på ett 50-tal festivaler. Antingen med roliga event för besökarna eller så har vi hjälpt till med insamling, sortering och transport av pant. Alla festivaler får kostnadsfria pantkär av oss, för att det ska vara lätt att göra rätt.

På många stadsfester och andra evenemang har vi med oss vår Pantobil, en skåpbil som vi utrustat med en pantautomat. Förutom att panta i automaten brukar vi anordna roliga lekar vid Pantobilen. Till exempel vår populära kastvägg, där besökarna kan vinna bra-att-

ha-grejer som strumpor, kallingar, trosor eller bucket-hats. Självklart kör Pantobilen på miljöbränsle och har solceller på taket.

Nu går det också att använda appen Min Pant i Pantobilens pantautomat. På så sätt kan pantpengarna föras över till eget konto, via Swish eller vanlig banköverföring. Självklart kan man även välja att skänka pengarna till något välgörande ändamål.

Nu laddar vi om för en ny festival-sommar 2023, vi ses väl då!?

## RESULTAT:

**Insamlingen från årets festivaler landar på drygt 2,5 miljoner förpackningar!**



# DAGS FÖR KLÄMMOR i Stockholms butiker

Under hösten monteras klämmor som ska hålla fast skyddssäckarna i pantkärnen. På så sätt behöver inte säckarna bytas så ofta, kärnen hålls renare och återvinningsprocessen går smidigare. Först ut är butikerna i Stockholm och under 2023 utvärderas resultatet innan vi monterar i fler städer.

För att hålla lukt och dryckesrester borta från pantkärnen använder fler och fler butiker en platsäck som skydd. Tyvärr kan säckarna ibland lossna vid tömning. I samarbete med ett antal butiker har Pantamera tagit fram en klämma som ska hålla fast säckarna. Med start i september monterar företaget Ditrands dessa klämmor på pantkärl runt om i Stockholm. Företagets representant Tommy Danielsson kontakter alla butiker som använder säck för att boka in

en lämplig tid. Vid montering ges även en demonstration hur klämmorna fungerar.

Under det senaste året har klämmorna testats i några butiker – resultatet är att både handlare och chaufförer är mycket nöjda. Dels förbrukas färre säckar, de lossnar inte vid tömning och det blir mindre kladd i butiken.

## Nu kan alla pantare få sin pantpeng via Swish – i alla landets Pantamera Expressautomater

Den som pantar kan välja att få sina pengar utbetalda på olika sätt. Det går som vanligt att få ett kvitto att handla för i butik eller att skänka pantpengen till olika välgörenhetsändamål och anslutna föreningar. I alla Pantamera Express-automater är det möjligt att få sina pengar på ett bankkonto – via appen Min Pant. Nu finns även ett nytt alternativ i appen: att få sin utbetalning via Swish.

När Pantamera började att marknadsföra Swish som alternativ, då ökade snabbt användningen av tjänsten. – Värdekuponger är fortfarande det vanligaste sättet att få sina pantpengar. Men vi ser att i de automater som haft Swish som alternativ från start, så används det också mer. Vi räknar med att användningen ökar i och med att fler upptäcker att det nu finns på alla våra Pantamera Express-automater, säger Carita Classon, produktchef vid Pantamera/Returpack.



### AKTUELLA PANTFAKTA

**1 000  
SWISH**  
utbetalningar/dag

**67**  
PANTAMERA  
EXPRESS  
i Sverige

**142 000**  
aktiva användare  
av MIN PANT

Just nu testas  
appen **MIN PANT** på  
ett antal livsmedelsbutiker,  
för att kunna utvärdera hur  
den upplevs i en  
traditionell butik.



# VARFÖR



**Pantameras reklamfilmer väcker ofta nyfikenhet. Några av de vanligaste frågorna är: Hur väljer ni årets pantameraartist? Hur vet ni att ni väljer rätt? Behövs det verkligen reklam för att folk ska panta? Här svarar Pantameras marknadschef Katarina Lundell på allt och lite till.**

Katarina Lundell har jobbat på Pantamera sedan 2005. Strax innan visades Pantameras första musikvideo på tv. Det var Pant-a-mera, filmen som spelades in på Kuba.

- Jag tyckte det var ett fantastiskt sätt, att göra reklamen som en musikvideo. Den lockade mig faktiskt att söka jobbet. Jag arbetade med marknadsföring redan innan, men ville bidra till något positivt i samhället och för miljön - och inte bara sälja saker.

Varumärket Pantamera skulle vara lite som en peppande person som med glimten i ögat fick folk att panta. Samtidigt insåg Katarina att det kan vara en stor utmaning, eftersom pant inte kommer högst upp på folks intresse-lista.

## REKLAM PÅ SENARE TID

Ända sedan den första musikvideon har musik varit en viktig del av reklamen. På senare tid kommer en ny artist varje år.

- Förut kunde en film användas i flera år, men nuförtiden behöver vi byta oftare. Allt går snabbare och vi finns i fler kanaler. Årets film startade till exempel på Tiktok.

Även om nätet är viktigt för reklamen så visas filmerna fortfarande i traditionell tv. Där finns den breda målgruppen, Pantamera ska nå alla i landet som konsumerar dryck.

- Vi ska kommunicera till alla, men har under senare tid haft ett extra fokus på unga, eftersom de dricker mycket dryck, men har en något lägre pantningsgrad.

De unga når vi till exempel genom att samarbeta med sporten, innebandyn och att vara på sociala medier och olika platser där unga finns. Men det gäller även när Pantamera väljer artist. Det är viktigt att unga ska uppskatta personen och kunna ta till sig musiken.



Katarina Lundell, Marknadschef Pantamera





# FÖR PANT?

## ATT VÄLJA ARTIST

– Vi och vår reklambyrå väljer en artist som passar i våra målgrupper. Det ska vara en variation jämfört med tidigare, olika musikstil, personlighet och mångfald. Gärna överraskande. Artisten ska verkligen vilja det här och stå bakom Pantameras värderingar kring hållbarhet. Det är viktigt att det blir ett samarbete, inte bara ett uppdrag.

Artisterna får sedan fria tyglar att ta fram sin låt. Det finns vissa krav, som att den ska handla om hållbarhet och pant på något sätt, men annars är det väldigt fritt.

– På så sätt kommer vi ut till artistens fans på ett trovärdigt sätt. Som med förra årets artist, Myra Granberg. Det hörs direkt att det är hennes pantameralåt, att hon själv har skapat den.

## MÄTNINGAR

När filmerna har visats en viss tid, så genomförs kampanjmätningar. Det är undersökningsföretag som skickar ut digitala enkäter där tittare får fylla i hur de uppfattar reklamen. Bland annat hur många som sett filmen, om budskapet är tydligt, om den ger en positiv bild av Pantamera och kopplingen till miljö och klimat. Resultatet jämförs med tidigare års filmer och annan reklam.

– Vi får generellt väldigt bra siffror på filmerna och vi ser att de är uppskattade. Någon gång har budskapet varit lite otydligt, då har vi lärt oss det till året därpå. Men i år har det varit jättebra.

I undersökningen får tittaren även skriva ett ord som den förknippar med reklamen. I år blev det bland annat... Sätter sig på hjärnan, cool, snygg, miljö, modern och underhållande.

Under några år gjorde Pantamera inte musikvideos, utan mer traditionell reklam. Reklamen fick då sämre värden.

## UTAN REKLAM?

Katarina säger att reklamen behövs för att påminna människor. Om vi skulle strunta i reklam under ett år blir det kanske inga större förändringar på kort sikt. Men på längre sikt kommer det visa sig.

– Vi märker att pantningen stiger något när vi har större kampanjer. Därför ser vi till att påminna lite extra vid högtider som jul och påsk, när vi konsumerar mycket dryck. Reklamen behövs, för att vi ska fortsätta vara bäst i världen på att panta.





# Nya lagar på G

En ny förordning i svensk lag och ett nytt EU-direktiv ger vissa förändringar i pantsystemet. Dessa tre är bra att känna till:

## § 1 JANUARI 2023

Från den 1 januari 2023 ingår alla förpackningar av juice och saft i vårt pantsystem.

- Närmare 80 procent av dessa förpackningar pantas redan idag, eftersom vi år 2015 erbjöd saftproducenter att ansluta sig frivilligt, och senare även juiceproducenter. Det är jättebra att nu även lagstiftarna kommer ifatt oss, säger Bengt Lagerman som är vd på Returpack.

## § JUNI 2024

Från 2024 ska korkarna sitta kvar på PET-flaskan vid återvinning, enligt EU:s engångsplastdirektiv.

Korken kommer att sitta kvar i ringen på flaskans hals när den öppnas. På så sätt minskar nedskräpningen och det blir mer plast till återvinning. I Sverige är vi redan duktiga på detta - de flesta av oss skruvar på korken innan vi pantar och dessa återvinns. Tack vare den nya lagen kommer förhoppningsvis fler EU-länder att följa samma spår.

- Vi genomför tester hur pantningen ska fungera på ett bra sätt. Men det är inte helt okomplicerat då dessa förpackningar måste fungera i pantautomaterna, så eventuellt löst hängande korkar inte förhindrar återvinningen, säger Annelie Niva som är hållbarhetsstrateg på Returpack.

## § 1 JANUARI 2029

Från den 1 januari 2029 kommer även dryckesförpackningar för mejeriprodukter att ingå i pantsystemet.

- Det finns en utmaning med mejerier eftersom dryckesrester kan ge bakterietillväxt och dålig lukt. Detta gäller främst PET-flaskorna, där locket skruvas tillbaka på flaskan då vi druckit färdigt och de senare går sönder i pantautomaten. För burken är det inget större bekymmer, eftersom den hela tiden ventileras, säger Bengt Lagerman.

Redan nu öppnas pantsystemet för mejeridryck på aluminiumburk, på frivillig basis. Det handlar endast om ett fåtal produkter, till exempel chokladdryck och kaffedrinkar. Butikerna har sedan gott om tid på sig att se över sin ventilation i pantutrymmet, innan PET-flaskorna ansluts. I Pantameras test var lukten dock inget problem i 75 procent av butikerna.



# Vår cirkulära värld

Varje livsmedelsbutik med en pantautomat gör en ovärderlig insats för vårt retursystem. Drygt 93 procent av all pant kommer in via dagligvaruhandeln och bidrar till att spara energi och minska våra koldioxidutsläpp.

Pantamera hanterar över två miljarder förpackningar under ett år. I pantfabriken i Norrköping sorteras de och materialet pressas samman till balar. Dessa säljs vidare till olika materialköpare för återvinning. Här i tabellen ser du vilka olika material det handlar om.

## > Återvunnet material

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Aluminium</b>	<b>16 740 ton</b>	<b>18 356 ton</b>	<b>19 870 ton</b>	<b>20 993 ton</b>	<b>22 745 ton</b>
<b>Klar PET</b>	<b>16 515 ton</b>	<b>17 822 ton</b>	<b>21 077 ton</b>	<b>21 246 ton</b>	<b>21 963 ton</b>
<b>Färgad PET</b>	<b>3 767 ton</b>	<b>4 539 ton</b>	<b>2 167 ton</b>	<b>1 665 ton</b>	<b>1 801 ton</b>
<b>Korkmaterial</b>	-	<b>1 354 ton</b>	<b>1 377 ton</b>	<b>1 418 ton</b>	<b>1 376 ton</b>
<b>HDPE</b>	-	-	-	<b>16 ton</b>	<b>100 ton</b>
<b>Stål</b>	-	-	-	-	<b>20 ton</b>

### FÖR OSS ÄR DEN CIRKULÄRA TANKEN AVGÖRANDE!

De som köper vår plast och aluminium garanterar att det återvunna materialet blir livsmedelsgodkänt, och på så vis kan användas till nya burkar och flaskor. Våra köpare är: Constellium, Novelis, Veolia PET svenska AB och Axjo.

Korkarna har inte samma material som flaskorna. De är gjorda av annan typ av plast, oftast HDPE eller PP. Axjo ser till att vårt korkmaterial återvinns till kabeltrummor.

De plastflaskor som ingår i pantsystemet idag är nästan uteslutande PET-flaskor. Men vissa juiceförpackningar är gjorda av andra plastslag.

Det är viktigt att skilja färgade flaskor från klara.

Endast materialet från de klara, det vill säga genomskinliga, kan återvinnas till nya flaskor. De transparenta och svagt ljusblå flaskorna räknas också som klara.

Även de färgade flaskorna återvinns, men kan inte bli till livsmedelsgodkända flaskor igen. Istället blir de till exempel buntband och andra plastprodukter.

Balar av pantade aluminiumburkar fraktas med tåg till Tyskland och Frankrike, där materialet blir till ny burkplåt. För att minimera antalet transporter har vi anpassat balstorlekarna utifrån tågvagrens form. Mindre balar på toppen gör att vi kan fylla vagnen ända upp.





# HAR DU HITTAT NÅT KNASIGT I PANTEN?

En hel del märkliga saker slinker med pantförpackningarna och körs vidare till oss. De som arbetar i Pantameras fabrik i Norrköping har sett en hel del genom åren. Särskilt förut, när de flesta förpackningarna hämtades i kartonger.

Här har det bland annat dykt upp ... halloweendrakter med otäcka masker, hela kartonger med DVD-filmer och ett kassaskåp. Även tolv öppnade flaskor Rioja-vin (vilket är extra intressant eftersom butikerna inte ens säljer vin)!

**NU VILL VI FRÅGA DIG  
OCH DINA KOLLEGOR:**

**Har ni fått in något intressant/  
galt i er pantmaskin?**

**Maila till: [nytt@pantamera.nu](mailto:nytt@pantamera.nu)**

**Skicka gärna bild också!**



# PANT NOSTALGI

## TABBAR OCH KAPSYLER

Du har säkert lagt märke till att öppningen på våra burkar sett lite olika ut genom åren? De första ölburkarna hade ingen vanlig kapsyl utan det behövdes ett särskilt verktyg för att komma åt ölen. Det kallades kyrknyckel och gjorde trekantiga hål i locket, som på den tiden var av stål.

Det blev krångligt att bära med sig en kyrknyckel varje gång, därför utvecklades en så kallad tabb – en integrerad kapsyl som drogs loss från locket. Men vi skulle snart upptäcka att den hade sina nackdelar. Det var enkelt att riva bort tabben och slänga den på marken när vi blev törstiga. Detta ledde både till nedskräpning och olyckor. Vissa stoppade tillbaka tabben i burken och råkade sedan sätta den i halsen.

I början av 90-talet kom lösningen, en »stay on tab«, det vill säga en kapsyl som satt kvar på burken. Det var en lyckad innovation för alla törstiga svenskar, men även för Returpack. Tack vare att ringen med tabb satt kvar på burken så ökade återvinningen med 50 ton om året!

# Psst!

## Du kikar väl in på Mina sidor ibland?

Här kan du som är kund sköta alla ärenden som handlar om pant.

### NÅGRA EXEMPEL:

- Hämtningar. Se och hantera föregående och kommande hämtningar.
- Beställ ny utrustning.
- Håll koll på ersättningar.
- Pantmaskiner. Info om butikens maskiner och kvitton samt kontaktuppgifter om något behöver repareras.
- Butiksunik statistik. Jämför och analysera så mycket du vill.
- I Fokus. Nyheter för dig som jobbar i butik.

### HAR DU INGET KONTO?

Gå in på [pantamera.nu](https://pantamera.nu) och följ instruktionerna.

## KONTAKTA OSS



Har du konsumentfrågor eller funderingar kring utbetalningar, pantartiklar eller pantsystemet?

### KUNDTJÄNST

Tel: 011-19 19 80 • E-post: [kundtjanst@returpack.se](mailto:kundtjanst@returpack.se)

### PANTHÄMTNING & TRANSPORTLEDNING

Tel: 011-19 19 50 • E-post: [lv@returpack.se](mailto:lv@returpack.se)

Produktion: Lundberg&Co

Utgiven av: Returpack AB

Tipsa oss: [nytt@pantamera.nu](mailto:nytt@pantamera.nu)