



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

En återanvändningsbar take away-låda?

En studie om konsumenters förväntningar rörande en hållbar take away-låda

Elin Backlund

Linnéa Sande

Kandidatuppsats 15 hp

Kostekonomprogrammet med inriktning mot ledarskap

VT2015

Handledare: Lena Gripeteg

Examinator: Christel Larsson

Rapportnummer: VT15-26



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Kandidatuppsats 15 hp

Rapportnummer:	VT15-26
Titel:	En återanvändningsbar take away-låda? En studie om konsumenters förväntningar rörande en hållbar take away-låda
Författare:	Elin Backlund och Linnéa Sande
Program:	Kostekonomprogrammet med inriktning mot ledarskap
Nivå:	Grundnivå
Handledare:	Lena Gripeteg
Examinator:	Christel Larsson
Antal sidor:	38
Termin/år:	VT2015
Nyckelord:	Hållbar utveckling, kvalitativa intervjuer, engångsförpackningar, take away-låda, lunchvanor

Sammanfattning

Den utbredda take away-konsumtionen som förekommer i Sverige och världen i stort leder till att det slängs en stor mängd engångsförpackningar. De satsningarna som finns gällande livsmedelskonsumtion och hållbarhet fokuserar i huvudsak på matsvinn och ekologiska livsmedel. Förpackningssvinn i relation till livsmedelskonsumtion är ännu ett outforskat område. Syftet med examensarbetet är att identifiera konsumenters förväntningar och önskemål rörande en återanvändningsbar take away-låda inför framtida utveckling av en hållbar sådan och dess distributionssystem. Kvalitativa intervjuer har gjorts med sju regelbundna take away-ätare. I resultatet framgår att take away-konsumtion till stor del handlar om bekvämlighet och om att slå sig fri från planering. Intervjupersonerna ser en återanvändningsbar take away-låda som intressant och kan tänka sig att använda en sådan, förutsatt att lådan upplevs som ren och att det finns en variation gällande de maträtter som serveras i den återanvändningsbara take away-lådan. De sensoriska aspekterna anses viktiga, det är därför väsentligt att lådan är praktiskt utformad så att matens kvalitet inte försämras. Lådan önskas vara anpassningsbar och ha någon typ av separationsmöjlighet. Återlämningsstationer anses underlätta inlämnandet av lådan och göra distributionssystemet lättillgängligt. Det upplevs även som viktigt att lådan diskas av någon annan så att den blir ren och hygieniskt säker. Slutsatsen är att bekvämlighet är en förutsättning för användandet av en återanvändningsbar take away-låda. Ett community kring lådan kan underlätta distributionssystemet samt fungera identitetsskapande och motivera konsumenter till en mer hållbar take away-konsumtion.

Innehållsförteckning

Introduktion.....	5
Syfte	6
Bakgrund.....	7
Miljö och hållbar utveckling	7
Förpackningar och förpackningssvinn	8
Mat och hållbarhet	9
Konsumenter och hållbarhet	10
Måltider utanför hemmet	12
Existerande system med återanvändningsbara lunchboxar	14
Metod	14
Design	15
Urval	15
Datainsamling	15
Databearbetning och analys	16
Etiska överväganden	16
Resultat	17
Frekvens och val	18
Hantering och ätsituation	18
Take away-lådan idag - upplevelser och utvecklingspotential	18
Önskemål kring utformning	19
Önskemål kring material	20
Förväntningar på distributionssystem	20
Betalingssystem och prissättning	21
Resultatsummering	21
Diskussion.....	23
Metoddiskussion	23
Resultatdiskussion.....	25
Slutsatser och implikationer.....	28
Referenser	29
Bilaga 1	33
Bilaga 2	34

Förord

I examensarbetet har vi fått möjligheten att fördjupa oss inom ett område som för oss ses som intressant och aktuellt. Vi vill framför allt rikta ett stort tack till Dean Barker, Helena Åberg och Anna Post som förmedlade oss idén om en återanvändningsbar take away-låda. Vi vill tacka samtliga respondenter som deltog i studien. Det var ni som gjorde det här arbetet möjligt! Slutligen vill vi också tacka vår handledare Lena Gripeteg som kommit med konstruktiv feedback och stöttning under uppsatsens gång.

- Elin och Linnéa

Arbetsuppgift	Procent utfört av Elin/Linnéa
Planering av studien	50/50
Litteratur sökning	50/50
Datainsamling	50/50
Analys	50/50
Skrivande	50/50
Layout	50/50

Introduktion

Idag äter vi *take away* mer än någonsin. Den stora konsumtionen av *take away* leder till en stor användning av engångsförpackningar. I lunchrummen svämmar papperskorgar över av förpackningar av olika slag. Ur ett hållbarhetsperspektiv kan dessa engångsförpackningar ses som en onödig miljöbelastning.

Statistiska centralbyråns restaurangindex visar att försäljningsvolymen på snabbmats- och lunchrestauranger fortsätter att öka. Under januari månad 2015 syntes den starkaste utvecklingen hos snabbmatsrestaurangerna som ökade försäljningsvolymen med 7,9 procent från föregående år (Statistiska centralbyrån, 2015). Dessa hör till den kategori som kännetecknas av snabb service och tillgänglighet, där *take away* är vanligt förekommande. Exempel på företag är salladsbarer, foodtrucks, hamburgerkedjor och gatukök (Statistiska centralbyrån, 2015). Många finkrogar och lunchrestauranger erbjuder också *take away*-alternativ. Idag äter vi i Sverige för över 100 miljarder kronor utanför hemmet, vilket är omkring 1,7 miljarder måltider per åt (Delfi, 2014).

Det finns ett växande intresse och ett flertal studier rörande hållbarhet och hållbara måltider. Medvetenheten hos konsumenterna ökar och restaurangerna satsar allt mer på ekologiskt och svenskt. Den ekologiska livsmedelsförsäljningen ökade med 38 procent under 2014, vilket ses som en rekordsiffra (Ekoweb, 2015). Efterfrågan från konsumenterna driver på utvecklingen och idag handlar åtta av tio svenskar regelbundet ekologiska livsmedel. Intresset kring den egna hälsan har stor påverkan men också aspekter som miljö väger tungt bland argumenten för att välja ekologiskt (Ekoweb, 2015). Det diskuteras i mindre utsträckning om förpackningssvinn och den belastning *take away*-lådor utgör för miljön. Genom att få en ökad kunskap kring konsumenters tankar rörande lunchlådan blir det lättare att ta fram hållbara alternativ som kan komma att förändra den miljöbelastning som förbrukade engångsförpackningar bidrar med.

I Indien har det sedan hundra år tillbaka funnits system där luncher skickas ut till arbetsplatser och privatpersoner i återanvändningsbara matlådor. Dessa matlådor distribueras i ett väl utvecklat system där ansvariga personer samlar in lådorna för att dagligen dela ut rena lådor till de restauranger och hem där maten lagas (NBC News, 2014). Finns det möjligtvis inspiration att hämta från Indien? Hur skulle det se ut om vi tog fram en återanvändningsbar *take away*-låda i Göteborg, Sverige? Är det aktuellt att ta fram en återanvändningsbar *take away*-låda för restauranger att disponera i syfte för konsumtionen av *take away*-luncher? Inför en fullständig förståelse av människors matvanor och dess påverkan på miljön är det viktigt att granska alla steg i livsmedelskedjan. Att få in en helhetsbild rörande hållbarhet i relation till mat ses som en viktig del i kostvetenskapen. För att få förståelse för behovet och eventuell utformning av en hållbar *take away*-låda behövs undersökningar för att bland annat komma fram till hur konsumenternas mönster kring *take away*-lådan och hur de ser på en hållbar version.

Syfte

Studiens syfte är att identifiera förväntningar och önskemål rörande en återanvändningsbar take away-låda inför framtida utveckling av en hållbar take away-låda och dess distributionssystem.

Frågeställningar

- Hur nyttjar respondenterna take away idag och vad har de för tankar och synpunkter på befintliga take away-lådor?
- Hur tänker konsumenterna kring en återanvändningsbar take away-låda och dess distributionssystem?

Bakgrund

Bakgrunden redogör hållbar utveckling i relation till livsmedel och kostvanor. Vidare presenteras konsumenters inställningar till hållbarhetsaspekten och konsumtionsmönster. Förpackningar och dess miljöbelastning beskrivs samt förslag på åtgärder för att minska förpackningssvinn. Tidigare forskning rörande lunchvanor och måltidsfaktorer presenteras också. Forskning och de satsningar som gjorts i Sverige rörande hållbar livsmedelskonsumtion i linje med Sveriges miljömål lyfts fram för att visa på var fokus ligger gällande forskningsområdet idag. Befintlig forskning och satsningar inom hållbar livsmedelskonsumtion nämns för att förtydliga det glapp som finns rörande studier inom ämnesområdet i relation till förpackningssvinn. Till vår kännedom finns ingen publicerad studie i Sverige som fokuserar på förpackningssvinn inom take away-konsumtion i relation till hållbar utveckling.

Miljö och hållbar utveckling

En hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov (WCED, 1987). Kemp (2005) anser att hållbar utveckling i grunden är ett etiskt begrepp. Rogers, Jalal och Boyd (2008) lyfter tre aspekter av hållbar utveckling: Ekonomiska, sociala och miljömässiga förhållanden, tre dimensioner som samspelar och stödjer varandra. En förutsättning för ett lands utveckling är ekonomisk tillväxt, men inget land kan uppnå ekonomisk framfart om miljön förstörs eller om människor inte får sjukvård och utbildning. En ekonomisk hållbar utveckling är därmed direkt påverkad av den sociala utvecklingen. Den ekologiska hållbarheten handlar om att värna om ekosystemen och dess återhämtningsförmåga, då ett välbevarat ekosystem är en förutsättning för ekonomisk utveckling och social välfärd (Björneloo, 2011).

Sveriges miljömål

Likt definitionen av hållbar utveckling handlar Sveriges miljömål om att vi ska lösa våra miljöproblem nu och inte lämna över dem till kommande generationer. År 2020 ska vi lämna över ett samhälle där de stora miljöproblemen i Sverige är lösta. Vilket sammanfattas i ett generationsmål som redogör vad som ska skyddas och vilken omställning av samhället som måste ske. Riksdagen har slagit fast generationsmålet och de 16 miljökvalitetsmål som är ett löfte till framtida generationer om frisk luft, hälsosamma livsmiljöer och rika naturupplevelser. För att nå miljömålen krävs att hela samhället deltar. Det menar Naturvårdsverket (2012) som betonar vikten av att myndigheter, företag, intresseorganisationer, och inte minst enskilda människor agerar. Ett av de 16 miljökvalitetsmålen handlar om begränsad klimatpåverkan. I enlighet med FN:s ramkonvention för klimatförändringar ska halten av växthusgaser i atmosfären stabiliseras på en nivå som innebär att människans påverkan på klimatsystemet inte blir farlig. Målet ska uppnås men i en takt som inte äventyrar andra mål för hållbar utveckling. Den biologiska mångfalden ska bevaras liksom en säkerställd livsmedelsproduktion (Naturvårdsverket, 2012). De globala utsläppen ökar vilket leder till att koncentrationen av koldioxid i atmosfären stiger. Klimatet blir dessutom varmare. Klimatsystemet kan komma att riskeras om inte medeltemperaturen begränsas till en ökning av max två grader. Med anledning till det bör de globala växthusgasutsläppen halveras till år 2050. För att samhället ska lyckas med en så pass kraftig omställning behövs insatser i enskilda länder och internationellt samarbete för

att begränsa utsläppen. I Sverige är visionen att år 2050 inte ha några nettoutsläpp av växthusgaser, vilket är en stor utmaning för hela samhället (Naturvårdsverket, 2012).

Förpackningar och förpackningssvinn

Förpackningar och andra förpackningsmaterial, som delvis används i livsmedelssammanhang, utgör över 23 procent av USA:s alla soptippar (United States Environmental Protection Agency, USEPA, 2011). En minskning av förpackningsavfallet skulle bidra till en energibesparing och minska koldioxidutsläppen. Olika typer av åtgärder för att minska förpackningssvinn kan vara att minska på användandet av förpackningar, att återanvända förpackningar samt att återvinna. USEPA (2011) har tagit fram en checklista för måltidsverksamheter att använda sig utav för att minska mat- och förpackningsavfall. Åtgärder som rekommenderas är exempelvis att köpa större förpackningar för att minska förpackningsåtgången och att förvara maten enligt rekommendation. Take away-verksamheter rekommenderas att använda sig utav färre och mindre förpackningsmaterial ut till kund samt att använda sig utav material som går att återvinna och gärna kompostera. Samtliga måltidsverksamheter som säljer take away-mat rekommenderas att välja take away-förpackningar utifrån vilken typ av återvinningsmöjlighet som finns i området. Det rekommenderas även att engångsförpackningar och engångstallrikar bör bytas ut mot återanvändningsbara material både ur miljö- och ekonomisynpunkt (USEPA, 2011). Material som går att återvinna är kartong, glas, plast, stål och aluminium. Medan mat, naturligt papper (näsdukar och toapapper), kartong, pappers- eller träförpackningar, andra organiska material är lämpliga att kompostera (USEPA, 2011). Majoriteten av det skräp som samlas på stränder och i vattendrag är förpackningssvinn. Förpackningar av plast och andra material som samlas i naturen bidrar till skador på djur.

Plast och dess miljöpåverkan

Plast är ett material som kan variera i kvalitet och som ofta är billigt att tillverka. I plast kan det förekomma ämnen som Bisfenol A (BPA) och Di-ftalat (DEHP) (North & Halden, 2013 & Naturvårdsverket, 2009). Kemikaleinspektionen (u.å.) betonar att BPA är ett hormonstörande ämne som är skadligt både för människor samt har en negativ inverkan på miljön. Ämnet kan hittas i förpackningar gjorda av polykarbonat, märkta med 7 eller PC. Inom EU är det förbjudet att använda BPA i nappflaskor. I Sverige är det även förbjudet att använda i matförpackningar för barn upp till tre år.

Vid plastproduktion används cirka fyra procent av den årliga råoljaåtgången. Giftig aska bildas vid eldning av plastinnehållande sopor (North & Halden, 2013). En av de mest effektiva hanteringar av plastsopor är återvinning, där materialet delvis kan brytas ned och återanvändas i form av energi. Då alla plastsorter inte är återvinningsbara krävs materialsortering som är en kostsam process. Komposterbar plast är ett alternativ på en mer hållbar plast än den konventionella plasten som finns idag (North & Halden, 2013) Den komposterbara plasten kan brytas ned till mindre artiklar av svamp och alger. Den komposterbara plasten är dyrare än den konventionella plasten. North & Halden menar på att den komposterbara plasten förhoppningsvis kan komma att växa som resultat av en medvetenhet kring den konventionella plastens miljöbelastning.

Mat och hållbarhet

Offentlig sektor och hållbara måltider

I linje med att det, i Göteborg, serveras cirka 19 miljoner måltider inom skola, vård och omsorg, finns det anledning att arbeta för att minska matens klimatpåverkan. Inom Göteborgs stad drivs projektet Miljömåltider där målet är att öka andelen miljömåltider inom stadens verksamheter. En miljömåltid inom Göteborgs stad baseras på miljömärkta råvaror, säsongsanpassning, stor andel vegetabilier och baljväxter, MSC-märkt fisk. Miljömåltiderna tar också hänsyn till etiska aspekter (Göteborgs stad, 2011). Sedan den 1 november 2014 ska allt kött som serveras dessutom vara ekologiskt inom staden. I linje med miljömåltiderna jobbar Göteborgs stad även med ett minskat svinn (Göteborgs stad, 2015). Det är tydligt att det pågår många projekt inom offentligt sektor rörande hållbara måltider. Liknade projekt syns runt om i landet: Region Örebro län arbetar med projekt Hållbara måltider (Region Örebro län, 2015), Stockholms läns landsting med klimatsmart mat utifrån sin modell S.M.A.R.T (Folkhälsoguiden, 2015), Uppsala kommun har sina Klimatsmarta måltider samt satt målet 100 procent ekologiskt till 2023 (Uppsala kommun, 2015). Ekomatcentrum (2014) menar att det pågår en revolution i de offentliga köken och anser att ekologiska satsningar automatiskt leder till mer klimatsmarta måltider. När Ekocentrum (2014) utsåg Ekomatsligan delade Lund och Borlänge på förstaplatsen med 49 procent ekologiska inköp vardera. Under 2013 upphandlade offentlig sektor 23 procent ekologiska livsmedel (Ekomatcentrum, 2014).

Livsmedel och dess miljöpåverkan

Ett av våra grundläggande behov är intaget av föda. Vi vill kunna äta en näringsriktig och balanserad kost för att få en bra hälsa. Måltidsingredienser och valet av dessa kan dock ha stor betydelse för växthusgasutsläppen (Naturvårdsverket, 2008). Sett till livscykelperspektiv medför livsmedel en betydande miljöpåverkan; klimatpåverkan, försurning, övergödning, ekotoxicitet och påverkan på biologisk mångfald (Naturvårdsverket, 2014b). Men det går att äta näringsriktigt med mindre klimatpåverkan. Vissa livsmedelsgrupper ger betydligt högre klimatbelastning än andra. Kött bidrar till hög klimatpåverkan, jämfört med vegetariska alternativ. Totalt sett bidrar varje person i Sverige till utsläpp av cirka sju ton koldioxid per år, varav två ton är från livsmedelskonsumtion. Livsmedel är den produktgrupp som är den mest miljöbelastande med kraftig energianvändning och utsläpp av koldioxid. Dessutom tillkommer utsläpp av metan från djurhållningen och utsläpp av lustgas från produktion av gödsel. Matsvinn och ökande köttkonsumtion är två starka orsaker till livsmedelskonsumtionens klimatpåverkan (Naturvårdsverket, 2008 & Naturvårdsverket, 2014b).

Matsvinn

Den svenska livsmedelshanteringen står för en stor del av vår totala påverkan på miljön. Varje år uppkommer det ungefär 1,2 miljoner ton matavfall i hela kedjan, det visar en kartläggning av mängden matavfall i Sverige 2012. Hushållen står för den största delen, 770 000 ton. Mängden mat som slängs varje år motsvarar koldioxidutsläpp på två miljoner ton. I linje med detta måste medvetenheten om matsvinnets betydelse för miljön öka. Matsvinnet drabbar miljö liksom samhällsekonomi (Naturvårdsverket, 2014a). I Sverige finns ett flertal olika myndigheter och organisationer som har intresserat sig för frågor som rör matslöseriet. Matsvinn kan ses som alla bortkastade livsmedel som kunde ha varit föda (Jordbruksverket, 2011). Svinnet varierar mellan

tio till 50 procent i hela kedjan och existerar i hela produktions-, försäljnings- och konsumtionskedjan för livsmedel. Dess miljöbelastning från livsmedelsproduktionen blir onödigt stor och matavfallet uppkommer i flera olika led, där tillverkning, grossist, offentlig sektor, restauranger, butiker och hushåll har en stor roll (Naturvårdsverket, 2014a).

Matsvinsfrågorna har tidigare inte fått särskilt stort fokus, men i och med regeringsuppdraget 2013-2015 finns nu mer kunskap nationellt och internationellt gällande mängder och orsaker till att svinnet uppstår (Naturvårdsverket, 2014b). Med anledning till den miljöpåverkan som svinnet har, fick Naturvårdsverket, Livsmedelsverket och Jordbruksverket i uppdrag av regeringen att genomföra olika insatser för att minska matsvinnet (Naturvårdsverket, 2014a). Som en naturlig övergång från det pågående regeringsuppdraget föreslår Naturvårdsverket (2014b) att Livsmedelsverket i samråd med Naturvårdsverket, Jordbruksverket och Konsumentverket att genomföra en nationell insats om minskat matsvinn. Insatsen föreslås starta 2015 och ska bidra till förändrat beteende hos konsumenten så att det matsvinn som är kopplat till konsumentens beteende minskas. Svinn existerar i alla led av livsmedelskedjan, men där hushållen står för den största delen Naturvårdsverket (2014b).

Konsumenter och hållbarhet

Enligt Livsmedelsverket (2014) står hushållen för den största andelen av allt matsvinn i Sverige. I linje med regeringsuppdraget har Livsmedelsverket undersökt konsumenters kunskap, attityder och beteende kopplat till matsvinn. Rapporten syftar till att få bättre kunskap om vad som skulle kunna få hushållen att slänga mindre mat, i linje med EU:s mål gällande matsvinn. När det kommer till konsumenterna och deras tankar kring svinn, ser fyra av tio det omoraliska och jordens resurser som det starkaste argumentet att minska hushållets matsvinn. Medan tre av tio ser det ekonomiska och att hushållet sparar pengar som det starkaste argumentet (Laurin Guller & Västå, 2013).

Hållbar konsumtion

Hållbar konsumtion har börjat ta allt mer fokus på den internationella politiska agendan, som ett sätt att anpassa den ekonomiska utvecklingen med miljöpolitiken. Hållbar konsumtion är användandet av varor och produkter som svarar mot grundläggande behov och bidrar till bättre livskvalitet. Det handlar också om att minimera användningen av naturresurser och giftiga material, samt minska utsläpp och föroreningar, för att inte äventyra med kommande generationers behov (Naturvårdsverket, 2014b). Frågan om hållbar konsumtion sträcker sig ända till världstoppmötet i Rio 1992, då konsumtionsmönster i industrialiserade ekonomier och dess miljöpåverkan uppmärksammades för första gången (Evans, 2011).

Men varför väljer vi att konsumera på ett sätt som drabbar miljön? Det finns en stor paradox i idén om ett hållbart konsumtionssamhälle och innebörden av konsumtionen som aktivitet och kommunikationsmedel. Konsumtionen kan ses som ett identifieringssätt för oss, vi konsumerar allt ifrån mat, till kläder och bilar, för att skapa en bild av oss själva så som vi önskar vara. Konsumtionen kan också handla om önskan om en viss grupptillhörighet och med vem eller vilka vi identifiera oss med (Cecilia Solér, 2012 & Riksbankens jubileumsfond, u.å).

Samtidigt lever vi i en riskkultur. Människor är konstant matande med larm om matföroreningar, överfiske, klimatförändringar, förlust av biologiskt mångfald, konsekvenserna av genetiskt

modifierade produkter och många andra miljö- och hälsorelaterade risker. Många fortsätter som vanligt, medveten om larmen porlande någonstans i bakgrunden, och kanske med en hopplös känsla att individens egna handlingar är meningslösa (Boström & Klintman, 2008; Livsmedelsverket, 2014). Bland konsumenterna upplevdes matsvinnet som ett stort problem, vilket också väckte dåligt samvete hos många. Samtidigt förknippas matsvinn som ett resursslöseri på samhällsnivå, oftast kopplat till offentlig miljö, och inte i första hand till ett individuellt problem. Individen själv upplever ett begränsat ansvar och påverkan (Livsmedelsverket, 2014; Laurin Gulled & Västå, 2013).

Konsumtion av ekologiska livsmedel

Ekologisk mat kan ses som en nisch i dagens matregim. Ekologiska livsmedel anses ha en viktig symbolisk karaktär och det som tar täten i omställningen till mer hållbara livsmedel. Framväxten av ekologisk mat har spelat en viktig roll för att påverka och sätta agendan för den offentliga debatten om en hållbar produktion och konsumtion av livsmedel (Boström & Klintman, 2008). Idag finns det ett bassortiment av ekologiska livsmedel i princip i alla butiker och butikskedjor i Sverige. Kunskap och förståelse för ekologisk mat ökar där ursprung och produktion fått en större betydelse än tidigare. Lokal, ekologisk och svensk mat tar mer plats och konsumenterna blir allt mer medvetna och ställer krav och efterfrågar, samt är villiga att betala för det. 2014 var ett rekordår på många sätt, menar Ekoweb (2015). Den ekologiska livsmedelsförsäljningen ökade med 38 procent under 2014, detaljhandeln ökade med 41 procent. Människor har idag en positiv syn på ekologiska livsmedel och några av orsakerna till att konsumenterna väljer ekologiskt är miljöaspekten, mindre gifter och färre tillsatser (Ekoweb, 2015). Det finns också en önskan att få vara med och bidra till en hållbar konsumtion, menar Ekoweb (2015), där konsumenterna gärna ser att produkter är framtagna under bra förhållanden samt är bra för hälsan. Den ekologiska försäljningen och dess efterfrågan triggas av en kontinuerlig och stark debatt om livsmedel, mat, djurskydd, miljö och hur livsmedel producerats.

Människors attityder gällande hållbarhet kan ses som tvetydigt. Det finns en välvilja hos många att värna om miljö och hållbarhet. Dessa värderingar att vilja göra något för samhället kan dock krocka med andra värderingar i privatlivet, till exempel ekonomiska eller sociala aspekter. Att integrera hållbarhet och anpassa sig till klimatförändringar i det dagliga livet kräver olika sätt att leva och konsumera (Evans, 2011). Människor anser sig leva och konsumera mer miljövänligt, även dessa upplever en konflikt när det kommer till att till exempel spara pengar och minska på miljöpåverkan. Det kan upplevas kostsamt att leva mer hållbart, vilket krockar med ekonomiska förhållningssätt (Evans, 2011).

Kollektivt ägande

Naturskyddsföreningen lyfter frågan kring kollaborativ konsumtion/kooperativt ägande. Kollaborativ konsumtion lyfts fram som ett sätt att skapa en hållbar utveckling; ekologiskt, ekonomiskt och socialt. Grundtanken är inte själva ägandet, utan tillgången i sig, menar Naturskyddsföreningen (2014). Det kan handla om att ge bort, dela, hyra och låna - allt från små verksamheter till storskaliga kommersiella projekt. Blocket, Tradera och Airbnb är några exempel på kollaborativ konsumtion. Andra exempel som blir allt vanligare är klädbibliotek, bilpooler, cykeluthyrning, samåkningsstjänster. Det förekommer också ekonomiska föreningar där människor har andelar i vindkraftverk och solceller (Naturskyddsföreningen, 2014). Kooperativt ägande är något som tar allt mer plats och som kan bli än mer aktuellt i och med

frågan kring att konsumera hållbart. I Västra Götaland engagerar sig bland annat Länsstyrelsen, Studieförbundet och Västra Götalandsregionen i frågan om andelsjordbruk. Andelsjordbruk handlar om att utöka samarbete konsumenter och lantbrukare emellan, i stadens närhet (Länsstyrelsen, 2015). Det kan vara allt från att köpa en del av skörden i förväg, hyra en odlingsbädd för att odla själv, teckna en prenumeration på grönsaker eller köttlåda. Andelsjordbruk existerar över hela världen. Community Supported Agriculture är en vanlig variant, där konsumenter stöttar en lantbrukare genom att bidra ekonomiskt i förväg eller månadsvis under säsongen. Syftet är också att gynna och behålla småskalig och lokal produktion (Länsstyrelsen, 2015).

Måltider utanför hemmet

Var tredje krona spenderas på mat utanför hemmet. Analysföretaget Delfi som kartlägger livsmedelsköp och restaurangernas omsättning menar att vi lägger omkring 93 miljarder kronor på måltider som någon annan lagat. Under 2012 åt och drack vi för 122 miljarder kronor utanför hemmet (Delfi, 2014). Enligt Statistiska centralbyrån (2015) har restaurangbranschen totalt sett gjort en försäljningsutveckling på 7,3 procent i januari 2015 jämfört med samma månad föregående år. Lunch- och kvällsrestauranger har i sin tur gjort en värdeökning på 8,7 procent under samma tidsperiod. Under kategorin lunch- och kvällsrestauranger inkluderas traditionella restauranger med bordsservering, gourmetkrogar, kvarterskrogar, pizzerior etcetera. Snabbmatskategorin gjorde en ökning på 10,1 procent. Till snabbmatskategorin hör restauranger som hamburgerrestauranger, gatukök, foodtrucks och salladsbarer. Båda ovannämnda kategorier erbjuder take away (Statistiska centralbyrån, 2015).

I Norden äter vi generellt sett lunch mitt på dagen någon gång mellan klockan 10.00 - 14.00. Gronow och Jääskeläinen (2001) har kartlagt matvanor och måltidsmönster bland de nordiska länderna. Bland svenskarna är det vanligast att inta sin lunch på skolan eller jobbet. I Danmark, Norge och Sverige är det även vanligt att lunchen äts med kollegorna. Brown, Edwards och Hartwell (2013) har studerat känslor i samband med lunchätandet hos personer i 20-årsåldern. I studien framgick det att lathet var orsaken till varför personerna valde att köpa lunch framför att ta med sig egen matlåda. En viktig aspekt rörande upplevelsen av lunchen var delvis smaken och tillfredsställelsen i att äta god mat. Den viktigaste aspekten för att få en trevlig lunchupplevelse associerades framför allt med sociala aspekter. Deltagarna i studien menade på att det blev lättare att njuta av både medtagen mat och take away-lunch om de hade sällskap av minst en person under måltiden.

De fem aspekterna - FAMM

Gustafsson, Öström, Johansson och Mossberg (2006) förklarar måltidsupplevelsen utifrån måltidens fem aspekter. Teorin om de fem aspekterna, även kallad The Five Aspects Meal Model (FAMM), har använts vid Institutionen för restaurang och måltidsvetenskap i Grythyttan sedan 1993 för att förstå helheten bakom gästens måltidsupplevelse. Modellen är baserad på ett flertal vetenskapliga studier och inspirerad av Guide Michelins bedömningssystem för restauranger. FAMM används främst av olika måltidsverksamheter för att optimera måltidsupplevelsen för gästen. De fem aspekterna är rummet, mötet, produkten, atmosfären och styrsystemet. Gustafsson et al. (2006) menar att de fem aspekterna i rätt balans ger stimulans åt våra fem sinnen lukt, syn smak, hörsel och känsel.

Den första av de fem aspekterna är *rummet* där måltiden konsumeras. Rummet kan vara en restaurang, ett sjukhus, en matsal, ett kök. Oavsett plats och rumskategori äts en måltid alltid i ett typ av rum. Gustafsson et al. (2006) anser att rummets dekoration och uppbyggnad bör vara genomtänkt och spegla måltidsverksamhetens koncept för att optimera rummets påverkan på gästens helhetsupplevelse.

Måltiden utgörs av *möten* både med måltidspersonalen, med sitt sällskap och med andra gäster. Gustafsson et al. (2006) anser att serveringspersonalen bör ha kompetenser i social-psykologi för att utföra ett professionellt bemötande gentemot gästen. De social-psykologiska perspektivet bör finnas med i tankarna rörande gästens känslor, det sociala samspelet och etikett för att optimera bemötandet gentemot gästen. Kommunikationen mellan personal och gäster är utav stor vikt gällande måltidsverksamhetens kontakt med sina gäster. Chefen bör reflektera över personalens kompetenser och eventuellt behov av utbildning för att optimera mötets påverkan av den optimala måltidsupplevelsen (Gustafsson et al., 2006).

En av aspekterna kretsar kring *produkten*. Här har kocken en stor påverkan på matens utformning gällande de sensoriska aspekterna och dess presentation. Serveringspersonalens kunskap och dess presentation av maten och drycken har även en påverkan på gästens upplevelse av produkten. Gustafsson et al. (2006) anser här att det är av vikt att kocken har kunskaper gällande fysik och kemi för att komponera en måltid som är väl balanserad och tillfredsställande på fler nivåer gällande konsistenser, smaker, dofter och det visuella. Gustafsson et al. (2006) menar även att serveringspersonalens kunskap gällande dryck och sensorik är viktig för att optimera upplevelsen av produkten. Pris är även en faktor som påverkar upplevelsen av produkten. Gustafsson et al. (2006) menar att det är viktigt att restaurangpersonalen har satt meny och priser som motsvarar restaurangkonceptet.

Restaurangens *styrssystem* representerar verksamhetens stomme och organisation. Här påverkar en rad olika administrativa faktorer så som exempelvis ekonomi, lagar och ledarskap. Gustafsson et al. (2006) beskriver att restaurangägaren och restaurangchefen har ett ansvar för att utforma en tydlig policy gällande bland annat personal, hygien, miljö med mera för att öka tydligheten för de anställda. Restaurangens styrssystem syns inte direkt ut till kunden men påverkar denna i högsta grad under hela upplevelsen. Här påverkar styrsystemet huruvida det finns plats för ett misstag att ske. Styrsystemet har även en påverkan på hur väl förberedd personalen är att hantera en olyckshändelse och reparera skadan därefter. Med ett väl utvecklat och fungerande styrssystem ökar trivseln för både gästen och personalen (Gustafsson et al., 2006).

Atmosfären är en slutprodukt av alla de ovan beskrivna aspekterna. Gustafsson et al. (2006) menar att en atmosfärisk restaurang ger ett intryck av välbehag och harmoni till kunden. Atmosfären är helheten som bildas av hur rummet, mötet, produkten och styrsystemet är uppbyggt och tas emot av gästen (Gustafsson et al., 2006). Hansson, Jensen och Gustafsson (2006) anser å andra sidan att atmosfären är en viktig del i upplevelsen av de andra kategorierna, likväl som atmosfären är en produkt av rummet, mötet, produkten och styrsystemet. Hansson et al. (2006) anser att atmosfären påverkas av två olika aspekter, sinnen och miljö. Sinnena påverkas av allt som rör deras fem sinnen via huden, öronen, i munnen med mera. Restaurangens miljö påverkar genom restaurangens utformning via exempelvis färger, konst, inredningskvalitet. Atmosfären tolkas sedan in av de olika gästerna med hjälp av de olika sinnena vilket bidrar till en total helhetsupplevelse av restaurangbesöket (Hansson et al., 2006).

Existerande system med återanvändningsbara lunchboxar

I Indien finns ett välutvecklat distributionssystem av återanvändbara matlådor i plåt som styrs av så kallade Dabbawalas (NBC News, 2014). Dabbawala-verksamheten startade år 1980 då en bankman önskade få sin lunch levererad från hemmet till arbetsplatsen. Den första Dabbawalan anlätades och sedan dess har begreppet och organisationen växt till en stor och stabil verksamhet. Precis som vid start transporterar Dabbawalas även idag matlådor från kvinnorna i hemmet till männen ute på arbetsplatsen. Det har idag blivit allt vanligare att större organisationer anlitar Dabbawalas för att få hemlagad lunch till de anställda. Maten som levereras i lådorna lagas idag både på restaurang och i privata hushåll. Det finns formulär som gör det möjligt att specialanpassa matlådan efter personens individuella diet som sedan levereras av Dabbawalas (Mumbai Dabbawala Association, u.å).

Idag finns cirka 5 000 yrkesaktiva Dabbawalas i Indien. De använder cyklar som färdmedel och interna avancerade kodsystém. Mumbai Dabbawala Association (u.å) beskriver hur Dabbawalas avancerade kodsystém inte kräver några tekniska hjälpmedel utan finns enbart internt lagrat i chaufförernas huvuden. Trots det omoderna kodsystémet har Dabbawalas felmarginalen en på sex miljoner (Mumbai Dabbawala Association, u.å). Den låga felmarginalen har gjort att det indiska matlådesystémet har fått uppmärksamhet världen över från affärsmän och journalister. Den mediala uppmärksamheten började med att det 1998 skrevs en artikel av det internationella affärsmagasinet Forbes om det interna affärssystem som har utvecklats av Dabbawalas i Indien (Pathak, 2010). Trots avsaknaden på utbildning anlitas idag Dabbawalas som föreläsare runt om i världen om företagsamhet och organisationsstruktur.

Pathak (2010) har undersökt Dabbawalas framgång ur marknadsföringssynpunkt. Pathak (2010) klargör att faktorer som religion och tillit möjliggör Dabbawalas existens. Dabbawala syns ofta i medier runt om i världen utan att de som organisation använder sig utav någon aktiv marknadsföring. Orsaker till dess stora mediala framgång anser Pathak (2010) är en kombination av arbetsprestation och den egen branding som varje Dabbawala utför genom uppförande och attityd. Det indiska distributionssystemet anses även exotiskt och imponerar med sin omodernitet på länderna i väst. Exakt vad som gör att Dabbawalas kodsystém och organisation är så exemplariskt och framgångsrikt är ytterst svårt att sätta fingret på. Pathak (2010) menar att det finns mycket för organisationer världen över att lära av Dabbawalas positiva attityd och avskalade affärsidé.

Gällande hållbar livsmedelskonsumtion har fokus på tidigare studier i huvudsak legat på ekologisk mat och matsvinn. Sett till olika förpackningsmaterial och dess miljöbelastning är det tydligt att det krävs åtgärder för att skära ner förpackningssvinnet gällande i huvudsak plastförpackningar. Går det att inspireras av måltidsmodeller, kollektivt ägande och Dabbawalas för att minska förpackningssvinnet och minska miljöbelastningen? Studien ska användas för att skapa mer kött på benen inför framtida utveckling av ett system som kan komma att minska förpackningssvinnet och dess miljöpåverkan.

Metod

Design

Studiens design är deskriptiv då undersökningen syftar till att identifiera uppfattningarna och resonemanget kring en återanvändningsbar lunchlåda (Patel & Davidsson, 2003). Studien är kvalitativ och intervjuer valdes som datainsamlingsmetod. Kvalitativa studier kännetecknas ofta som tolkande och syftar till att skapa en förståelse för människors erfarenheter, uppfattningar och idéer inom ett specifikt område. Den kvalitativa studien tolkar kontexter och skapar fördjupad förståelse för den sociala verkligheten (Bryman, 2011). Intervjuer ansågs lämpligt för att, utifrån ett hållbarhetsperspektiv, få en bild över människors tankar kring take away-lådan och vilka faktorer som anses viktiga när det kommer till en återanvändningsbar take away-låda. Studien är av induktiv ansats då ingen tidigare teori används som utgångspunkt. Slutsatserna har grundats på empiriskt data som samlats in via intervjuer (Patel & Davidsson, 2003).

Urval

Deltagarna utgjordes av sju personer bestående av kvinnor och män i åldrarna 20-50 år, varav tre var studenter och fyra var yrkesverksamma. Vidare bakgrundsinformation har inte specificerats då det inte anses relevant för studien. Inklusionskriteriet för denna studie var att respondenterna skulle äta take away-lunch minst en gång i veckan. Respondenterna för denna studie nådde upp till inklusionskriteriet och konsumerade take away-lunch majoriteten av veckans dagar. Den första urvalsmetoden som har använts var ett målstyrt urval där sju olika kontor i centrala Göteborg kontaktades via mejl. I mejlet bifogades ett informationsblad (se bilaga 1) som personerna ombads att sprida på sin arbetsplats för att skapa ett intresse för studien. Gensvaret på denna urvalsmetod var dåligt vilket innebar att urvalet kom att bli en annan typ av målstyrt urval där vi via mejl och telefonsamtal kontaktade personer i vår närhet som uppfyllde urvalskriterierna. Förutom att nå bekanta via mejl tog vi kontakt med några av take away-ätarna vid allmän plats där de intog sin lunch. Ett målinriktat urval ansågs lämpligt då det blev lättare att rikta sig till lämpliga respondenter (Bryman, 2011). Alvehus (2013) menar att det kan ses som relevant med en bred urvalsgrupp för att få en vidd i svaren och en ökad trovärdighet. För att få en viss bredd i urvalsgruppen och öka trovärdigheten i resultatet valdes både studerande och yrkesverksamma respondenter med förhoppningen att dessa hade varierande erfarenheter av olika take away-restauranger. Intervjupersonerna kommer att benämnas som IP 1-7 i resultatet. Enligt Bryman (2011) är det genom en kvalitativ metod i princip omöjligt att skapa ett generellt resultat som motsvarar en hel population.

Datainsamling

Datainsamlingen utfördes mellan vecka 17 och 19 under våren 2015. Semi-strukturerade intervjuer har använts som datainsamlingsmetod, vilket innebär att det finns en viss struktur på frågorna men att ordningsföljden kan variera. Intervjuformen sågs som lämplig att använda då intervjupersonens svar kan följa olika riktningar och anses därmed mer flexibel och följsam (Kvale & Brinkmann, 2014). Med inspiration från Bryman (2011) utformades en intervjuguide (se bilaga 2), som fungerade som stöd inför intervjuerna. Frågeställningarna och undersökningens problem låg till grund när teman och intervjufrågor sammanställdes. En

pilotstudie utfördes med en bekant som uppfyllde inklusionskriterierna innan själva huvudintervjuerna. Genom att utföra en pilotstudie kunde intervjuguiden utvecklas baserat på den intervjuades respons under pilotintervjun (Bryman, 2011). Intervjuguiden reviderades efter pilotintervjun för att öka tydligheten i vissa frågor gentemot respondent.

Sammanlagt utfördes fyra intervjuer varav två av intervjuerna utgjordes av gruppintervjuer med två respondenter respektive tre respondenter. Gruppintervjuer utfördes på grund av svårigheter att hitta enskilda take away-ätare på allmän plats. Intervjuerna genomfördes vid lunchtid under ätande situation i respondenternas naturliga lunchmiljö. Studiens syfte presenterades och de etiska förhållningssätten klargjordes innan intervjuerna påbörjades. Det etiska innebär bland annat att respondenten har rätt att avbryta intervjun när hen vill (Vetenskapsrådet, 2002). Efter godkännande från respondenterna spelades intervjuerna in. Intervjuerna tog 15-35 minuter och genomfördes av studiens båda författare men där ena hade huvudansvar att ställa frågor, medan den andra deltog, antecknade och ställde följdfrågor. I och med att viss anteckning genomfördes under intervjuns gång bidrog det till säkerhet för eventuella tekniska problem med ljudinspelning, eller om ljudinspelning ej hade godkänts av intervjupersonen. Att vara två intervjuare kan vara en nackdel då det enligt Bryman (2011) kan hämma respondenten men i och med att intervjun inte berörde ett känsligt område ansågs fördelarna överväga.

Databearbetning och analys

En tematisk analys användes som analysverktyg. Då studien utgår från en induktiv ansats har bearbetning och analys utförts med utgångspunkt från studiens syfte och frågeställningar. Tematisk analys användes för att få en övergripande förståelse för informanternas upplevelser och svar (Bryman, 2011). Materialet transkriberades direkt efter intervjun, för att sedan i enlighet med Lichtman (2010) kodas in i olika teman och underkategorier. Transkriberingen lästes igenom ett antal gånger för att ge en överblick inför kodning. Då studien syftar till att identifiera konsumenters önskemål och synpunkter användes i huvudsak det som sades och uttalades under intervjun som grund snarare än underliggande meningar. Kodning utfördes sedan på utskrivna blad, där studiens två författare kodade all transkribering separat. Det innebär att varje text kodades två gånger. Koderna från varje intervju jämfördes och sammanfattades i ett textdokument. Därefter sorterades kodorden in under teman baserat på samband och beröringspunkter i enlighet med Lichtman (2010). Alla intervjuers teman sammanställdes sedan och kategoriserades in i ett flertal olika aspekter som kom att utgöra en grund för resultatet.

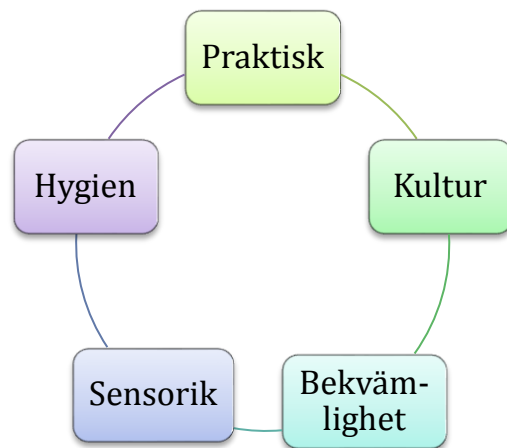
Etiska överväganden

Undersökningen tar hänsyn till de fyra forskningsetiska principerna. Dessa fyra är informations-, samtyckes-, konfidentialitet- och nyttjandekravet, vars syfte är för att skydda deltagarna från integritetskränkning eller annan skada (Vetenskapsrådet, 2002). Samtliga respondenter har fått ett informationsbrev där studiens syfte och moment presenterades innan de tog beslut om att delta. Respondenterna har också blivit informerade om att deltagandet är frivilligt och rätten till att avsluta deltagandet när som helst utan att ange orsak. Ingen minderårig har deltagit i studien. Namn, telefonnummer och andra uppgifter om respondenterna används med konfidentialitet och finns ej tillgängligt för obehöriga. För att respondenterna ska hållas anonyma benämns de ej vid namn i uppsatsen. Det insamlade materialet från genomförda intervjuer används endast för forskningsändamålet.

Resultat

Syftet med studien är att identifiera konsumenters önskemål och förväntningar på en återanvändningsbar take away-låda. För att nå syftet har sju konsumenter intervjuats rörande dess konsumtion av take away. Deltagarna består av tre studenter och fyra yrkesverksamma. Samtliga intervjupersoner är verksamma i centrala Göteborg och äter take away-lunch minst en gång i veckan. Studenterna studerar vid ett campus där det finns ett stort lunchutbud. De yrkesverksamma arbetar kring ett område i centrala Göteborg också med en stor variation av lunchmöjligheter. I resultatet presenteras de teman som framkom genom tematisk analys: Frekvens och val, hantering och ätsituation, take away-lådan idag (upplevelser och utvecklingspotential), önskemål kring utformning, önskemål kring material, förväntningar på distributionssystem och betalningssystem och prissättning.

Det har under studiens gång uppkommit fem aspekter som har präglat resultatet (se figur 1). De fem aspekterna präglar respondenternas konsumtion av take away och deras önskemål och synpunkter på en återanvändningsbar take away-låda. Samtliga aspekter är beroende av varandra för helhetsupplevelsen av take away-måltiden där bekvämlighet är den aspekt som har visat sig prägla konsumenterna mer än de andra aspekterna. Bekvämlighet anses som viktigt både gällande valet i att köpa take away-lunch samt förutsättningen för framtida distribuering av en återanvändningsbar lunchlåda.



Figur 1. Aspekter som präglar take away-konsumenters önskemål och förväntningar kring en återanvändningsbar take away-låda.

Frekvens och val

Intervjupersonerna för denna studie konsumerar take away-lunch flera gånger i veckan. Majoriteten av respondenterna äter take away-lunch oftare än medhavd lunch. Orsaken till intervjupersonernas take away-vanor är en bekvämlighetsaspekt. Bekvämligheten handlar om att kunna slå sig fri från planering för att spara tid och förenkla vardagen. Det kan också handla om andra prioriteringar eller ett bristande intresse i matlagning. En av respondenterna uttryckte det så här:

Man tar take away för att det är smidigt och för att man inte ska ha behövt tänkt igenom det i förväg. Man vill kunna köpa det och sedan lämna ifrån sig. (IP6)

Vid val av lunchrestaurang anses sensorik och tillgänglighet som de avgörande och högst prioriterade aspekterna. Förutsatt att maten smakar bra styrs valet av lunch även av pris och vana. Lunchen inhandlas i de flesta fall på restauranger som finns tillgängliga i anslutning till respondenternas kontor eller campus. De yrkesverksamma rör sig i ett större område vid inhandling av take away-lunch. Studenterna å andra sidan, stannar helst inom universitetsområdet.

Hantering och ätsituation

Respondenterna köper oftast lunch som serveras i en take away-låda. Det finns en variation gällande hanteringen av lunchlådan och miljön där lunchen äts. Vanligast förekommande är att maten tas med, äts på arbetsplats eller campusområde och slängs i en soptunna i anknötning till ätplatsen. De yrkesverksamma äter vanligtvis lunchen i arbetsplatsens lunchrum, medan studenterna oftast äter lunchen vid sin studieplats eller vid bord i anslutning till restaurangen eller biblioteket. De flesta av respondenterna äter sin lunch sittande, men någon gång då och då äter vissa av dem även lunchen stående vid ett bord i anslutning till lunchrestaurangen. Lunchen konsumeras oftast ur den medföljande lådan med medföljande bestick. Ingen av respondenterna värmer sin mat i mikro då den oftast hålls varm i lådan den köps i. Maten bärs i de flesta fallen i påse för att på ett enkelt sätt få med alla tillhörande attiraljer som bestick, servetter och eventuella sås- och salladsburkar. Om lunchen äts i anknötning till restaurangen händer det att lådan bärs i händerna med tillhörande burkar och bestick nedstoppade i fickor eller balanserade ovanpå lådan. Take away-lådan och annat avfall som uppkommer vid take away-lunchen sorteras sällan. Lådan slängs i de flesta fall tillsammans med övriga tillbehör i soptunna nära platsen där maten ätits. Idag erbjuder en av arbetsplatserna källsortering där en av respondenterna uttryckte att han försöker att sortera sina take away-förpackningar.

Take away-lådan idag - upplevelser och utvecklingspotential

Beroende av material och design anses olika take away-lådor uppskattas i olika sammanhang av respondenterna. De material som enligt respondenternas erfarenheter är vanligast förekommande är plast, papp, frigolit och aluminium. Faktorer som påverkar vilken låda som respondenterna föredrar handlar om hur praktisk lådan är i förhållande till maten som serveras. Funktioner som respondenterna förväntar av en låda är att den ska hålla tätt, vara stabil och lätt att äta ur samt hålla värmen. En av respondenterna berättade att han föredrar en platt låda i plast för sushi, medan en annan respondent föredrar en djupare pappkartong för en thai-rätt. Några av respondenterna berättade att större lådor med fack uppskattas när de köper mat vid en

lunchbuffé, för att kunna separera kall och varm mat. Lådor gjorda av frigolit och aluminium upplevs som mindre tilltalande att äta ur både ur ett praktiskt perspektiv då de upplevs som instabila och ur ett kulturellt perspektiv då de upplevs som omoderna. Förpackningar av plast upplevs i många fall som stabila och väl fungerande att äta ur, men i intervjuerna framkom också ett dåligt samvete kring miljöbelastningen när de pratade om dessa förpackningar. De flesta av respondenterna beskrev det som jobbigt att slänga hårdare plastförpackningar då det inte upplevdes som bra för miljön. Respondenten anser lådorna i plast för robusta för att enbart användas en gång men ser det som krångligt att ta hem lådan och återanvända den. Bekvämlighetsaspekten uppfattas i det här fallet gå före miljöaspekten. En annan fråga som väcker dåligt samvete hos samtliga respondenter är den mängd sopor som uppkommer vid take away: lunchens tillbehör i form av påse, bestick, servetter, sås- och salladsbyttor leder till onödigt mycket sopor. Respondenterna menar att de gärna ser att det i framtiden finns en annan lösning som innebär mindre sopor.

Pappkartong väcker positiva känslor hos intervjupersonerna då det upplevs som miljövänligt. Några respondenter har noterat en trend kring pappkartong och ser att allt fler restauranger byter ut plast mot papp. En respondent favoriserar den klassiska pappkartongen som finns på asiatiska restauranger och som han anser blivit en symbol för take away. Han pratade om take away-lådan i pappkartong som något mer än en praktisk förpackning att bära mat i, något som kan uppfattas som ett kulturellt perspektiv:

[...] Förpackningen i sig är superurban. För mig signalerar det en urban situation. Själva boxen signalerar någon form av modernitet, rörelse. Man bryr sig om att äta, men inte så mycket att man måste ha ett liv där man måste sitta still. Som person så tycker jag väldigt mycket om mat men också om street food-kultur. Den är en ikon för gatumatkultur. (IP7)

Önskemål kring utformning

Önskemålen från respondenterna gällande material och utformning av en återanvändningsbar take away-låda diskuterades främst utifrån aspekterna hygien, sensorik och praktisk hantering. Flera av respondenterna var tydliga med att lådan ska upplevas ren för att de ska använda en återanvändningsbar take away-låda. De menar att återanvändningen inte är ett problem förutsatt att lådan är väl rengjord och upplevs hygienisk. Missfärgningar och bestickskrap är några exempel som respondenterna anser som mindre hygieniskt och rent.

Det har jag tänkt på när jag har med mig låda hemifrån, så diskas man dem och så blir de äckliga. Det går aldrig att få dem riktigt rena. Det tycker jag är viktigt, att det ska gå att diska den riktigt fräsch. (IP5)

Gällande det praktiska perspektivet beskrev respondenterna att lådan ska gå att anpassa efter olika maträtter. Flera respondenter anser att en lösning på variationsfrågan är att det ska finnas ett flertal modeller av återanvändningsbara lådor och några andra betonar vikten av bättre separationsmöjligheter. Alla respondenter pratade om vikten att kunna separera maten på olika sätt, separationen önskas vara antingen på höjden eller som ett flertalet fack inuti lådan. Ett flertal respondenter uttryckte även ett önskemål av att minimera antalet kollin där en åtgärd utöver fack skulle kunna vara en klämma på locket där besticken förvaras. En annan viktig kvalitet som intervjupersonerna lyfte fram var att lådan ska vara väl försluten så att den inte läcker eller släpper ut värme. En idé gällande lådans design och funktion som uttrycktes av en

respondent var ett genomskinligt lock. Lådans estetik och matens presentation kan uppfattas som viktiga aspekter gällande det sensoriska. IP7 talade även om risken att lådan faller ut ur systemet om den är för estetiskt tilltalande eller för funktionell.

Det finns en estetik i mat och idén att man lägger upp det fint, att det ska synas och att man kan titta. [...] Jag tror också att den ska vara ganska alldaglig, nästan lite ful, den får inte vara för snygg, då kommer folk att ta hem den. Då kommer den att cirkulera ur systemet i all grad. För att den inte kostat något. (IP7)

Önskemål kring material

När respondenterna berättade om sin drömbild av en återanvändningsbar take away-låda är glas ett återkommande önskemål gällande materialval. Samtliga respondenter uttryckte att de upplever materialet som rent och att den påverkar så att maten blir tilltalande ur ett sensoriskt perspektiv. Lådor i glas uppfattas dock av flera respondenter samtidigt som tunga, vilket påverkar dess praktiska hantering. Metall är ett annat material som ett flertal intervjupersoner ser som tilltalande. Materialet upplevs som hygieniskt och lättrensjort då det anses vara svårt att repa och missfärga. Vissa tar upp att det är ett problem att metalllådan inte går att värma i mikro, men nämner att de i princip aldrig ser ett behov av att värma sin take away-mat. Hård plast är ett material som respondenterna har delade åsikter kring, vissa menar på att det känns som ett rimligt och användbart material om take away-lådan görs av hållbar plast. När respondenterna blev ombedda att diskutera kring upplevelsen av olika materials miljöbelastning var plast å andra sidan det material som de flesta associerade med något negativt.

Förväntningar på distributionssystem

Rörande förväntningar på ett framtida distributionssystem av en återanvändningsbar take away-låda är bekvämlighet och tillgänglighet det absolut viktigaste aspekterna, enligt respondenterna. Systemet utgår idag från att lådan hämtas på restaurangen, tas med till ätplatsburen i påse eller i hand och slängs slutligen i närmaste sopkorg. Förutsatt att maten är god och att systemet kring lådan är lättillgängligt kan respondenterna tänka sig att gå längre än de normalt sett gör för att få sin lunch i en återanvändningsbar take away-låda. Det är dock viktigt att distributionen av lådan uppfyller bekvämlighetsaspekten för att systemet ska bli varaktigt och hållbart. De flesta respondenter uttryckte det som viktigt att det finns möjlighet att återlämna lådan på en plats nära sitt kontor eller campus. En av respondenterna ansåg att han är för bekväm för att röra sig utanför sin normala radie och hade istället använt sig av konsumentmakten och propagerat för att sitt lunchställe tar in den återanvändningsbara take away-lådan. Utöver tillgängligheten av återlämningsstationerna ansågs det även av bekvämlighetsskäl som viktigt att någon annan diskar lådan.

Idén med take away är att det inte ska vara någon disk. Det är hela utgångspunkten. (IP7)

En av respondenterna talade om att han gärna ser att systemet ska fungera likt ett community där ett antal restauranger samarbetar eller en tredje part hyrs in. En annan respondent beskrev att han gärna ser en tredje part som diskar och distribuerar lådorna. Båda respondenterna talade om ett community kring en miljövänlig låda som hade kunnat hajpas. Det ses som rätt i tiden.

Återlämningsstationer är en av de lösningar som uppkommit som förslag gällande ett bekvämt distributionssystem av lådan. Studenterna som intervjuats beskrev sitt campusområde som ett community där restauranger och kaféer samarbetar. De uttrycker att det hade varit möjligt och passande för systemet att använda återanvändningsbara lådor förutsatt att lådan går att återlämna på ett flertal stationer runt om på campus. En av de yrkesverksamma var inne på samma spår som studenterna:

Det hade varit väldigt praktiskt om det hade funnits insamlingsstationer som var utplacerade lite här och där. Så att det underlättar upphämtningen och transportereringen, att det kunde motsvara någon typ av soptunnor. Folk kan lägga in dem i någon typ av fack. (IP4)

Betalningssystem och prissättning

Rörande betalning av de återanvändningsbara take away-lådorna var ett pantsystem en återkommande tanke hos samtliga. Respondenterna menar att pantsystemet ska vara uppbyggt på så sätt att konsument betalar en extra avgift på lunchkostnaden som de sedan får tillbaka vid återlämning av lådan. Lådorna kan antingen lämnas bredvid soptunnor för andra att samla ihop eller hamna på en hög på kontoret. En av respondenterna jämför med systemet kring pantflaskor och kan tänka sig att lämna ifrån sig lådan och strunta i pengarna förutsatt att lådan på ett eller annat sätt kommer till en återlämningsstation. IP7 tror på informella lösningar och trycker på att pant har en nytta för samhällsuppbyggnaden.

Så fort det är pant så blir det städad. När det är pant så kommer nån och plockar upp det. Det ser ni på alla flaskor, hela den informella ekonomin. Att man involverar hela systemet. (IP7)

Intervjupersonerna är i huvudsak överens om att ett prispåslag mellan fem till tio kronor är rimligt för den återanvändningsbara take away-lådan. Vad som ska ingå i priset råder det dock delade meningar om. En av respondenterna uttryckte att han vill ha en större låda för den extra summan som tillkommer vid köp av en hållbar låda medan en annan respondent lyfte möjligheten till reducerat lunchpris. De bådas behov av att få mer än en hållbar låda kan uppfattas som att miljöaspekten inte är nog motiverande.

Tänk att du kan köpa en låda från lunchstället för en tia extra, så att du i framtiden kan handla för tio kronor mindre varje gång du tar med lådan. (IP2)

Resultatsummering

Sammanfattningsvis har det i studien framkommit att regelbundet take away-användande handlar om *bekvämlighet* där syftet är att spara tid och slippa ansträngning i form utav planering, matlagning och bärande av matlåda. Bekvämlighetsaspekten handlar även om att lådan ska gå att köpa på ett ställe nära arbetsplats eller universitet. Gällande respondenternas erfarenheter av befintliga take away-lådor upplevs olika lådor på olika sätt i relation till den mat som serveras. I huvudsak är maten och *sensorik* i fokus gällande respondenternas take away-upplevelser där lådan som maten konsumeras ur önskas ha ett antal funktioner som förenklar det *praktiska* runt måltiden och behåller matens kvalitet. Separationsmöjligheter anses viktigt för att varm och kall mat ska kunna förvaras i samma låda utan att matens kvalitet försämras. Funktioner som förväntas av en återanvändningsbar take away-låda är att den ska hålla värmen, vara enkel att äta ur och att den ska presentera maten på ett tilltalande sätt. Samtliga respondenter är överens om

att deras utbredda take away-vanor innebär onödigt mycket sopor, där de gärna ser en lösning som innebär mindre förpackningssvinn. Många av intervjupersonerna ser en återanvändningsbar take away-låda som intressant och kan tänka sig att använda en sådan, förutsatt att den är bekväm att använda, upplevs som ren och att det finns en variation gällande de maträtter som serveras i den hållbara take away-lådan. Ett community kring den återanvändningsbara take away-lådan är en idé som framkommit och något som skulle kunna förenkla lådans distribution, men även fungera som en *kulturell* symbol. Återlämningsstationer nämns som en lösning och upplevs som något som kan komma att underlätta inlämnandet av lådan under förutsättning att det finns tillgängligt nära platsen där lunchen har konsumerats. Det upplevs även som viktigt att lådan diskas av någon annan så att den blir ren och *hygieniskt* säker.

Diskussion

Metoddiskussion

Denna studie är av kvalitativ ansats och har inte som avsikt att vara generaliserbar. Studiens avsikt är snarare att lyfta fram aspekter som take away-konsumenter ser som betydelsefulla inför framtida införande av en återanvändningsbar take away-låda. Studien kan möjligtvis ses som oanvändbar ur ett längre tidsperspektiv då take away-kulturen är under ständig utveckling.

Urval

Vi har i denna studie valt att intervjua regelbundna take away-ätare för att få insikt i deras tidigare erfarenheter gällande take away och deras önskemål kring en återanvändningsbar take away-låda. Ett målinriktat urval har använts för att få in relevant och innehållsrik data (Bryman, 2011). För att nå respondenter som uppfyllde kriterierna skickades informationsbrev ut till slumpvis utvalda företag där respondenter efterlystes. Vi satte även upp lappar med information och efterlysning runt om på ett universitet i centrala Göteborg. Urvalsmetoden gav ett dåligt gensvar och tidspress ledde till ändrad urvalsmetod. Istället för att låta respondenter söka upp oss gav vi oss istället ut och trängde oss på personer som åt take away-lunch på allmän plats. Vi sökte även upp bekanta personer som vi visste uppfyllde kriterierna för målgruppen. Det målstyrda urvalet kom att bli en av studiens styrkor då det innebar att intervjuerna gav relevant och innehållsrik data (Bryman, 2011). En svaghet med urvalet är att vissa av deltagarna var för oss kända sedan innan vilket kan ha påverkat rollerna som intogs under intervjun. Däremot upplevdes bekvämligheten och den avslappnade atmosfären under intervjuerna som fördelaktig och innebar att respondenterna kunde prata kring intervjufrågorna på ett avslappnat sätt. Respondenterna var även bekväma med att fråga om något var otydligt vilket ledde till minskad risk för missförstånd och ökad trovärdighet i den insamlade datan.

Studien är begränsad till centrala Göteborg. Studien hade fått större bredd om vi inkluderat fler områden, men då studien är kvalitativ har den ej som syfte att generalisera (Bryman, 2011). Respondenterna i studien har både varit studenter och yrkesverksamma. Det innebar att respondenterna besvarade intervjufrågorna från olika perspektiv. Det gav en bredd till studien att intervjupersonerna inhandlade sin lunch på olika ställen/olika delar av centrala Göteborg. Ålder och bakgrund skiljde sig mellan de olika respondenterna vilket också det ledde till en bredd i resultatet (Bryman, 2011).

Datainsamling

Semistrukturerade intervjuer med en intervjuguide som underlag har varit ett fungerande verktyg för intervjuerna. För att få mer generaliserbarhet i resultatet hade en kvalitativ enkät setts som relevant (Bryman, 2011). Ett annat metodologiskt övervägande gjordes rörande deltagande observationer som enligt Bryman (2011) kan ha setts som aktuellt för att få en verklighetstrogen inblick i respondenternas beteende kring undersökningsfrågan. Då studiens syfte är att få förståelse för konsumenters tankar och önskemål inför en framtida utveckling av en återanvändningsbar take away-låda ansågs en kvalitativ studie som relevant. Kvalitativa intervjuer ger fylligare svar där generaliserbarhet inte är det primära. De respondenter som deltog visade intresse i studien och engagerade sig under intervjuens gång vilket resulterade i ett

innehållsrikt material av insamlad data. På det stora hela var frågorna som ställdes relevanta och begripliga, men vissa frågor krävde en vidare förklaring. Öppna frågor och spontana följdfrågor gjorde att respondenterna fick frihet att spekulera i den riktning som de själva önskade (Bryman, 2011). Genom att vara två personer vid intervjun möjliggjordes relevanta följdfrågor i större utsträckning. Något som kan ha påverkat respondenternas svar under intervjuerna är vårt deltagande i rollerna som kostvetare med ett uttalat intresse i kost och miljö.

På grund av svårigheten att rekrytera deltagare till intervju utfördes endast fyra intervjuer, något som kan ses som en brist i resultatet på grund av risk för minskad trovärdighet. Två av intervjuerna utfördes med fler än en deltagare, något som kan ha en påverkan på deltagarnas svar då gruppintervjuer enligt Bryman (2011) inte ses som optimalt vid kvalitativa studier. Vid en kvalitativ gruppintervju är risken att samtliga intervjupersoner inte kommer till tals eller att intervjun inte får ett tillräckligt djup i förhållande till syfte och frågeställningar. Om intervjuerna hade skett på annat geografiskt område hade det förmodligen lett till andra svar och en annan typ av resultat. Då de personer som intervjuats var aktiva i Göteborg kan det ha lett till en minskad variation i resultatet. Efter fyra intervjuer upplevdes att inga nya aspekter framkom. Efter intervju nummer fyra räckte insamlad data för att besvara studiens syfte och frågeställningar. Om tidsramen hade varit större hade vi kunnat utföra fler intervjuer över ett större geografiskt område och lagt än mer energi för att nå respondenter, till exempel via telefonsamtal. Ett större geografiskt område hade kunnat öka trovärdigheten i resultatet (Bryman, 2011).

Databearbetning och analys

Intervjuerna utfördes med stöd från en genomtänkt intervjuguide för att få svar på studiens syfte och frågeställningar. Intervjuerna transkriberades utan problem tack vare bra ljudinspelning vilket ledde till att inget utelämnades från intervjuerna. Data bearbetades därefter genom tematisk analys av båda författarna i olika omgångar, vilket enligt Bryman (2011) ökar resultatets trovärdighet och dess motsvarighet till verkligheten. Lichtmans (2010) modell för kvalitativ dataanalys användes för att ge struktur och säkra att viktiga fragment utifrån transkriberingarna behölls. En väl utförd analys med bra teoretisk grund i Lichtmans (2010) modell stärker studiens reliabilitet. Då vi båda studerar kostvetenskap och har förkunskaper inom området är risken stor att våra tidigare kunskaper präglade tolkningen av data. För att få ett verklighetsförankrat resultat har vi vid dataanalys försökt att förhålla oss så objektiva som möjligt.

Källkritik

Vi har till stor del använt oss av rapporter från myndigheter som Naturvårdsverket, Livsmedelsverket och Jordbruksverket som alla är referenser med hög trovärdighet. Vidare har en stor variation av vetenskapliga artiklar använts. En av de vetenskapliga artiklarna som använts är *The Five Aspects Meal Model: a tool for developing meal services* av Gustafson et al. (2006). FAMM är framför allt framtagen som redskap vid analys av måltidsupplevelsen vid en måltidsverksamhet så som en restaurang. Artikelns användbarhet i relation till denna studie kan ifrågasättas då take away-lunchen inte konsumeras vid en restaurang. Men i och med att artikeln tar upp väsentlig teori i förhållande till en måltidsverksamhet ansåg vi det även relevant i take away-sammanhang.

Resultatdiskussion

Resultatet visar att det finns ett flertal olika önskemål och tankar gällande en återanvändningsbar take away-låda och dess distributionssystem. I resultatdiskussionen har de mest relevanta resultaten i relation till studiens syfte lyfts fram.

Förpackningar och miljömedvetenhet

Angående dagens take away-förpackningar upplevs pappkartong som mest positivt i miljösynpunkt av respondenterna. Miljövänligheten gällande engångsförpackningar i papp och plast går att ifrågasätta. I linje med att förpackningar och andra förpackningsmaterial utgör över 23 procent över alla soptippar endast i USA finns det anledning att titta på alternativa lösningar. En minskning av förpackningsavfallet skulle bidra till energibesparing och en minskning av koldioxidutsläppen (USEPA, 2011). De globala växthusgasutsläppen bör halveras till 2050 (Naturvårdsverket, 2012) vilket är en stor utmaning för Sverige och världen i stort. Livsmedelskonsumtionen medför växthusgasutsläpp på cirka två ton koldioxidekvivalenter per svensk och år (Naturvårdsverket, 2008). Vad som framkom i resultatet är att take away-lådan och dess attiraljer sällan sorteras, utan slängs direkt i soptunnan. Många av respondenterna har reflekterat över att det blir mycket sopor och anser det jobbigt att slänga alla dessa förpackningar, något som visar på att det finns en efterfrågan på en hållbar take away-låda. Olika åtgärder för att minska på förpackningssvinnet är att se över användandet av förpackningar, återanvända förpackningar samt att återvinna (USEPA, 2011). En återanvändningsbar take away-låda skulle kunna vara en del i arbetet att minska individens koldioxidutsläpp.

När respondenterna reflekterade kring förpackningar i plast och dess miljöbelastning ansåg respondenterna dessa som mest jobbiga att slänga. Det finns en dubbelmoral rörande plast där ekonomin sätts mot miljö och hälsa. Plast är billigt och lönsamt att producera ur ett ekonomiskt perspektiv, å andra sidan kan plast ses som belastande för miljön och innebära hälsonackdelar. Idag är till exempel hormon- och miljöförstörande ämnet bisfenol A förbjudet i förpackningar för barn upp till tre år, men kan fortfarande förekomma i andra förpackningar gjorda av polykarbonat (Kemikalieinspektioner, u.å & North & Halden, 2013). Gällande sophanteringen av plastförpackningar är återvinning den mest effektiva metoden. Då respondenterna sorterar take away-lådorna i väldigt liten utsträckning leder det till höga kostnader vid materialsortering för de platsorter som är återvinningsbara (North & Halden, 2013). En komposterbar plast skulle kunna bli ett alternativ, men då den är mycket dyrare än den konventionella, syns den ännu i liten utsträckning. Att använda sig utav komposter- och återvinningsbar plastförpackning kan ses som en onödig kostnad om användarna ändå inte sorterar sina sopor.

Community och distributionssystem

En intressant synpunkt som uppkom i resultatet rörande distributionssystem av en återanvändningsbar take away-låda var idén kring ett community. Flera av respondenterna ansåg att ett community ses som rätt i tiden och skulle kunna "hajpas". Begreppet community symboliserar ett nätverk där flera parter är med och samarbetar. I det här fallet hade ett sådant nätverk kunnat användas för att knyta samman olika måltidsverksamheter och underlätta distributionen av en gemensam återanvändningsbar take away-låda. Ett community kan liknas vid kooperativt ägande, där konsumenten är med som delägare av lådan. Det finns inspiration att hämta hos till exempel bilpooler, där en av de största i Sverige har över 1 000 bilar på 50 orter runt om i Sverige och med 30 000 registrerade medlemmar (Sunfleet, 2015). I linje med hållbar

utveckling och för att uppmuntra till hållbar konsumtion kan kooperativt ägande bli än mer aktuellt för att hushålla på jordens resurser (Naturskyddsföreningen, 2014 & Solér, 2012).

I aktuella studien har fokus varit på konsumenterna och dess behov kring en återanvändningsbar take away-låda. Det kan även ses som intressant att lyfta restaurangens perspektiv då de är en förutsättning för ett fungerande community. För restaurangernas del kan ett community kring en återanvändningsbar take away-låda vara en del av deras miljöstrategi och hållbara marknadsföring. Solér (2012) lyfter tankar kring ett cirkulärt marknadstänk och anser det nödvändigt att få konsumtionen mer funktionsinriktad, att rikta fokus på nyttan av produkten än själva ägandet. En återanvändningsbar take away-låda skulle kunna bidra till ett cirkulärt marknadstänk, att det som producerats är konstruerat så att det kan återanvändas eller återvinnas för att nå en hållbar utveckling. Ett community kring en hållbar take away-låda visar också på att restaurangerna tar ett större ansvar i att guida konsumenten rätt. Hållbar marknadsföring handlar just om att ta ansvar för samhällets välbefinnande och inkludera framtiden i verksamheten. Det ses idag som en konkurrensfördel snarare än en kostnad (Kotler, Armstrong & Perment, 2013). Solér (2012) menar att människor är villiga att konsumera hållbart och att betala mer för det, men att vi ännu inte gör det i lika stor utsträckning som vi poängterar att vi vill. Människors identitet är sammankopplat med vad de köper och omger sig med (Solér, 2012). Ett community vars fokus ligger på en miljövänlig och återanvändningsbar take away-låda blir även för konsumenternas del en fråga om identitet och status. Detta förutsatt att systemet runt community är utformat på så sätt att det är bekvämt för konsument.

Upplevd hygien och praktisk användbarhet

Studiedeltagarnas krav på en återanvändningsbar låda handlade framför allt om att lådan ska upplevas som ren. Respondenterna talade om hur upplevelsen av renlighet spelar in gällande måltidens helhet. Respondenternas åsikter kring hygien stämmer överens med Gustafsson et al. (2006) som beskriver att hygien är en av förutsättningarna för en positiv måltidsupplevelse. Renligheten kan påverkas av det material som väljs, där vissa material kan ge en upplevelse av att den är smutsig på grund av att den är lättförstörd. Exempel på material som respondenterna upplevde som ohygieniska är hård plast som lätt upplevs som repigt och svårrengjort, där respondenterna upplevde att fett lätt ger färgförändringar i materialet. En annan aspekt rörande respondenternas förväntningar på den återanvändningsbara take away-lådan handlade om praktisk användbarhet. Utöver att lådan önskades ha en utformning som är lätt att rengöra förväntade sig respondenterna en rad praktiska funktioner. De praktiska funktionerna som önskas anses underlätta ätandet och öka den positiva upplevelsen av maten som kan förknippas med FAMM och då relateras till aspekten produkten (Gustafsson et al., 2006). Funktionerna handlar framför allt om separationsmöjligheter för att kunna äta kall och varm mat samtidigt utan att matens kvalitet påverkas.

Gällande hygien och lådans renlighet påpekas att rengöringen av lådan ska skötas av en tredje part som sköter distribueringen av lådan och levererar den till restaurangerna. Visita (2014) beskriver att allt som tas in i köket ska vara rengjort och diskat enligt branschriktlinjer. Om en annan part ska diska material som ska hanteras i ett restaurangkök är det viktigt att den tredje parten följer livsmedelslagen för att förhindra fara för konsumenten (Visita, 2014). Relaterat till Livsmedelslagen (SFS 2006:804) är det viktigt att lådorna diskas noggrant innan de kommer in i restaurangköken för att förhindra hygienisk fara. En tredje part kan fungera likt Indiens

Dabbawalas som transporterar lådor mellan restauranger och konsumenter (NBC News, 2014). De intervjuade respondenterna har dock uttryckt att de uppskattar valmöjlighet och variation vid inköp av lunch vilket kan kopplas till att de gärna går och köper lunchen på egen hand. Samtidigt uttryckte respondenterna ett behov av bekväm återlämning där de önskade utspridda återlämningsstationer runt om i staden för att slippa gå tillbaka till restaurangen. Relaterat till respondenternas behov hade en tredje part i det här fallet kunnat sköta upphämtning och diskning av lådan.

Viktiga aspekter kring take away-måltiden

Studiens deltagare talar om ett antal viktiga aspekter rörande dess upplevelse av take away. Enligt Gustafsson et al. (2006) är det viktigt att fokusera på mer än produkten inför konsumentens helhetsupplevelse av en måltid. Gustafsson et al. (2006) beskriver att måltidsupplevelsen är en helhetsbild som kan delas upp i fem aspekter. Det är viktigt att de fem aspekterna är synkade och återspeglar varandra i relation till restaurangernas måltidskoncept. Deltagarna för denna studie uttryckte det som viktigast för deras lunchupplevelse att maten ska vara god och finnas lättillgänglig. Det är även viktigt att lådan ska gå att lämna tillbaka smidigt och att lunchen ska ha ett rimligt pris i relation till matens kvalitet. Maten och dess smak upplevdes av respondenterna som de viktigaste aspekterna rörande måltidsupplevelsen. Lådan som maten äts ur är snarare en praktiskt förutsättning som konsumenten inte medvetet lägger in i helhetsbilden av måltiden men som indirekt påverkar. En av de fem aspekterna är styrsystemet. Styrsystemet kan liknas vid distributionssystemet kring lådan där Gustafsson et al. (2006) beskriver att det viktiga med styrsystemet är att kunden inte ska märka att det finns. Systemet ska vara lättillgängligt och innebära att kunden inte upplever att de offrar något (Gustafsson et al., 2006).

Bekväm miljöhjälte

Under studiens gång är bekvämlighetsaspekten återkommande i relation till dagliga take away-vanor, avstånd till restaurang och distribuering av en återanvändningsbar take away-låda. I resultatet framgår det att respondenternas frekventa take away-konsumtion handlar om att slå sig fri från planering och slippa bära med matlåda till jobb eller skola. Bekvämlighet som orsak till inköp av take away-lunch bekräftas också av Brown et al. (2013) i deras studie rörande ungdomars lunchvanor där lathet ansågs vara starkast orsak. Trots att respondenterna vill påstå att de kan tänka sig att använda en hållbar take away-låda påpekar de även att bekvämlighet är förutsättningen för att användandet av en sådan låda ska vara aktuellt. Detta argument kan kopplas till att bekvämlighet är en förutsättning för att konsumenterna ska vara miljömedvetna och göra aktiva val för miljön. Solér (u.å.) bekräftar att dagens konsumenter konsumerar för egen vinst och har svårt att tänka sig att ändra konsumtionsvanor av vissa artiklar för att minska negativa effekter på miljön. Enligt Laurin, Guller och Västå (2013) är problemet bakom den andel matsvinn som finns idag att individen upplever ett begränsat ansvar och påverkan gällande problem kopplat till offentlig miljö. Det innebär att hållbarhet och miljövänlighet förmodligen inte kommer att uppfattas som nog säljande inför ett införande av en återanvändningsbar låda om konsumenten inte kan se sitt eget ansvar. Det är alltså viktigt att det finns ett system rörande den hållbara take away-lådan där konsumenten slipper rucka på sina invanda konsumtionsmönster rörande take away-lunch.

Slutsatser och implikationer

Slutsatser från den genomförda studien är att take away-konsumenter i regel prioriterar bekvämlighet. Det har framkommit att det finns en efterfrågan på en återanvändningsbar take away-låda, men där miljömedvetenhet kan upplevas som ett svagt argument där mycket spelar in kring vad konsument är villig att offra. Det har framkommit att förutsättningen för lådans användning i huvudsak handlar om att konsumenten ska se sitt individuella ansvar och intresse gällande förpackningssvinn och dess miljöbelastning. Ett community kring en återanvändningsbar take away-låda kan komma att fungera identitetsskapande och motivera konsumenter till en hållbar take away-konsumtion. Lådans distributionssystem ska vara bekvämt utformat och enkelt för konsumenterna att ta del av. I studien har det även framkommit att maten är en viktig aspekt vid bedömning av take away-måltiden men att lådans utformning även är relevant för helhetsupplevelsen. Det anses viktigt att utformningen av take away-lådan är praktiskt användbar och består av någon separationsmöjlighet. Det är även viktigt att lådan är av ett material som upplevs rent och hygieniskt.

Studien tar upp ett konsumentperspektiv kring en idé om en hållbar take away-låda. Det hade varit av stort intresse för framtida forskning att undersöka området vidare och knyta an till ett restaurangperspektiv. Andra förslag på vidare forskning är att utveckla flera prototyper på återanvändningsbara take away-lådor och konkret undersöka konsumenters attityder och praktiska användande kring olika material och utformning samt göra en mer detaljerad studie kring lådornas miljöpåverkan. Ett annat viktigt steg skulle vara att utföra en pilotstudie kring ett community av en återanvändningsbar take away-låda, för att undersöka om projektet går att förankra i verkligheten. Baserat på det som har framkommit i studiens resultat skulle detta exempelvis kunna ske inom ett campusområde.

Referenser

- Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber.
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.
- Björneloo, I. (2011). *Hållbar utveckling - att undervisa utifrån helheter och sammanhang*. Stockholm: Liber.
- Boström, M., & Klintman, M. (2008). *Eco-standards, product labelling and green consumerism*. New York: Palgrave Macmillan
- Brown, L., Edwards, J., & Hartwell, H. (2013) Eating and emotion: focusing on the lunchtime meal. *British Food Journal*, 115(2), 196-208. doi:10.1108/00070701311302186
- Delfi. (2014). *Vi åt och drack för 122 miljarder utanför hemmet 2012*. Hämtad 2015-04-08 från <http://www.delfi.se/nyheter/2014/01/29/vi-at-och-drack-for-122-miljarder-utanfor-hemmet-2012/>
- EkoMatCentrum. (2014). *Ekologiskt i offentlig storhushåll 2013*. Hämtad 2015-04-24 från <http://www.ekomatcentrum.se/files/Rapport%20kommunenkat%202014.pdf>
- Ekoweb. (2015). *Ekologisk livsmedelsmarknad. Rapport om den ekologiska branschen*. Hämtad 2015-04-08 från <http://www.ekoweb.nu/attachments/67/27.pdf>
- Evans, D. (2011). Consuming conventions: sustainable consumption, ecological citizenship and the worlds of worth. *Journal of Rural Studies*, 27(2), 109–115. doi: 10.1016/j.jrurstud.2011.02.002
- Folkhälsoguiden. (2015). *Ät S.M.A.R.T.* Hämtad 2015-04-24 från <http://folkhalsoguiden.se/amnesomraden/mat/informationsmaterial/smart/>
- Gronow, J., & Jääskeläinen, A. (2001). The Daily Rhythm of Eating. I U. Kjaernes (Ed.), *Eating Patterns, A Day In the Lives of Nordic Peoples* (s. 91-124). Lysaker: National Institute For Consumer Research
- Gustafsson, I. B., Öström, Å., Johansson, J., & Mossberg, L. (2006). The Five Aspects Meal Model: a tool for developing meal services in restaurants. *Journal of Foodservice*, 17(2), 84-93. doi:10.1111/j.1745-4506.2006.00023.x
- Göteborgs stad. (2015). *Miljömåltider*. Hämtad 2015-04-24 från <http://bit.ly/1FpWXWk>
- Göteborgs stad. (2011). *Miljömåltider i Göteborgs Stad*. Göteborg: Göteborgs stad. [http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/N800_Miljomaltid.pdf/\\$file/N800_Miljomaltid.pdf](http://www5.goteborg.se/prod/Miljo/Miljohandboken/dalis2.nsf/vyFilArkiv/N800_Miljomaltid.pdf/$file/N800_Miljomaltid.pdf)

Hansson, K. V., Jensen, Ø., & Gustafsson, I.B. (2006). The Meal Experiences of á la Carte Restaurant Customers. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(2), 135-151. doi: 10.1080/15022250510014417

Jordbruksverket. (2011). *Hållbar konsumtion av jordbruksvaror. Matsvinn – ett slöseri med resurser?* Jönköping: Jordbruksverket.

Kemikalieinspektionen. (u.å). *Bisfenol A*. Hämtad 2015-04-16 från <http://konsument.kemi.se/mer-att-lasa/fordjupningartiklar/bisfenol-a>

Kemp, P. (2005). *Världsmedborgaren: politisk och pedagogisk filosofi för det 21 århundradet*. Göteborg: Daidalos.

Kotler, P., Armstrong, G., & Parment, A. (2013). *Marknadsföring – teori, strategi och praktik*. Harlow, England: Pearson Education Limited.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Laurin Gulled, J., & Västå, A. (2013). *Matsvinn. Undersökning av befolkningens attityd, kunskap och beteende kopplade till matsvinn*. Uppsala: Livsmedelsverket.

Lichtman, M. (2010). *Qualitative Research in Education: A user's guide*. Los Angeles: Sage.

Livsmedelsverket. (2014). *Mindre svinn mer mat*. Uppsala: Livsmedelsverket.

Länsstyrelsen. (2015). *Andelsjordbruk - säkrad avsättning för lokalproducerad mat*. Hämtad 2015-04-21 från <http://www.lansstyrelsen.se/vastragotaland/Sv/om-lansstyrelsen/vart-uppdrag/projekt/andelsjordbruk/Pages/default.aspx>

Mumbai Dabbawala Association. (u.å). *About us*. Hämtad 2015-04-16 från <http://mumbaidabbawala.in/about-us/>

Naturskyddsföreningen. (2014). *Delad glädje*. Hämtad 2015-04-21 från <http://www.naturskyddsforeningen.se/sveriges-natur/2014-3/delad-gladje>

Naturvårdsverket. (2008). *Konsumtionens klimatpåverkan*. Stockholm: Naturvårdsverket

Naturvårdsverket. (2009). *Di-(2etylhexyl)-ftalat (DEHP)*. Hämtad 2015-04-16 från <http://utslappisiffror.naturvardsverket.se/Amnen/Ovriga-organiska-amnen/DEHP/>

Naturvårdsverket. (2012). *De svenska miljömålen - en introduktion*. Stockholm: Naturvårdsverket.

Naturvårdsverket. (2014a). *Matsvinn*. Hämtad 2015-04-15 från <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Avfall/Avfallsforebyggande-program/Matsvinn/>

- Naturvårdsverket. (2014b). *Förslag till åtgärder för en mer hållbar konsumtion*. Stockholm: Naturvårdsverket.
- NBC News. (2014). *This Indian Food Delivery Service Is the Envy of FedEx*. Hämtad 2015-04-08 från <http://www.nbcnews.com/news/asian-america/indian-food-delivery-service-envy-fedex-n156291>
- North, E. J., & Halden, R. U. (2013). Plastics and Environmental Health: The Road Ahead. *Rev Environ Health*, 28(1), 1-8. doi:10.1515/reveh-2012-0030
- Patel, R., & Davidsson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Pathak, G. S. (2010). Delivering the Nation: The Dabbawalas of Mumbai. *South Asia: Journal of South Asian Studies*, 33(2), 235-257. doi:10.1080/00856401.2010.493280
- Region Örebro län. (2015). *Hållbara måltider*. Hämtad 2015-04-24 från <http://www.regionorebrolan.se/hallbaramaltider>
- Riksbankens jubileumsfond. (u.å). *Consumption as code - A description of the symbolism of (un)sustainable consumption*. Hämtad 2015-04-17 från <http://anslag.rj.se/en/fund/29638>
- Rogers, P. P., Jalal, K. F., & Boyd, J. A. (2008). *An introduction to sustainable development*. London: Earthscan.
- SFS 2006:804. *Livsmedelslag*. Stockholm: Landsbygdsdepartementet.
- Solér, C. [Göteborgs universitet]. (2012, 3 maj). *Hållbar konsumtion* [Videofil]. Hämtad 2015-05-17 från <https://www.youtube.com/watch?v=0iFkYf6vDz0&spfreload=10>
- Statistiska centralbyrån. (2015). *Uppgång för restaurangförsäljningen i januari*. Hämtad 2015-04-08 från http://www.scb.se/sv_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Handel-med-varor-och-tjanster/Inrikeshandel/Omsattning-inom-tjanstesektorn/6629/6636/Behallare-for-Press/386266/
- Sunfleet. (2015). *Vad är Sunfleet?* Hämtad 2015-05-19 från <https://www.sunfleet.com/om-sunfleet/>
- United States Environmental Protection Agency. (2011). *Reducing Wasted Food & Packaging: A Guide for Food Services and Restaurants*. Pacific Southwest: United States Environmental Protection Agency.
- Uppsala kommun. *Klimatsmarta måltider*. Hämtad 2015-04-24 från <http://kostochrestaurang.uppsala.se/mat-och-menyer/klimatsmarta-maltider/>
- Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Visita. (2014). *Visitans branschriktlinjer för restauranger. En beskrivning av hur livsmedelslagstiftningens krav på restaurang kan uppfyllas*. Stockholm: Visita.

World Commission on Environment and Development [WCED]. (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

Bilaga 1

Informationsblad

Äter du take away-lunch minst en gång i veckan?

Just nu utförs en studie om konsumenters tankar kring take away-lådan. Du tillfrågas härmed om deltagande i denna undersökning.

Vad: Studie om take away-användandet.

Hur: Intervjuer med dig som äter take away-lunch minst en gång i veckan.

Var: Vi möter dig vid restaurangen och följer därefter med till ditt lunchrum där intervjun sker.

När: Från 13 april till den 6 maj. Hör gärna av er så snart som möjligt.

Tidsåtgång: 45 minuter.

Inga namn kommer att nämnas i uppsatsen och du som deltar kommer inte att kunna identifieras. Undersökningen presenteras i form av en kandidatuppsats vid Göteborgs universitet. Ditt deltagande i undersökningen är helt frivilligt. Du kan när som helst avbryta ditt deltagande utan närmare motivering.

Vid intresse av att delta - hör av er till oss!

Intervjuguide

Tema: Intervjupersonen, generell bakgrundsinfo

- Ålder
- Kön
- Sysselsättning

Tema: Konsumtionsmönster / lunchlåda

- Berätta hur dina lunchvanor ser ut.
- Finns det något du saknar med de take away-lådor som finns idag?
- Vad kännetecknar en bra lunchlåda?

Tema: Miljövänlighet

- Hur tänker du kring miljövänligheten kring din lunchlåda?
- Låt oss säga att det skulle tas fram en återanvändningsbar matlåda. Vad tänker du kring en sådan?
- Vad förväntar du dig av en miljövänlig lunchlåda? Vad är viktigt för dig?
- Hur tänker du kring att använda en återanvändningsbar matlåda?
- Vad har du för tankar kring att lådan är återanvändningsbar?
- Hur hade du föredragit att distributionsystemet hade sett du? Diska själv? Lämna in på restaurangen?
- Kan du tänka dig att använda en miljövänlig lunchlåda?
- Vad hade du tänkt om du kom till en restaurang som hade återanvändningsbara lådor?
- Om ditt favoritställe inte erbjuder miljövänliga matlådor, kan du tänka dig att gå någon annanstans?
- Hur tänker du kring kostnader kring en återanvändningsbar låda? Hur skulle du vilja att betalning av lådan gick till?
- Vad är du beredd att betala för att för att få lunchlådan mer hållbar?