

Hur kan livsmedelsbutiker minimera matsvinnet?

ELIN KOLAM 2018

MVEK02 EXAMENSARBETE FÖR KANDIDATEXAMEN 15 HP
MILJÖVETENSKAP | LUNDS UNIVERSITET





LUNDS
UNIVERSITET

WWW.CEC.LU.SE
WWW.LU.SE

Lunds universitet

Miljövetenskaplig utbildning
Centrum för miljö- och
klimatforskning
Ekologihuset
223 62 Lund

Hur kan livsmedelsbutiker minimera matsvinnet?

En fallstudie av ICA Kvantum Malmborgs Tuna i Lund

Elin Kolam

2018



LUNDS
UNIVERSITET

Elin Kolam

MVEK02 Examensarbete för Kandidatexamen 15 hp, Lunds universitet

Intern handledare: Carl Dalhammar, Internationella miljöinstitutet, Lunds universitet

CEC - Centrum för miljö- och klimatforskning

Lunds universitet

Lund 2018

Abstract

According to the Environmental Protection Agency (2016) food production has a big impact on the climate, and a big part of the food gets wasted as garbage. About 91% of the food that the stores waste is still eatable (Naturvårdsverket, 2014). The government has set a goal to reduce the food waste with 20% until 2020 in comparison to 2010.

In present days there's a lot of research on how to maintain the durability on the groceries for as long as possible (Enarsson, 2015), but very little research on how we could reuse the food waste.

The aim of this case study is to show what kind of methods supermarkets can use to minimize the food waste and what they can improve to reduce the waste even further. The methods that were used for this study was a literature analysis and a case study of the grocery store ICA Tuna together with interviews and observations.

The study shows that ICA Tuna has two primary projects to distribute the food out to the customers instead of wasting it. One of their own projects is called Resurskocken, which cooks the food to be sold as lunch boxes. The other project is a cooperation with the organisation Food2Change, which distribute wasted food from the supermarket to their members.

Even though ICA Tuna does a lot to minimize the food waste there's still room for improvement. One opportunity is to lower the price on groceries which soon expires due to the best before- date, educate the store personal, cooperate with more organisations and keep better statistics.

Innehållsförteckning

Abstract 5

Innehållsförteckning 7

Inledning 9

Lagstiftning 10

Avfallshierarkin 10

Matsvinn i livsmedelsbutiker 12

Syfte 12

Frågeställningar 13

Metod 15

Litteraturundersökning 15

Fallstudie med intervjuer 15

Urval 16

Observation 16

Resultat 17

Olika projekt som jobbar mot matsvinn 17

Allwin 17

Matakuten 17

Karma 17

ICA Kvantum Malmborgs Tuna 18

ICA Tunas arbete för att förebygga matsvinn 18

ICA Tunas arbete för att få ut "osäljbara" varor till konsumenter 20

Resurskocken 20

Food2change 21

ICA Tunas tankar om matsvinn 23

Diskussion 25

De olika projekten på ICA Tuna mot matsvinn 25

Resurskocken 25

Food2Change 26

Vad tycker Ica Tuna 28

Vad kan ICA Tuna mer göra 28

Sänka priser på varor nära utgångsdatum 28

Utbildning 29

Hitta lösningar till att använda brödet 29

Samarbeta med fler organisationer 29

Föra bättre statistik 29

Anställa en konsult 30

Kunders påverkan på matsvinnet 30

Felkällor 30

Slutsats 33

Referenser 35

Bilagor 39

Bilaga 1- Intervjun med Karl Palmgren, Food2Change 39

Bilaga 2 – Intervju med Håkan Olsson – ICA Tuna 42

Inledning

Enligt Naturvårdsverket (2016) står livsmedelstillverkningen för 20-25 procent av vår totala klimatpåverkan och mycket av den maten som produceras blir idag matavfall, trots att stor del är ätbar. Enligt Naturvårdsverket (2014) är det ca 91 % av matavfallet som slängs i butiker mat som hade kunnat konsumeras. Globalt förloras ca en tredjedel av all mat som produceras enligt Food and agriculture organization of the united nations (FAO, 2011). Matavfall sker i varje steg från produktion till konsumtion. 2014 kom 8 procent av allt matavfall från primärproduktionen, mat som med andra ord inte ens har lämnat gården (Naturvårdsverket, 2016). I Sverige slängs ca 1,5 miljoner ton matavfall varje år, varav ca 860 000 ton av detta uppskattas vara sådant som kan undvikas ifall det behandlas annorlunda. Regeringen har som mål att minska matavfallet i hela livsmedelskedjan med 20 % fram till 2020 jämfört med 2010 (Naturvårdsverket, 2015).

Att en tredjedel av all mat som produceras i världen produceras i onödan är definitivt en onödig förbrukning av jordens resurser. Dels har produktionen och odlingen av maten sin påverkan på klimatet, men andra faktorer som kan påverka är; paketering, kylning och transport. Enligt Eriksson och Strid (2011) är det därför bättre att en produkt lämnas på åkern än att den ska genomgå alla steg som kräver energi och resurser för att sedan kasseras. Om mindre mat kasseras betyder det att mindre mat behöver produceras och på så sätt minskas klimatpåverkan (Eriksson & Strid, 2011).

Enligt Stenmarck, Hanssen, Silvennoinen, Katajajuuri och Werge (2011) är den största anledningen till matsvinnet att maten blir osäljbar, och att den blir osäljbar är på grund av konsumenterna samt butikernas prioritering att sälja mycket (vilket betyder att de har välfyllda hyllor och stort utbud).

Gunnarsson (2016) gjorde en studie där han undersökte skillnaden i utsläpp av växthusgaser i två situationer; *dumpstring* (det vill säga återanvända förbrukningsbart matavfall) eller om matavfallet blir till biogas. Han kom fram till att det ur klimatsynpunkt är bäst att återanvända matavfallet till det syfte som det producerats för, med andra ord se till att det inte blir avfall.

Lagstiftning

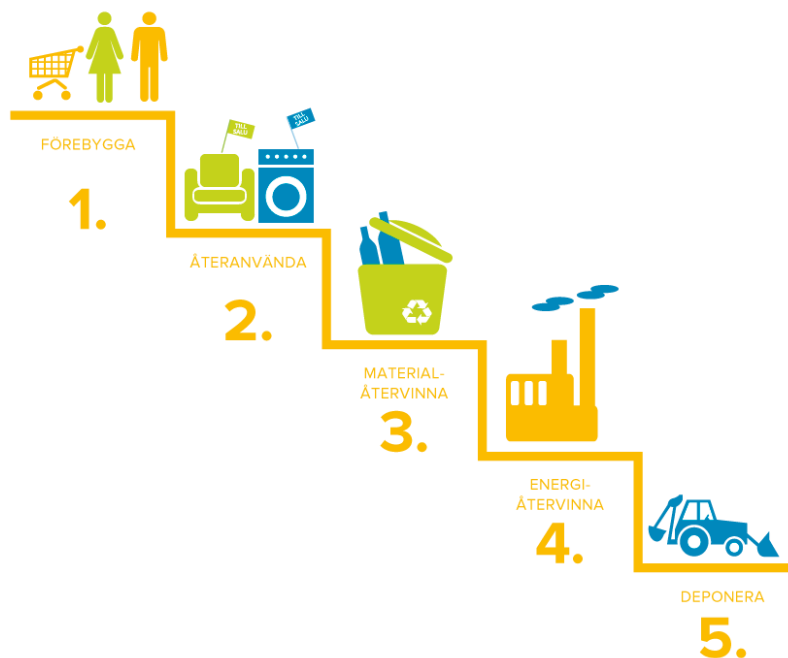
Sedan 1971 har det varit krav på att sätta datummärkning på varor, så kallat bäst före-datum (Prop. 1971:61). Bäst före-datumen sätts av producenterna och innebär att varan ska hålla en viss kvalitet fram till detta datum, men eftersom datumen sätts av producenterna kan bäst före-datumet bli satt långt innan varan blir dålig (Jonsson, 2012). Skillnaden mellan bäst före-datum och sista förbrukningsdag är att bäst före-datumet endast är en garanti för att varan har de egenskaper den förväntas ha fram tills detta datum, medan sista förbrukningsdag sätts på varor där mikroorganismer snabbt kan angripa och göra varan obrukbar. Sista förbrukningsdag är alltså sista dagen varan kan ätas utan att vara en risk för hälsan (LIVSFS 2004:27).

Butikerna får sälja och skänka varor även om de har passerat sitt bäst före-datum, det är butikernas egna ansvar att avgöra om varan är brukbar eller inte (178/2002/EG). Enligt Martinsson (2014) vågar butikerna inte riskera att produkten skulle vara dålig. Konsumenterna tror oftast att varan är obruklig efter sitt bäst före-datum (Naturvårdsverket, 2008). Varor som har passerat sista förbrukningsdag får dock varken säljas eller skänkas (178/2002/EG).

Varan kan inte säljas fryst ifall den kommer till butiken ofryst, varan måste alltså frysas innan den kommer till butiken ifall den ska säljas till konsumenterna fryst (853/2004/EG). Om butikerna fryser ner varan innan utgångsdatum kan den endast säljas ifall den får en behandling som förlänger hållbarheten, så som värmebehandling. Det betyder att butikerna kan frysa varan innan utgångsdatum men den måste då tillagas innan den kan säljas (Martinsson, 2014).

Avfallshierarkin

EU har beslutat om en avfallstrappa, även kallat avfallshierarki, som beskriver en prioriteringsordning för hur avfall ska hanteras, denna prioritering finns i artikel 4 i ramdirektivet för avfall (2008/98/EG). Avfallstrappa gäller även i Sverige och högst prioriterat är det att förebygga uppkomsten av avfall (Avfall Sverige, 2017). Detta ramdirektiv stärks även i Miljöbalken (MB 1998:808) 15 kap. 10 § där finns en prioritering för hur den som hanterar avfall, eller bär ansvaret för att hantera avfall, ska hantera avfallet. Prioriteringen är desamma som punkt 2-5 i ramdirektivet. I 2 kap. 5 § i MB finns även en bestämmelse om skyldighet att vidta åtgärder som är avfallsförebyggande.



Figur 1 Avfallshierarkin

Enligt ramdirektivet för avfall, 2008/98/EG, ska avfall hanteras enligt prioriteringen i bilden ovan.

Bildkälla: Tekniska verket 2018.

I trappan finns det, som synes i figur 1, fem olika steg, där steg ett är högst prioriterat enligt 2008/98/EG:

1. Förebygga avfall. Högst upp på trappan och det som främst ska strävas efter är att förhindra att avfall ens uppstår.

2. Återanvända. När avfall väl uppstår ska det i största mån se till att återanvändas. Genom att skänkas eller säljas till någon som har användning av produkterna, då behövs det inget nytt material för att framställa en ny produkt och ingen energi krävs för produktion.

3. Materialåtervinna. Om återanvändning inte är möjlig ska materialet återvinnas. Så som förpackningar och tidningar, eller rötning av matavfall.

4. Energiåtervinning. Om materialet inte kan återvinnas ska avfallet förbrännas för att utvinna energin.

5. Deponera. Som allra sista utväg om inget annat kan göras med materialet ska det deponeras på en soptipp. Det betyder att materialet försvinner ur vårt kretslopp och ej är en tillgänglig resurs längre.

Matsvinn i livsmedelsbutiker

Idag görs redan mycket för att minska matsvinnet i livsmedelsbutiker, som att se till att temperaturen är optimal för att hålla maten ätbar längst möjligt (Enarsson, 2015). Det som blir till matavfall används ofta till biogas eller gödselmedel (Enarsson, 2015).

Anledningen till att det uppstår så stora delar matsvinn hos livsmedelsbutikerna är bland annat felbeställningar, bristande kunskap hos anställda samt att kunderna inte vet innebörden av datum och hållbarhet (Gunnarsson, 2016). På grund av att konsumenterna i stor utsträckning tar de varor i hyllan som har längst hållbarhet går många varors bäst före-datum ut och på så sätt blir de "osäljbara" (Stenmarck, et al., 2011).

Enligt Lundqvist, Fraiture och Molden (2008) är en annan anledning till matavfall att butikerna skall möta konsumenternas förväntningar på att det alltid bör finnas ett stort utbud. Då frukt och grönsaker ofta ligger i stora högar blir det som ligger underst eller i mitten skadat, även brist på ljus och felaktig temperatur kan skada varorna (Stenmarck, et al., 2011). Konsumenternas oro och okunnighet inom livsmedelssäkerhet leder till att mycket mat slängs trots att det går att äta (Lundqvist, Fraiture och Molden 2008).

Enligt Jensen, Båth och Lindberg (2013) är det svåraste för butikerna att beräkna hur mycket som säljs av de varor med kort förbrukningsdatum. Många av varorna skulle hålla längre ifall de blev nedfrysade på sista förbrukningsdag, men det är enligt lag inte tillåtet att sälja produkten om den inte tillagats innan.

Syfte

EU:s näst högsta prioritering i avfallsdirektivet är att avfallet bör återanvändas, och tidigare forskning har visat att det mest energieffektiva alternativet är att använda matsvinnet till sitt ursprungliga syfte, det vill säga ätas (Gunnarsson, 2016). Därför undersöker den här studien vilka tillvägagångssätt butiker kan använda sig av för att få ut matsvinnet till konsumenterna trots att varan är "osäljbar".

Syftet med fallstudien var att visa vilka metoder livsmedelsbutiker (i detta fall ICA Tuna) kan använda för att minimera matsvinnet genom att få ut varorna till konsumenterna. Det finns sedan tidigare mycket forskning inom matavfall hos livsmedelsbutiker, men mestadels handlar det om hur varor ska hanteras för att hålla längre samt vad som ska göras med maten som tillslut blir avfall. Det mest energieffektiva alternativet har visat sig vara att använda maten till dess ursprungliga syfte, det vill säga ätas, och det finns många initiativ för att rädda

maten. Men det saknas studier på hur bra de olika metoderna för att återanvända maten som inte längre går att sälja fungerar. Därför ska denna studie granska ICA Tunas metoder.

Studien skulle antingen studera flertalet butiker genom enkäter eller studera endast en butik i form av en fallstudie. För möjligheten för en djupare inblick i vad som fungerar bra och vad som kan förbättras med olika tillvägagångssätt. I arbetet att minska matsvinnet i livsmedelsbutiker görs en fallstudie på en specifik butik som arbetar med att använda sitt matsvinn till olika ändamål. ICA Kvantum Malmborgs Tuna (ICA Tuna) i Lund arbetar med att få ut sitt matsvinn till kunderna på olika sätt, bland annat genom deras egna projekt Resurskocken, men även via externa projekt som Food2Change är de med i arbetet mot att minska matsvinnet, därför valdes ICA Tuna som butik. ICA Tuna valdes som butik även eftersom den geografiskt ligger bra, vilket underlättar för intervjuer och observationer. Fallstudien på ICA Tuna ger en möjlighet att jämföra de olika projekten butiken arbetar med. Eftersom ICA Tuna samarbetar med organisationen Food2Change kommer denna studie även granska deras arbete för att minska matsvinnet.

Frågeställningar

- Vad gör ICA Tuna för att minska sitt matsvinn genom att istället få ut varorna till konsumenterna?
- Vad kan ICA Tuna göra för att förbättra sitt arbete mot matsvinn ytterligare, genom att istället få ut varorna till konsumenterna?

Metod

Val av metod utformades utefter studiens syfte och frågeställningar. Litteraturgenomgång gjordes för att få en vetenskaplig grund från tidigare forskning och teorier inom området matavfall och matsvinn, och semistrukturerade intervjuer med utvalda personer för att få en djupare inblick i för- och nackdelarna med de olika projekten ICA Tuna arbetar med för att minska sitt matsvinn.

Litteraturundersökning

Litteraturundersökningen gjordes för att få en grund inom området och se vad tidigare forskning kommit fram till, vad för organisationer det finns idag för att bekämpa matsvinnet. Vetenskapliga artiklar och rapporter från statliga myndigheter användes bland annat. Sökmotorer som LUBsearch och Google Scholar har använts för att hitta vetenskapliga artiklar inom området, sökord som användes var bland annat: Matavfall, matsvinn, livsmedelsbutiker.

Fallstudie med intervjuer

För att komplettera litteraturundersökningen och få en djupare inblick i hur livsmedelsbutiker kan arbeta mot matsvinn valdes en specifik butik ut för fallstudie. ICA Tuna valdes ut på grund av butikens placering samt butikens flera projekt för att minska matsvinnet.

Genomförandet av fallstudien, för att se hur ICA Tuna arbetar med de olika projekten, gjordes med semistrukturerade intervjuer, då studien kräver en mer djupgående förståelse samt åsikter om för- och nackdelar samt en jämförelse mellan de olika projekten. Intervjuer med utvalda och väl insatta respondenter valdes framför enkäter eftersom intervjuerna ger en djupare inblick och mer konkreta svar om de specifika projekten.

Urval

Centralitet valdes som urvalsprincip, eftersom målet med intervjuerna var att få en bättre förståelse om hur arbetet med de olika organisationerna fungerar, och därför är det viktigt att personerna som intervjuas har en stor förståelse och är insatta i arbetet.

På ICA Tuna var första valet Anna Billing då hon är projektledare för Resurskocken, men på grund av sjukskrivning hade hon inte möjlighet för en intervju inom tidsramen för denna studie. Därför valdes istället endast butikschefen Håkan Olsson, som har en övergripande kunskap om hela butiken, men kan ha svårare att svara på specifika frågor om Resurskocken. Första valet var att han skulle intervjuas endast som representant för ICA Tuna och för att jämföra de olika projekten, samt hur han, som butikschef upplever dem. Istället fick han även svara på mer ingående frågor om Resurskocken, i största möjliga mån. Men då han är butikschef bör han vara väl insatt även i Resurskocken.

Food2Change är en organisation som ICA Tuna samarbetar med för att minska matsvinnet. För att få en djupare förståelse hur Food2Change arbetar skedde intervju med respondenter. Som respondenter valdes i början både grundaren Rikard Lundgren samt Karl Palmgren, som är ambassadör i Lund, ut som intervjupersoner. Men på grund av omständigheter blev det endast en intervju med Karl via mejl. Efter ett snabbt samtal med Rikard där han bekräftade att Karl varit med från början av projektet kändes det tryggt att låta Karl vara enda representant från Food2Change. Även om fler intervjuer hade varit att föredra.

Observation

En osystematisk observation har gjorts på ICA Tuna, 29 november 2017, för att få en uppfattning om hur butiken är uppbyggd samt hur utdelningen utav mat av Food2Change går till i butiken. Det gav en bättre förståelse över hur det fungerar i realiteten.

Resultat

Olika projekt som jobbar mot matsvinn

Utöver de projekt som ICA Tuna jobbar med finns det ett stort antal andra organisationer som arbetar mot matsvinnet i både Sverige och internationellt. Här beskrivs några av dem som finns i Lund:

Allwin

Sedan 2010 har Allwin kämpat mot matsvinn. Tillsammans med logistikpartnern Samhall levererar de ca 1000 ton mat varje år till hjälporganisationer, sån mat som livsmedelsbutikerna annars skulle ha slängt (Allwin, 2017). Livsmedelsbutikerna betalar Allwin en summa för att maten ska bli upphämtad och distribuerad (Allwin, 2017). Men enligt Fransson (2014) finns det brister i deras system då de levererat gammal och möjlig mat under 2014 som inte lever upp till livsmedelsverkets riktlinjer. Allwin samarbetar med butiker i Göteborg, Stockholm, Malmö och Lund (Allwin, 2017).

Matakuten

2013 började Matakuten ideellt köra runt och hämta upp matsvinn från butiker i Gävle, som sedan delades ut till behövande människor. Idag hämtar organisationen upp matsvinn och annat svinn även från restauranger och caféer, och finns även i Lund. Varje månad räddar de ca 10 ton mat, som sedan når ut till uppskattningsvis flera tusen behövande, som får hämta matkassar från deras lokal med mat som Matakuten hämtat upp. Matakuten har vunnit flera olika utmärkelser för sitt arbete (Matakuten, 2017).

Karma

Karma startade 2015 och är ett företag som via en app säljer mat som inte blivit såld till ett billigare pris (minst till 50% av ordinarie pris). Maten kan komma från

restauranger, caféer, bagerier eller livsmedelsbutiker som har anslutit sig till Karma. Maten är sådan som inte blivit såld och annars skulle slängas. Butikerna som ansluter sig betalar ingenting, men en del av den kostnad som köparen betalar för maten går till Karma. Idag är 6 ICA butiker i Sverige anslutna och över 1000 andra restauranger, butiker och caféer (Karma, 2017).

ICA Kvantum Malmborgs Tuna

ICA Kvantum Malmborgs Tuna (*ICA Tuna*) är lokaliserad i Lund och satsar på bra kvalitet för bra priser. De har funnits i den lokalen de håller till i idag sedan 1972. 2007 gick de med i Malmborgsgruppen, som är sex olika ICA butiker i Lund och Malmö, alla är KRAV-märkta och Svanen-certifierade (ICA Tuna, u.å.). De har allt från en köttavdelning där de själva styckar kött, till en frukt och grönsaksavdelning där de har mycket närproducerat och ekologiskt (ICA Tuna, 2017). Håkan Olsson och Stefan Billing, som är butikschef respektive köpman på ICA Tuna, brukar skämtsamt säga att de är som ett skafferi för många studenter och boende i närheten eftersom de kommer och handlar det de behöver i stunden. Av den anledningen har de många fler kunder än de flesta butikerna, men medelvärdet för vad ICA butikerna brukar sälja per kund är ca 100 kr lägre (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Idag har ICA Tuna ingen direkt statistik på sitt matsvinn. På frågan om hur mycket matsvinn de har blev svaret något diffust med några olika procentandelar. Därför blev de då istället ombudda att via mejl återkomma. De jobbar på att få fram siffror, men tar längre tid än tänkt, och därför hinner siffrorna tyvärr inte redovisas i denna studie. Den mat som ICA Tuna slänger i sin container blir till biogas (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

ICA Tuna har startat något som de kallar för Resurskocken där de tar tillvara på mat som annars skulle ha slängts men som är ätbar, genom att tillaga den och sälja som matlådor (ICA Tuna, u.å.). De har även samarbete med Food2Change som jobbar mot matsvinn genom att dela ut kassar med mat, som annars skulle slängts av butikerna, till låginkomsttagare (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

ICA Tunas arbete för att förebygga matsvinn

För att *motverka* matsvinn har ICA Tuna bland annat ett datasystem som håller koll på hur mycket och vilka av varorna som säljs, därefter beställs automatiskt nya varor med hjälp av denna information. Det är något som fungerar bra enligt

Håkan, vid de tillfällen då de förväntar sig en ökad eller minskad försäljning kan de manuellt gå in och ändra beställningen (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Håkan menar att utbildad personal är viktigt för att minimera matsvinnet. Idag har ICA Tuna inga interna utbildningar för sin personal men Håkan menar att de som jobbar där antingen har en utbildning sedan tidigare eller så lär kunnig personal upp den nya personalen.

Många butiker har fyllda hyllor och ett stort utbud, det är vad man tror att kunderna vill ha och vad man tror säljer bra (Stenmarck, at el., 2011). De senaste månaderna har ICA Tuna ändrat uppbyggnaden i butiken och sättet de exponerar sin frukt och sina grönsaker. De har minskat på mängden varor som ligger framme, vilket gör att varorna blir mindre sönderklämda, då det som ligger framme går åt snabbare än tidigare. Även om en mindre mängd ligger framme, ser det som finns mycket fräschare ut (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017)

Det gör även att det hela tiden börjas om på nytt; när grönsakerna eller frukten börjar ta slut tar ICA Tuna in en helt ny låda, lägger det som fanns kvar i den gamla lådan överst. Butiken lägger med andra ord upp mindre, men oftare, nu jämfört med tidigare, något som Håkan menar har varit framgångsrikt, både om han ser till matsvinn och försäljningsmässigt. Svårigheten med att göra så även med andra varor är att det då krävs mer personal för att hinna fylla på innan varorna tar slut, och enligt Håkan fungerar inte det rent affärsmässigt. Kunder behöver inte ha mycket varor, med berg och speglar, som man brukar få lära sig att de vill ha. Det fungerar bättre såhär, för oss i alla fall, säger Håkan (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Bröd är svårt att göra något med när det inte går att använda längre, bake off bröd kan inte säljas mer än en dag. Därför är det en stor del av brödet som slängs. De har tidigare testat att göra ströbröd av det, men det har inte fungerat säger Håkan (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Tidigare har kassar lottas ut till personalen med mat som egentligen skulle kastas. Personalen fick då köpa en lott, pengarna för detta gick till välgörenhet. Sedan lottades påsarna ut till de som hade köpt lotter. Men det gör de inte längre, nu går den maten istället till organisationen Food2Change.

ICA Tunas arbete för att få ut “osäljbara” varor till konsumenter

ICA Tuna har idag framförallt två olika projekt för att få ut matsvinnet till konsumenterna istället för att slänga det. Ett som de själva bedriver och som prioriteras. Samt ett nytt samarbete med organisationen Food2Change som kommer och hämtar upp matsvinn som sedan delas ut till organisationens medlemmar.

Resurskocken

2007 startade ICA Tuna i Lund sitt projekt resurskocken då de ville göra något för att minska sitt matsvinn. De anlidade en kock som tillagade den mat som hade sorterats ut från avdelningarna men som fortfarande var ätbar, detta är något som de gör än idag (ICA Kvantum Malmborgs Tuna, u.å.). Maten säljs i butiken som matlådor och kunderna kan själva mixa ihop sin matlåda. Genom detta räddar butiken ca 80 % av matavfallet, och säljer istället matsvinnet som matlådor för 1,3 miljoner kronor per år (ICA Kvantum Malmborgs Tuna, u.å.). Resurskocken följer och säkerhetsställer att kvaliteten på all mat som tillagas uppfyller Livsmedelsverkets riktlinjer och om det skulle vara någon tvekan ifall den skulle vara dålig används inte varan (Hagberg & Holmberg, 2011).

Resurskocken startades eftersom butiken hade över 4 % svinn. I början visste de inte vad det berodde på, de trodde att det var tjuvar, därför installerade de kameror och kontrollerade leverantörer men ingenting visade något stort. Då började ICA Tuna ta tillvara på frukten som inte längre gick att sälja, genom att skära bort den dåliga delen och göra fruktsallad av resterande del, det visade sig vara uppskattat. Efterhand började butiken då med enklare varm mat som de sålde i delikatessdisken. Då detta var något som var väldigt populärt störde det försäljningen av delikatesserna, därför öppnade de upp en egen disk för Resurskocken (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017)

Idag räddar Resurskocken uppskattningsvis ca 80 % av den mat som annars skulle ha slängts, men för att kunna tillgodose kundernas efterfrågan använder de även varor som inte är svinn. Även ifall Resurskocken räddar mat, blir inte all mat som tillagas såld på grund av att varm mat endast får serveras under ett visst tidsspann innan den behöver slängas. Håkan menar att de hade kunnat kyla ner maten efter två timmar, paketera och sälja den i kyldisken istället, men det är inget som de ser som lönsamt. Maten säljs istället så länge som det går, och sedan slängs det som inte blivit sålt inom tre timmar. Håkan uppskattar att 75 % av maten som tillagas av Resurskocken säljs (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

På morgonen sorterar varje avdelning på ICA Tuna ut varor som inte längre ska finnas i butiken, det kan vara förpackningar som gått sönder, frukter och grönsaker som är lite dåliga eller skadade, eller varor som passerat sitt bäst föredatum, men det kan också vara varor som de köpt in för stort parti av och vet att de inte kommer kunna sälja slut på. Exempel kan det vara då väderprognosen säger att vädret ska vara bra och butiken då beställer in ett stort parti kotletter för att många troligtvis kommer grilla, men det istället regnar, kan ICA Tuna använda dessa kotletter till Resurskocken istället för att behöva slänga dem. Med andra ord använder Resurskocken sig av dem varor som är ätbara men som inte håller butikens standard. Av dessa varor som kommer in till Resurskocken avgör kocken vilka varor som är användbara och skapar därefter en meny för dagen (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Det finns varor som Resurskocken inte använder sig utav, det kan vara varor som blast från olika grönsaker, bröd med mera. Håkan menar att det är produkter som de inte kan göra något med (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Enligt Håkan har Resurskocken tidigare varit populärare än vad det är idag, men de säljer fortfarande mycket via Resurskocken. Eftersom maten avspeglar kocken och dennes inspiration har ICA Tuna bytt kocken 3 gånger för att få en variation på maten. Han säger att de inte tjänar jättemycket på Resurskocken utan att de har det för att det känns rätt att minska matsvinnet (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Food2change

Food2change är en ideell förening som bildades i maj 2016 av Rikard Lundgren, och organisationen arbetar för att minska matsvinnet (Food2Change, 2017a). De har två olika typer av medlemskap; de som tjänar mindre än 13 000 kr per månad kan bli *hjaltemedlem*, det kostar 500 kr per halvår. De som tjänar mer blir *stödmedlemmar*, då kostar det 500 kr per år (Food2Change, 2017b). Som *hjaltemedlem* ges möjligheten att hämta mat i livsmedelsbutiker, som butiken annars skulle slänga, målet är att möjligheten ska ges 1 gång/vecka. Som *stödmedlem* får du hämta en kasse per år och hjälper till att minska matsvinnet (Food2Change, 2017b).

Sedan starten har Food2Change räddat 66 360 kg matsvinn, till ett värde av 3 179 826 kr. Detta motsvarar 400 658.1 kg CO2 enligt deras beräkningar. Deras mål är att växa och spridas över hela Sverige, för att göra nytta tills de inte längre behöver finnas enligt Karl Palmgren (personlig kommunikation, 30 november 2017).

Food2Change kontaktar butiker via telefon, mejl eller genom att besöka butiken och förmedla konceptet de har för att minska butikens matsvinn. Vissa

butiker tackar nej, det tror Karl är på grund utav sättet de tar kontakt med butiken, eller för att butiken redan tycker det gör tillräckligt för att minska sitt matsvinn (K. Palmgren, personlig kommunikation, 30 november 2017).

Butiker som ansluter till Food2change hjälper till att minska matsvinnet genom att skänka mat, som passerat sitt bäst-före datum, har skadad förpackning eller av annan orsak ej kan säljas i butiken längre, till Food2change. Det ska vara smidigt för butikerna att skänka mat, allt butikerna behöver göra är att möta upp värden för Food2Change som sedan förmedlar ut maten till sina medlemmar (Food2Change, 2017c).

Varje onsdag kommer Food2change och hämtar mat hos ICA Tuna. Butiken har då samlat ihop de varor som annars skulle slängts under veckan; färskvaror samlas ihop på måndagen och tisdagen, och även brödet från tisdagen som egentligen skulle slängas på onsdagsmorgonen får Food2change. Det är med andra ord endast varor som i annat fall skulle ha slängts. De varor som Resurskocken kan använda sig av går till Resurskocken i första hand (H. Olsson, personlig kommunikation).

Varorna står redo när värdarna för Food2Change kommer, de kollar då igenom vad de fått. Det som passerat sista förbrukningsdag slängs och statistik förs över hur mycket varorna Food2Change delar ut är värda, för att säkerhetsställa att nå målet att varje kasse ska ha ett värde av 200 kr. Varorna delas rättvist ut till hjältemedlemmarna som kommit för att hämta sin mat.

Maten som Food2Change får skiljer sig såklart mellan olika butiker och mellan tillfällena. På ICA Tuna säger Karl att det är mycket mejerivaror medan det på ICA butiken ett par kilometer bort (ICA Malmborgs Clemenstorget), som Food2Change också samarbetar med, mestadels är bröd. Hur mycket svinn butikerna har beror på butikens storlek enligt Karl (personlig kommunikation, 30 november 2017), en medelstor butik har ett svinn värt ca 10 000 kr per vecka.

Hjältemedlemmarna kan inte påverka vilka varor de får, men de har möjlighet att byta varor med varandra. Det är inte heller möjligt att bestämma vilken tid de vill hämta varorna, utan de måste komma den utsatta tiden som står på sms:et medlemmarna får utskickat och som de skall tacka ja eller nej till. Men hjältemedlemmarna är enligt Food2Change glada för den insats de gör för miljön, men också för att det är bra för deras ekonomi.

Det som delades ut vid observationen den 29 november 2017 på ICA Tuna var allt från baguetter, ris och pasta till yoghurt, gräddfil och mjölk. Hjältemedlemmarna var positiva och då två stycken som anmält sig inte dykt upp fick hjältemedlemmarna även plocka mat från deras korgar och dela sinsemellan. Utrymmet där maten delades ut var litet och medlemmarna fick trängas ihop för att kunna ta sin mat utan att behöva vara i vägen för butikens kunder.

ICA Tuna ser inget negativt med att samarbeta med Food2Change. De upplever inte att de förlorar kunder för att de ger bort mat, utan snarare tvärtom. Håkan (personlig kommunikation, 9 oktober 2017) tror att hjältemedlemmarna

som kommer och hämtar kassarna inte hade handlat de varorna annars ändå. Håkan säger också att det som medlemmarna får i kassarna oftast behöver kompletteras med andra varor för att kunna bli en måltid, något som Håkan ser positivt på då de förmodligen inhandlar dessa varor i butiken (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Kritiken Food2change ofta får höra från medlemmarna är att de endast riktar sig till låginkomsttagare, förmodligen för att även de som tjänar mer vill ha möjlighet att rädda matsvinnet. Att de vänder sig till låginkomsttagare är eftersom de framförallt vill hjälpa de personer som har det jobbigt att få ekonomin att gå ihop. Men de har också fått kritik för att de inte tar hänsyn till preferenser och allergier, men det är på grund av att utdelningen ska vara så rättvis som möjligt och för att Food2Change ska nå sina mål angående hur mycket varje påse ska vara värd (K. Palmgren, personlig kommunikation, 30 november 2017).

ICA Tunas tankar om matsvinn

Håkan tycker själv att butiken gör så mycket de kan för att reducera mängden matsvinn från butiken, han säger att butiken förmodligen inte kan minska matsvinnet mer än vad de gör idag. Han tror inte på att det går att nå noll matsvinn, och att butiker måste acceptera en viss mängd matsvinn. Han menar att ICA Tuna är ganska nära den gränsen (H. Olsson, personlig kommunikation, 9 oktober 2017).

Enligt Håkan verkar kunderna uppskatta det arbete butiken gör för att minska matsvinnet. De får fortfarande uppmärksamhet för Resurskocken, även ifall det var länge sedan de startade upp projektet.

Diskussion

Matsvinnet beror till stor del på att kunderna är bekväma av sig, och vill ha det ”bästa”, trots att det inte alltid behövs. Det gör inget om grädden som köps går ut imorgon om den används upp samma kväll, men så länge det finns en “bättre” vara bredvid till samma pris väljer de flesta kunder den grädden med längre hållbarhet ändå (Stenmarck et al., 2011).

De kunder som handlar på ICA Tuna upplevs av butiken som att de handlar det som behövs för stunden, och att de i första hand inte kollar på priset. Kunderna har förväntningar på butiken att den ska vara fräsch och att det ska vara ett stort utbud. Det har visat sig att det inte behöver finnas mycket av varje vara framme, utan det är mer framgångsrikt att exponera mindre av varje vara och istället fylla på oftare, på så vis ser varorna fräschare ut.

Butiken har andra sätt att förebygga matsvinnet, genom bland annat ett datasystem som håller koll på hur mycket av alla varor som sålts, och med den informationen automatiskt beställer in nya varor, men även sättet de exponerar varor.

ICA Tuna har nyligen testat att ha framme en mindre mängd frukt och grönt och istället ta in nytt oftare. Det talar emot Stenmark et al. (2001) och det som de flesta butiker lär sig, nämligen att kunderna vill ha mycket framme, gärna med speglar och annat. För ICA Tuna har det fungerat bättre med en större ruljans det kan bero på att det som ligger framme ser fräschare ut och färre varor blir sönderklämda. Detta är något som andra butiker borde testa och se ifall det fungerar lika bra i deras butiker.

De olika projekten på ICA Tuna mot matsvinn

Resurskocken

ICA Tunas Resurskocken är något som verkligen har hjälpt butiken i arbetet att få ut matsvinnet till konsumenterna på ett uppskattat sätt. De tar tillvara på matsvinnet genom att sälja det tillagat i butiken. Det här är ett väldigt lyckat

projekt som är bra ur både ekonomi- och miljösynpunkt, samtidigt som kunderna blir nöjda då de kan köpa billig tillagad mat.

Det är ett projekt som hjälper butiken att ta tillvara på en del av matsvinnet, även om det ännu inte finns siffror på hur mycket. Det blir trots allt matsvinn även från Resurskocken; det vill säga mat som inte blir såld och måste slängas efter att desto mer energi och resurser lagts på den. Det hade varit intressant att genom en livscykelanalys (LCA), se hur mycket matsvinn som är hållbart att slänga från Resurskocken men fortfarande vinna på det ur miljösynpunkt, jämfört med att slänga det direkt.

Att Resurskocken beställer in varor för att möta kundernas efterfrågan gör att Resurskocken förlorar sitt syfte lite grann, även ifall det är förstaeligt att matsvinnet ibland behöver kompletteras för att kunna tillagas till en måltid. Hade det inte blivit svinn även från Resurskocken hade det varit mer hållbart att använda andra varor, men då det fortfarande blir svinn är det inte lika hållbart. De varor som används bör vara varor från butiken som riskerar att bli gamla i första hand, istället för att beställa in och använda nya varor.

Under observationen, delade Food2Change ut både ris och pasta, frågan som ställs är varför det inte används till Resurskocken istället eftersom allt svinn i första hand går till Resurskocken, enligt Håkan. Köps det då istället in nytt ris o ny pasta istället för att använda matsvinnet? En anledning till det kan vara att det inte är tillräckligt mycket ris eller pasta för Resurskocken, men då kan den pastan kompletteras med annan pasta. Kunderna har förmodligen overseende med att det är blandad pasta i deras matlåda då de förstår att det blir så när man räddar det som annars skulle slängas.

ICA Tuna har viss typ av matsvinn som de idag enligt Håkan inte kan göra något med, så som blaster från blomkålen till exempel, trots att den är ätbar. Den kan de använda till Resurskocken genom att laga olika saker med den, såsom pajer, soppor, eller göra en coleslaw av blast. Det är också något som kan ge inspiration till kunderna vilket i sin tur kan leda till efterfrågan på att mer blast ska säljas i butiken. Det gäller även blaster från andra typer av grönsaker.

Food2Change

Food2Change erbjuder butiker att minska deras matsvinn, genom att dela ut den mat, som butiken annars hade slängt, till låginkomsttagare. Butiken i sig behöver inte göra mer än att spara maten som sedan Food2Change kommer och hämtar vid en specifik tid för att sedan fördela ut varorna jämt till hjältemedlemmarna som föranmält att de vill hämta upp mat. ICA Tuna samarbetar med Food2Change och de varor som inte Resurskocken använder ges till Food2Change.

Det hjälper ICA Tuna att reducera sitt matsvinn, även om de endast är i början av samarbetet, och det för ICA Tuna är relativt små mängder mat som

räddas via Food2Change, är det många kassar med mat som räddas varje vecka och det kan hålla många människor mätta. Det är positivt för både hjälte medlemmarna som får mat, miljön och för butiken. ICA Tuna upplever att de tjänar på samarbetet, även om de ger bort mat.

Tyvärr betyder det inte att all mat som hjälte medlemmarna får, faktiskt räddas. Naturvårdsverket (2016) visar att största delen matsvinn kommer från hushållen. Men att maten åtminstone får en andra chans gör att mer mat används än vad det annars skulle göra ifall maten slängs i butiken. Att kunderna inte kan påverka vad de erhåller i sina kassar kan leda till att varor är oönskade och därför slängs, fast att det hade gjort mer nytta hos en annan hjälte medlem. Kanske hade det varit bättre om hjälte medlemmarna själva fick välja vad de vill ha istället för att bli tilldelade, då hade de haft möjligheten att välja endast de varor som de har användning för.

Det Food2Change upplever problematiskt med att hitta nya samarbeten är att vissa butiker inte upplever att de har mycket matsvinn samt att de kontakter butiker på fel sätt. Food2Change bör se över sina rutiner vid nya samarbeten; hur de tar kontakt med butiker samt vad de säger. De allra flesta butiker har fortfarande matsvinn, och kan man rädda det lilla betyder det fortfarande något.

ICA Tuna lämnar över mat varje onsdag, och det är matsvinn som sparats ihop framförallt under måndagen och tisdagen. Det betyder att resten av veckan slängs det fortfarande ätbar mat, något som kan minskas om utdelning av Food2Change skedde flera dagar i veckan, eller om samarbete med andra organisationer startades på andra veckodagar. På så sätt hade matsvinnet under *hela veckan* minskats.

Under observationen den 29 november delades det mestadels ut mejeriprodukter och andra färskvaror och inte många konserver eller andra torrvaror. Om det beror på att butiken inte har mycket svinn av dessa varor, om de använder det till Resurskocken eller ifall det åker i soporna har inte framgått. Torrvaror är annars varor som oftast håller sig långt efter utgångsdatum jämfört med mejeriprodukter. Därför borde ICA Tuna ha möjlighet att spara torrvaror under hela veckan för att sedan dela ut till Food2Change.

Där hjälte medlemmarna möts för att hämta kassarna var det väldigt lite utrymme och det var lätt att vara i vägen för ICAs kunder. För att undvika att andra kunder stör sig på Food2Change och för att underlätta utdelningen av kassar kan mer plats behövas, kanske kan man ses vid någon bagingång eller liknande om möjligheten finns?

Vad tycker Ica Tuna

ICA Tuna har en medvetenhet om sitt matsvinn och ser en vinning i att minska ner det, både ekonomiskt och miljömässigt. ICA Tuna har idag flera olika projekt för att minska matsvinn, och jobbar både för att förebygga samt att ta tillvara på det som blir osäljbart. Tillskillnad från flera år tillbaka då de inte visste vad förlusten berodde på ser det idag en stor vinning i att ta tillvara på det svinn som uppstår.

Håkan tror inte att de kan minska matsvinnet mer än vad de gör idag. Men att alltid sträva efter att bli bättre är viktigt för att ständigt utvecklas. Att nå noll matsvinn är något fler och fler butiker strävar efter och det är viktigt både för miljön och ekonomin att ständigt förbättras.

Vad kan ICA Tuna mer göra

ICA Tuna gör idag flera bra saker för att minska sitt matsvinn, och enligt Håkan kan det inte bli mycket mindre matsvinn, men det finns fortfarande mer saker att göra.

Sänka priser på varor nära utgångsdatum

ICA Tuna kan, som många butiker redan gör, sänka priserna på de varor som är nära utgångsdatum, något som ICA Tuna idag gör ytterst sällan.

ICA Tuna menar att deras kunder inte köper mat hos dem för att maten är billig, utan för att de plockar på sig vad de behöver, när de behöver den. Men om en kund går i butiken för att köpa en viss vara, men då ser att det finns en annan väldigt billig vara, kan kunden på grund av varans låga pris plocka på sig även den. Eftersom ICA Tuna sällan sänker sina priser på utgångsdatum, vet kunden att den kan handla endast de varor som behövs för stunden, eftersom det imorgon kommer vara samma pris på alla varor, något som kan vara en anledning till ICA Tunas uppfattning om hur deras kunder handlar.

Håkans uppfattning om att butikens kunder använder butiken som ett skafferi betyder också att butiken skulle tjäna på att sänka priset på de varor som annars skulle slängas. Eftersom kunderna då köper det som de i vanliga fall skulle köpt, men eventuellt även plockar de varor som butiken idag slänger. Om kunderna handlar det som behövs, när det behövs, bör de varor som handlas även användas upp väldigt snart efter att de inhandlats, vilket betyder att ett utgångsdatum som är nära inte borde vara ett problem för deras kunder. Men idag

väljer de varor som har längre datum på grund av bristen på kunskap samt att priset är detsamma oavsätt.

Utbildning

Håkan nämner i intervjun att det är viktigt med utbildad personal inom området, men på följdfrågan ifall de har någon intern utbildning i butiken är svaret nej. Han menar istället att personalen som jobbar där oftast är utbildade sedan tidigare, i annat fall får den nya personalen lära sig av personalen som har kunskap. Det kan vara bra att ha mer kontinuerlig utbildning och där personalen får möjlighet att gå på olika seminarium som ger kunskap och inspiration om aktuella ämnen, på så sätt håller personalen sig uppdaterade om det senaste kunskaperna. Det skulle även göra att personalen själva kan komma med bra och aktuella idéer som rör butiken och även butikens matsvinn, och hur det som slängs kan återanvändas.

Hitta lösningar till att använda brödet

Bröd är en vara som ICA Tuna ännu inte hittat ett sätt att återanvända. De har testat att göra ströbröd men det har tydligen inte fungerat. De kan fortsätta testa sig fram genom att till exempel göra brödkrutonger som kan finnas vid Resurskocken, som tillbehör. Eller om möjligt skänka maten till lantbrukare som då kan använda bröden till djurfoder. Det finns även flera recept där man kan använda osäljbart bröd, såsom brödpudding eller panzanella.

Samarbeta med fler organisationer

Det kommer ständigt upp nya organisationer som vill hjälpa till i kampen mot matsvinnet, något som ICA Tuna bör vara uppdaterad på är om det kommer upp organisationer som kan hjälpa deras butik med att minska matsvinnet.

Karma är något som ICA Tuna hade kunnat ansluta sig till. Det är ett bra komplement till både Resurskocken och Food2Change, samtidigt som de kan tjäna pengar på det. Det betyder att de kan sälja både svinn från Resurskocken, men även vanliga varor i butiken som inte blivit sålda och som idag slängs. De kan nå en ny kundgrupp och de kan sälja varor till ett billigare pris utan att behöva ha nedsatta priser i butiken. På det viset finns en stor möjlighet att minska butikens matsvinn ännu mer.

Föra bättre statistik

ICA Tuna har idag ingen tydlig statistik på matsvinnet i butiken eller från Resurskocken, vid frågan om deras matsvinn återkom de flera veckor senare med resultatet (tyvärr inkom statistiken för sent för att kunna behandlas i denna studie). Något som de i fortsättningen bör ha bättre koll på och följa upp för att själva kunna se och följa var de kan förbättras och analysera varför de har det svinn som de har. Genom att föra en tydlig statistik, både på utgående obehandlat matsvinn men även matsvinn från Resurskocken, kan butiken enklare se resultaten för de olika projekten och analysera vad som fungerar för just deras butik, vad man bör satsa mer på och vilken typ av mat som det säljs mycket respektive lite av hos Resurskocken.

Anställa en konsult

Denna studie har visat att det finns flera saker att göra för att minska matsvinnet ytterligare på ICA Tuna. Något som för ICA Tuna kan tycka kännas jobbigt att ändra på då de redan anser att de har lite matsvinn och att de vill fokusera på annat. Men både för miljön och ekonomin kan en ytterligare minskning av matsvinnet vara till en fördel. En konsult som fokuserar på olika alternativ kan hjälpa butiken då denne får en stor förståelse för hur butiken arbetar, vad det finns för möjligheter och hur butiken kan förbättra sig.

Kunders påverkan på matsvinnet

En stor anledning till matsvinnet är kundernas okunnighet om matsvinn samt att de alltid vill plocka "den bästa" varan. Med mer kunskap kan kunderna tänka att de gör något bra för miljön ifall de tar den där varan som är lite tillknycklad eller den där mjölken som går ut imorgon, som ändå kommer drickas upp inom ett par dagar, och därför inte hinna bli dålig. Konsumenterna behöver förstå att bäst föredatumet inte är detsamma som sista förbrukningsdatumet. Det är något som ICA Tuna kan informera om via olika kampanjer, dels i butiken men även i utskick till deras stamkunder.

Felkällor

Då denna studie endast har undersökt ICA Tuna kan det vara svårt att applicera detta på andra butiker, även om det såklart kan ge tips och inspiration. Det är

också svårt att veta ifall intervjuerna är helt sannhetsenliga, eftersom de personer som är intervjuade är partiska.

Den här studien kan tills nästa gång förbättras för att få ett mer rättvist resultat och en bättre diskussion. Bland annat borde fler personer intervjuas, det ger en större inblick och en större sannolikhet att lögner synas, men det hjälper även till att täcka upp för intervjupersonernas kunskapsbrist i vissa områden. Till den här studien försöktes fler intervjupersoner hittas, men på grund av sjukdomar och semestrar var det svårt att få till. En intervju med Anna Billing hade gett en större säkerhet på faktan och med bättre svar på det som gäller Resurskocken. Håkan kunde ibland svara något osäkert på vissa frågor och pratade sig runt vissa.

Att intervju personer från andra butiker är också något som hade varit intressant. Det skulle ge en större förståelse hur ICA Tuna arbetar till skillnad från andra butiker. På så vis hade en jämförelse kunnat göras, och eventuellt hade fler framgångsrika metoder om hur man kan få ut matsvinnet till konsumenterna kunnat upptäckas.

En annan viktig faktor är kundernas åsikter, eftersom det faktiskt är till dem som maten ska ut till är det viktigt att veta vad de tycker och om hur de hade velat att saker skulle fungera. Till exempel hade det varit bra att dela ut enkäter till kunderna på ICA Tuna, då hade de själva kunnat få svara på ifall de uppskattat nedsatt pris på en vara som är nära sitt utgångsdatum.

En fördel hade varit ifall möjligheten till att följa med bakom kulisserna till Resurskocken fanns, då hade det blivit en större förståelse för hur det fungerar bakom kulisserna samt hur matsvinnet hanteras. Det skulle även ge en större inblick i hur mycket av maten hos Resurskocken som kompensations-inhandlas.

Statistik på hur mycket matsvinn de har idag, hur mycket som slängs från Resurskocken, hur mycket som mat som räddas från Resurskocken, hur mycket mat som köps in till Resurskocken och annat från ICA Tuna tyvärr inte ta fram i tid för att hinna behandlas i denna studie. Siffror på resultat hade underlättat mycket då det kunnat visa konkreta resultat och därför även visat tydligt vad som fungerar bra för butiken och vad de behöver jobba mer på.

Matsvinn är ett stort område och det finns mycket att göra. En större undersökning som undersöker olika projekt i hela Sverige och runt om i världen skulle vara intressant för att få en överblick över vilka projekt som fungerar bra och vad som kan fungera bättre och därigenom ha en bra grund för att skapa nya projekt som är ännu bättre.

Slutsats

I denna studie har ICA Tunas arbete för att få ut mer mat till hushållen och på så vis undvika matsvinn studerats för att se hur de olika metoderna fungerar samt vad ICA Tuna kan göra för att minska sitt matsvinn desto mer. Arbetet har visat att ICA Tuna i huvudsak arbetar med två olika projekt i detta syfte; dels deras egna projekt Resurskocken samt ett samarbete med organisationen Food2Change.

Resurskocken tar tillvara på matsvinnet genom att tillaga det för att sedan sälja det som matlådor till kunderna. Det har visat sig vara effektivt för att reducera matsvinnet. Då Resurskocken blivit mycket populärt har de behövt köpa in varor, vilket gjort att Resurskocken lite tappat sitt syfte. Desto mer energi och resurser läggs på maten vid tillagning, något som ur hållbarhetssyfte kan vara negativt då maten inte säljs slut.

Food2Change hämtar upp mat på onsdagar hos ICA Tuna för att sedan jämt fördela ut den till organisationens medlemmar som är låginkomstintagare. Butiken samlar ihop matsvinn under veckans två första dagar för att sedan skänka till Food2Change som sorterar varorna och fördelar dem jämt mellan medlemmarna som kommer och hämtar upp sin kasse. Det är något som är mycket uppskattat men då medlemmarna inte själva får välja vad de vill ha finns det stor risk att varorna slängs i hushållen istället, men varorna får åtminstone en andra chans.

ICA Tuna kan förmodligen reducera sitt matsvinn mer än vad de gjort idag, något som skulle vara bra för både ekonomin och miljön. De kan bland annat sänka priset på varor som närmar sitt bäst före-datum, utbilda personalen, hitta lösningar på fler typer av varor, samarbeta med fler organisationer, föra bättre statistik och/eller anställa en konsult.

Referenser

- Avfall Sverige. (2017). Svensk Avfallshantering 2017. Hämtad från http://www.avfallsverige.se/fileadmin/uploads/Rapporter/svensk_avfallshantering_2017.pdf
- Bernstad Saraiva Schott A, Andersson T. (2015). Food waste minimization from a life-cycle perspective. *Journal Of Environmental Management*, 147, 219-226. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2014.07.048>
- Brancoli, P., Rousta, K., & Bolton, K. (2017). Life cycle assessment of supermarket food waste. *Resources, Conservation & Recycling*, 11839-46. doi:10.1016/j.resconrec.2016.11.024
- Enarsson, M. (2015). Minimera matsvinn - En studie om livsmedelsbutikers och kunders arbete och medvetenhet kring matsvinn. (Examensarbete, Stockholms Universitet, Stockholm). Hämtad från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:856359/FULLTEXT01.pdf>
- Eriksson, M., Strid, I. (2011). Livsmedelssvinn i butiksledet - en studie av butikssvinn i sex livsmedelsbutiker (Rapport 035). Hämtad från Sveriges landbruksuniversitets webbplats: <https://www.slu.se/institutioner/energi-teknik/forskning/lantbruksteknik/klimatpaverkan/minskat-matsvinn/publ/>
- Eriksson, M., Strid, I., & Hansson, P. (2016). Food waste reduction in supermarkets – Net costs and benefits of reduced storage temperature. *Resources, Conservation & Recycling*, 10773-81. doi:10.1016/j.resconrec.2015.11.022
- Eriksson, M., Persson Osowski, C., Malefors, C., Björkman, J., & Eriksson, E. (2017). Quantification of food waste in public catering services – A case study from a Swedish municipality. *Waste Management*, 61415-422. doi:10.1016/j.wasman.2017.01.035
- Europaparlamentet och rådets förordning (EG) 178/2002 om allmänna principer och krav för livsmedelslagstiftning, om inrättande av Europeiska myndigheten för livsmedelssäkerhet och om förfaranden i frågor som gäller livsmedelssäkerhet (2002). Stockholm. (EG 178/2002)

- Europaparlamentet och rådets förordning (EG) 853/2004 om fastställande av särskilda hygienregler för livsmedel av animaliskt ursprung (2004). Stockholm. (EG 853/2004)
- Food2Change. (2017a). Mat som förändrar samhället nu. Hämtad 2017-10-15 från <http://www.food2change.se/>
- Food2Change. (2017b). Medlemskap. Hämtad 2017-10-15 från <http://www.food2change.se/bli-medlem.html>
- Food2Change. (2017c). Samarbeten. Hämtad 2017-10-15 från <http://www.food2change.se/samarbeten.html>
- Food and agriculture organization of the united nations. (2011). Global food losses and food waste – Extent, causes and prevention. Hämtad från <http://www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e00.pdf>
- Fransson, D. (2014, 25 februari). Faktum säger upp avtal med Allwin. Göteborgs Posten. Hämtad från <http://www.gp.se/nyheter/g%C3%B6teborg/faktum-s%C3%A4ger-upp-avtal-med-allwin-1.446816>
- Förordning (EG) nr 178/2002 om livsmedels- och fodersäkerhet
- Gunnarsson, S. (2016). Miljönyttan med att dumpstra - En livscykelanalys av återvinning och återanvändning av matavfall från livsmedelsbutiker i Uppsala. (Examensarbete, Uppsala Universitet, Uppsala). Hämtad från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:951978/FULLTEXT01.pdf>
- Hagberg, E., Holmberg, D. (2011). Svinnet som försvann - En fallstudie av CSR på ICA Malmborgs Tuna. (Examensarbete, Lunds Universitet, Lund). Hämtad från <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=2062945&fileId=2436095>
- ICA Kvantum Malmborgs Tuna. (2017). Butiken. Hämtad 2017-11-05 från <https://www.ica.se/butiker/kvantum/lund/ica-kvantum-malmborgs-tuna-2780/resurskocken/>
- ICA Kvantum Malmborgs Tuna. (u.å). Resurskocken – håller koll på matsvinnet. Hämtad 2017-10-20 från <https://www.ica.se/butiker/kvantum/lund/ica-kvantum-malmborgs-tuna-2780/resurskocken/>

- Jonsson, C. (2012). Datummärkning av livsmedel – till nytta för producenter, handlare & konsumenter. (Examensarbete, Sveriges Lantbruksuniversitet, Uppsala). Hämtad från <https://stud.epsilon.slu.se/4665/>
- Karma. (2017). Hur Karma fungerar. Hämtad 2017-11-06 från <http://karma.life/sv/>
- Kungl. Maj:ts proposition till riksdagen med förslag till livsmedelslag m.m. (Prop. 1971:61). Stockholm. Hämtad från http://riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/proposition/kungl-majts-proposition-till-riksdagen-med_FU0361
- Liljestrand, K. (2017). Logistics solutions for reducing food waste. *International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management*, 47(4), 318-339. doi:10.1108/IJPDLM-03-2016-0085
- Livsmedelsverkets föreskrifter om märkning och presentation av livsmedel (LIVSFS 2004:27). Uppsala. Hämtad från <https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/om-oss/lagstiftning/livsmedelsinfo-till-konsum---markning/livsfs-2004-27.pdf>
- Lundqvist, J., C. de Fraiture and D. Molden. (2008). Saving Water: From Field to Fork – Curbing Losses and Wastage in the Food Chain. Hämtad från SIWI webbsida: <http://www.siwi.org/publications/saving-water-from-field-to-fork-curbing-losses-and-wastage-in-the-food-chain/>
- Martinsson, H. (2014). Matsvinn i butik – Hur påverkar livsmedelslagstiftningen?. (Examensarbete, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala). Hämtad från <https://stud.epsilon.slu.se/7581/>
- Matakuten. (2017). Matakuten. Hämtad 2017-11-08 från <http://matakuten.ccproduction.se/>
- Naturvårdsverket. (2008). Svinn i livsmedelskedjan – Möjligheter till minskade mängder (ISBN 978-91-620-5885-2). Hämtad från <http://www.naturvardsverket.se/978-91-620-5885-2>
- Naturvårdsverket. (2012). Nyttan av att minska matsvinnet (ISBN 978-91-620-6527-0). Hämtad från <https://www.naturvardsverket.se/978-91-620-6527-0>
- Naturvårdsverket. (2014). Matavfallsmängder i Sverige (ISBN 978-91-620-8694-7). Hämtad från <http://www.naturvardsverket.se/978-91-620-8694-7>
- Naturvårdsverket. (2015). Minskat matavfall – miljönytta och kostnadsbesparingar. (ISBN 978-91-620-6697-0). Hämtad från <http://www.naturvardsverket.se/978-91-620-6697-0>

Naturvårdsverket. (2016). Matavfall i Sverige (Rapport 8765). Hämtad från <http://www.naturvardsverket.se/978-91-620-8765-4>

Stenmarck, Å., Hanssen, O. J., Silvennoinen, K., Katajajuuri, J. M. (2011). Initiatives on prevention of food waste in the retail and wholesale trades. Hämtad från IVL Swedish Environmental Research Institute Ltd. webbplats: <http://www.ivl.se/download/18.343dc99d14e8bb0f58b75fc/1445517505356/B1988.pdf>

Tekniska förvaltningen. (2017). Avfallstrappan. Hämtad 2017-11-01 från <http://www.tekniskaverkenikiruna.se/privat/renhallning/avfallstrappan/>

Bilagor

Bilaga 1- Intervjun med Karl Palmgren, Food2Change

- *Hur startade Food2Change?*

Food2change startade som en idé vår ordförande Rikard Lundgren fick. Han ansåg att det slängdes för mycket mat och han såg också att det fanns en möjlighet att utveckla ett koncept där vi länkar samman någon som har något med någon som har användning eller behov av det. I detta fall mat.

- *Vad är ert syfte?*

Syftet är att ta tillvara på matsvinnet och tillsammans bidra till en positiv hållbarhetspåverkan.

- *Hur fungerar det, rent praktiskt, när ni hämtar/delar ut mat?*

Vi kommer i god tid till butiken som redan har satt undan det vi ska dela ut. Därefter tar vi kontakt med personalen och kör igång med inventeringen av varorna. Vi för noggrann statistik över vad vi får så att vi kan nå vårt mål på ett värde av 200 kr per utdelad kasse. Vi är också noga med att inte dela ut oätbara varor eller sånt som passerat sista förbrukningsdag. Därefter tar vi varorna till platsen där vi möter hjältarna och på ett så rättvist sätt som möjligt fördela varorna. Vi följer så att säga en cirkel och börjar tillexempel med mjölkpaket som vi fördelar till dom är slut, efter det tar vi vid med nästa vara exempelvis juice och så fortsätter vi till allt är utdelat. Medlemmarna har med sig sina medlemskassar och prickas av på en lista som en av värdarna har. Allt slutar med att vi tackar varandra för vår insats och ibland gör vi high five!

- *Varför är det bara personer som tjänar under 13000 kr i månaden som får hämta kassar?*

Anledningen till detta är att vi vill bidra till något positivt i samhället, vi vill att butiker och företag ska ta ett samhällsansvar. Vi ser att det finns många i samhället som har det svårt att få ekonomin att gå ihop och vi vill på detta sätt dra vårt strå till stacken.

- *Hur startar ni samarbeten med butikerna?*

Genom att kontakta butiken, via mail, samtal eller besök och presentera food2change koncept.

- *Finns det butiker som sagt nej till samarbete, varför i så fall?*

Ja, det har berott på hur vi tar kontakten med butiken, hur vi förmedlat vad vi gör men även att butikerna är nöjda med vad dom redan gör eller att dom inte anser sig ha särskilt stort svinn.

- *Finns det lagar eller regler som försvårar ert arbete?*

Nej, på det sätt vår förening är organiserad finns det inte lagar eller regler som försvårar arbetet.

- *Är ni rädda att dela ut mat som hjältarna kan bli sjuka av?*

Nej, det är vi inte. Butikerna är noga med att inte ge vidare mat som passerat sista förbrukningsdag. Vi går även noga igenom det vi får samt att vi förespråkar och förmedlar ut till våra hjältemedlemmar att titta, lukta och smaka på varorna.

- *Ni ser väldigt mycket bakom kulisserna, hur mycket matsvinn har egentligen de olika butikerna? Skiljer det sig mycket mellan olika butiker, på vilken typ av matsvinn och hur mycket de har?*

Mängden matsvinn varierar mellan butiker och även från tillfälle till tillfälle i dom olika butikerna. Vad det är för typ av varor skiljer sig också en del. På Tuna har det till exempel varit mycket mejerivaror medan det på Clemenstorget oftast är mycket bröd. Mängden varor påverkas ofta av butikens storlek men även andra saker så som vad som råkat skadas i butiken eller under leveransen. En medelstor butik har ett svinn till ett värde av cirka 10 000kr per vecka.

- *Om man jämför ICA Malmborgs Tuna med andra butiker, vad kan ni säga om deras matsvinn?*

Se ovanstående fråga.

- *Vad tror ni att den största delen av matsvinn beror på?*

I butiker beror en stor del av matsvinnet på att privatpersoner helst köper, till exempel frukt, som inte har skönhetsfläckar. En annan orsak är vi, privatpersoner, ofta hellre köper förpackningar som inte har skador. Det handlar också till viss del om bäst-före-datum.

- *Vad finns det för fördelar med Food2Change?*

Det finns väldigt många fördelar! Den största är den insats du gör i kampen mot matsvinnet. Det underlättar även för ekonomin och ger dig möjlighet att testa sånt du annars aldrig skulle äta. Utöver detta får du chansen att testa på nya recept och utveckla det du lagar, nya rätter och kombinationer av varor är alltid kul!

- *Vad finns det för nackdelar med Food2Change?*

En nackdel kan givetvis vara att du inte själv kan bestämma när du ska hämta maten.

- *Vad kan Food2change göra bättre?*

Det finns alltid saker vi kan göra bättre, precis som i alla andra sammanhang. Vi kan till exempel bli bättre på att synas och sprida vårt budskap och vår idé. Vi är i en ständig jakt efter nya hjältar och andra engagerade. Kontakten med medlemmar är också något som vi kan bli bättre på. Vi är dock givetvis inne i ett förbättringsarbete och jobbar hårt för att bli så bra som det bara går.

- *Vad är er uppfattning att hjältarna tycker om Food2Change?*

Hjältarna är glada för den insats dom gör för miljön i kampen mot matsvinnet. Hjältarna är även glada för den positiva inverkan på ekonomin som medlemskapet ger. Utöver detta tycker många hjältar att det är en trevlig gemenskap och ett sätt att träffa en nya bekanta!

- *Vad har ni fått för kritik?*

Vi har till exempel fått kritik för att vi bara riktar oss mot låginkomsttagare samt för att vi inte har mer flexibla tider när det kommer till matförmedlingen. Vi har även fått kritik för att vi inte har möjlighet att ta hänsyn till preferenser och allergier. Vi har dock valt att arbeta på detta sätt eftersom vi då kan nå våra mål samt utföra arbetet på ett så rättvist sätt som möjligt.

Tror ni att butikerna förlorar kunder då de som hämtar kassar inte behöver handla maten?

Nej, vi tror att hjältarna som hämtar maten köper annat i butiken. Butikerna är mycket nöjda med att maten kommer till användning och hjältarna får ofta upp ögonen för varor som dom annars aldrig skulle köpt. Detta gör att dom vid tillfälle kanske köper produkten i butiken.

- *Hur mycket matsvinn har ni räddat?*

Vi har räddat 66 360 kg matsvinn, till ett värde av 3 179 826 kr. Detta motsvarar 400 658.1kg CO2.

- *Vad är era mål och visioner? Vad krävs för att nå dessa*

Visionen för 2change-konceptet är att näringslivet alltid ska bidra till att lösa problem i samhället där de verkar inom områden som miljö och innovation men även socialt. Vårt mål är att växa och spridas över hela Sverige, till alla platser där vi kan göra nytta för att i sinom tid ej längre behövas!

Bilaga 2 – Intervju med Håkan Olsson – ICA Tuna

- *Vem är du?*

Håkan Butikschef, har jobbat på ICA sedan 1976, och vart butikschef i drygt 20 år. Innan dess var jag styckmästare i köttavdelningen. Så jag har varit i butik i drygt 40 år.

- *Okej, då trivs du i alla fall.*

Ja, det får man nog säga.

- *Om vi fortsätter till butiken, ICA Tuna, vad är det för butik?*

Ja, Det är ju väldigt mycket mat så att säga, mycket manuella punkter. Mycket ensam sålt, mycket luncher, snabba rätter, har vi blivit ska jag väl säga. Pratar vi riktigt gamla ICA Tuna var det en liten butik på andra sidan vägen. Men här har vi funnits sedan 72.

- *Har ni något motto, eller vad strävar ni efter att vara för någon typ av butik?*

Ja det har vi ju, jag kan inte mottot i huvudet, men...*vänder sig om till Stefan billing, köpeman*, som svarar: vi är en stor dagligvarubutik för studenter, boende och arbetande i östra Lund. Vi brukar skämtsamt säga att vi är de boendes i närhetens skafferi. För många studenter planerar inte så mycket, utan kommer hit och handlar de varor som de behöver för stunden. Som att vi vore deras skafferi helt enkelt.*

Håkan fortsätter: Ja, vi har ju ett medelvärde för vad kunder brukar handla för i kvantumbutiker, idag är vi ju uppe i nästan 150 kr per kund här. Men en normal Kvantumbutik brukar ligga på 250 kronor. Så vi har betydligt fler kunder än många andra så att säga, men våra kunder handlar mindre.

Stefan fortsätter: Sen är vi ju ingen lågprisbutik utan det har ett väldigt brett sortiment och hög kvalité och sen är det mycket manuellt så att man ska kunna välja.

- *Och hur mycket matsvinn har ni i er butik?*

Vi pratar ju i synligt och osynligt så att säga. Men vi ligger på ungefär 2,5 % totalt och synligt är strax över 1 %. Sen är det ju det som själs också, och det känner vi ju inte till, men det är ungefär lika stort så att säga. Men när vi startade det här projektet med Resurskocken för ca 10 år sedan hade vi stora problem med svinn.

Över 4 % låg det på då, så då trodde vi att det var tjuvar så vi installerade kameror, vi kontrollerade leverantörer, vi hade mottagningskontroll, men ingenting av det vi gjorde hittade vi något stort. Men en av de positiva sakerna som vi gjorde då var ju att vi startade resurskocken som väcktes för 10 år sedan, att man inte behöver kasta sådant som man kan laga mat på. Vi började i en väldigt liten skala. Först började vi med att rädda frukter, genom att göra fruktsallader av frukter som var lite dåliga, där vi då kunde skära bort det dåliga. Då visste vi inte om det fanns något intresse för det, men det visade det sig att det gjorde, för allt vi gjorde gick åt. Då fortsatte vi med varm mat, lite enklare rätter som färs och så, och det gick också bra, men det blev ju så stort så vi förstod att det inte skulle gå att ha kvar i delikatessdisken som vi då hade det i eftersom det störde kunder som ville köpa delikatesser upplevde att det var för lång kö eftersom det var många som ville köpa mat, därför öppnade vi upp en separat disk för Resurskocken. Varm mat har vi nog sålt mer än vad vi gör idag, men det är fortfarande så att vi räddar allt svinn som vi får av kött, allt som vi får av fisk, och även charkvaror som blir över kan vi använda i matlagningen, och ibland eftersom vi vet att vi har kunder som vill köpa maten hos oss får vi stödköpa, det vill säga köpa vanliga varor, för att kunna erbjuda den maten de vill ha. Annars hade det kännas konstigt om vi vet att vi har ett visst antal kunder som kommer in för att handla och om vi då inte har mat att erbjuda dem.

- *Men är det bara den maten ni har i delikatessen som ni har till Resurskocken eller är det även paketerad mat som kan användas?*

Nej, det är allt. Och det kan vara från manuella fisken, eller från köttavdelningen. Det är även förpackningar som går sönder med ris eller annat som också kan användas av kocken. Socker och salt, det kastas inte utan det använder vi så småningom. Frukter som är brutna, paprikor som börjar bli skrynkliga, morötter som är delade, det spelar ingen roll egentligen, det smakar likadant egentligen. Men det är inga kunder som köper det.

- *Vad skulle du säga är er största anledning till matsvinnet?*

Man får nog räkna med ett visst svinn. Just att kunder inte vill ha vad som helst utan bara det absolut bästa, och i den hanteringen i att vilja ha det bästa hjälper kunderna till att varorna blir dåliga genom att klämma o känna då till exempel. Sen får vi lite dåliga varor från leverantören. Det kan finnas en clementin som inte är så bra. Och sen kan det skadas och tappas, vissa varor har inte så lång hållbarhet. Men man köper ändå in en hel kartong och hinner inte alltid sälja slut varorna.

- *Rent allmänt, i det stora hela, vad kan man göra åt matsvinnet, förutom då Resurskocken som ni börjat med?*

När man beställer in varor, att man beställer så mycket man behöver – ligga så nära som möjligt. Framförallt på de varor med kort hållbarhet. Man får tänka hur mycket man sålt av den varan tidigare, och där hjälper datasystem till idag, de även beställer åt oss. Det vet hur mycket vi säljer och sker inget annorlunda får vi hem den mängden. Det funkar nästan alltid, det är när det är häftiga svängningar till exempel. Som efter midsommar, då sticker alla studenter och då får vi gå in och manuellt och säga till att vi inte vill ha så mycket, och tvärtom i vecka 33-34 när kunderna kommer tillbaka. Men sen tittar man i delikatessen, i köttavdelningen osv, att det inte ser roligt ut, att man inte får det sålt. Så det viktigaste är väl kanske kunnig personal.

- *Har ni någon utbildning för personalen?*

Ja, de har vi. Alla avdelningar har genomgått sin utbildning. Vissa har varit här så länge att de blivit upplärda av andra men det flesta har gått utbildning inom sitt område.

- *Men ni har ingen intern utbildning?*

Nej, det har vi inte. Men det händer att äldre kollegor lär upp nya. Eller om man vet att det kommer bli ett skifte, om någon ska gå i pension och nya kommer in, då får den nya intern utbildning. Vi är ju sex Malmborgs butiker, och vi utbildar oss tillsammans ibland.

- *Du nämnde tidigare att kunderna alltid vill ha det bästa. Och att det finns många studenter som handlar här. Är inte studenterna ute efter billiga varor, även om de inte är de bästa varorna?*

Nej, så var det för 15-20 år sedan. Men det är en trend vi märkt väldigt tydligt har ändrats. Studenterna är inte bara ute efter billig mat, utan tvärt om, de handlar gärna bra. De ska ha vissa specifika saker, och då köper de det. Som exempel, snabbnudlar som är villiga, sålde vi 3-4 pallar utav i veckan i 15-20 år sedan, men idag säljs det inte alls samma mängd. Det kan vara så att vi inte har dom kunderna längre men vi upplever inte att kunden inte sparar längre. Men det finns säkert dem studenter som gör det.

- *Sänker ni någon gång ner priset på varor som närmar sig utgångsdatum för att få det sålt?*

Nej, det tar vi själva hand om.

- *Upplever ni att några lagar försvårar arbetet mot matsvinn för er?*

Nej, innan Resurskocken undersökte vi huruvida vi fick, och vad kunden kommer få osv. Det var därför vi började i en liten skala. Bäst före-datumet är inte definitivt, det är dock sista förbrukningsdag, och det måste man tillämpa. Annars är det upp till kocken att säga vad som kan användas och inte. Då tar vi det i sista

skedet, innan det skulle kastas, det ska fortfarande vara bra och ätbart. Därför måste man vara steget före. Ibland när vi inte har något direkt svinn får vi gå ett steg längre och se vad som går ut i datum imorgon eller något vi har ett stort parti av som vi inte tror kommer sälja slut på innan det blir dåligt.

- *Så det är inga lagar ni upplever försvårar?*

Nej det gör vi inte

- *De flesta butiker säljer inte varor där varor passerat bäst före datum, trots att man enligt lag får göra det, på grund av att kunderna, som du nämnt tidigare, endast vill ha de bästa varorna. Hur ser ni på den frågan?*

Vi plockar varorna innan datumet går ut. Men jag ska inte säga att vi till 100 % inte sänker priserna. Ibland när det är varor vi inte kan använda i Resurskocken, som någon juice, eller när det blir någon enstaka vara där det inte är tillräckligt mycket som vi kan använda att laga mat av.

- *Hur mycket av svinnnet använder ni till Resurskocken?*

Det blir svinn trots Resurskocken. Vi kan till exempel inte använda bröd, för att det är svårt. Vi har testat att göra lite olika saker, så som ströbröd till exempel, men det fungerade inte. Ett annat exempel är bananer som man egentligen hade kunnat använda, med det är begränsat vad man kan göra med det. Därför har vi tyvärr en container för överbliven mat, med det är som sagt betydligt mindre som hamnar i den till skillnad från andra butiker som inte har Resurskocken. Men det matsvinn som vi har används till biogas. Och sedan 14 dagar har vi även börjat med Food2change, där det vi inte kan använda får den organisationen som kommer hit en gång i veckan. Då kommer de personer som är volontärer för den organisationen och fördelar varorna till de som prenumererar på dessa kassar. Och de som köper dem här kassarna är medvetna vad för typ av varor de kan få, att det inte är dåliga varor, men inte heller fullgoda varor. Men det är ytterligare ett steg att se till att så lite mat som möjligt slängs.

- *Använder ni Food2change som ett komplement till Resurskocken då?*

Ja, det kan vara en skada på en vara osv. en tomat, eller en burk eller annat som är skadat. Och det är då svårt att använda i Resurskocken eftersom det är så lite. Då är det bättre att ha det i detta syfte.

- *Är det sådana varor som ni innan ni började med Food2change har slängt då?*

Ja, vi har faktiskt slängt, Men också lottat ut till personalen. Eftersom det inte har är förstörd mat har det då gjorts kassar så kan personalen köpa en lott där

pengarna gått till välgörenhet. Men nu är det istället så att det går till Food2change.

- *Om vi återgår lite till det att kunderna alltid vill ha det bästa, och att man då fyller på hyllorna. Då blir det lätt att vissa varor blir gamla. Kan man göra något mer sätt man kan möta kundernas krav än att fylla upp hyllorna till max för att det ska se lyxigt ut? Till exempel ha mindre hyllor?*

Ja det har vi faktiskt gjort för inte så länge sedan, ändrat uppbyggnaden i butiken och sättet att exponera. Och det har varit framgångsrikt, dels genom att vi inte har så mycket framme, vilket gör att kunderna kan röra vid mindre. Men också rent försäljningsmässigt, det blir då mindre varor som är framme, men de varorna ser också fräschare ut då så nu bygger vi på den kartongen som vi får det i. Och det lilla som finns kvar lägger vi längst upp. Tidigare har det kanske vart att här är tomatexponeringen, också tippar man upp 10 lådor, och plockar fram det som man hade kvar. Vi börjar mer om från början nu hela tiden. Vi lägger helt enkelt upp mindre, men oftare. Men svårigheten där om man tänker på andra varor är att om man skulle lägga upp mindre på hyllorna skulle man också behöva mer personal, och det fungerar inte rent affärsmässigt. Många kunder vill gärna ha wow-känslan när man kommer in att det ser ut att vara mycket och fräscht. Hittills har det fungerat väldigt bra det nya. Det man ofta får lära sig om spegeleffekten och att det ska se fullt uppladdat ut med stora fina berg fungerar inte lika bra idag. Nu har vi istället ganska platt i kartongerna, men och andra sidan är det mycket mindre skadat och vi omsätter det mycket snabbare. Medan när man hade de stora exponeringarna bytte man inte ut utan fyllde bara på istället.

- *Rent kundmässigt, tjänar ni alltså inte mer på att det ser wowigt ut?*

Nej, det kan vi se nu. Det här nya har vi bara haft i tre månader men försäljningsmässigt har vi sålt mer, och marginalmässigt kan vi också säga att vi tjänat mer och att svinnet är mindre. Så allt har vart positivt med det. Så sättet man traditionellt bygger en butik var i alla fall inte rätt för vår del. Våra kunder behöver inte ha att det ser mycket ut med andra ord, utan det har fungerat ändå..

- *Vad tjänar ni på att minska matsvinnert?*

Ju mindre vi behöver kasta, desto mer tjänar vi. Får vi betalt för alla varor vi köper in är det såklart det bästa. Men vi räknar med ett visst svinn. I frukt och grönt är det inte konstigt att det är upp till 5 % svinn, och likadant i köttet, där finns hanteringssvinn. Har man tillexempel en hel skinka eller en hel kotlett skär man bort fett, ben och ytterbitar och annat, det är ett kalkylerat svinn. Sådant som vi har betalat för. Men inte får betalt för. Samma sak i grönsakerna, där få man med massor med blast till blomkålen till exempel, så mycket att man inte ens anar att det är något vitt där under, och då är vi i butiken så dumma att vi skär bort lite

av blasten så att kunden kan se att det är blomkål där under, men det är sådant vi har betalat för. Men det är inget kunden äter. Om vi inte skär bort det och andra sidan löper vi risk att kunder står och bryter av bladen tills bara det vita är kvar.

- *Men eftersom blasten går att äta, används den till Resurskocken då?*

Nej, inte det runt blomkål. Och inte när det är säsong för morötter heller, då får vi knippen med mycket blast, men där betalar vi inte för blasten, utan per bunt. Så länge man tar betalt i bunt gör det detsamma om kunden tar blasten eller inte, men samtidigt är det tråkigt om blasten bryts. Jordgubbar som säljs i kartong till exempel så kan kunden roffa åt sig av grannens jordgubbar och då hade man efter hand behövt optimera de sista kartongerna ifall dom inte skulle vara fulla då.

- *Fast då är det mer ett ekonomiskt svinn, och inte ett matsvinn.*

Nej, det är en hanteringsbov, och det är ett sådant svinn man räknar med.

- *Om man ser kundmässigt, kan ni se att kunderna uppskattar ert arbete mot matsvinn?*

Ja, dem allra flesta när vi berättar om det. Resurskocken blir vi fortfarande uppmärksammade om trots att det var länge sedan det startade. Men det är bara att konstatera att är man inte inne i det och inte jobbar med det, kommer man inte i kontakt med det och då är det inte så konstigt att man inte känner till det heller. Utan det är mer om en butik som jobbar och har problem med matsvinn och som hanterar mat, om de nu inte skulle känna till det är de lite fel ute på det eftersom det pratas mycket om det idag.

- *Så ni känner att kunderna ser att ni jobbar mot matsvinn och att de uppskattar det?*

Ja, det tycker jag

- *Tänker ni när ni räddar matsvinnet att det är bra kundmässigt eller gör ni det ur miljösynpunkt?*

Nja, miljömässigt tänker vi ju ja. Men även kundmässigt, eftersom det är ett sätt att erbjuda mat till kunder. Vi hade också kunnat laga mat på varor som inte skulle ha blivit svinn. Men då skulle det och andra sidan blivit dyrare, eftersom det hade vart bra råvaror men också för att det skulle behöva täcka upp även för svinnet, som man trots allt vill ha betalt för. Kunderna märker det förhoppningsvis genom att den totala prisbilden blir lägre, genom att svinnet blir lägre. (30.00)

- *Som du nämnt har ni Resurskocken samt Food2Change, har ni något annat projekt för att rädda matsvinnet?*

Nje, inte direkt som räddar matsvinnet men vi försöker göra så mycket som möjligt för miljön, som att sortera alla fragment som finns, plast och trä och kartong, batterier, lampor, allt som finns. Men som sagt inget mer speciellt som påverkar matsvinnet. Tidigare, om man kollar historiskt, de varor som inte har sålts har då skänkts till härbärgen osv. Men där förändrades lagen för ett tag sen, genom att de inte fick ta emot vad som helst och det vi gav bort skulle vi skriva listor för, och den hanteringen var alldeles för kostbar helt enkelt. Varor som vi inte får betalt för kan vi inte hantera eller göra så mycket med. Därför fungerar Food2Change mycket bättre, genom att samla ihop det och sedan blir någon lycklig för att få det. Eller få och få, det är en sanning med modifikation, de har ett medlemskap hos Food2change för att bli kontaktad ett visst antal gånger per år, och värdet för den här kassen ska vara minst 200 kronor tror jag.

- *Ni har inget samarbete med Allwin?*

Nej.

- *Rent praktiskt, hur fungerar Resurskocken och Food2change?*

Rent praktiskt fungerar det så att på morgonen, i köttavdelningen så det första man gör när man kommer hit, är att man tar med en vagn och tar med det som inte ska finnas mer i disken och tar ut det till kocken på vad han har att jobba med idag, han vet med andra ord aldrig innan han kommer hit vad han ska laga, utan han får se att idag var det kotletter tillexempel, eller färs osv. Avdelningarna skapar därför menyn. Det kan komma lax från fiskavdelningen tillexempel. Ibland är svinnet så mycket att man kan spara, men vissa saker behöver användas samma dag. Ibland kan vi frysa också. Det vi får in på lördag och söndag fryser vi för att använda senare under veckan där det är dagar när vi har mindre svinn. Förhoppningen är att det man får från grönsakerna och sådant går att kombinera med de andra varorna, det går oftast. Det är kockens kreativitet som prövas där, om man får massa paprikor eller massa svamp och det är det som ska bli maten idag.

- *Du nämnde tidigare att det ibland blir mindre partier med svinn som ni slänger för att det inte går att göra något åt det, ni kan inte frysa in det och spara ihop det tills det finns tillräckligt av varan att använda i resurskocken?*

Jo, och ibland blir det riktigt små partier att man tillagar det ändå och använder det, men då blir det ingen huvudrätt utan mer som garnering eller bara en liten del av maträtten, i till exempel en omelett. Det är klart att visionen är att rädda allt, men ändå blir det så att vissa saker blir det för lite av eller att det inte passar in så att säga, och vi kan inte spara allt genom att frysa in det för att det kanske kan sparas senare. Utan då väljer vi att slänga det eller ge det till Food2change.

Food2Change får då buckliga varor och så som vi inte använder till Resurskocken, men som vi inte kan sälja. Dessa varor sätts på en vagn som Food2Change då kommer och hämtar en gång i veckan. När det gäller färskvaror sparas det som vi tänker att de nog kan använda, sen är det upp till personen som kommer och hämtar det om de vill ha varan eller inte, annars kastas det. Det som används på tisdagen och slängs på onsdagen får de också, som bröd från bake off, baguetter som går ut och vissa andra saker som vi inte kan eller får använda vill Food2Change ha. Sådant som måste förbrukas idag till exempel. De kan även tänka sig att ta hundmat trots att alla inte vill ha det, men någon av dessa kanske 10 personerna som hämtar kassar har hund och vill ha det, då kan de byta varor sinsemellan. Det har de sagt sedan tidigare att man inte ska vara rädd att spara de varor som vi kan tänka att nog inte någon vill ha, utan de får de som hämta avgöra om de vill ha eller inte, annars kastas det.

- *Blir det mindre mat till Resurskocken de dagar som Food2Change kommer och hämtar mat?*

Nej, vi tar först till Resurskocken.

- *Så dem varor som blir dåliga alla andra dagar, förutom onsdagar där de går till Food2Change släng alltså?*

Om man tittar för överbliven mat, bake off, vissa bröd från gårdagen, som vi inte har returrätt slängs alla andra dagar förutom onsdagar. Det får vi inte sälja. Men de får ge bort det.

- *Ni kan inte använda det i Resurskocken?*

Nej. Det är ett steg till att förbruka maten som slängs.

- *Du nämnde att ni startade Resurskocken för att ni såg att det förvann väldigt mycket mat. Vad var anledningen till att ni startade samarbete med Food2Change?*

De kontaktade oss. Det startade inte här utan uppåt i landet någonstans för ett par år sedan tror jag. Sedan ha man testat det i en liten skala och nu ville man expandera i Skåne, och då valde man de sex Malmborgs butikerna och detta är ju något som kan bli hur stort som helst. Men det bygger på, ja det finns ju inga pengar för de som jobbar med det utan det är volontärer som kommer hit och tar hand om maten och ser till att den blir fördelad osv.

- *Vad är nackdelarna med dessa två projekten?*

Njaa, näää... några direkta nackdelar är det inte. Kämpar man mot matsvinn är det verkligen rätt. Skulle man, fast så tänker man inte, men skulle man säga att vi skainte sälja några dåliga varor utan bara fullt goda varor. Hade man inte valt att erbjuda Resurskocken borde man få mer betalt om man hade tagit betalt för alla

varor, och slänga det som blir dåligt eller sätta ner priset. Men så tänker man inte utan man tänker att all mat ska gå åt, och det är lite feltänk att tro att folk att köpt det dyra om det billiga inte hade funnits. På så sätt, nej det är inga direkta nackdelar. Det enda är när man tittar på Food2Change, det har man inga belägg för. Förmodligen är det ingen kund som hade kommit till butiken annars då så att säga och köpt dessa varor som man får utan det är ett plus dom dem och det är inte alla varor man får utan det kan vara plus för dem att de kommer hit och får sina varor och köper lite komplement i vår butik, och så sätt kan man få lite plus också. Likaväl som man kommer hit och hämtar ett brev eller paket så kommer man hit och hämtar sin mat så tittar man vad man fick, och ser att man inte kan laga något utav det, men om man köper något till så får man en maträtt.

- *Så ni känner att ni tjänar på att ha samarbete med Food2Change?*

Ja, det tror jag!

- *Om vi kollar mer kritiskt, så har ni fortfarande matsvinn, vad kan ni mer göra för att undvika mer matsvinn?*

Nej, alltså till en viss gräns kommer man nog alltid ha ett visst matsvinn. Vissa saker kommer man aldrig ifrån, och om man skulle få bort det lilla som fanns skulle det förmodligen kosta för mycket, det är jobbigt att hitta anledningarna till svinnet, Utan man har ett visst svinn, det vi har idag kan man väl inte säga att man är nöjd med, men det är nog där någonstans man får acceptera att svinn på 1,2 procent är svårt att jobba bort. Sedan är det de svinn som man vill ha bort. Men just det här om man kollar på frukt och grönsaker som vi får från leverantörer där det kan finnas något dåligt, att få bort det tror jag är jättesvårt.

- *Skulle du säga att det inte är möjligt att nå noll matsvinn? Då menar jag inte avfallet som inte går att undvika som skal och annat.*

Nej, det tror jag inte.

- *Du menar att det inte finns något extra ni kan göra?*

Nej, det tror jag inte. Man säger hela tiden det att man måste acceptera ett visst svinn. Jag tror vi är ganska nära där idag.

- *Hur mycket svinn får ni från resurskocken, som ni inte får sålt?*

Det blir såklart svinn där också, om man sålt mindre eller lagat fel rätt. Och det är tråkigt, då har man tänkt att man vill rädda det. Det kostar pengar att laga till det i både ström och i kockens tid, och man har kanske tillfört något så att givetvis vill man att det ska ligga så nära noll som möjligt. Men att man har ett svinn där, det får man nog ta. Det är just det att vi inbillar oss att vi säljer en viss mängd varje dag, och den dagen man inte lyckades får man konstatera att det antingen inte såg så propert ut, eller att vi inte hade så mycket kunder den dagen.

- *Hur mycket svinn har ni från Resurskocken?*

Jag vet faktiskt inte. Vi mäter det och det sätts upp på en tavla, men jag vet inte hur mycket det är faktiskt, men det varierar väldigt. De är tiden som reglerar oss där, man får servera varm mat i tre timmar, sedan får man inte sälja det längre. Ett sätt att rädda det hade varit att bara ha det ute i två timmar och sedan paketera det och kyla det och sedan sälja det. Men vi räknar att vi inte har någon omsättning för det, utan vi säljer det tiden ut så mycket vi kan.

- *Ni tar även mat som inte är dålig till Resurskocken, och då kan det betyda att den mat som inte skulle slängas slängs ändå*

Ja det är en risk, men det är inget vi ser som ett stort problem. Och det handlar om att vi har ett visst antal kunder vi måste kunna erbjuda mat, och det vi lägger till gör maten oftast mer attraktiv.

- *Har ni ett resultat på hur mycket matsvinn ni räddar genom dessa två projekt?*

Nej, det vet vi inte direkt, men som sagt resurskocken räddar mycket svinn, det vet vi, men inte exakt hur mycket. Men överslag kan vi säga att vi har ett synligt svinn på ungefär 1 % och av det synliga svinnet kan vi säga att det är ungefär 80 % som används av Resurskocken, och 75 % sälj av det. Food2change är i en väldigt liten skala procentuellt, det är många varor men eftersom vi är en stor butik är det inte procentuellt speciellt mycket alls.

- *Är det något mer du vill tillägga?*

Nej, det vet jag inte. Vi har bytt kockar tre gånger tror jag. Nu kommer en tidigare kock tillbaka. Det speglar lite arbetet också beroende på vilken kock vi har. Ibland innebär det nya möjligheter och framförallt förändringar för kunden och det är nog bara nyttigt. Om kocken kör kanske fast i sina recept. Trots att vi är nöjda med en kock kan vi byta kock då och då, eftersom det är bra att få variation. Och man blir mindre och mindre påhittig desto längre man jobbar med det tror jag.

- *Ser du det negativt att Resurskocken blivit så pass stort som det blivit att ni nu behöver ta in varor som inte är matsvinn för att tillgodose kundernas behov, om du ser det från miljöns perspektiv, och inte rent ekonomiskt som ni gärna gör?*

Nej, att vi serverar lunch till kunder, och kunden förväntar sig att det ska finnas. Så sätt känns det rätt trots att det inte är den vänliga resurskockmaten, utan sådant som vi lagat till för att det ska finnas. Och dessa varor presenteras tillsammans med sådant som inte är svinn. För tillsammans till köttfärslimpan, kycklingen eller så behövs det pasta, potatis eller annat för att kunna sälja det därför behöver

vi tillaga det även om det inte är svinn, för utan det hade inte maten av svinnet sålts lika bra.

Vi försöker inte tjäna pengar, utan det känns mycket bättre att det går ut som mat än att vi kastar det. Skulle man våga vad kocken kostar och att det blir lite svinn trots att man lagar till det blir det inte jättelönsamt för oss, utan det handlar mer om att det känns rätt för oss.