

# Minskat matsvinn genom välgörenhet

– En studie om matbanker och liknande  
verksamheter

*Sara Pettersson*

---

Examensarbete 2015  
Miljö- och Energisystem  
Institutionen för Teknik och samhälle  
Lunds Tekniska Högskola





**LUNDS UNIVERSITET**

Lunds Tekniska Högskola

**Minskat matsvinn genom välgörenhet**  
En studie om matbanker och liknande verksamheter

Sara Pettersson

Examensarbete

Juni 2015



Dokumentutgivare, Dokumentet kan erhållas från  LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA vid Lunds universitet Institutionen för teknik och samhälle Miljö- och energisystem Box 118 221 00 Lund Telefon: 046-222 00 00 Telefax: 046-222 86 44	Dokumentnamn
	Examensarbete
	Utgivningsdatum
	Juni 2015
	Författare
	Sara Pettersson

Dokumenttitel och undertitel

Minskat matsvinn genom välgörenhet – En studie om matbanker och liknande verksamheter

### Sammandrag

Varje år går en tredjedel av all mat som produceras för mänsklig konsumtion till spillo världen över. I Sverige står livsmedelskedjan för en betydande del av landets totala klimatpåverkan. Det onödiga matavfallet, även kallat matsvinn, innebär att miljöpåverkan blir större än vad den hade kunnat vara. Matbanker, som tar tillvara på mat som av olika anledningar inte går att sälja och skänker den till behövande, är ett sätt att minska matsvinnet från livsmedelsaktörer samtidigt som maten bidrar till att utsatta människor i samhället kan äta sig mätta.

Målet med examensarbetet är att undersöka omfattningen av den mat som skänks från livsmedelsbutiker i Sverige samt hur mycket mat som matbanker och andra mottagarorganisationer tar emot. Dessutom utreds åtgärdens kostnader och klimatnytta samt åtgärdens svårigheter och potential. En intervjustudie utförs med verksamheter som tar emot skänkt mat från livsmedelskedjan. Dessutom utförs en enkätundersökning riktad till alla ICA-butiker i Sverige.

Resultaten visar att Sveriges matbanker och liknande mottagarorganisationer kan ha olika utformning rent praktiskt, samtidigt som syftet med åtgärden i allmänhet överensstämmer. Cirka 30 % av alla ICA-butiker i Sverige skänker enligt enkätundersökningen mat till behövande. Om alla livsmedelsbutiker i Sverige antas skänka mat i samma utsträckning som de svarande ICA-butikerna gör, skänks totalt 1 900-4 400 ton mat per år. Det motsvarar ungefär 4 % av den mängd matavfall som livsmedelsbutikerna genererar varje år. Hur mycket mat matbanker och övriga organisationer tar emot är svårt att uppskatta då endast ett fåtal verksamheter registrerar mängder. Även matbankernas kostnader är svåra att uppskatta. Däremot antas butikernas eventuella kostnader eller förtjänster av åtgärden inte vara betydande. Studien räknade dock inte på de eventuella vinster som butikerna kan få på grund av goodwill. Åtgärden innebär med största sannolikhet en klimatmässig vinst för samhället. Klimatnyttan beror främst på om den skänkta maten leder till att den totala matproduktionen minskar och, om så är fallet, på vilken typ av matproduktion som minskar.

De svårigheter som givare och mottagare stöter på handlar bland annat om aktörernas syn på maten som resurs, åtgärdens risker samt hur den ojämna strömmen av matvaror ska hanteras. För givarna är tillgången till mottagarorganisation en betydande svårighet. Avslutningsvis finns det en potential för matbanker och liknande initiativ att i större utsträckning användas som svinnreducerande åtgärd för livsmedelskedjan. Inte minst då det finns ett behov från utsatta människor i samhället som inte är mättat. Dessutom finns det stora resurser hos livsmedelsaktörerna som inte utnyttjas. Nämnade svårigheter kan dock hindra åtgärdens utveckling och mer studier behövs för att matbanker och liknande verksamheter ska kunna utnyttjas till fullo.

### Nyckelord

Matbank, matsvinn, matavfall, välgörenhet, mottagarorganisation, givare, livsmedelsbutik

Sidomfång	Språk	ISRN
131	Svenska	LUTFD2/TFEM--15/5101--SE + (1-131)

Organisation, The document can be obtained through  LUND UNIVERSITY Department of Technology and Society Environmental and Energy Systems Studies Box 118 SE - 221 00 Lund, Sweden Telephone: int+46 46-222 00 00 Telefax: int+46 46-222 86 44	Type of document
	<b>Master thesis</b> Date of issue <b>June 17 2015</b>
	Author Sara Pettersson

Title and subtitle

**Reduced food waste through charity – A study on food banks and similar initiatives**

Abstract

Each year, a third of all the food produced for human consumption is wasted worldwide. In Sweden, the food chain stands for a significant part of the country's total climate impact. Due to the unnecessary food wastage of food that could have been eaten had it been treated differently, the impact is greater than it could have been. Food banks distribute food from the food chain, that for different reasons could not be sold, to people in need. This is a measure that could be used to reduce the food waste.

The aim of the thesis is to investigate the extent of food donated from grocery stores in Sweden and how much food that food banks and other charity organisations receive. The costs of the measure and its climatic benefits are investigated, as well as the difficulties and the potential of the measure. Interviews are conducted with organisations that receive donated food from the food chain. In addition, a survey of all ICA stores in Sweden is performed.

The results show that Swedish food banks and similar activities can have different practical design, while the organisations more or less have the same the purpose of using the measure. According to the survey approximately 30 % of all ICA stores in Sweden donate food to people in need. If all grocery stores in Sweden are assumed to donate food to the same extent as the stores participating in the survey, 1 900-4 400 tonnes of food is donated from grocery stores to people in need every year. This corresponds to approximately 4 % of the total amount of food waste generated by Swedish grocery stores each year. The total amount of food received by food banks and other organisations is difficult to estimate, as only a few organisations register amounts of food received. The costs of the food banks are also difficult to estimate, but the potential costs or benefits of using the measure for grocery stores are not concluded to be significant. The estimation of the costs, however, does not include the possible profits that stores could gain due to increased goodwill. The measure most likely results in a reduced climate impact. The climate benefit mainly depends on whether the measure leads to a reduced food production in general, and what type of food production that is reduced.

The difficulties that the participants of the measure encounter are related to how the donated food is thought of as a resource, the risks associated to the measure and how the relatively uneven inflow of food should be handled. An important issue for the donors is the access to a receiving organisation. Finally, there is potential for food banks and similar initiatives to be used to a larger extent as a food wastage reducing measure in the future. There is a demand for foods from people in need that is not being met in today's society and there are also large recourses from the food operators that are not yet being utilised. There are, however, some difficulties that may inhibit the development of the measure and more research needs to be done should the full potential of food banks and similar initiatives be able to be utilised in the future.

Keywords

Food bank, food waste, charity organisation, donor, grocery store

Number of pages	Language	ISRN
131	Swedish	LUTFD2/TFEM--15/5101--SE + (1-131)

## Förord

Examensarbetet har utförts under våren 2015 som avslutning på civilingenjörsutbildningen Ekosystemteknik för avdelningen Miljö- och Energisystem som är en del av Institutionen för Teknik och Samhälle på Lunds Tekniska Högskola. Arbetet har genomförts i samarbete med IVL Svenska Miljöinstitutet.

Jag vill rikta ett stort tack till mina handledare på LTH, Eva Leire och Charlotte Retzner, för den värdefulla vägledning som ni givit mig. Tack även till min examinator Mikael Lantz för att du givit dina synpunkter kring hur examensarbetet har kunnat förbättras.

Jag vill dessutom tacka Anna Fråne, handledare från IVL Svenska Miljöinstitutet, för att du tagit dig tid att svara på stora och små frågor kring uppsatsen och för den uppmuntran du givit mig under arbetets gång. Även Johan Hagmans input och vilja att dela med sig av sina kunskaper om Sveriges matbanker har varit till stor hjälp. Tack också för att jag fått möjligheten att skriva arbetet på IVL Svenska Miljöinstitutets kontor i Malmö, för att ni tagit så väl hand om mig och låtit mig vara en del av er trivsamma arbetsplats.

Ett stort tack till Madeleine Andersson på ICA för att du möjliggjorde ett samarbete kring enkäten med ICA. Det har varit en avgörande aspekt för studiens trovärdighet och validitet. Tack också Johanna Smevold för att du tog dig tid att distribuera och sammanställa enkätsvaren, vilket förenklade mitt arbete avsevärt.

Jag vill även tacka Alexandra Nikoleris för att du delat med dig av dina erfarenheter kring att utföra och tolka resultaten från en intervjustudie. Tack också till alla butiker, matbanker och övriga mottagarorganisationer som tagit er tid att medverka i studien och svara på mina frågor kring hur era verksamheter fungerar.

Avslutningsvis vill jag tacka familj och vänner för all stöttning och uppmuntran under arbetets gång.

Sara Pettersson  
Malmö, maj 2015





## DEFINITION AV BEGREPP

Behövande	Människor som av olika anledningar inte har resurser att tillgodose näringsbehovet hos sig själva och/eller hos sin familj. Begreppet "människor i utsatthet" används som synonym till behövande i rapporten.
Bäst-före-datum	Fram till det datum tillverkaren garanterar att varans kvalitet är bibehållen, förutsatt att förpackningen är obruten samt att varan förvarats enligt rekommendationerna.
Givare	Används som benämning på de livsmedelsaktörer som skänker överbliven mat exempelvis till matbanker. Donator kan användas synonymt.
Livsmedel	Samlat begrepp för mat och dryck.
Matavfall	All mat och dryck som kastas. Det oundvikliga matavfallet såsom skal, kaffesump, ben och kärnor, samt det onödiga matavfallet, även kallat matsvinn.
Matbank	Verksamhet som samlar in mat, som inte längre kan säljas, från olika aktörer inom livsmedelskedjan. Maten distribueras sedan till verksamheter som i sin tur delar ut maten till behövande.
Matsvinn	Den del av matavfallet som går att undvika om maten hanteras på ett annat sätt.
Mottagarorganisation	Den organisation som tar emot mat från givare eller från en matbank för att dela ut den till behövande.
Sista förbrukningsdag	Fram till det datum tillverkaren garanterar att varan kan ätas utan risk för hälsan. Används för känsliga varor såsom kött och fisk.



# Innehållsförteckning

<b>1. INLEDNING</b> .....	<b>1</b>
1.1 SYFTE, MÅLSÄTTNING OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	4
1.2 AVGRÄNSNINGAR .....	5
1.3 METOD .....	6
<b>2. BAKGRUND</b> .....	<b>7</b>
2.1 MATAVFALL OCH MATSVINN .....	7
2.2 MATAVFALLETS MILJÖPÅVERKAN .....	8
2.3 EKONOMISKA EFFEKTER AV MATSVINN OCH MATAVFALL .....	11
2.4 MÅL OCH RIKTLINJER FÖR MATAVFALL I SVERIGE .....	12
2.5 LIVSMEDELSLAGSTIFTNING .....	16
2.6 LIVSMEDELSKEDJAN .....	18
2.7 HUNGER OCH FATTIGDOM .....	24
2.8 MATBANKER OCH LIKNANDE VERKSAMHETER .....	25
2.9 INTERVJU OCH ENKÄTUNDERSÖKNING .....	30
<b>3. GENOMFÖRANDE AV ENKÄT OCH INTERVJUER</b> .....	<b>32</b>
3.1 INTERVJUER MED MATBANKER OCH ÖVRIGA MOTTAGARORGANISATIONER .....	32
3.2 ENKÄT TILL ICA-HANDLARE .....	34
<b>4. RESULTAT</b> .....	<b>35</b>
4.1 ÅTGÄRDENS STRUKTUR .....	35
4.2 MÄNGD MAT SOM SKÄNKES AV BUTIKER, MATBANKER OCH ÖVRIGA MOTTAGARORGANISATIONER.....	42
4.3 ÅTGÄRDENS KOSTNADER OCH EKONOMISK LÖNSAMHET .....	45
4.4 ÅTGÄRDENS KLIMATMÄSSIGA VINST .....	49
4.5 SVÅRIGHETER OCH HINDER MED ÅTGÄRDEN .....	51
4.6 ÅTGÄRDENS POTENTIAL UR ETT MATAVFALLSFÖREBYGGANDE PERSPEKTIV .....	55
<b>5. ANALYS OCH DISKUSSION</b> .....	<b>57</b>
5.1 ÅTGÄRDENS STRUKTUR .....	57
5.2 MÄNGD MAT SOM SKÄNKES AV BUTIKER, MATBANKER OCH ÖVRIGA MOTTAGARORGANISATIONER.....	60
5.3 ÅTGÄRDENS KOSTNADER OCH EKONOMISK LÖNSAMHET .....	64
5.4 ÅTGÄRDENS KLIMATMÄSSIGA VINST .....	70
5.5 SVÅRIGHETER OCH HINDER MED ÅTGÄRDEN .....	74
5.6 ÅTGÄRDENS POTENTIAL UR ETT MATAVFALLSFÖREBYGGANDE PERSPEKTIV .....	77
5.7 HUR METODEN PÅVERKAR STUDIENS RESULTAT .....	81
<b>6. SLUTSATS</b> .....	<b>83</b>
<b>7. REFERENSER</b> .....	<b>85</b>
<b>BILAGOR</b> .....	<b>91</b>
BILAGA A: MILJÖKVALITETSMÅL .....	91
BILAGA B: INTERVJUGUIDE.....	92
BILAGA C: FÖLJEBREV TILL ENKÄTEN.....	94
BILAGA D: ENKÄTFRÅGOR .....	95
BILAGA E: SAMMANFATTNING AV INTERVJUER .....	100

# 1. Inledning

---

Varje år går en tredjedel av all mat som produceras för mänsklig konsumtion till spillo världen över. Det motsvarar cirka 1,3 miljarder ton mat per år (FAO, 2013). Det globala matavfallet får konsekvenser för människors hälsa såväl som för ekonomin och miljön (Lagerberg Fogelberg, 2014; UNEP, 2015a). Inte minst ställs det höga krav på matproduktionen för att säkerställa matförsörjningen för en ständigt växande befolkning. Idag saknar över 800 miljoner människor tillräckligt med mat på bordet för att leva ett hälsosamt liv (UNEP, 2015a; WFP, 2015).

De negativa effekterna som matproduktionen har på miljön uppkommer bland annat på grund av användning av gödnings- och bekämpningsmedel, förbrukning av bränslen för transporter samt utsläpp av växthusgaser vid boskapsproduktion (UNEP, 2015a). Den mat som produceras utan att sedan utnyttjas innebär att påfrestningarna på miljön blir onödigt stora. Årligen upptas en area motsvarande 1,4 miljarder hektar för produktion av mat som inte blir uppäten (FAO, 2013).

Den mat som produceras globalt och inte äts upp ger upphov till växthusgasutsläpp motsvarande 3,3 miljarder ton koldioxidekvivalenter varje år. Om mängden växthusgasutsläpp från den onödiga matproduktionen jämförs med hur stora utsläpp olika länder genererar, placerar sig maten på tredje plats i världen, efter Kina och USA (FAO, 2013). Den onödiga produktionen av mat innebär också en ekonomisk förlust för samhället och kostnaden för de jordbruksprodukter som produceras globalt utan att ätas beräknas vara 750 miljarder amerikanska dollar (FAO, 2013).

EU:s avfallshierarki är en del av avfallsdirektivet och beskriver den prioriteringsordning som alla medlemsländer ska följa gällande lagstiftning kring hanteringen av avfall (EG, 2008). Enligt avfallshierarkin ska avfall i första hand förebyggas och uppkomst av avfall ska i största möjliga mån undvikas (EG, 2008).

Den svenska livsmedelskedjan genererar cirka 1,2 miljoner ton matavfall per år, jordbrukssektorn exkluderad, och står för en betydande del av Sveriges miljö- och klimatpåverkan (Naturvårdsverket, 2014a). Begreppet matavfall innefattar det oundvikliga matavfallet, såsom skal, kärnor, kaffesump och ben, samt det onödiga matavfallet, även kallat matsvinn. Matsvinnet är den del av matavfallet som hade kunnat undvikas om maten hanterats annorlunda (Naturvårdsverket, 2014b). Matsvinn förekommer i alla led i livsmedelskedjan, från producent och leverantör, via grossist och butik till restaurang, storkök och hushåll (Naturvårdsverket, 2014a). Hur stor andel av livsmedelskedjans matavfall som är matsvinn är oklart och andelen svinn varierar även för olika sektorer. En studie av Stare et al. (2013) visar exempelvis att cirka 91 % av matavfallet från livsmedelsbutiker utgörs av matsvinn, samtidigt som cirka 62 % av restaurangers matavfall är svinn.

Naturvårdsverket föreslår ett nytt etappmål inom miljömålssystemet som innebär att matavfallet ska minska med 20 % mellan 2010 och 2020. Det skulle i sin tur motsvara en minskning på cirka 35 % av det totala matsvinnet (Naturvårdsverket, 2014g). Förslaget antas främst bidra till att uppnå miljö kvalitetsmålen *Begränsad klimatpåverkan*, *God bebyggd miljö*, *Giftfri miljö* samt *Ingen övergödning* (Naturvårdsverket, 2013).

År 1984 etablerades Europas första matbank i Frankrike. Numera finns det matbanker i 21 europeiska länder (Hanssen et al., 2014). En matbank tar hand om

mat, som av olika anledningar inte går att sälja, från livsmedelsaktörer och distribuerar den till välgörenhetsorganisationer. Dessa delar i sin tur ut maten till utsatta människor i samhället (Naturvårdsverket, 2012). Donationer av överbliven mat kan även ske direkt från livsmedelsdistributör till välgörenhetsorganisation, utan att en matbank agerar mellanhand (Hanssen et al., 2014).

I Sverige skänks mat främst via småskaliga initiativ där enskilda butiker eller restauranger samarbetar direkt med en välgörenhetsorganisation, snarare än via etablerade matbanker (Eriksson och Strid, 2013; Hanssen et al., 2014). Historiskt sett har syftet med att skänka överbliven mat till välgörenhet i Sverige varit att bistå behövande i samhället. Under senare år har dock de miljövinster som donationerna kan innebära belysts i allt större utsträckning. Numera kommer matbanker allt oftare upp som förslag på hur aktörer inom livsmedelskedjan kan minska sitt matsvinn (Hanssen et al., 2014). Det finns i dagsläget relativt lite information om hur matbanker i Sverige bedrivs samt hur stora mängder mat som hanteras genom matbankerna.

## **1.1 Syfte, målsättning och frågeställningar**

Syftet med examensarbetet är att skapa en bredare kunskap kring struktur och omfattning av matbanker och liknande initiativ i Sverige.

Målet är att undersöka omfattningen av den mat som skänks från livsmedelsbutiker i Sverige samt hur mycket mat som matbanker och övriga mottagarorganisationer tar emot. Målet är dessutom att utreda vilka svårigheter och hinder som de inblandade aktörerna stöter på, samt att undersöka potentialen för matbanker och liknande initiativ att användas i matavfallsförebyggande syfte i framtiden. Det ska göras med avseende på vilka kostnader som åtgärden innebär för livsmedelsbutiker, matbanker och övriga mottagarorganisationer samt utifrån den klimatmässiga nyttan som åtgärden kan innebära.

Följande frågeställningar gäller för matbanker och övriga mottagarorganisationer samt för livsmedelsbutiker som använder sig av åtgärden att skänka eller ta emot mat som annars hade blivit till matsvinn:

- Hur är åtgärden strukturerad rent praktiskt?
- Hur stora mängder mat skänks och tas emot?
- Vad innebär åtgärden för kostnader och är den ekonomiskt lönsam?
- Innebär åtgärden en klimatmässig vinst?
- Vad finns det för svårigheter och hinder med åtgärden?
- Vilken framtidspotential har åtgärden ur ett matavfallsförebyggande perspektiv?

## **1.2 Avgränsningar**

I studien har kartläggningen av matbanker och liknande initiativ utgått från intervjuer med ansvariga på matbanker och andra mottagarorganisationer i Sverige. Intervjupersonerna representerar verksamheter som tar emot skänkt mat, som annars hade blivit till matsvinn, från olika typer av givare och i varierande omfattning. Både verksamheter som fungerar uteslutande som matbanker, och endast förmedlar maten vidare till andra verksamheter som i sin tur delar ut den till behövande, samt verksamheter som tar emot maten och direkt delar ut den till behövande, ingår i studien. Dessutom inkluderas både ideella och kommersiella matbanker i studien.

Som representanter för givare inom livsmedelskedjan har alla ICA-butiker i Sverige fått möjligheten att svara på en enkät gällande i vilken utsträckning de skänker mat till behövande. ICA har valts ut då ett samarbete med deras miljöavdelning möjliggjorde för enkäten att distribueras internt, vilket antogs vara positivt för svarsfrekvensen.

I första hand gäller studien mat som skänks från en livsmedelsaktör via en hjälporganisation till behövande. I enkäten inkluderas dock även de ICA-butiker som skänker mat direkt till behövande, utan att den går via en organisation.

Studien innefattar, i den mån det är möjligt, endast mat som skänks som annars hade blivit till svinn. Det innebär att mat som skänks ur ett rent välgörande syfte, utan att leda till ett minskat svinn, inte ingår. Dessutom inkluderas endast mat som skänks till behövande, exempelvis via kvinnojourer, caféer för hemlösa eller verksamheter för missbrukare. Mat som tillagas och säljs vidare direkt i butiken, mat som skänks till kockutbildningar eller mat som skänks till lantbrukare för att användas till djurfoder ingår därför inte heller i studien.

### **1.3 Metod**

Inledningsvis utförs en litteraturstudie för att skapa en bredare uppfattning om vilken kunskap som finns i dagsläget gällande matbanker och liknande initiativ i Sverige. Studien syftar till att ge en helhetsbild av åtgärden, vilket är anledningen till att både matbanker och andra mottagarorganisationers perspektiv inkluderas, såväl som givarnas perspektiv, med utgångspunkt i livsmedelsbutikerna. Studien har både en kvalitativ och en kvantitativ utgångspunkt när data samlas in från de olika aktörerna.

Genom en intervjustudie samlas information in som utgår från matbanker och övriga mottagarorganisationers perspektiv. Kvantitativ data samlas in med avseende på hur stora mängder mat som skänks till matbankerna och mottagarorganisationerna. I den mån det är möjligt samlas även data in för att utreda vilka kostnader matbanker och mottagarorganisationer har. Den kvalitativa delen av intervjustudien strävar i första hand efter att utreda vilka svårigheter och hinder som aktörerna stöter på samt hur potentialen för den här typen av åtgärd ser ut för framtiden.

En enkät som distribueras till alla ICA-butiker i Sverige, via butikernas interna e-post, utförs för att samla in såväl kvantitativ som kvalitativ data. Den kvantitativa delen gäller hur stora mängder mat som butikerna skänker, hur ofta de skänker mat samt om det tar längre tid för dem att skänka maten än att kasta den och i så fall hur mycket längre tid det tar. Kvalitativ information samlas i sin tur in för att utreda vilka svårigheter butiker som skänker mat stöter på samt vilka anledningarna är att vissa butiker inte skänker mat till behövande. En grundligare beskrivning av hur intervjuer och enkätundersökning genomförs finns i kapitel 3.

Resultaten från de olika delstudierna sammanställs och jämförs sedan i en analys och diskussion. Avslutningsvis dras slutsatser som sammanfattar svaren på studiens frågeställningar.



## 2. Bakgrund

I följande kapitel presenteras en bakgrund kring matavfall och matsvinn. Bland annat beskrivs matavfallens omfattning i Sverige samt dess konsekvenser för miljön. Därefter beskrivs mål och riktlinjer för matavfall i EU och i Sverige, vilka i sin tur kan påverka matbankernas utveckling. Även livsmedelslagstiftningen och orsaker till svinn i livsmedelskedjan beskrivs. Bakgrunden avslutas med en redogörelse för matbanker och liknande initiativ utifrån tidigare studier inom området.

### 2.1 Matavfall och matsvinn

Matavfall definieras i Sveriges avfallsplan som:

*”... biologiskt avfall från livsmedelskedjan (hushåll, restauranger, storkök, butiker, livsmedelsindustrin, primärproduktion) som av kommersiell- eller annan orsak inte gått till konsumtion.” (Naturvårdsverket, 2012)*

EU:s definition av matavfall är inte lika omfattande, då den varken nämner livsmedelsindustrin, butiker eller jordbruket (Naturvårdsverket, 2012). Matavfall omfattar både det oundvikliga matavfallet såsom skal, kaffesump, ben och kärnor, samt det matavfall som slängs som hade kunnat undvikas om maten hade hanterats annorlunda. Det senare kallas även för matsvinn (Naturvårdsverket, 2012). Genom att klassificera delar av matavfallet som matsvinn belyses det faktum att det finns flöden av mat som blir till avfall i onödan, vilket innebär ett onödigt stort utnyttjande av resurser (Lagerberg Fogelberg, 2014).

Definitionen av matavfall respektive matsvinn kan tyckas tydlig, men i själva verket råder delade meningar kring var gränsen mellan begreppen ska dras. Projekt pågår både globalt via FN:s livsmedels- och jordbruksorganisation (FAO), inom EU via projektet FUSIONS samt i Norden via Nordiska ministerrådet, för att ta fram en gemensam definition av begreppen (Naturvårdsverket, 2013). Det är viktigt, inte minst så statistik mellan länder ska kunna jämföras samt för att kunna sätta gemensamma mål för minskade matavfallsmängder (Lagerberg Fogelberg, 2014).

#### 2.1.1 Mängder

Ungefär en tredjedel av all mat som produceras kastas av olika anledningar utan att utnyttjas. Det innebär att 1,3 miljarder ton mat slängs världen över varje år, bland annat på grund av dåliga transporter, dåliga lagringsförhållanden, produktionssvinn och svinn hos konsumenten (FAO, 2013). I Sverige genereras cirka 1,2 miljoner ton matavfall varje år, jordbrukssektorn exkluderat, och varje svensk genererar i genomsnitt 81 kg matavfall per år (Naturvårdsverket, 2014a).

#### 2.1.2 Metoder för att mäta matavfall

I de flesta studier används vikt som måttenhet för att mäta mängden matavfall som uppkommer. Ekonomiska och klimatomfattande effekter kan sedan uppskattas utifrån vikten (Lagerberg Fogelberg, 2014). Vissa menar att metoden inte är optimal, exempelvis då mål om minskade matavfallsmängder sätts, eftersom avfallets faktiska miljöpåverkan inte blir självklar i en sådan måttenhet. Klimatpåverkan från ett kilo köttfärs är exempelvis betydligt större än klimatpåverkan från ett kilo sallad. Om målet med ett minskat matsvinn är minskad klimatpåverkan från matproduktionen kan det vara mer relevant att sätta ett mål om minskade klimatutsläpp från matsvinnet (Eriksson och Strid, 2013).

## **2.2 Matavfallets miljöpåverkan**

Matproduktion medför negativa konsekvenser för miljön på flera olika sätt. Framförallt innebär produktionen av mat som inte utnyttjas att miljöpåverkan blir större än nödvändigt (Naturvårdsverket, 2014a). Produktionen av mat kräver resurser i form av energi, vatten och råvaror (Naturvårdsverket, 2013).

### **2.2.1 Spridande av kemikalier**

Matproduktionen kan innebära att ämnen som kan vara skadliga för människor, djur och växter sprids i naturen (Livsmedelsverket, 2015a). Bekämpningsmedel som används till exempel vid fruktodling kan framkalla akut huvudvärk och illamående om frukten äts i för stora mängder. Bekämpningsmedel som innehåller cancerframkallande ämnen är inte längre tillåtet att använda inom EU. Den mat som importeras till EU får dessutom inte innehålla bekämpningsmedel i mängder som överskrider de gränsvärden som fastställts inom EU. Regelbundna stickprov tas på importerad frukt och grönsaker för att se till att gränsvärdena hålls. Det förekommer att importerade livsmedel överskrider gränsvärdena och därmed hindras från att importeras (Livsmedelsverket, 2015a).

Gödningsmedel som sprids via lantbruk bidrar till att sjöar, hav och vattendrag drabbas av övergödning, vilket kan leda till att vattenmiljöerna drabbas av syrebrist och i värsta fall till att vattenlevande växter och djur dör (Naturvårdsverket, 2014c). Matproduktionen står för cirka 50 % av den totala övergödningen i Sverige (Naturvårdsverket, 2014a). Matproduktionen kan dessutom leda till försurning av sjöar och vattendrag (Naturvårdsverket, 2013).

### **2.2.2 Biologisk mångfald**

Den biologiska mångfalden kan påverkas negativt av livsmedelsproduktionen (FAO, 2013; Naturvårdsverket, 2013). Förändrad markanvändning, exempelvis avverkning av skog till förmån för jordbruk, kan ha en negativ inverkan på den biologiska mångfalden då ekosystem och arters naturliga habitat förstörs. Även en ökad monokultur inom jordbruket kan leda till minskad biodiversitet i området (FAO, 2013; Naturvårdsverket, 2013). Problem med minskad biodiversitet har visat sig vara större i låginkomstländer, till exempel i delar av Afrika och i Latinamerika, än i andra delar världen (FAO, 2013).

### **2.2.3 Klimatpåverkan**

Matproduktionen ger upphov till utsläpp av växthusgaser genom hela livsmedelskedjan, från råvaruproduktion till konsument. FAO beräknade i sin rapport *Food wastage footprint* det ekologiska fotavtrycket för de 1,3 miljarder ton mat som 2007 producerades globalt, men som av olika anledningar inte blev uppäten (FAO, 2013). Klimatpåverkan, exklusive effekter av förändrad markanvändning, beräknades till 3,3 miljarder ton koldioxidekvivalenter. Om mängden växthusgasutsläpp från den onödiga matproduktionen jämförs med hur stora utsläpp olika länder genererar, placerar sig maten på tredje plats i världen, efter Kina och USA men före både Ryssland och Indien (FAO, 2013).

I Sverige står livsmedelskedjan för 20-25 % av den totala klimatpåverkan. Matavfallet i sig står för cirka 10 % av livsmedelskedjans totala växthusgasutsläpp, vilket innebär att matavfallet ger upphov till cirka två miljoner ton koldioxid per år (Naturvårdsverket, 2014a).

Enligt Naturvårdsverket (2013) är djurproduktionen den största utsläppskällan av växthusgaser inom livsmedelskedjan. Det är bland annat foderproduktion, produktion av mineralgödsel och nötkreaturens idisslande som genererar utsläpp. Förändrad markanvändning från orörd natur till jordbruksmark är också en stor bidragande utsläppsfaktor (Naturvårdsverket, 2013). Även odling av frukt och grönsaker bidrar till växthusgasutsläpp, framförallt om uppvärmda växthus används eller vid användning av gödsel (Naturvårdsverket, 2013).

### ***Klimatpåverkan från matavfall i butik***

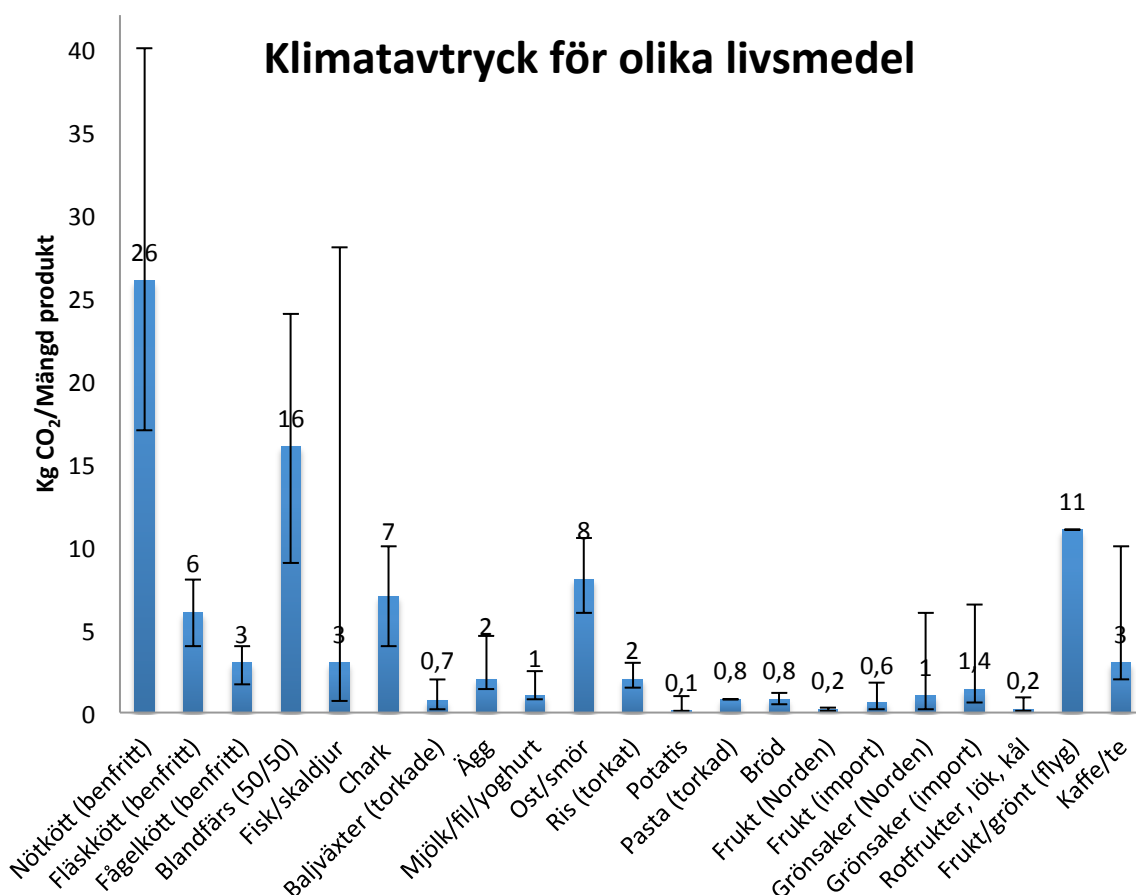
I en svensk studie utförd av Scholz (2013) beräknades det ekologiska fotavtrycket för matavfallet i sex stycken Willys-butiker. Det genomsnittliga ekologiska fotavtrycket var 1,6 ton koldioxidekvivalenter per ton matsvinn. Den kastade maten bestod till störst del av frukt och grönsaker. Studien bygger på data från tidigare utförda livscykelanalyser för de typer av livsmedel som kastats i butikerna. Livscykelanalyserna inkluderar klimatpåverkan för produkterna från råvaruproduktion till och med leverans av varorna till butikerna. Klimatpåverkan från förändrad markanvändning, paketering och övriga aktiviteter i butik samt från avfallshantering för produkterna är däremot inte inkluderade (Scholz, 2013).

### ***Klimatnyttan av att skänka färskvaror till välgörenhet***

Eriksson och Strid (2013) beräknade i sin rapport *Svinnreducerande åtgärder i butik* hur mycket en livsmedelsbutik kan minska sina växthusgasutsläpp genom att skänka färskvaror som annars hade blivit till svinn till välgörenhet. För en genomsnittlig butik, utifrån samma sex Willys-butiker som Scholz (2013) studerat, skulle åtgärden kunna innebära att matsvinnet minskar med 35 % och att växthusgasutsläppen reduceras med 20 ton koldioxidekvivalenter per butik och år. För att beräkna klimatnyttan av åtgärden antogs i rapporten att människorna som äter den skänkta maten i annat fall skulle ha ätit bröd. Studien visar att en större mängd växthusgasutsläpp genereras av själva maten än vad som uppstår till exempel på grund av transport och förvaring av maten när den skänks till behövande, vilket skulle innebära att åtgärden ger en klimatmässig vinst (Eriksson och Strid, 2013).

### ***Klimatpåverkan från olika livsmedel***

Röös (2014) har i sin rapport *Mat-klimat-listan* sammanställt klimatpåverkan för ett antal olika livsmedel. Sammanställningen är baserad på medelvärden för klimatpåverkan för livsmedlen utifrån ett antal livscykelanalyser samt utifrån författarens egna erfarenheter kring beräkningar av växthusgasutsläpp. Figur 2.1 visar några av de värden som sammanställts i rapporten. Värdena inkluderar utsläpp från jordbruk, förädling, förpackning samt transport till Sverige. Transporter inom Sverige, tillagning av produkten samt avfallshanteringen inkluderas inte. Inte heller markanvändningen är inkluderad i merparten av de livscykelanalyser som använts för rapporten.



Figur 2.1. Medelvärde för mängd CO<sub>2</sub>-ekvivalenter genererade per mängd produkt (1 kg eller 1 liter). Variationsintervallet beskriver variation mellan olika studier samt variation på grund av olika osäkerhetsfaktorer. Siffrorna är hämtade från *Mat-klimat-listan*, en rapport skriven av Röö (2014).

För att göra en relevant jämförelse av olika livsmedels klimatpåverkan bör aspekter såsom hur stora mängder av livsmedlet som förbrukas per portion, hur mycket av produkten som blir oundvikligt matavfall såsom kärnor och skal, livsmedlets energi- och näringsinnehåll samt om mängden mäts i vikt eller i volym tas i beaktande. Jämförelser mellan olika livscykelanalyser är dessutom svåra att göra då exempelvis val av beräkningsmetod och systemgränser kan variera. Därför är värdena i rapporten enligt Röö (2014) enbart tänkta att utgöra en guide för de som vill uppskatta storleksordningen på växthusgasutsläppen, snarare än exakta mått på växthusgasutsläpp genererade av olika livsmedel.

### **2.3 Ekonomiska effekter av matsvinn och matavfall**

FAO (2013) beräknade i tidigare nämnda studie kostnaderna för de 1,3 miljarder ton mat som produceras i onödan globalt varje år. Kostnaden beräknades vara 750 miljarder amerikanska dollar. Kostnaderna är beräknade utifrån 2009 års producentpriser på olika jordbruksprodukter (FAO, 2013).

Eriksson och Strid (2013) beräknar kostnaden för en butik som skänker bort mat i stället för att kasta den. I studien antas den aktör som hämtar maten ta ut en avgift av butiken på fyra kronor per kilo skänkt mat, vilket var vad Allwin vid tillfället tog betalt för sin tjänst. Butiken antas spara in en krona per kilo skänkt mat för avfallshantering. I studien antas de butiksanställda totalt behöva lägga sex minuter extra per dag på att skänka bort maten i stället för att kasta den. Det skulle innebära en extra personalkostnad på 100 000 kronor per år. Sammantaget skulle åtgärden kosta Willys-butikerna i studien 3,4 kronor per kilo skänkt mat (Eriksson och Strid, 2013).

## 2.4 Mål och riktlinjer för matavfall i Sverige

Mål och direktiv som rör matavfall grundar sig både i bestämmelser från EU och i nationella beslut. Bland annat påverkar EU:s avfallshierarki, Sveriges avfallsplan samt flertalet av Sveriges miljömål hur matavfallet hanteras i Sverige.

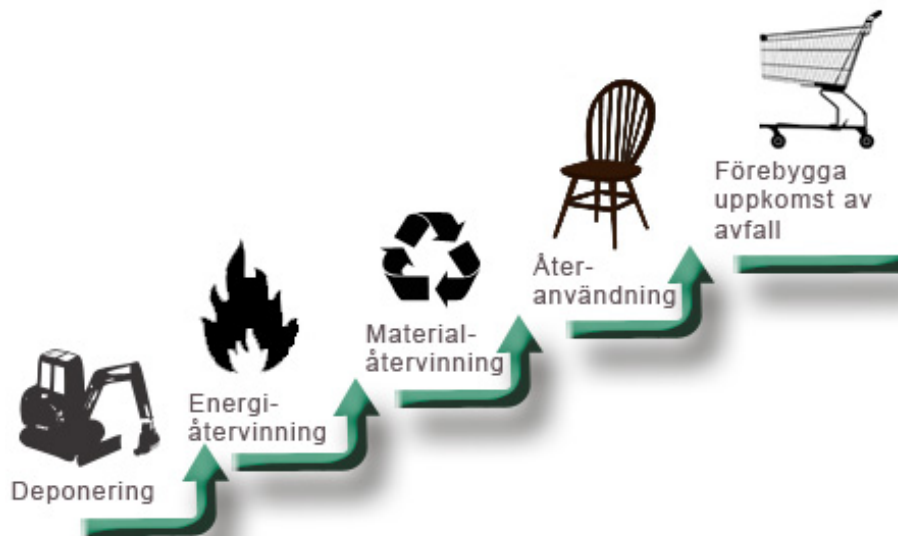
### 2.4.1 EU:s ramdirektiv för avfall

2008 beslutades det om ett nytt avfallsdirektiv inom EU som utgick från det tidigare använda avfallsdirektivet (EG, 2008). Direktivet ligger till grund för EU:s avfallshantering och innehåller bland annat krav på medlemsländerna att arbeta för ökad återanvändning och ökad materialåtervinning. Avfallsdirektivets definition av avfall gäller för alla inom EU och lyder som följer:

*”Med avfall menas alla föremål eller ämnen som innehavaren vill göra sig av med eller är skyldig att göra sig av med.”*

#### EU:s avfallshierarki

EU:s avfallshierarki är en del av avfallsdirektivet och beskriver prioriteringsordningen som länderna ska följa när lagar och beslut fattas gällande hantering av avfall, Figur 2.2. Enligt prioriteringslistan ska avfall i först hand undvikas. Därefter ska återanvändning, materialåtervinning och energiåtervinning eftersträvas i sjunkande prioriteringsordning. Som sista alternativ ska avfallet deponeras. Avfallshierarkin ska implementeras för alla avfallsfraktioner, inte minst när det gäller matavfall (Naturvårdsverket, 2014d).



Figur 2.2. EU:s avfallshierarki med prioriteringsordningen för hantering av avfall (Lunds Kommun, 2013).

#### Avfallsplan och avfallsförebyggandeplan

Enligt avfallsdirektivet ska varje medlemsland ha en avfallsplan som uppfyller vissa givna krav. Planen ska tas fram av varje lands behöriga myndighet (EG, 2008). Enligt Sveriges avfallsförordning är det Naturvårdsverket som har ansvar för att ta fram, se över och uppdatera Sveriges avfallsplan så att den uppfyller kraven i EU:s ramdirektiv (SFS, 2011). I linje med avfallshierarkin säger avfallsdirektivet även att alla medlemsländer ska ha en avfallsförebyggandeplan som beskriver hur landet ska arbeta för att minska mängden avfall och avfallets miljöpåverkan. Detta har implementerats i svensk lagstiftning som ett komplement till den svenska avfallsplanen.

### **Färdplan för ett resurseffektivt Europa**

Europeiska kommissionen kom 2011 med förslag till Europaparlamentet om hur arbetet för en resurseffektiv framtidsutveckling i Europa ska gå till. Färdplanen beskriver olika målsättningar som ska uppnås inom EU fram till 2020. Planen innehåller bland annat mål och riktlinjer gällande matproduktion och matavfall. Genom att ställa om till en mer hållbar och resurseffektiv matproduktion och konsumtion ska mängden ingående resurser till livsmedelskedjan minska med 20 % fram till 2020. Dessutom ska matsvinnet ha halverats (EC, 2011).

#### **2.4.2 Sveriges avfallsplan**

2012 tog Naturvårdsverket fram en ny version av Sveriges avfallsplan. Syftet är att den ska fungera som ett komplement till miljöbalken och att den ska vara till hjälp i Sveriges arbete med miljömålssystemet samt i arbetet mot ett mer resurseffektivt samhälle. Avfallsplanen riktar sig till politiker och beslutsfattare inom den kommunala och den privata sektorn (Naturvårdsverket, 2012). Avfallsplanen tar upp fem prioriterade områden som har stort behov av insatser samt stor potential för förbättring. De berörda områdena är enligt Naturvårdsverket (2012):

- Avfallshantering inom bygg- och anläggningssektorn
- Hushållens avfall
- Resurshushållning i livsmedelskedjan
- Avfallsbehandling
- Illegal export av avfall

Det prioriterade området som handlar om en ökad resurshushållning i livsmedelskedjan framhåller miljömässiga och ekonomiska vinster som minskade matavfallsmängder, och i första hand ett minskat matsvinn, kan innebära. Målet är att avfallshanteringen ska bli mer resurseffektiv samt att matavfallet i Sverige ska minska. Avfallsplanen trycker på att det krävs en attitydförändring kring matavfall och att aktörer i alla led i livsmedelskedjan måste samarbeta för att minska matavfallet och matsvinnet. I avfallsplanen nämns matbanker som ett gott exempel på hur matsvinnet kan reduceras (Naturvårdsverket, 2012).

#### **2.4.3 Hänsynsreglerna**

De allmänna hänsynsreglerna, se informationsrutan till höger, utgör grunden för miljöbalken (MB) (SFS, 1998). Reglerna innehåller krav på de som bedriver eller tänker börja bedriva en verksamhet att vidta de försiktighetsåtgärder som krävs för att undvika fara för människors hälsa och för miljön. Det är i första hand hushållnings- och kretsloppsprincipen som är relevant för ett minskat matavfall, då principen innebär att råvaror och energi ska användas så effektivt som möjligt samt att återvinning och återanvändning ska eftersträvas i största möjliga mån.

De allmänna hänsynsreglerna:

- Bevisbörderegeln
- Kunskapskravet
- Försiktighetsprincipen
- Lokaliseringsprincipen
- Hushållnings- och kretsloppsprincipen,
- Produktvalsprincipen
- Skälighetsprincipen
- Skadeansvaret

#### **2.4.4 Det svenska miljömålssystemet**

Miljömålssystemet implementerades 1999 i Sverige av riksdagen för att skydda framtida generationer och få bukt på nuvarande och framtida miljöproblem (Naturvårdsverket, 2008). I miljömålssystemet ingår ett generationsmål, 16 miljökvalitetsmål samt 24 etappmål (Naturvårdsverket, 2015). Generationsmålet beskriver den generella riktning som Sverige ska ta för att uppnå miljökvalitetsmålen inom loppet av en generation.

De sexton miljökvalitetsmålen berör olika delar av vår miljö såsom luft, vattendrag, skogar och djurliv och beskriver vilket tillstånd som eftersträvas inom de olika områdena. De miljökvalitetsmål som påverkas av minskade matavfallsmängder är bland annat *God bebyggd miljö*, *Begränsad klimatpåverkan*, *Giffri miljö*, *Ingen övergödning*, *Ett rikt odlingslandskap* samt *Ett rikt växt- och djurliv*. Berörda miljökvalitetsmål beskrivs mer utförligt i Bilaga A.

Etappmålen innehåller i sin tur konkreta insatser som bör implementeras samt kortsiktiga mätbara mål, till exempel på hur mycket utsläppen av växthusgaser ska minska inom en visst tidsintervall. Etappmålen ska fungera som hjälpmedel för att uppfylla miljökvalitetsmålen och generationsmålet (Naturvårdsverket, 2015).

#### **2.4.5 Förslag till nytt etappmål i miljömålssystemet**

Naturvårdsverket föreslår i ett nytt etappmål inom miljömålssystemet att matavfallet ska minska med 20 % mellan 2010 och 2020. Det betyder att matsvinnet i sig ska minska med cirka 35 % (Naturvårdsverket, 2014b). Minskningen skulle innebära en vinst på 3,2-5,7 miljarder kronor per år (Naturvårdsverket, 2014b).

#### **2.4.6 Avfallshantering för matavfall**

I Sverige är varje kommun enligt renhållningslagen skyldig att samla in och ta hand om hushållens avfall (SFS, 1979). Även avfall som uppkommer i butiker och i restauranger klassas vanligtvis som hushållsavfall (Avfall Sverige, 2011). Sedan 2005 är det enligt deponiförordningen förbjudet att deponera organiskt och brännbart avfall i Sverige (SFS, 2001). I stället slängs matavfallet tillsammans med övrigt hushållsavfall eller behandlas biologiskt via kompostering eller rötning (Avfall Sverige, 2012). År 2015 har cirka 170 av Sveriges 290 kommuner separata insamlingsystem för matavfall (Avfall Sverige, 2015).

Utsorterat matavfall kan antingen gå till kompostering eller till rötning (Naturvårdsverket, 2003). Vid kompostering bryts avfallet ned och restprodukten kan sedan användas som gödsel eller jordförbättringsmedel. Vid rötning produceras dels biogödsel, dels biogas som kan användas för elproduktion, värmeproduktion eller som drivmedel (Naturvårdsverket, 2003). Den biologiska behandlingen av matavfall ökar i Sverige. 2013 behandlades 31 % av allt matavfall biologiskt, 21 % av matavfallet rötades (Jensen och Johansson, 2014).

Debitering för hämtning av avfall kan se ut på olika sätt i olika kommuner. Taxan kan vara viktbaserad eller volymbaserad, dessutom tillkommer ofta en fast avgift. År 2013 använde sig 29 kommuner av en viktbaserad avfallstaxa för hushållsavfall. Även när det gäller utsorterat matavfall kan taxan variera och vissa kommuner har valt att inte ha någon avgift för matavfallet alls (Fråne och Stare, 2014).



#### **2.4.7 Samverkansgruppen för minskat matavfall**

Samverkansgruppen för minskat matavfall (SaMMa) är ett nätverk där olika myndigheter såsom Naturvårdsverket, Livsmedelsverket och Jordbruksverket samt forskare, intresseorganisationer och företag samarbetar för ett minskat matsvinn. Via plattformen kan aktörer inom livsmedelskedjan bland annat finna och utbyta information, uppdatera sig om ny forskning och statistik samt identifiera hinder och svårigheter med att minska matavfallet (SaMMa, 2012).

## **2.5 Livsmedelslagstiftning**

Nedan följer en beskrivning av lagstiftning inom EU och i Sverige som direkt eller indirekt påverkar hur matbanker och liknande verksamheter i Sverige ska bedrivas.

### **2.5.1 Lagstiftning i EU**

EU:s livsmedelsförordning lägger grunden för hur livsmedelslagstiftningen inom hela EU ska se ut (EG, 2002). Lagstiftningen beskriver övergripande de grundläggande principerna för EU:s livsmedelslagstiftning samt vilka skyldigheter en aktör inom livsmedelskedjan har. Förordningen säger bland annat att livsmedel som kan innebära en fara för människors hälsa inte får säljas. Skulle så vara fallet ska den aktuella produkten dras tillbaka. Den som säljer livsmedel är också skyldig att se till att livsmedlen är spårbara genom alla produktionsled. Förordningen gäller inte för livsmedel som hanteras i privata hushåll.

### **2.5.2 Lagstiftning i Sverige**

Utöver de riktlinjer som ges av EU:s livsmedelsförordning har Sverige infört en kompletterande lagstiftning, den svenska livsmedelslagen (SFS, 2006a). Den innehåller anvisningar om straff, kontroll och överklagan för aktiviteter inom livsmedelsindustrin. Den svenska livsmedelsförordningen beskriver i sin tur vilka myndigheter som är ansvariga för kontroll av livsmedelsaktörerna (SFS, 2006b). Det är Livsmedelsverket som ansvarar för att ta fram föreskrifter (LIVSFS) inom området. Föreskrifterna publiceras i Livsmedelsverkets författningssamling (Livsmedelsverket, 2014a).

Sverige har ingen lagstiftning som gäller specifikt för matbanker, utan en sådan verksamhet faller in under samma kategori som övriga livsmedelsföretag enligt EU:s livsmedelsförordning (EG, 2002). Det innebär enligt Hanssen et al. (2014) att varje aktör som donerar mat till en matbank eller till en välgörenhetsorganisation, liksom matbanken eller välgörenhetsorganisationen i sig, är skyldig att se till att maten som skänks inte medför fara för människors hälsa.

### **2.5.3 Temperaturhållning i livsmedelskedjan**

Europaparlamentets och rådets förordning (EG, 2004) handlar om livsmedelshygien. Livsmedelsverket har tagit fram vägledning till hur förordningens artiklar ska tolkas. Livsmedelsverket tolkar bland annat kraven på transport av livsmedel. Livsmedel som transporteras måste hållas vid rätt temperatur om ett sådant behov finns. Kravet gäller för själva livsmedlets temperatur, vilket innebär att transporter inte aktivt måste kunna kyla en produkt så länge kylkedjan inte bryts och så länge temperaturen på livsmedlet inte riskerar att överstiga den temperatur då hälsofara uppstår. Handlar det till exempel om kortare transporter är aktiv kylning i fordonen inte alltid nödvändig. Kravet gäller även för uppvärmda livsmedel, som måste kunna hållas tillräckligt varma. Dessutom måste utrustning finnas så att temperaturen på livsmedlen kan kontrolleras (Livsmedelsverket, 2006).

Livsmedelsverket rekommenderar även att ett livsmedel som stått framme i rumstemperatur (20°C) i mer än två timmar, och som egentligen ska förvaras kallt, genast bör ätas eller kastas. Livsmedel som värmebehandlats och som ska användas igen bör enligt Livsmedelsverket kylas till lämplig förvaringstemperatur på mindre än fyra timmar. Kylvaror bör förvaras i max 8°C och varmhållning bör ske vid minst 60°C (Livsmedelsverket, 2006).

#### **2.5.4 Bäst-före-datum och sista förbrukningsdag**

Livsmedelsverket har tagit fram en föreskrift (LIVSFS, 2004) som beskriver hur märkningen av varor med bäst-före-datum och sista förbrukningsdag ska gå till. Bäst-före-datum ska enligt föreskriften vara en garanti från tillverkaren som innebär att en varas kvalitet ska vara bibehållen fram till datumet, förutsatt att förpackningen är obruten och att varan förvarats enligt rekommendationerna. Det betyder inte att varan efter utgångsdatum automatiskt blir oätbar, utan snarare att varans konsistens, färg och smak inte längre kan garanteras. Livsmedelsverket (2013) förespråkar därför att konsumenten efter utgången datum tittar, luktar och smakar på varan för att ta reda på om den fortfarande är ätbar.

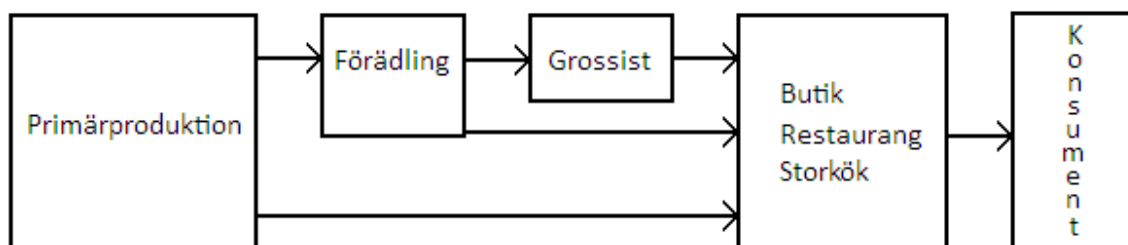
En butik får sälja eller skänka bort en vara efter att bäst-före-datumet gått ut, förutsatt att bedömningen har gjorts att varan fortfarande går att äta. Så länge en vara är ätbar får butiker och restauranger även använda den som ingrediens till andra varor efter att bäst-före-datumet gått ut (Livsmedelsverket, 2014b). Vissa butiker har dock en egen policy som säger att en vara inte ska säljas efter att bäst-före-datumet gått ut. En sådan policy har exempelvis Willys (Eriksson och Strid, 2013).

Känsligare varor som riskerar att bli dåliga relativt fort ska enligt föreskriften märkas av tillverkaren med sista förbrukningsdag (LIVSFS, 2004). Sista förbrukningsdag används exempelvis på köttfärs och på fisk (ICA, 2015a). Fram till datumet garanterar tillverkaren att varan går att äta utan risk för hälsan, även här förutsatt att varan förvarats på rätt sätt samt att förpackningen är obruten. Efter att sista förbrukningsdag har passerats får varan inte längre säljas, skänkas eller användas vid tillagning av nya varor.

Vanligtvis får bäst-före-datum och sista förbrukningsdag på en vara inte ändras i efterhand (Livsmedelsverket, 2014b). Dock får en produkt, som tillagats på ett sätt som förlänger hållbarhetstiden, märkas om med ett senare datum (Livsmedelsverket, 2012). En vara som är märkt med sista förbrukningsdag och som fryses in får inte säljas efter att sista förbrukningsdagen gått ut, oavsett om varan fryses in före eller efter sista förbrukningsdag (Livsmedelsverket, 2012).

## 2.6 Livsmedelskedjan

Livsmedelskedjan bygger på ett komplext samarbete mellan aktörer, från lantbruk och produktion av råvara, via förädlingsindustrin, till grossister, butik, restaurang och storkök och avslutningsvis till konsumenten (Lindbom et al., 2014). Figur 2.3 visar en mycket förenklad bild av hur kedjan kan se ut.



Figur 2.3. Förenklad bild av livsmedelskedjan från primärproduktion till konsument.

Sveriges inträde i EU år 1995 innebar förändringar för den svenska livsmedelsindustrin (Lindbom et al., 2014). Nya import- och exportlagar infördes som innebar mer jämställda förutsättningar för livsmedelsindustrier i Europa. För svenska livsmedelsföretag medförde reformen att export av varor, både inom EU och globalt, förenklades. Det ledde i sin tur till att den svenska livsmedelsindustrins omsättning ökade.

Dock innebar inträdet i EU även andra förändringar för livsmedelsindustrin. Effektiviseringar har genomförts och småskaliga verksamheter har försvunnit till förmån för större aktörer. Antalet anställda inom livsmedelsindustrin i Sverige har sedan inträdet i EU minskat med 18 % och även lönsamheten inom sektorn har minskat kontinuerligt (Lindbom et al., 2014).

Butikskedjorna har en stark ställning inom livsmedelskedjan och ställer krav på aktörer genom alla led att pressa priserna på livsmedlen. Industrin har drabbats hårt av prissänkningarna då de tvingats hantera den större delen av kostnaderna. I kombination med ökade inköpspriser på råvaror har detta inneburit uppsägning av personal samt en minskad lönsamhet för livsmedelsindustrin. Det har även medfört att kommunikationen mellan industri och handel i första hand handlar om prissförhandlingar, snarare än om samarbete och utveckling. Det kan ses som ett problem eftersom aktörerna inom livsmedelskedjan är tätt sammanlänkade. Ett samspel mellan de olika aktörerna krävs därför om systemet ska fungera genom alla led, inte minst om målet är ett minskat matsvinn (Lindbom et al., 2014).

### 2.6.1 Matsvinn i livsmedelskedjan

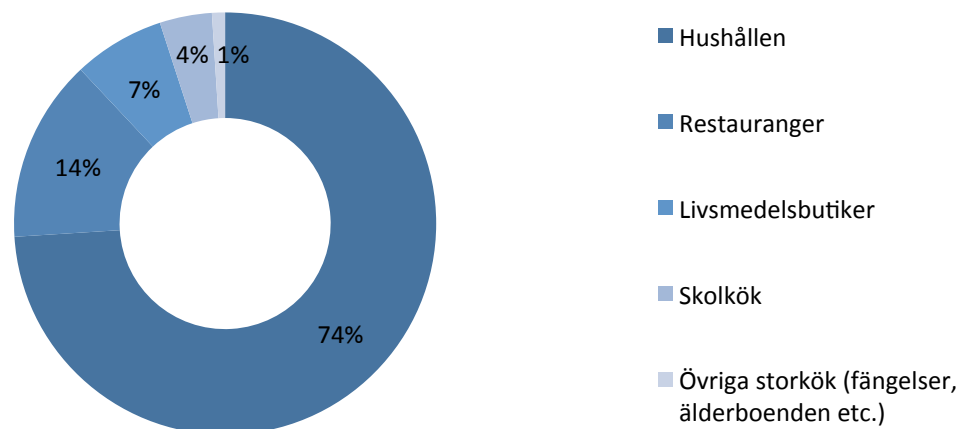
Hur stor andel av matavfallet inom livsmedelskedjan som är svinn varierar beroende på vilken typ av aktör och produkt det handlar om (Naturvårdsverket, 2014a). Totalt utgör svinn dock över hälften av det uppkomna matavfallet (Lagerberg Fogelberg, 2014).

På grund av att livsmedelskedjan består av många olika aktörer är den relativt trögstyrd. Det innebär att det är svårt att anpassa produktionsvolymerna för olika typer av svängningar och störningar, vilket i vissa fall kan leda till överproduktion och

att all mat inte hinner säljas innan bäst-före-datumet passerats (Lindbom et al., 2013). För att på ett så effektivt sätt som möjligt minska livsmedelskedjans matsvinn är det viktigt att utvärdera vilken svinnreducerande åtgärd som är mest effektiv, både ur ett ekonomiskt och ett mängdreducerande perspektiv. Miljöpåverkan från en vara ökar till exempel för varje steg i produktionskedjan på grund av de resurser som krävs vid förvaring, kylning och förpackning av varan (Eriksson och Strid, 2013; Lindbom et al., 2014).

Mängden matavfall från konsumtionsledet, det vill säga från hushåll, restauranger, livsmedelsbutiker och storkök, uppskattades 2013 till 1 072 000 ton (Jensen och Johansson, 2014). Figur 2.4 visar fördelningen av genererat matavfall mellan olika aktörer inom konsumtionsledet.

## Uppkommet matavfall i konsumtionsledet



Figur 2.4. Fördelning av uppkomna matavfallsmängder (viktprocent) inom konsumtionsledet år 2013. Siffrorna kommer från en rapport skriven av SMED på uppdrag av Naturvårdsverket (Jensen och Johansson, 2014).

### ***Matsvinn inom primärproduktion, industri och hos grossister***

Inom primärproduktionen kan produktionsförluster uppkomma på grund av att djur dör under uppfödning eller att skadedjur förstör grödor. Matsvinn kan även uppstå i primärproduktionen på grund av dålig lagring av produkter, stötskador vid skörd och transport eller utsortering av produkter med viss form eller färg på grund av konsumenternas krav (Lagerberg Fogelberg, 2014).

Inom livsmedelsindustrin uppkommer ofta svinn på grund av att stora säkerhetsmarginaler används i produktionen. Det görs för att försäkra sig om att kundernas efterfrågan kan mötas. Matsvinn kan även uppkomma på grund av maskinstopp, att produkter blir skadade i produktionen eller på grund av orderfel (Lagerberg Fogelberg, 2014). Dessutom kan felbedömningar göras i hur efterfrågan kommer att variera (Lagerberg Fogelberg, 2014).

### ***Matsvinn i storkök***

I storhushåll såsom skolkök, personalmatsalar och sjukhus uppkommer matsvinn främst på grund av det är svårt att förutsäga hur många portioner som behöver

tillagas (Rytterstedt et al., 2008). Ungefär 50 % av storkökens matavfall uppkommer i köket och 50 % uppkommer vid servering av maten. I skolkök kan det hända att eleverna kastar mer mat än nödvändigt eftersom de inte betalar för maten. Storkök kan också beställa större volymer av mat än nödvändigt för att inte under nästa år tilldelas en lägre budget (Naturvårdsverket, 2014a).

### ***Matsvinn i restaurang***

En vanlig anledning till att matsvinn uppkommer i restaurang är att för stora portioner serveras, vilket innebär att gästen tvingas kasta mat (Lagerberg Fogelberg, 2014). Det kan också vara svårt att veta hur många gäster som kommer. För att garantera att det finns tillräckligt med mat händer det därför att restauranger beställer in och tillagar för stora mängder.

Bufféer genererar ofta mer svinn än vanliga menyer, dels då det är svårt för restaurangen att förutspå antalet gäster och hur mycket de kommer att äta, dels då gäster vid självservering tenderar att ta större portioner än de orkar äta upp (Lagerberg Fogelberg, 2014; Naturvårdsverket, 2014a).

Restaurangbranschen är dessutom en sektor med hög omsättning på personal, vilket gör det svårare för en verksamhet att skapa och upprätthålla rutiner för hur matsvinnet ska hanteras eller undvikas (Naturvårdsverket, 2014a). Däremot är svinn på grund av utgången bäst-före-datum inte ett lika stort problem i restaurangbranschen som det är för livsmedelsbutiker och hushåll. Detta beror på att omsättningstiden i restauranglager vanligtvis är relativt kort (Marthinsen et al., 2012).

### ***Matsvinn i hushållen***

Hushållen står för ca 74 % av det uppkomna matavfallet inom konsumtionsledet, Figur 2.4 (Jensen och Johansson, 2014). Ris, pasta och potatis som tillagats är livsmedel som vanligtvis blir till svinn i hushållen. Även bröd, frukt och grönsaker som inte hunnit ätas upp innan de blir dåliga eller som inte förvarats på rätt sätt, kastas ofta (Rytterstedt et al., 2008).

I hushållen uppstår svinn till stor del på grund av att mat köps i för stora mängder och inte äts upp innan bäst-före-datumet går ut. Det kan bland annat bero på att det ofta är billigare kilopris för större förpackningar, att varor i små förpackningar sällan reas ut samt att det ofta finns erbjudanden som exempelvis "köp tre betala för två" för den som köper mat i större mängder (Stenmarck et al., 2011).

## **2.6.2 Matsvinn i butik**

Tabell 2.1 visar siffror angående matavfall och matsvinn från livsmedelsbutiker. Sveriges livsmedelsbutiker ger upphov till cirka 71 000 ton matavfall per år vilket utgör cirka 7 % av konsumtionsledets totala matavfallsmängder, dvs. från restauranger, livsmedelsbutiker, hushåll och storkök (Jensen och Johansson, 2014). 91 % av butikens matavfall utgörs av matsvinn (Stare et al., 2013) och 22 % av det totala matavfallet från livsmedelsbutiker sorteras och samlas in separat (Jensen et al., 2011).

Tabell 2.1. Total mängd matavfall från livsmedelsbutiker 2013 samt andel av konsumtionsledets totala matavfall. Total mängd matsvinn från livsmedelsbutiker samt andel av butikernas totala matavfall. Mängd separat utsorterat matavfall från livsmedelsbutiker samt andel av butikernas totala matavfall.

Matavfall från livsmedelsbutiker	Mängd (ton)	Andel (%)
Total mängd matavfall	71 000 <sup>1</sup>	7 <sup>1</sup>
Mängd matsvinn	64 600 <sup>3</sup>	91 <sup>2</sup>
Separat utsorterat och insamlat matavfall	15 600 <sup>5</sup>	22 <sup>4</sup>

<sup>1</sup> Data från Jensen och Johansson (2014). <sup>2</sup> Data från Stare et al. (2013). <sup>3</sup> Egen uträkning m.h.a. data från <sup>1</sup> och <sup>2</sup>. <sup>4</sup> Data från Jensen et al. (2011). <sup>5</sup> Egen uträkning m.h.a. data från <sup>1</sup> och <sup>4</sup>.

### **Orsaker till matsvinn i butik**

Färsk frukt och grönsaker är den livsmedelskategori som slängs i störst mängder i butiker (Scholz, 2013; Stenmarck et al., 2011). Även färska bagerivaror, mjölkprodukter och färskt kött kastas i stora mängder (Stenmarck et al., 2011). Matsvinn i butik uppkommer i första hand på grund av att bäst-före-datumet på varan gått ut, eller att produkten på annat vis har blivit osäljbar (Naturvårdsverket, 2014a; Stenmarck et al., 2011). Att en vara blivit osäljbar kan i sin tur bero på flera olika orsaker.

Kundernas efterfrågan påverkar i allra högsta grad uppkomsten av matsvinn i butik. Efterfrågan kan exempelvis variera beroende på kundens humör, säsong och väderlek. Variationen gör det svårt för butiker att planera och beställa in rätt mängder (Naturvårdsverket, 2014a; Stenmarck et al., 2011). Det är tidskrävande och kräver att personalen har kännedom om hur kundernas konsumtionsmönster varierar samt hur lämpliga beställningsmängder beräknas (Stenmarck et al., 2011). Konsumenter lockas dessutom av fulla varuhyllor och av ett varierat utbud. Det innebär att vissa butiker tenderar att köpa in mer varor än vad de antar kunna sälja (Lagerberg Fogelberg, 2014; Stenmarck et al., 2011).

Konsumenten väljer även gärna den vara vars bäst-före-datum ligger längst fram i tiden, oavsett när varan ska ätas. Ofta väljer konsumenten ut varor efter estetiska preferenser såsom form och färg, även då det inte hänger ihop med varan kvalitet. När det gäller frukt och grönsaker väljer kunden gärna bort de mindre fräscha produkterna, även om det egentligen inte är något fel på dem (Stenmarck et al., 2011).

Vid beställning av varor finns det många aspekter som kan leda till uppkomsten av svinn. Fel mängd av produkten kan ha beställts av misstag, kampanjer kan störa kundernas normala konsumtionsmönster och placeringen av en vara i butiken kan vara oförmånlig för varan, vilket leder till att den inte säljs enligt planerade mängder (Naturvårdsverket, 2014a). Dessutom är det inte alltid möjligt att beställa en vara från lager i tillräckligt små mängder. Det kan också vara svårt att veta hur mycket som ska beställas, då det kan variera hur mycket och hur ofta en vara finns på lager (Lindbom et al., 2014; Stenmarck et al., 2011). Avslutningsvis kan otillräckliga kunskaper hos personal om hur varor ska hanteras och förvaras leda till att hållbarhetstiden förkortas eller att varor förstörs (Lagerberg Fogelberg, 2014; Stenmarck et al., 2011).

### **Reklamations- och retursystem**

Reklamationssystem för frukt och grönsaker som inte håller rätt kvalitet när den levereras gör att butiker kan få tillbaka pengar för varorna (Eriksson och Strid, 2013). Systemet kan i vissa fall utnyttjas av butiker som inte bara reklamerar varor som inte

håller rätt kvalitet, utan även varor som egentligen skulle räknats som butikssvinn. När detta sker minskar det totala butikssvinnet samtidigt som butikerna får pengar tillbaka. En anledning till att varor felaktigt registreras i reklamationssystemet kan vara att det är svårt för den enskilda butiksarbetaren att avgöra vad som ska reklameras. Dessutom kan det vara svårt för leverantören att kontrollera hur systemet följs (Eriksson och Strid, 2013).

Även retursystem för bland annat bröd och mejerivaror kan generera en ökad mängd svinn (Naturvårdsverket, 2014a; Stenmarck et al., 2011). Genom dessa retursystem kan butiker skicka tillbaka produkter till leverantören om varorna inte blivit sålda innan bäst-före-datumet passerats. Ofta kan det göras i princip utan extra kostnad för butiken, vilket minskar butikernas incitament att planera en order för att undvika överbeställningar. De här systemen innebär även att matsvinnet hamnar hos industri eller grossist, snarare än i butik (Lagerberg Fogelberg, 2014; Naturvårdsverket, 2014a; Stenmarck et al., 2011).

### ***Kampanjer***

Kampanjer i butiker kan generera stora svängningar i efterfrågan, vilket gör att större mängder svinn genereras än normalt (Naturvårdsverket, 2014a; Strid och Schütt, 2013). En undersökning gjord av Strid och Schütt (2013) visade att kampanjer för äpple, banan och päron i butiker leder till att svinn av varan i fråga ökar med cirka 30 %. Kampanjer leder dessutom till ett ökat svinn av andra produkter inom samma varukategori. Det ökade svinnet förklaras delvis av att kampanjvaran köps in i för stora mängder eftersom butiken vill undvika att få slut på varan. Samtidigt beställs varor från samma varukategori in i lika stora mängder som vanligt (Strid och Schütt, 2013). Trots att försäljningen av kampanjvaran enligt studien ökade med 20 %, kompensterades detta med en nästan lika stor minskning för försäljningen av andra frukter. I slutändan ledde varje kampanj till ett bruttounderskott på 4 % (Eriksson och Strid, 2013; Strid och Schütt, 2013).

### ***Åtgärder för minskat svinn***

Ett antal svinnreducerande åtgärder för butiker föreslås i olika studier. En metod som anses kunna förebygga stora mängder svinn är att använda sig av datoriserade beställningssystem där beställningar kan beräknas baserat på varans lagerstatus samt tidigare försäljningsstatistik för varan (Eriksson och Strid, 2013). Det föreslås även att butiker ska rapportera vilka svinnreducerande åtgärder de genomför och att butiker ska uppmanas att mäta och registrera sitt matsvinn (Lagerberg Fogelberg, 2014; Stenmarck et al., 2011).

Dessutom anses utbildning av personal kring hur maten bäst förvaras samt vilka ekonomiska och miljömässiga fördelar ett minskat matsvinn medför kunna leda till minskat matsvinn i butiker (Stenmarck et al., 2011). Att skänka överbliven mat till välgörenhet är ännu en åtgärd som nämns i olika rapporter (Eriksson och Strid, 2013; Stenmarck et al., 2011). Åtgärden beskrivs mer utförligt i kapitel 2.8.

För att minska reklamationsvinnet föreslår Eriksson och Strid (2013) ett reklamationstak för frukt och grönsaker så att endast de varor som verkligen är osäljbara vid leverans reklameras (Eriksson och Strid, 2013). I samma studie föreslås även att kampanjer för frukt och grönsaker förbjuds. Stenmarck et al. (2011) föreslår



dessutom kampanjförbud för volymkampanjer som till exempel ”köp tre betala för två” för färskvaror (Stenmarck et al., 2011).

I Frankrike röstades nyligen ett lagförslag igenom som innebär att det blir förbjudet för större livsmedelsbutiker att kasta mat. I stället ska maten gå till välgörenhet, djurfoder eller till biologisk återvinning. Butiker som inte börjar samarbeta med välgörenhetsorganisationer inom en viss tid bötfälls och ansvarig kan komma att hamna i fängelse (Chrisafis, 2015).

### ***Naturvårdsverkets förslag på styrmedel för minskat svinn***

För att uppfylla det föreslagna etappmålet inom miljömålssystemet, att minska matavfallet med 20 % till 2020, föreslår Naturvårdsverket ett antal styrmedel som kan implementeras, samt förbättringar av redan befintliga styrmedel (Naturvårdsverket, 2013).

Bland annat föreslås bättre kommunikation, mer information och rådgivning samt mer frivilliga överenskommelser. Information och rådgivning bör i första hand belysa de vinster som aktörerna kan göra genom att minska sitt matsvinn. Frivilliga överenskommelser kan till exempel innebära att staten bidrar med information och kunskap i utbyte mot att de privata aktörerna åtar sig att implementera olika svinnreducerande åtgärder (Naturvårdsverket, 2013).

Specifikt för livsmedelsbutiker föreslås utökade resurser för upplärning av personal i hur ordersystem fungerar, rådgivning kring livsmedelshantering samt hur det går till när mat skänks vidare till välgörenhet. Naturvårdsverket föreslår dessutom att befintlig miljömärkning av butiker även ska omfatta kriterier gällande matsvinn. I nuläget innehåller miljömärkning som Svanen, KRAV och Bra Miljöval inte några krav på att butikerna ska arbeta för att minska matsvinnet (Naturvårdsverket, 2013).

### ***Sortering av matavfall i butik***

I de kommuner där matavfall samlas in separat sorterar många butiker sitt matavfall (Stenmarck et al., 2011). Då hanteringen av matavfall varierar mellan olika kommuner kan det dock vara svårt för ledningen i en nationellt etablerad butikskedja att ange generella riktlinjer för butikerna. Trots detta är antalet butiker som sorterar matavfall större i Sverige, där ansvaret för insamlingen ligger på kommunerna, jämfört med i de andra nordiska länderna, där ansvaret för insamlingen ligger på butikens ägare (Stenmarck et al., 2011).

## **2.7 Hunger och fattigdom**

Att leva i risk för fattigdom, även kallat relativ fattigdom, innebär enligt EU:s definition att en persons disponibla inkomst (efter skatt) är 60 % lägre än medelinkomsten i landet (Statistiska centralbyrån, 2013a). Risk för social utestängning handlar om människor som inte har de förutsättningar som krävs för att kunna vara en del av samhället (Statistiska centralbyrån, 2012). Personer som lever i absolut eller extrem fattigdom saknar i sin tur de grundläggande förutsättningarna för överlevnad. Det kan exempelvis handla om människor som inte har tillgång till mat, vatten eller boende. För att kunna mäta absolut fattigdom sätts ibland gränsen till de personer som lever på under en dollar om dagen (The European Anti-Poverty Network, 2015).

Skatteverkets schablonmässiga beskrivning av vem som är behövande i ekonomisk mening säger att personen har en årlig inkomst som inte överstiger fyra prisbasbelopp. Dessutom har personen en förmögenhet som inte överstiger ett prisbasbelopp (Skatteverket, 2015a). Prisbasbeloppet bestäms varje år av regeringen och beräknas utifrån hur prisutvecklingen ser ut. För år 2015 är prisbasbeloppet 44 500 kronor (Skatteverket, 2015b). Skatteverket betonar dock att det inte finns någon lagstiftning som definierar begreppet. En person kan dessutom behöva ekonomisk hjälp även om inkomsten överstiger schablonvärdena (Skatteverket, 2015a).

### **2.7.1 Hunger och fattigdom globalt**

Världens befolkning uppgår idag till cirka 7,3 miljarder människor (Worldometers, 2015). FN förutspår att populationen fram till 2100 kan ha ökat till nära 11 miljarder människor (United Nations, 2012). 805 miljoner människor får inte i sig tillräckligt med mat för att kunna leva ett hälsosamt liv och hunger dödar fler människor varje år än aids, tuberkulos och malaria tillsammans (UNEP, 2015b).

Majoriteten av världens svältande människor är bosatta i utvecklingsländer och i Asien går enligt UNEP (2015b) två tredjedelar av befolkningen hungriga. Samtidigt kastar de rika delarna av världen varje år lika mycket mat som produceras i hela Afrika söder om Sahara, vilket visar på att tillgången till mat är ojämnt fördelad över jordklotet (UNEP, 2015a).

### **2.7.2 Fattigdom i Sverige**

2008 levde cirka 12 % av Sveriges befolkning i risk för fattigdom enligt EU:s definition. 2011 uppgick siffran till 14 % (Statistiska centralbyrån, 2013a). Den relativa fattigdomen har alltså under de senaste tre åren ökat i Sverige och siffrorna närmar sig nu övriga länder inom EU (Bengtsson et al., 2014; Statistiska centralbyrån, 2013a). Samtidigt minskar andelen människor som lever i absolut fattigdom i landet (The European Anti-Poverty Network, 2015). Antalet hemlösa i Sverige beräknades år 2011 uppgå till 34 000 personer och 2012 försörjdes 800 000 människor av sociala ersättningar och bidrag som t.ex. sjukpenning, ekonomiskt bistånd (tidigare kallat socialbidrag) eller arbetslöshetsersättning (Socialstyrelsen, 2011; Statistiska centralbyrån, 2013b).

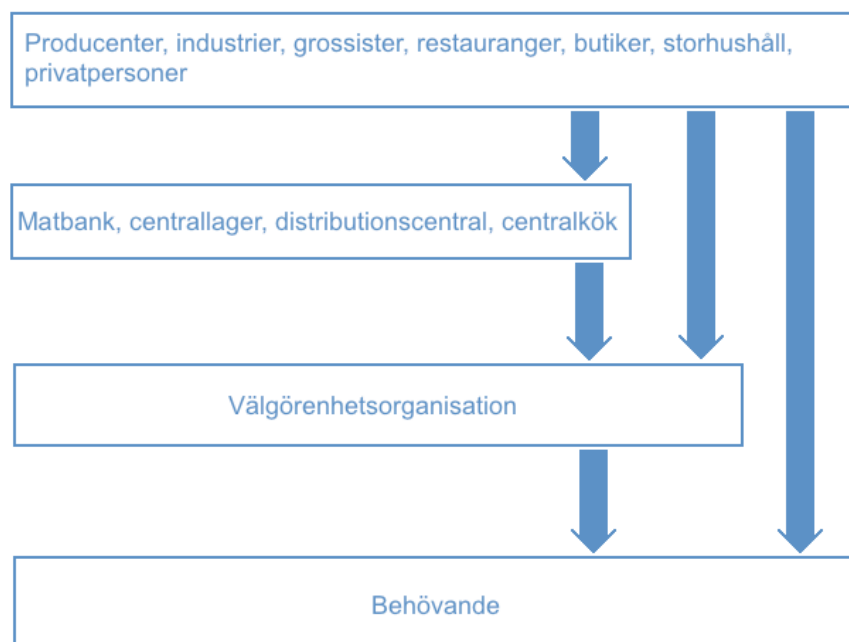
## 2.8 Matbanker och liknande verksamheter

Världens första matbank grundades år 1967 av John Van Hengel i Phoenix, USA. Frankrike blev först i Europa genom Bernard Dandrel från den katolska välgörenhetsorganisationen Secours Catholique. Tillsammans med bland annat Emmaus och Frälsningsarmén grundade han landets första matbank år 1984. Två år senare grundades European Federation of Food Banks (FEBA), en stödorganisation för Europas matbanker (European Federation of Food Banks, 2015a). Numera finns det matbanker etablerade i 36 länder världen över (Eriksson och Strid, 2013). 256 matbanker, fördelade på 21 Europeiska länder, är i dagsläget registrerade hos FEBA, bland annat i Storbritannien, Tyskland, Norge och Danmark.

År 2013 distribuerade Europas matbanker 402 000 ton mat till cirka 5.7 miljoner människor (European Federation of Food Banks, 2015b). I Sverige har syftet med att skänka överbliven mat till välgörenhet historiskt sett varit att bistå behövande i samhället med mat. Den miljönytta som åtgärden kan innebära har uppmärksammats först under de senaste åren (Hanssen et al., 2014).

### 2.8.1 Matbanker i praktiken

En matbank fungerar som omfördelningscentral för mat som skänkts av olika aktörer inom livsmedelskedjan, se Figur 2.5. Matbanken distribuerar maten vidare till olika hjälporganisationer som slutligen fördelar maten till behövande, antingen i form av matkassar eller genom att servera tillagad mat (Naturvårdsverket, 2012). Matbankerna i sig ansvarar alltså inte för att dela ut eller servera maten till behövande, utan fungerar snarare som lagerlokal för maten innan den distribueras vidare (Hanssen et al., 2014; Naturvårdsverket, 2012). Mottagare av maten som skänkts kan till exempel vara kvinnojourer och härbärgen (Naturvårdsverket, 2012).



Figur 2.5. Flödesschema för hur donationer av mat kan gå från livsmedelsaktör till behövande.

Maten som kommer till matbanker behöver inte alltid ha skänkts för att den av olika anledningar blivit osäljbar. Det kan även handla om donationer av mat som annars hade gått att sälja, men som av olika anledningar skänks bort ändå. Sådana donationer innebär inte ett minskat matsvinn (Hanssen et al., 2014). Donationer av överbliven mat kan även ske direkt från livsmedelsaktör till välgörenhetsorganisation, utan att en matbank agerar mellanhand (Hanssen et al., 2014).

### **2.8.2 Finansiering och lönsamhet**

Kostnaderna för att driva en matbank eller liknande verksamheter är svåra att uppskatta och hur finansieringen sker kan variera (Eriksson och Strid, 2013). Vanligtvis betalar den livsmedelsaktör som skänker överbliven mat en summa för att få maten bortforslad. Priset kan ges per kilo livsmedel och är tänkt att täcka kostnader för transport och förvaring av maten (Naturvårdsverket, 2012). Även de pengar som välgörenhetsorganisationerna får in via donationer kan användas till att finansiera matbanken. Det praktiska arbetet med distribution av maten sköts vanligtvis gratis av frivilligarbetare (Eriksson och Strid, 2013). I allmänhet kan det dock vara svårt för en sådan verksamhet att bära sina egna kostnader (Hanssen et al., 2014).

Att skänka överbliven mat till välgörenhet kan innebära vinster både för den som skänker mat och för samhället i stort. För en butik som skänker mat kan åtgärden innebära ett stärkt varumärke, vilket kan bidra till både fler kunder samt en mer engagerad personal. Dessutom kan initiativet innebära att behövande i samhället får slipper gå hungriga, en vinst som kan vara svår att värdera i pengar (Eriksson och Strid, 2013). Mat som skänks till matbanker kan göra att konkurrensen på matmarknaden störs eftersom matförsäljningen kan minska till förmån för den mat som välgörenhetsorganisationerna serverar gratis (Eriksson och Strid, 2013).

### **2.8.3 Svårigheter och hinder**

Ett av de större problemen som organisationer som tar emot och tillreder skänkt mat måste hantera är hur fullständiga måltider ska kunna tillagas av den ojämna ström livsmedel som tillhandahålls. Det är svårt för en kock att planera en meny utan att veta exakt vilka livsmedel som finns tillgängliga. En annan svårighet är hur logistiken kring hämtning och lämning av maten ska organiseras, inte minst då matsvinnet hos olika livsmedelsaktörer kan variera i mängd och typ från dag till dag (Marthinsen et al., 2012; Stenmarck et al., 2011).

Nordiska ministerrådet kom 2014 ut med rapporten *Food Redistribution in the Nordic Region* där omfattningen av matbanker och liknande initiativ i Norden undersöks övergripande (Hanssen et al., 2014). Enligt undersökningen har de nordiska matbankerna inte upplevt några större problem med kvaliteten på maten som skänks, vilket kan bero på att skänkt mat måste följa svensk livsmedelslagstiftning på samma sätt som andra livsmedelsaktörer. Oberoende om maten säljs eller skänks bort måste den som serverar maten kunna garantera att den inte är skadlig för hälsan (Hanssen et al., 2014). Andra studier visar dock att lagstiftningen kan upplevas som en svårighet för aktörer som skänker bort överbliven mat (Marthinsen et al., 2012; Stenmarck et al., 2011).

Övriga aspekter som kan innebära svårigheter för organisationer som distribuerar mat till behövande är bland annat brist på förvaringsutrymme, svårigheter med att hålla maten kyld genom hela ledet från givare till behövande samt brist på utrymme

för tillredning av maten. Organisationerna kan också hämmas av tidsbrist och höga personalkostnader (Hanssen et al., 2014).

#### **2.8.4 Potential**

I flertalet rapporter föreslås matbanker som en av flera åtgärder som kan användas för att reducera matsvinnet i Sverige (Marthinsen et al., 2012; Naturvårdsverket, 2012). Enligt en studie av Eriksson och Strid (2013) där olika svinnreducerande åtgärders potential beräknades utifrån sex studerade Willys-butiker, har matbanker och liknande initiativ kapaciteten att reducera svinn av färskvaror med 35 %. Enligt studien är matbanker och liknande initiativ en av de åtgärder som har kapacitet att minska störst mängder matsvinn i butik.

Enligt Hanssen et al. (2014) har matbanker i Norden en relativt liten men viktig roll i livsmedelskedjans svinnreducerande arbete. Att de mängder svinn som kan förebyggas genom åtgärden är relativt små, vägs dock upp av de humanitära vinsterna med åtgärden. Redan idag utgör matdonationer enligt studien mer än 50 % av all mat som serveras hos många välgörenhetsorganisationer. Dessutom kan åtgärden fungera som ett gott föredöme för resten av samhället och sända ut budskapet till allmänheten om vikten av att hushålla med jordens resurser och minska matsvinnet (Hanssen et al., 2014).

Enligt Marthinsen et al. (2012) betraktar nordiska restauranger, storkök och hotell inte matbanker som en viktig svinnreducerande åtgärd, vilket kan bero på att matbanker ännu inte är ett välkänt begrepp och att kunskaperna inom området är små. En annan rapport, som riktar sig mot butiker och grossister, visar i stället på ett stort intresse för att använda matbanker (Stenmarck et al., 2011).

Stora mängder mat som hade kunnat skänkas till välgörenhet kastas idag, samtidigt som det finns ett stort antal människor som är i behov av mat. Svenska kyrkan tycker sig se ett ökat behov av donationer av mat i Sverige på senare år, främst till låginkomstgrupper såsom ensamstående mammor, unga vuxna samt pensionärer. Det tyder på att det finns potential för matbanker att växa och för konceptet att sprida sig till fler städer (Hanssen et al., 2014).

Enligt Lindbom et al. (2013) överstiger matsvinnet som uppkommer hos butiker i Sverige idag matbehovet hos det totala antalet hemlösa i landet. Aktörerna i livsmedelskedjan kan därför inte enbart förlita sig på att skänka bort mat till välgörenhet, utan måste använda sig av andra svinnreducerande åtgärder upptill.

Att skänka bort överbliven mat kan hjälpa till att minska det matsvinn som redan uppkommit, men för en mer långsiktig lösning måste strukturella förändringar till inom livsmedelskedjan, som tar sig an de primära orsakerna till att mat produceras och beställs i större mängder än vad som är nödvändigt (Lindbom et al., 2013). Det kan dessutom vara viktigare ur ett ekonomiskt perspektiv för livsmedelsaktörerna att försöka trimma flödet av matvaror än att skänka bort det matsvinn som redan uppkommit (Eriksson och Strid, 2013). Även om livsmedelsaktörernas överproduktion och överbeställningar minskar avsevärt kommer det antagligen finnas tillräckligt med mat över som kan skänkas till välgörenhet (Lindbom et al., 2013).

### 2.8.5 Givare

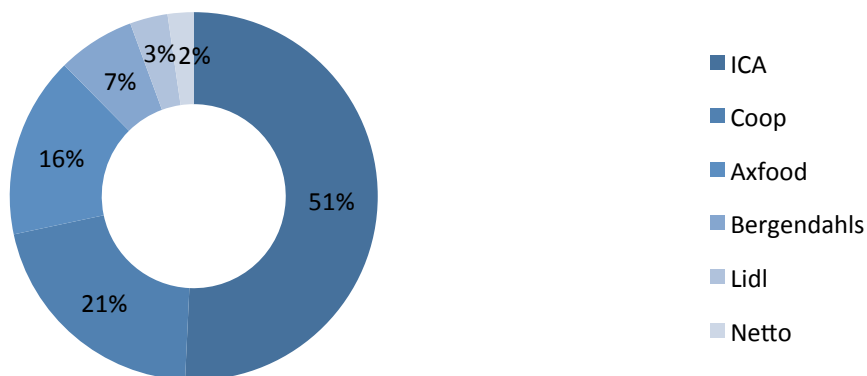
Aktörer inom livsmedelskedjan som kan fungera som givare av mat är bland annat livsmedelsproducenter, grossister, butiker och restauranger (European Federation of Food Banks, 2015a; Naturvårdsverket, 2012). Livsmedelsproducenterna är de aktörer som i nuläget bidrar med störst mängder mat till Nordens matbanker, samtidigt som det enligt samma studie är dagligvaruhandeln som bidrar med störst mängder mat i Sverige (Hanssen et al., 2014). Även grossister bidrar med mat till Nordens matbanker (Hanssen et al., 2014). De matproducenter som är involverade är vanligtvis belägna i närheten av själva matbanken.

Anledningen till att butiker utgör en relativt liten del av det totala bidraget till Nordens matbanker kan vara logistiska begränsningar, inte minst då butiker genererar relativt små och varierande mängder mat jämfört med matproducenterna (Hanssen et al., 2014). Dessutom kan det vara så att butiker i Norden i större utsträckning vänder sig direkt till välgörenhetsorganisationerna, utan att gå via en matbank (Hanssen et al., 2014).

#### **Dagligvaruhandeln**

2013 fanns det 3 273 livsmedelsbutiker i Sverige som totalt omsatte 232 miljarder kronor. Siffrorna omfattar de sex största livsmedelskedjorna i Sverige som är ICA, Coop, Axfood, Bergendahls, Lidl och Netto (DLF, 2014). Figur 2.6 visar fördelningen av försäljningen mellan de olika kedjorna. De fyra största kedjorna står för över 90 % av dagligvaruhandelns totala omsättning.

### Fördelning av dagligvaruhandelns marknadsandelar 2013



Figur 2.6. Fördelning av svenska livsmedelsbutikers totala försäljning 2013. Siffrorna kommer från DLF (2014).

ICA äger över hälften av alla marknadsandelar inom svensk dagligvaruhandel (DLF, 2014). Företaget ägs av ICA Gruppen. Varje ICA-butik ägs och drivs i sin tur av butikens egen ICA-handlare, vilket innebär att varje butik kan anpassa utbud och koncept efter de lokala förhållandena. 2014 fanns det 1 314 stycken ICA-butiker i Sverige (ICA Gruppen, 2015).

Företaget arbetar för att minska sitt matsvinn i lager och i butik. Bland annat samarbetar ICA med Frälsningsarmén som tar tillvara och skänker bort varor från ICA:s lager, som på grund av olika anledningar inte kan säljas i butik trots att de är ätbara. Utöver den centrala överenskommelsen finns det många lokala initiativ mellan enskilda ICA-handlare och välgörenhetsorganisationer där varor, till exempel med kort utgångsdatum eller skadade förpackningar skänks bort till behövande (ICA, 2015b). Resurskocken på ICA Kvantum Malmborgs Tuna i Lund är ett annat initiativ för ett minskat matsvinn. Mat tillagas i butiken av varor som sorterats ut och som annars skulle ha kasserats. De färdiga rätterna säljs sedan i butiken till ett lägre pris. Enligt butiken tar de på så vis hand om 80 % av den mat som annars skulle ha kastats (ICA, 2015c).

Även Coop och Axfood arbetar med att minska butikernas matsvinn. Bland annat samarbetar ett antal Coop Konsum-butiker i Göteborg med företaget Allwin som hämtar överblivna varor från butikerna och skänker till olika typer av välgörenhetsorganisationer. Under 2013 skänkte butikerna totalt 80 ton mat till Allwin. Liknande initiativ pågår även i Stockholm (KF, 2013). En del butiker som är knutna till Axfood arbetar med att minska sitt matsvinn genom lokala initiativ där mat skänks till välgörenhetsorganisationer (Axfood, 2013).

### **2.8.6 Mottagarorganisation**

I Sverige skänks mat främst via lokala initiativ, direkt från givare till de verksamheter som delar ut maten till behövande, utan att gå via en matbank (Hanssen et al., 2014). Både organisationer som endast verkar på loka nivå, och nationellt utbredda organisationer kan ha verksamheter som tar emot skänkt mat.

Sverige har inga matbanker registrerade hos FEBA (European Federation of Food Banks, 2015a). Det finns dock flera organisationer som använder sig både av själva begreppet matbank och någon form av konceptet i sig. Dessutom finns det ett företag, Allwin, som fungerar som matbank, men som driver verksamheten kommersiellt och tar betalt av livsmedelsaktörerna för tjänsten. Företaget distribuerar maten till olika välgörenhetsorganisationer (Allwin, 2015a).

Matbankerna som anges i informationsrutan har varierande storlek men antas utgöra de större matbankerna i Sverige. De kallar sig inte alla för matbanker, utan använder begrepp som centrallager, centralkök och distributionscentral.

#### **Matbanker i Sverige:**

- Frälsningsarmén: Stockholm, Västerås och Göteborg (Hanssen et al., 2014)
- Stadsmissionen: Stockholm och Malmö (Malm, 2015; Hornbäck, 2015)
- Hela Människan: Norrköping (Strand, 2015)
- Allwin: Göteborg (Allwin, 2015a)

Matbankerna är inte registrerade på något lättillgängligt sätt, vilket innebär att det är svårt att kartlägga alla Sveriges matbanker. Det kan exempelvis finnas matbanker som verkar lokalt, som inte har någon kontakt med liknande verksamheter i övriga delar av landet. De matbanker som anges i informationsrutan bör därför ses som Sveriges större matbanker, med vetskapen om att det kan förekomma fler verksamheter som använder sig av begreppet.

## **2.9 Intervju och enkätundersökning**

Intervjuer och enkäter är metoder som kan användas som bygger på människors svar på olika frågor för att samla in information om ett visst fenomen. En intervjustudie och enkätundersökning kan vara både kvantitativ och kvalitativ, beroende på hur och vilka frågor som ställs.

### **2.9.1 Att utföra en intervjustudie**

Den kvalitativa forskningsintervjun kan vara rätt metod att använda när syftet med en studie inte är att få fram siffror och hårda fakta, utan att undersöka mjukare värden, till exempel att analysera och tolka ett visst fenomen utifrån hur det uppfattas ur olika intervjupersoners perspektiv. Intervjustudiens tillvägagångssätt är beskrivet i informationsrutan nedan (Kvale och Brinkmann, 2009).

Intervjustudiens sju steg:

- Tematisering: Formulering av undersökningens syfte
- Planering: Upplägg för undersökningen planeras utifrån syftet
- Intervju: Intervjuer utförs med hjälp av en intervjuguide
- Utskrift: Intervjumaterialet transkriberas och förbereds för analys
- Analys: Intervjumaterialet analyseras med lämplig metod
- Verifiering: Resultatens validitet, reliabilitet och generaliserbarhet fastställs
- Rapportering: Resultaten redovisas på lämpligt vis

### **Strukturerad, semistrukturerad eller öppen intervju**

En forskningsintervju kan struktureras upp på olika sätt beroende på vad syftet med själva intervjun är. Hur strikt intervjuaren väljer att förhålla sig till förutbestämda frågor kan variera beroende på vad syftet med intervjustudien är. Tre olika typer av intervjumetoder kan väljas därefter. Vid en strukturerad intervju ställs frågor alltid på samma sätt och i samma ordning, likt en muntlig enkätundersökning. I den öppna intervjun styr intervjupersonen samtalet och intervjuaren ser endast till att samtalet hålls inom rätt ämne. Den halvstrukturerade eller semistrukturerade intervjun placeras mellan den strikta enkätundersökningen och det helt öppna samtalet (Höst et al., 2006). Vid en semistrukturerad intervju använder sig intervjuaren av en förutbestämd intervjuguide men låter intervjupersonen leda samtalet och bestämma var fokus ska ligga. Intervjuguiden för en semistrukturerad intervju kan innehålla ämnen som ska tas upp under intervjun, med förslag på vilka frågor som kan ställas under varje kategori. Om frågorna ska ställas i en specifik ordning och om samma frågor måste ställas till alla intervjupersoner är det upptill intervjuaren att avgöra (Kvale och Brinkmann, 2009).

Intervjun spelas med fördel in för att sedan transkriberas då detta förenklar analys av intervjumaterialet (Kvale och Brinkmann, 2009). Antalet intervjupersoner som krävs beror på vad syftet med intervjuerna är, men varierar vanligtvis mellan 5–25 stycken (Kvale och Brinkmann, 2009).

### **Analys av intervjumaterial**

Kvalitativ analys av intervjumaterialet kan ske med hjälp av olika metoder. Med kvasi-statistiska metoder räknas förekomsten av specifika ord eller typer av ord för att utreda hur viktiga olika aspekter verkar vara. Mallbaserade metoder innebär i sin tur



att ett antal förbestämda nyckelord eftersöks i de transkriberade intervjuerna. Nyckelorden tas fram utifrån tidigare forskning och lärdomar inom ämnet. Editerade metoder liknar mallbaserade metoder med undantaget att nyckelorden fastställs efterhand, beroende på intervjuernas innehåll, i stället för att bestämmas i förväg. Det är då inte tidigare vetenskap som ligger till grund för valet av nyckelord utan snarare analyspersonens tolkning av innehållet i intervjuerna (Höst et al., 2006).

Kvaliteten på en intervju kan bland annat avgöras utifrån hur relevanta svar intervjupersonen ger, hur långa och utförliga svaren är i förhållande till frågorna, svarens spontanitet samt hur väl intervjuaren följer upp svar som är relevanta för studiens syfte (Kvale och Brinkmann, 2009). Vid kvalitativa studier kan metodtriangulering öka validiteten. Det innebär att flera olika metoder används för att angripa problemställningen från olika håll. Resultaten från de olika angreppssätten kan sedan jämföras för att öka resultatens trovärdighet (Hedin, 1996).

### **2.9.2 Att utföra en enkätundersökning**

Arbetet med att utföra en enkätundersökning inleds med att syfte och frågeställningar formuleras. Därefter bestäms urvalsgruppen, det vill säga vilka som ska ta besvara enkäten. När detta klarlagts tas frågorna till enkäten fram vartefter enkäten och ett följebrev konstrueras. Enkäten distribueras därefter till urvalsgruppen. Avslutningsvis ska informationen bearbetas och analyseras innan resultatet presenteras (Ejlertsson, 2005).

Målgruppen för en enkätundersökning kallas population. Vid en totalundersökning tillfrågas alla personer i populationen. Totalundersökning är inte alltid möjligt, särskilt om det handlar om en omfattande population. Då en totalundersökning inte går att utföra kan ett slumpmässigt stickprov dras ur populationen. För att undvika partiskhet i undersökningen krävs det att stickprovet görs på ett sådant sätt att det blir representativt för hela populationen (Ejlertsson, 2005).

När frågorna till enkäten formuleras är det viktigt att hålla språket enkelt och att anpassa formuleringar efter enkätens målgrupp. Det är också viktigt att inte ställa ledande frågor och att inte använda sig av dubbla negationer. Innebörden av frågan ska vara tydlig så att feltolkningar i största möjliga mån undviks (Ejlertsson, 2005).

Externt bortfall innebär att personer i urvalsgruppen av någon anledning inte svarar på enkäten. Internt bortfall innebär i sin tur att tillfrågade personer avstår från att svara på enskilda frågor i enkäten. Att en person väljer att inte svara på en enkät kan ha många anledningar och ju större bortfallet är desto osäkrare blir resultaten från undersökningen. En åtgärd som kan utföras för att minska det externa bortfallet är att skicka ut påminnelser till de i urvalsgruppen som inte svarat på enkäten (Ejlertsson, 2005).

När svaren ska bearbetas och analyseras skiljer sig metoderna inledningsvis åt beroende på om frågorna är öppna eller om det finns fasta svarsalternativ. Svaren på de öppna frågorna behöver först skrivas ut och kategoriseras i olika grupper innan de kan behandlas på samma sätt som flervalsfrågorna. Svaren presenteras i tabeller och diagram, beroende på vilken metod som anses vara mest överskådlig för varje specifikt fall (Ejlertsson, 2005).

### **3. Genomförande av enkät och intervjuer**

---

För insamling av information och data utförs dels en intervjustudie riktad mot matbanker och övriga mottagarorganisationer, dels en enkätundersökning som riktar sig mot livsmedelsbutiker. Den typen av metodtriangulering utförs för att skapa en mer omfattande bild av hur åtgärden fungerar i Sverige idag och för att styrka studiens validitet då frågeställningarna besvaras utifrån oberoende källors perspektiv.

#### **3.1 Intervjuer med matbanker och övriga mottagarorganisationer**

Intervjustudien innehåller både en kvantitativ och en kvalitativ del. Kvantitativ data samlas in med avseende på hur stora mängder mat som skänks till matbankerna och mottagarorganisationerna. I den mån det är möjligt samlas även kvantitativ data in för att utreda vilka kostnader matbankerna och mottagarorganisationerna har. För att utreda vilka svårigheter och hinder olika aktörer stöter på och vilken potential åtgärden har, innehåller intervjuerna även en kvalitativ del. Syftet med intervjuerna är också att få en tydligare bild av hur åtgärden fungerar rent praktiskt i olika organisationer.

Insamling och utdelning av skänkt mat sker både i liten skala, mellan enskilda givare och mottagarorganisationer, samt i större omfattning genom matbanker som samlar in mat och delar ut den till flera olika verksamheter. För att få en så representativ bild som möjligt av hur donationer av mat går till i Sverige, kontaktas intervjupersoner som representerar verksamheter med skiftande storlek och struktur. Det innebär att ansvariga på de största matbankerna i Sverige kontaktas, såväl som ansvariga för mindre verksamheter som enbart tar emot mat för sin egen verksamhets räkning. Personerna som kontaktas för intervju anses ha den kunskap som krävs för att svara på studiens frågeställningar. Intervjustudien avslutas när fler intervjuer inte längre bedöms kunna tillföra tillräckligt mycket ny information. Intervjupersonerna beskrivs i Tabell 3.1.

En semistrukturerad intervjumetod används, vilket för den här studien innebär att övergripande områden som ska behandlas under intervjun bestäms i förväg och sammanställs i en intervjuguide. Dessutom sammanställs ett antal förslag på frågor som kan ställas inom varje område, som sedan kan användas som vägledning under intervjun. Alla frågor måste därmed inte ställas under varje intervju, utan beroende på intervjupersonens kunskaper och erfarenheter kan mer eller mindre vikt läggas vid ett specifikt område. Frågorna formuleras så öppna som möjligt för att undvika att styra intervjupersonen och för att kvaliteten på svaren ska bli så hög som möjligt. Intervjuguiden återfinns i bilaga B.

Intervjuer utförs via telefon eller personligen, beroende på var i landet intervjupersonen befinner sig och om ett fysiskt möte är möjligt eller ej. Om samtycke medges spelas intervjuerna in med diktafon och transkriberas i efterhand till text. De intervjupersoner som på grund av tidsbrist inte har möjlighet att vara med på en längre intervju medverkar i stället i en förkortad version av intervjun, utan inspelning. Vid start och slut av varje intervju klargörs vad som får publiceras offentligt i studien.

**Tabell 3.1. Organisation samt ansvarsområde för de intervjuade personerna, intervjuform samt om intervjun spelats in eller ej.**

<b>Organisation</b>	<b>Intervjuperson</b>	<b>Intervjuform</b>	<b>Samtal inspelat</b>
Allwin, Göteborg	Simon Eisner, grundare av matbanken	Kortare telefonintervju	Nej
Frälsningsarmén, Göteborg	Jan Jansson, ansvarig för Matbanken Väst	Telefonintervju	Ja
Frälsningsarmén, Stockholm	Isac Felixson, verksamhets-samordnare på matbanken	Telefonintervju	Ja
Hela Människan, Norrköping	Kimmo Strand, ansvarig på matbanken	Kortare telefonintervju	Nej
Hemlösas Hus, Helsingborg	Carina Tegnér, föreståndare	Personlig intervju	Ja
Ny Gemenskap, Stockholm	Anna Malmqvist,	Kortare telefonintervju	Nej
Skåne Stadsmission	Petra Hornbäck, platschef Café David	Personlig intervju	Ja
Stockholm Stadsmission	Marie Malm, insamlings-ansvarig på centrallagret	Telefonintervju	Ja
Stockholm Stadsmission	Anne Lunde Dinesen, projektledare Matcentralen	Kortare telefonintervju	Nej

När intervjusvaren bearbetas och analyseras används olika metoder beroende på vilken typ av fråga som avses. Intervjufrågor som rör praktiska detaljer gällande strukturen kring åtgärden kategoriseras i tabeller för att sedan jämföras. Det gäller bland annat frågor om mängder, typ av mat, antal givare och förvaringsmöjligheter. För en kvalitativ analys av svårigheter, hinder och potential, används en editerande metod. Det innebär att kategorier skapas utifrån vilka aspekter som de olika intervjupersonerna för på tal och utifrån vilka aspekter som återkommer hos flera intervjupersoner. Fortsatt analys utgår därefter från respektive kategori.

### **3.2 Enkät till ICA-handlare**

Enkätundersökningens målgrupp, eller population, är alla matbutiker i Sverige. Av praktiska och tidsmässiga skäl är en totalundersökning där alla butiker tillfrågas inte möjligt att genomföra. Genom ett samarbete med ICA Gruppens miljöavdelning distribueras i stället en enkät som riktar sig till alla ICA-handlare i Sverige.

Enkäten skickas till alla ICA-handlare i Sverige via ICA Gruppens interna e-post. ICA-handlarna kan genom e-posten svara på enkäten digitalt. Efter att enkäten varit öppen i en vecka skickas en påminnelse ut till de ICA-handlare som ännu inte svarat på enkäten. Via ICA:s programvara för enkäter sammanställs sedan resultaten av informationsansvarig på företaget.

Då ICA Gruppen är intresserad av att ta del av resultaten från enkäten för att använda i företagets fortsatta miljöarbete uppmuntrar de alla ICA-handlare att svara på enkäten. Genom att enkäten distribueras centralt via ledningen och eftersom ICA Gruppen visar att de är positivt inställda till att skänka överbliven mat till behövande från butik, förväntas svarsfrekvensen bli högre jämfört med om enkäten skickas ut endast för examensarbetets räkning.

Enkäten syftar till att samla in såväl kvantitativ som kvalitativ information från butikerna. Kartläggningen av hur stora mängder mat som skänks från butikerna, hur frekvent de skänker mat samt om det tar längre tid för dem att skänka maten än att kasta den, utgör projektarbetets kvantitativa delstudie. Dessutom samlas kvalitativ information in om vilka svårigheter butiker som skänker mat stöter på samt varför vissa butiker inte skänker mat till behövande.

För att underlätta sammanställning och analys av resultaten anpassas frågorna efter urvalsgruppens storlek och den potentiella svarsfrekvensen. I största möjliga mån används därför flervalsfrågor, där ett antal fasta svarsalternativ är möjliga. Öppna frågor, där svarande har möjlighet att skriva egna svar i en kommentarsruta, används endast då en flervalsfråga inte anses kunna ge ett tillfredsställande svar på den aktuella frågan. Enkätfrågorna och medföljande introduktionsbrev återfinns i bilaga C och D.

## 4. Resultat

---

Nedan följer en sammanställning av resultat från intervjuer med ansvariga på matbanker och övriga mottagarorganisationer samt resultat från enkäten som skickats till ICA-butikerna. Kapitlet är strukturerat efter frågeställningarna som beskrivs i kapitel 1.1. För varje frågeställning redovisas först resultaten från intervjuerna, organisation för organisation, följt av resultaten från enkätundersökningen. En sammanfattning av intervjuerna finns i bilaga E.

### 4.1 Åtgärdens struktur

#### 4.1.1 Resultat från intervjuade matbanker och mottagarorganisationer

Inledningsvis beskrivs varje intervjuad organisation kortfattat. Dessutom redogörs för varje verksamhets struktur, bland annat med avseende på vilka typer av givare de samarbetar med, hur ofta mat hämtas från givarna, tillgång till bil och förvaringsmöjligheter. Resultaten sammanfattas sedan i Tabell 4.1- 4.3.

#### *Allwin*

Allwin grundades av Simon Eisner 2010 och ägs av stiftelsen Gemensamt Engagemang. Företaget säljer en logistiktjänst vars syfte är att minska matsvinnet från livsmedelskedjan och förenkla distributionen av mat till välgörenhetsorganisationer. Allwin tar dagligen emot mat från 28 stycken butiker i Göteborg och fler är på gång att ansluta sig. Ibland tar de även emot pallar med mat från producenter. Maten distribueras i kylbil till olika typer av organisationer såsom kyrkor, föreningar och kaféer för hemlösa (Eisner, 2015). Enligt Allwins policy delas mat som passerat bäst-före-datum aldrig ut och mindre än 1 % av maten som skänkts har haft problem med dålig kvalitet (Eriksson och Strid, 2013; Hanssen et al., 2014).

#### *Frälsningsarmén nationellt*

Frälsningsarmén är en kristen organisation som grundades av William Booth 1865 (The Salvation Army, 2015). Organisationen finns i 100 olika städer i Sverige och i 126 länder världen över (Frälsningsarmén, 2015a; Frälsningsarmén, 2015b). Totalt serverar Frälsningsarmén i Sverige över 50 000 portioner mat per år fördelat på 26-50 platser samt delar ut 10 000-25 000 matpaket på 11-25 platser. All mat som delas ut medför dock inte ett minskat matsvinn då en del av maten kommer från sponsorer (Hanssen et al., 2014). Frälsningsarmén har tre större distributionscenter som fungerar som matbanker i Stockholm, Västerås och i Göteborg (Hanssen et al., 2014). Av tidsmässiga skäl intervjuades endast ansvariga på matbanken i Göteborg och i Stockholm.

#### *Frälsningsarmén Göteborg*

Jan Jansson är ansvarig för Matbanken Väst i Göteborg och intervjuades för studien. Matbanken har fem stycken regelbundna givare (Jansson, 2015). Mest mat bidrar producenter, t.ex. brödproducenter, samt grossister med. Matbanken har enbart tillgång till några få kylar och frysar i sina lagerlokaler och de har inte heller tillgång till någon kylbil. Det har gjort att de valt att inte ta emot kyl- och frysvaror till matbanken annat än i enstaka specialfall. Vanligtvis hämtar verksamheten maten hos olika givare två dagar i veckan i en personbil med lastutrymme. Den insamlade maten delas sedan ut till tio av deras verksamheter i Göteborg, Varberg och Alingsås (Jansson, 2015).

### **Frälsningsarmén Stockholm**

Isac Felixson, verksamhetssamordnare för Frälsningsarméns matbank i Stockholm, representerade verksamheten i intervjustudien. Matbanken tar mer eller mindre regelbundet emot mat från åtminstone fem olika givare (Felixson, 2015). Även här är det större matföretag såsom grossister och i viss utsträckning producenter som bidrar med störst mängder mat. De tar däremot inte emot mat från privatpersoner eller tillagad mat från restauranger som stått framme under en längre tid.

I samarbetet med en större grossist har matbanken anlitat ett transportföretag som hämtar maten i kylda transporter. Dessutom har matbanken en större skåpbil med kyl- och fryslådor som de använder för att hämta mat från de mindre givarna. På matbanken finns två lagerlokaler samt flertalet kylar och frysar i varierande storlek. Matbanken delar ut maten till 16 av Frälsningsarméns verksamheter i Stockholmsområdet (Felixson, 2015).

### **Hela Människan**

Hela Människan är en rikstäckande organisation med kristen värdegrund som samarbetar med olika kyrkor i landet. Svenska kyrkan är den största samarbetspartnern (Hela Människan, 2015). Kimmo Strand är ansvarig på Hela Människans matbank i Norrköping.

Hela Människan hämtar en gång i veckan mat från sex stycken butiker i verksamhetens egen frysbil (Strand, 2015). Matbanken har inga egna, större förvaringsutrymmen och de har endast tillgång till en vanlig frys. I stället för att förvara den skänkta maten på matbanken försöker de att direkt distribuera den till fyra församlingar i närheten som är anslutna till matbanken (Strand, 2015).

### **Hemlösas Hus**

Carina Tegnér är föreståndare för Hemlösas Hus i Helsingborg. Organisationen har under de senaste tio åren drivit ett härbärge för hemlösa (Tegner, 2015). För tillfället genomgår verksamheten stora förändringar då härbärget, som tidigare hade plats för 36 nattgäster, ska läggas ned. Själva härbärget är numera stängt för nattgäster men fortfarande serveras frukost, lunch och middag i verksamhetens lokaler med mat som skänkts till dem.

Hemlösas Hus i Helsingborg tar emot mat från minst 11 regelbundna givare. Deras främsta givare är två skolkök i närheten som varje dag skänker bort den skolmat som blivit över. Verksamheten tar emot den mesta av den mat som erbjuds dem.

Hemlösas Hus har inte tillgång till någon kyld transport, utan hämtar varje dag mat i en skåpbil. De hämtar maten själva i första hand, men privatpersoner och restauranger som skänker mat sporadiskt kommer ibland själva och lämnar mat till verksamheten. I verksamhetens lokaler har de tillgång till flertalet kylar och frysar samt förvaring för kolonialvaror, det vill säga torrvaror som exempelvis konserver, ris eller pasta (Tegner, 2015).

### **Ny Gemenskap**

Ny gemenskap är en ideell förening som bland annat är verksam i Stockholm. Anna Malmqvist är platschef för verksamheten i Stockholm och intervjuades för studien. De har bland annat verksamhet i Västberga gård, i Västberga söder om Stockholm, som

tar emot skänkt mat och serverar den direkt till behövande. Maten hämtar de med egen bil, i princip varje dag, från två butiker i närområdet. Då de inte har tillgång till ett tillagningskök tar de främst emot mat som inte behöver tillagas utan kan serveras till frukost och liknande (Malmqvist, 2015).

### ***Stadsmissionen nationellt***

Sveriges Stadsmissioner är en riksförening som de lokala Stadsmissionerna har möjlighet att bli medlemmar i, om de uppfyller vissa krav i sin verksamhet. Bland annat handlar kraven om att Stadsmissionernas sociala funktion hanteras på ett professionellt sätt samt att verksamheten bygger på en kristen värdegrund (Sveriges Stadsmissioner, 2014). Sveriges Stadsmissioner skänker mat till behövande i Stockholm, Göteborg, Uppsala, Skåne, Västerås, Linköping och i Kalmar (Hanssen et al., 2014).

### ***Skåne Stadsmission***

För Skåne Stadsmission intervjuades Petra Hornbäck som är platschef på Café David i Malmö. Café David tar emot mat från åtminstone fem olika givare på regelbunden basis och fungerar som ett centralkök för Skåne Stadsmission (Hornbäck, 2015). Större producenter och grossister står för merparten av den mat som skänks. Café David tar inte emot tillagad mat som stått framme. Dessutom måste maten levereras i slutna förpackningar.

Ungefär tre gånger i veckan hämtar och levererar Café David mat som skänks, med hjälp av tre skåpbilar. Ibland lämnar dessutom livsmedelsaktörerna själva maten. På Café David har de tillgång till en större restaurangkyl samt flertalet frysar att förvara maten i. Utöver den mat som används direkt på Café David levereras mat även ut till Stadsmissionens verksamheter i Malmö, Lund och Kristianstad (Hornbäck, 2015).

### ***Stockholm Stadsmission***

För Stockholm Stadsmission intervjuades Marie Malm som är insamlingsansvarig på centrallagret i Stockholm. Dessutom intervjuades Anne Lunde Dinesen, projektledare för projektet Matcentralen vars syfte är att utveckla Stockholm Stadsmissions hantering av skänkt mat.

Det är oklart hur många givare som skänker mat till centrallagret hos Stockholm Stadsmission, men minst fyra aktörer nämns under intervjun (Malm, 2015). Främst är det grossister och matkassaföretag som skänker mat. Endast då givaren kan bistå med kyld transport tar centrallagret emot varor som kräver kylning. Dessutom tackar de nej till mat som är tillagad och som stått framme, exempelvis bufféer på restauranger. Centrallagret har tillgång till fyra lastbilar utan kylförvaring, som de hämtar mat med varje vecka. På lagret finns inga kylar eller frysar. Maten delas ut till Stadsmissionens verksamheter i Stockholmsområdet (Malm, 2015).

### ***Sammanfattning av de intervjuade verksamheternas struktur***

Tabell 4.1 visar en sammanställning av vilka organisationer och verksamheter som intervjupersonerna företräder. Sex av de åtta intervjuade verksamheterna fungerar som omfördelningscentral eller matbank och distribuerar mat till andra verksamheter. Övriga tar endast emot mat för sin egen verksamhets räkning. Resultaten gäller enbart för de intervjuade verksamheterna och behöver därför inte spegla hur det fungerar i övriga delar av organisationen.

Tabell 4.1. Intervjuade organisationer, vilken typ av verksamhet inom organisationen som intervjupersonen företräder samt om den insamlade maten distribueras vidare till fler verksamheter eller stannar på den egna verksamheten.

Organisation	Verksamhet	Mottagare
Allwin, Göteborg	Matbank	Olika hjälporganisationer, Göteborg
Frälsningsarmén, Göteborg	Matbank	10 verksamheter, Göteborg Varberg, Alingsås
Frälsningsarmén, Stockholm	Matbank	16 verksamheter, Stockholm
Hela Människan, Norrköping	Matbank	4 församlingar, Norrköping
Hemlösas Hus, Helsingborg	Öppet hus	Endast egen verksamhet
Ny Gemenskap, Stockholm	Västberga gård, öppet hus	Endast egen verksamhet
Skåne Stadsmission	Café David, öppet hus	Egen verksamhet + verksamhet i Malmö, Lund, Kristianstad,
Stockholm Stadsmission	Centrallager	Flera verksamheter, Stockholm

I Tabell 4.2 har de intervjuade verksamheternas givare sammanställts. Antalet regelbundna givare som intervjupersonerna nämner att de samarbetar med beskrivs, såväl som vilka typer av givare som nämnts under intervjuerna. De typer av givare som anges inkluderar både regelbundna och sporadiska givare. Anledningen till att också de sporadiska givarna nämns är att det ibland kan vara svårt att kategorisera givarna som antingen regelbundna eller sporadiska. Vissa givare kan till exempel skänka mat vid flera tillfällen, men inte enligt ett regelbundet mönster.

Tabell 4.2. Antalet regelbundna givare samt vilka typer av regelbundna och sporadiska givare som nämnts under intervjuerna (fetstil = givare som skänker störst mängd).

Organisation	Antal/Typ av Givare
Allwin, Göteborg	28/ <b>Butik</b> , producent
Frälsningsarmén, Göteborg	5/ <b>Grossist, producent</b> , bageri, butik, restaurang
Frälsningsarmén, Stockholm	Minst 5/ <b>Grossist</b> , bageri, butik, matkasseföretag, restaurang, matlagningsprogram
Hela Människan, Norrköping	6/ <b>Butik</b>
Hemlösas Hus, Helsingborg	Minst 11/ <b>Skolkök</b> , grossist, bageri, butik, producent, privatperson, restaurang
Ny Gemenskap, Stockholm	2/ <b>Butik</b>
Skåne Stadsmission	Minst 5/ <b>Grossist, producent</b> , bageri, butik, privatperson, matkasseföretag
Stockholm Stadsmission	Minst 4/ <b>Grossist</b> , producent, bageri, matkasseföretag

Tabell 4.3 visar hur frekvent de olika organisationerna tar emot mat samt vem som ansvarar för transporten. Dessutom visas vilken typ av transportfordon som de har tillgång till, om de har tillgång till kylida transporter samt vilka förvaringsmöjligheter de intervjuade verksamheterna har.



Tabell 4.3. Hur ofta de intervjuade verksamheterna hämtar mat och om de hämtar den själva, typ av fordon som maten hämtas i samt om de har tillgång till kylid transport. Slutligen visas vilka förvaringsmöjligheter som verksamheterna har.

Organisation	Hämtningar	Bilar/kylid transport	Förvaringsmöjligheter
Allwin, Göteborg	5 ggr/vecka. Hämtar själva	1 kylbil/Ja	Ja <sup>1</sup>
Frälsningsarmén, Göteborg	2 ggr/vecka. Hämtar själva.	1 personbil med lastutrymme/Nej	Lager + kylar + frysar
Frälsningsarmén, Stockholm	Varje vecka. Anlitat transportföretag/hämtar själva	1 skåpbil/Ja	2 lager + 12 kylar + 5 frysar
Hela Människan, Norrköping	1 gång/vecka. Hämtar själva	1 frysbil/Ja	1 frys
Hemlösas Hus, Helsingborg	Varje dag. Hämtar främst själva	1 skåpbil/Nej	Lager + 5 kylar + 11 frysar
Ny Gemenskap, Stockholm	Varje dag. Hämtar själva	Vanlig bil/Oklart	Oklart/ Endast uppvärmnings-kök
Skåne Stadsmission	3 ggr/vecka. Hämtar främst själva	3 skåpbilar/Oklart	Lager + kyl + frysar
Stockholm Stadsmission	Varje vecka. Hämtar främst själva	4 lastbilar/Nej	Lager

<sup>1</sup>(Åhnberg, 2011)

#### 4.1.2 Enkätsvaren från ICA-butikerna

Enkäten skickades ut till alla 1314 ICA-butiker i Sverige. Av de 283 personer som öppnat enkäten svarade 269 stycken. Tabell 4.4 visar enkätens svarsfrekvens utifrån det totala antalet ICA-butiker i Sverige samt svarsfrekvensen specifikt för de olika butikstyperna. Vissa enkätfrågor riktar sig enbart till de som angett ett visst svar på en tidigare fråga, vilket innebär att totala antalet svarande kan variera för olika frågor. Antalet svarande (n) anges därför för varje enkätfråga tillsammans med antalet möjliga svaranden för frågan. På frågan om vilket format som butiken har svarade 268 av de totalt 269 svarande (n=268 av 269).

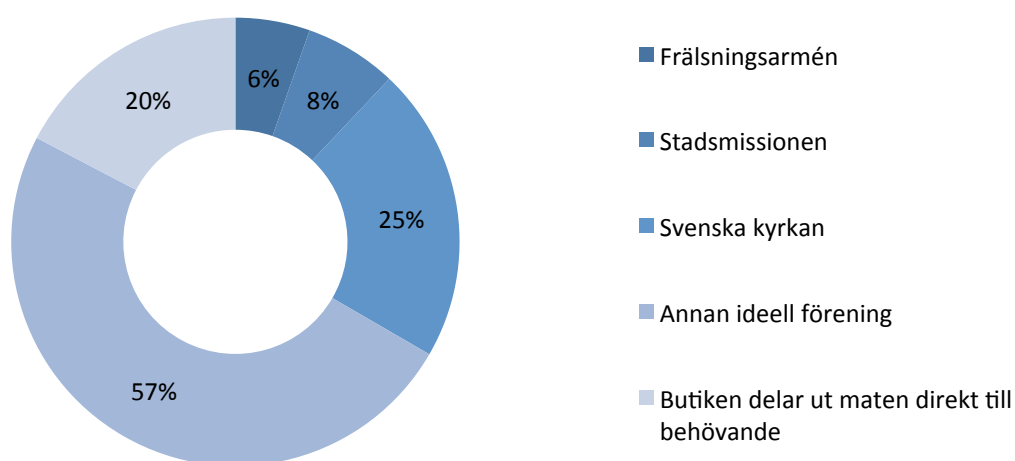
Tabell 4.4. Svarsfrekvens utifrån det totala antalet svarande för varje butiksformat.

Butiksformat	Antal butiker i Sverige	Antal svarande på enkäten	Andel svarande av antal i Sverige (%)
Maxi ICA Stormarknad	79	21	27
ICA Kvantum	123	41	33
ICA Supermarket	431	99	23
ICA Nära	676	107	16
ICA To Go	5	0	0
<b>Totalt</b>	<b>1 314</b>	<b>269</b>	<b>20</b>

Figur 4.1 visar vilka organisationer som tar emot maten från ICA-butikerna och delar ut den till behövande. Enligt de ICA-handlare som svarat på enkäten är Svenska kyrkan den enskilda aktör som tar emot mat från flest antal butiker, 25 % av butikerna. 57 % av butikerna har angett att de skänker mat till annan organisation än de föreslagna alternativen. Här nämns flera mindre organisationer. Även

Pingstkyrkan nämns av flera butiker. Endast 6 % respektive 8 % av butikerna anger Frälsningsarmén eller Stadsmissionen som mottagarorganisation. 20 % av butikerna delar ut maten direkt till behövande. Det bör dock noteras att svaren inte säger något om vilka organisationer som tar emot störst mängder mat, utan endast antalet butiker som de tar emot mat från.

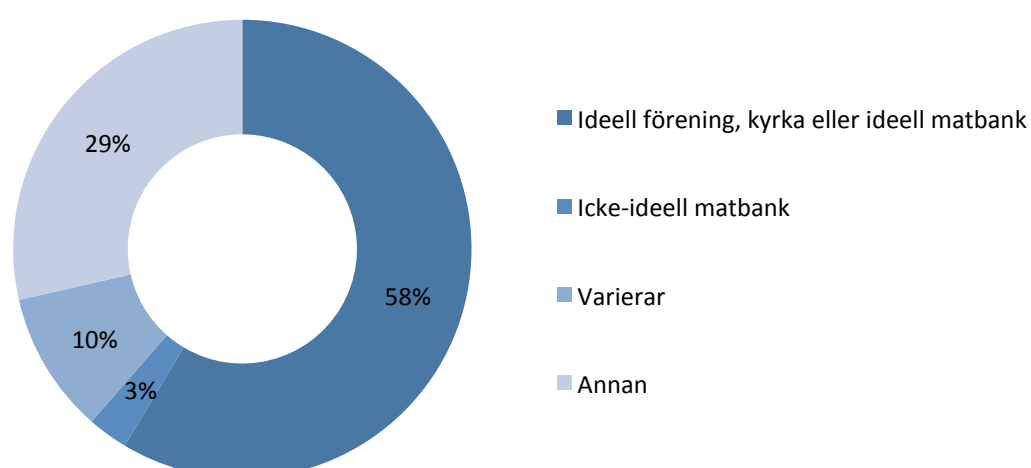
## Mottagarorganisationer



Figur 4.1. Mottagarorganisation som delar maten som butikerna skänker till behövande (n=65 av 77). Butikerna kunde kryssa för fler än ett svarsalternativ.

Figur 4.2 visar vilken aktör som ansvarar för att hämta maten som butikerna skänker bort.

## Transport av maten från butiken



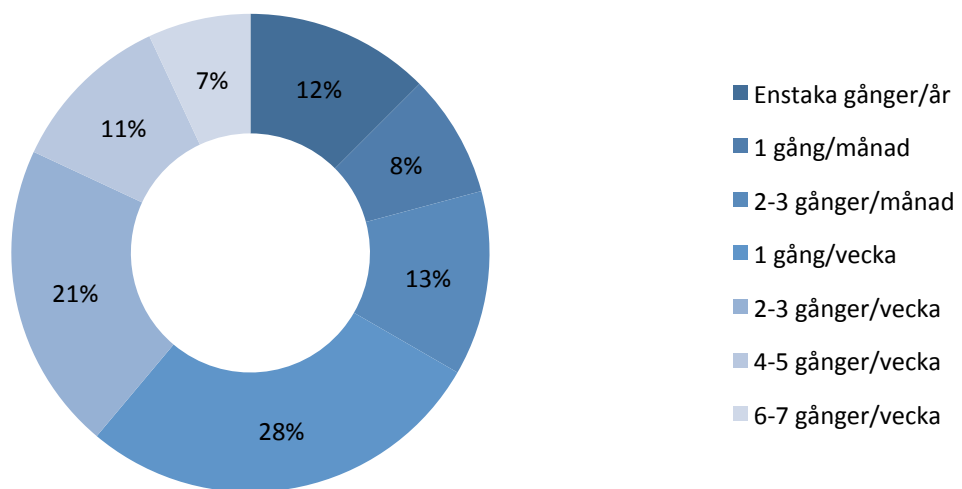
Figur 4.2. Ansvarig för transporten av maten från ICA-butikerna (n=70 av 77).

Enligt 58 % av ICA-handlarna är det en ideell organisation eller matbank som hämtar maten. Även Svenska kyrkan och andra kyrkor som tar emot mat inkluderas i

kategorin. 4 % av butikerna svarar att en kommersiell matbank ansvarar för att hämta maten. Som kommersiell aktör anger organisationerna uteslutande Allwin i Göteborg. För de 29 % som svarat att det är en annan aktör som hämtar maten är det främst privatpersoner samt de behövande själva som anges. Ingen av butikerna ansvarar själva för att transportera maten till mottagarorganisationen.

Vanligast, 28 % av butikerna, är att skänka mat en gång per vecka, se Figur 4.3. Därefter har 21 % av butikerna angett att de skänker mat två till tre gånger per vecka och 13 % skänker mat två till tre gånger per månad. 12 % av butikerna skänker mat enstaka gånger per år.

### Hämtningsfrekvens



Figur 4.3. Hur ofta mat skänks från butikerna till behövande (n=72 av 77).

## 4.2 Mängd mat som skänks av butiker, matbanker och övriga mottagarorganisationer

Då endast ett fåtal av de intervjuade verksamheterna registrerar hur stora mängder mat de tar emot, är resultaten gällande deras omfattning oklara. Frälsningsarméns matbank i Stockholm samt Allwin i Göteborg var de enda verksamheterna som kunde ange specifikt hur stora mängder de hanterar. De ICA-butiker som svarat på enkäten skänker i sin tur totalt 2 400-5 500 kilo mat per vecka. Beräkning av hur stora mängder som skänks totalt i Sverige sker i analysen, kapitel 5.2.

### 4.2.1 Resultat från intervjuade matbanker och mottagarorganisationer

Tabell 4.5 visar hur mycket mat som de intervjuade verksamheterna tar emot varje vecka. Då Allwin samt Frälsningsarméns matbank i Stockholm är de enda verksamheter som registrerar hur mycket mat de tar emot varje vecka är mängderna som anges för övriga verksamheter endast exempel på hur mycket de brukar få in varje vecka från specifika givare.

Tabell 4.5. Exempel på hur stora mängder mat som skänks från specifika givare till organisationerna.

Organisation	Mängd mat/vecka
Allwin, Göteborg	Totalt ca 2 800 kilo/vecka <sup>†</sup>
Frälsningsarmén, Göteborg	Ex. 32 banankartonger mat/vecka
Frälsningsarmén, Stockholm	Totalt ca 500 kg/ vecka
Hela Människan, Norrköping	Ex. 7 sopsäckar bröd + 2 frysbackar kött/vecka
Hemlösas Hus, Helsingborg	Oklart
Ny Gemenskap, Stockholm	Ex. 4 sopsäckar bröd/vecka
Skåne Stadsmission	Ex. 150 l juice, fil, yoghurt + 250 bröd + 10 pkt kaffe/vecka
Stockholm Stadsmission	Oklart

<sup>†</sup> Genomsnitt utifrån siffror för årlig mängd 2014, hämtade på Allwins hemsida (2015b)

#### **Allwin**

2014 distribuerades cirka 147 ton mat till behövande via Allwins distributionstjänst. Den skänkta maten motsvarar cirka 326 000 portioner (Allwin, 2015b).

#### **Frälsningsarmén Göteborg**

Matbanken Väst i Göteborg registrerar inte hur mycket mat de tar emot varje vecka. Från en givare får de två pallar med matvaror varannan vecka, från en annan får de matvaror i cirka 32 banankartonger varje vecka. Dock räcker maten som skänks vanligtvis till att fylla de 115 matkassar som delas ut till behövande varje vecka. Endast i undantagsfall tillagas och serveras den skänkta maten direkt i verksamheten (Jansson, 2015).

#### **Frälsningsarmén Stockholm**

Ansvarig på Frälsningsarméns matbank i Stockholm för detaljerade anteckningar om hur stora mängder och vilken typ av mat de tar emot varje vecka (Felixson, 2015). Tabell 4.6 visar exempel på hur många kilo mat som delats ut av matbanken under fyra olika veckor.

Tabell 4.6. Mängd mat som delas ut till Frälsningsarméns olika verksamheter i Stockholm under fyra specifika veckor (Felixson, 2015). Den årliga mängden är uppskattad utifrån det beräknade medelvärdet.

Vecka	Mängd (kg/vecka)
9	684
10	626
11	261
12	564
Medel	534
<b>Årlig mängd</b>	<b>27 768</b>

Varje vecka delas drygt 500 kg mat ut av matbanken till de olika verksamheterna. På årlig basis innebär det nära 28 ton mat. Maten distribueras till behövande både i form av matkassar och som tillagade portioner. Den skänkta maten utgör endast ett komplement till mat som köps in, även om vissa av de anslutna verksamheterna är mer eller mindre beroende av donationerna för att ha råd att distribuera mat till behövande i den utsträckning som de gör idag (Felixson, 2015).

### **Hela Människan**

Exempel på vad Hela Människan hämtar varje vecka är cirka sju fulla sopsäckar med bröd samt ett par frysbackar med kött varje vecka. Den skänkta maten utgör endast ett komplement till den mat som köps in av verksamheterna. En av Hela Människans verksamheter, Ria Center, delar ut 10-20 matkassar varje vecka och totalt delade de ut 100 matkassar i januari månad (Strand, 2015).

### **Hemlösas Hus**

Hemlösas Hus kan inte ange specifikt hur mycket mat de tar emot varje vecka. Dock serverar de cirka 95 portioner mat i verksamheten varje dag, frukost, middag och lunch inkluderat, varav i princip allt kommer från skänkt mat. Bara vid enstaka tillfällen delar de ut mat i form av matkassar (Tegnér, 2015).

### **Ny Gemenskap**

Varje vecka tar Ny Gemenskap emot cirka fyra sopsäckar med bröd från en av sina givare. Utöver det kan intervjupersonen inte ange några exakta mängder för hur mycket mat de tar emot. Den skänkta maten utgör en liten del av all mat som verksamheten distribuerar och den används främst till frukosten som serveras till 30-40 personer per dag. Lunchen består i sin tur enbart av köpt mat (Malmqvist, 2015).

### **Skåne Stadsmission**

Inte heller Skåne Stadsmission registrerar exakt vilka mängder mat som de tar emot totalt varje vecka. Varje vecka tar de dock emot sammanlagt 150 liter juice, fil och yoghurt och från lokala bagerier får de cirka 250 bröd. Dessutom skänker en butik cirka tio paket kaffe i veckan. På Café David kompletterar maten främst den frukost och fika som serveras. Eftersom lunchen serveras för ett lågt pris innehåller den ingen skänkt mat (Hornbäck, 2015).

### **Stockholm Stadsmission**

Centrallagret registrerar inte hur mycket mat de tar emot, dock handlar det om europapallar som hämtas vid varje tillfälle. Maten delas ut både som tillagade portioner och som matkassar. Totalt har Stockholm Stadsmission cirka 3000 besökare varje dag, hur många av dem som äter av maten som serveras är dock

oklart. Dessutom utgör den skänkta maten en relativt liten del av det som serveras i verksamheterna (Malm, 2015).

#### 4.2.2 Enkätsvaren från ICA-butikerna

Cirka 30 % (31 %) av de ICA-butiker som svarat på enkäten skänker sporadiskt eller regelbundet mat till behövande. Tabell 4.7 visar andelen av de svarande butikerna som skänker mat till behövande fördelat på de olika butikstyperna.

Tabell 4.7. Andel av de svarande butikerna som skänker mat till behövande, med avseende på butiksformat.

Butiksformat	Andel som skänker mat till behövande (%)
Maxi ICA Stormarknad	52 <sup>1</sup>
ICA Kvantum	40 <sup>2</sup>
ICA Supermarket	32 <sup>3</sup>
ICA Nära	22 <sup>4</sup>
<b>Totalt</b>	<b>31<sup>5</sup></b>

<sup>1</sup> n=21 av 21, <sup>2</sup> n=38 av 41, <sup>3</sup> n=89 av 99, <sup>4</sup> n=101 av 107, <sup>5</sup> n=250 av 269

De tre län med högst antal svarande butiker är Stockholms län, Västra Götalands län samt Skåne län i sjunkande ordning. Andelen butiker som skänker mat till behövande i respektive län är 32 %, 47 % respektive 27 %.

Tabell 4.8 visar hur mycket mat som butikerna skänker i genomsnitt varje vecka, inklusive förpackningarnas vikt. Vanligast, med 67 % av butikerna, är att 0-50 kg mat skänks per vecka. 16 % av butikerna skänker i sin tur 51-100 kg varje vecka. En butik skänker mer än 300 kg mat per vecka. Totalt skänker de svarande butikerna 123-286 ton mat varje år (i genomsnitt cirka 205 ton/år). Det innebär ett genomsnitt på 3,2 ton mat per år och butik.

Tabell 4.8. Antal butiker som vanligtvis skänker mat inom de olika mängdintervallen (kg/vecka), hur fördelningen är mellan de olika intervallen (%), samt den totala mängden mat som skänks (n=64 av 77).

Mängd (kg/vecka)	Antal butiker	Andel (%)	Total mängd, min-max (kg/vecka)	Genomsnittsmängd (kg/vecka)
0-50	43	67	0 - 2 150	1 080
51-100	10	16	510 - 1 000	760
101-150	4	6	404 - 600	500
151-200	2	3	302 - 400	350
201-250	3	5	603 - 750	680
251-300	1	2	251 - 300	280
Mer än 300	1	2	≥ 300	≥ 300
Totalt	64	100	2 370 - 5 500	3 940
<b>Årlig mängd</b>			<b>123 240 - 286 000</b>	<b>204 620</b>

### **4.3 Åtgärdens kostnader och ekonomisk lönsamhet**

När ekonomisk lönsamhet beskrivs för de intervjuade verksamheterna avses huruvida de tjänar på att använda sig av åtgärden i jämförelse med om maten i stället hade köpts in. Dessutom beskrivs i stora drag hur verksamheterna finansieras. Allwin är den enda kommersiella matbanken som intervjuats och är därför den enda intervjuade aktören om potentiellt sett kan gå med vinst. För ICA-butikerna beskrivs i kapitlet de aspekter som kan medföra att en butik sparar eller förlorar pengar på att använda sig av åtgärden. Beräkning av vad de olika aspekterna kan innebära för kostnader eller besparingar för en butik sker i analysen i kapitel 5.3.

#### **4.3.1 Resultat från intervjuade matbanker och mottagarorganisationer**

Flera intervjupersoner tar upp kostnader som en aspekt som kan innebära svårigheter för deras verksamhet. Organisationerna finansierar i huvudsak sina verksamheter med hjälp av gåvomedel. Ingen av de ideella organisationerna tar betalt av, eller betalar, givarna för den mat de tar emot. Däremot tar Allwin betalt av sina samarbetspartner för att utföra tjänsten.

##### **Allwin**

Allwin får inget finansiellt stöd varken från välgörenhetsorganisationer eller från myndigheter, utan finansieras av anslutna matbutiker som betalar en fast avgift för att ta del av tjänsten (Eisner, 2015). Kostnaden för de anslutna butikerna ligger på cirka 100-170 kronor per dag och ska täcka kostnader för lastbil, förare, drivmedel, marknadsföring, försäkringar samt övrig administration (Allwin, 2015b). Totalt kostar tjänsten ungefär en miljon kronor per år och lastbil (Eisner, 2015).

Enligt Eisner (2015) uppstår konkurrens under olika förutsättningar mellan de ideella och de kommersiella matbankerna. Allwin måste ta betalt för tjänsten då hela företagets idé bygger på att sälja en distributionstjänst till livsmedelsaktörer. Samtidigt hämtar de ideella verksamheterna maten gratis hos livsmedelsaktörerna.

##### **Frälsningsarmén Göteborg**

Frälsningsarméns matbank i Göteborg utreds för närvarande, då organisationen inte vet om matbanken är lönsam eller ej. Personalkostnader samt kostnader för bil, drivmedel och hyra av lokaler är stora och måste vägas mot vad kostnaderna hade varit om tjänsten exempelvis utfördes av ett matkassaföretag. Alla kostnader som är förknippade med verksamheten är knutna till Matbanken Väst och finansieras av Frälsningsarmén centralt.

##### **Frälsningsarmén Stockholm**

Felixson (2015) beräknar varje vecka vad den insamlade maten skulle ha kostat om den i stället hade inhandlats i butik. Kostnaderna för de olika varorna är uppskattade utifrån det ungefärliga inköpspriset i butik eller utifrån ett beräknat medelpris för en viss typ av vara. I Tabell 4.9 redovisas den skänkta matens uppskattade värde under fyra olika veckor.

Totalt har maten som skänks till matbanken ett uppskattat värde på cirka 1,9 miljoner kronor per år. Frälsningsarméns matbank i Stockholm är enligt Felixson (2015) ekonomiskt lönsam för organisationen eftersom den gör att de olika verksamheterna kan sänka sina matkostnader.

Tabell 4.9. Uppskattning av vad mat som delats ut till Frälsningsarméns verksamheter i Stockholm under fyra specifika veckor skulle ha kostat att köpa in (Felixson, 2015). Det årliga värdet är uppskattat utifrån det beräknade medelvärdet för fyra veckor.

Vecka	Matens uppskattade värde (kr/vecka)
9	32 220
10	44 423
11	29 899
12	38 285
Medel	36 207
<b>Årligt värde</b>	<b>1 882 764</b>

### ***Hela Människan***

Hela Människan bekostar sin matbank i Norrköping till stor del med pengar som de får in via försäljning i organisationens second hand-butik (Strand, 2015). Matbanken har ambitionen att i större utsträckning använda sig av volontärer för att minska kostnaderna. Det är dock svårt att få tag på tillräckligt med frivilliga, som dessutom har rätt kompetens. Det kan exempelvis vara svårt att få tag på volontärer som har körkort för lastbil. I stället tvingas de anställda sköta större delar av arbetet, vilket blir mer kostsamt för organisationen (Strand, 2015).

### ***Hemlösas Hus***

Eftersom Hemlösas Hus i princip inte behöver inhandla någon mat alls, utan klarar sig enbart på skänkt mat, är åtgärden enligt Tegnér (2015) antagligen lönsamt för dem. Dock utgör lönekostnader och kostnader för bil och bensin stora utgifter och hur mycket de tjänar på verksamheten är svårt att säga. Ibland tvingas verksamheten tacka nej till mat om den skänks i för små mängder, eftersom det inte blir lönsamt för dem att lägga tid och bränslekostnader på att köra och hämta maten. Maten som skänks måste därför åtminstone räcka till 20 portioner.

### ***Ny Gemenskap***

Ansvarig på Västberga gård, Ny Gemenskap, menar att kostnaderna för att följa livsmedelslagstiftningen och miljöförvaltningens krav på verksamheters livsmedels-hantering blir så höga att de har valt att inte tillaga mat i verksamheten utan endast hålla sig med ett uppvärmningskök (Malmqvist, 2015). Det innebär att de inte kan ta emot några större mängder mat utan att de i stället köper in tillagad mat som serveras direkt. Även kostnaden för serveringstillstånd innebär en stor belastning för en liten, ideell organisation. Dessutom innebär kraven att personalen dagligen måste utföra olika typer av kontroller, till exempel av temperaturen i kylan, vilket är tidskrävande för dem.

### ***Skåne Stadsmission***

För att minimera den arbetstid som personalen i Skåne Stadsmission lägger på distribuering av maten, försöker de i största möjliga mån att samköra hämtning och lämning av varor i Malmö, Lund och Kristianstad (Hornbäck, 2015).

### ***Stockholm Stadsmission***

De största kostnaderna för centrallagret rör personal, fordon, drivmedel samt trängselskatter. För att det ska bli lönsamt för verksamheten att hämta maten måste den skänkas i mängder av storleksordningen europapallar (Malm, 2015). I övrigt uppkommer kostnader för lagerlokal, bilar och drivmedel. Förhoppningen i



Matcentralens projekt är att involverade aktörer från livsmedelskedjan ska vilja vara med och finansiera en utvecklad matbank i utbyte mot att de får gå ut med att de skänker mat till behövande via Stadsmissionen, vilket kan innebära goodwill för livsmedelsaktörerna (Lunde Dinesen, 2015).

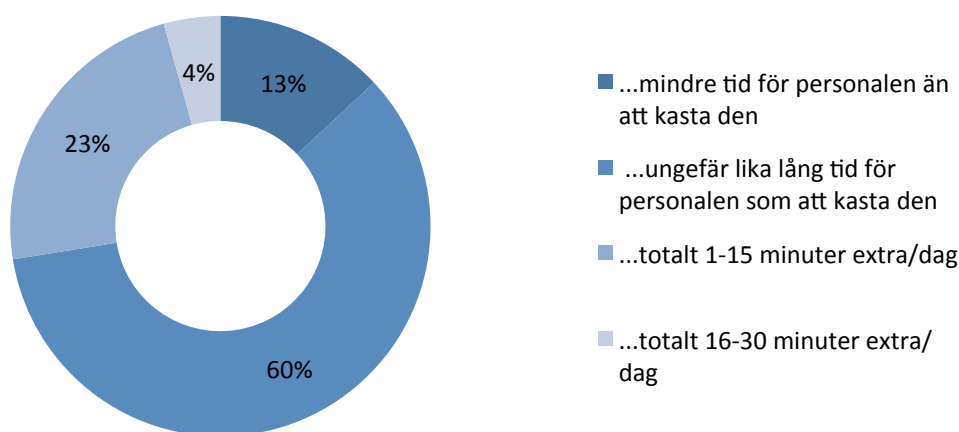
### 4.3.2 Enkätsvaren från ICA-butikerna

97 % av ICA-butikerna betalar ingenting för att få maten hämtad. Endast en butik betalar mottagarorganisationen en fast avgift för maten (n=68 av 77). På frågan vad avfallshanteringen för matavfallet kostar butikerna erhöles blandade svar. Frågan var formulerat så att svaret skulle anges i kronor per kilo matavfall. Vissa svar är dock givna som fasta månads- eller årsavgifter. I vissa fall har ingen enhet angivits, vilket gör det svårt att uppskatta en genomsnittlig viktbaserad kostnad. Dessutom är det oklart om de som angivit en viktbaserad taxa har inkluderat den eventuella fasta avgiften som tillkommer.

För matavfall som kastas med det brännbara avfallet har butikerna angivit kostnader på 0-5,95 kronor per kilo. För de butiker som har angivit avgifter per år ligger kostnaderna på 3 000-120 000 kronor per år. För matavfall som sorteras och slängs separat är kostnaderna i sin tur 0,3-3,5 kronor per kilo, eller upp till 240 000 kronor per år.

En övervägande andel, 60 %, av butikerna anser inte att personalen behöver lägga ner någon extra arbetstid på hanteringen av maten då den skänks bort i stället för att kastas, se Figur 4.4. 23 % menar att åtgärden kräver 1-15 minuter extra varje dag och 13 % av butikerna anser att den kräver kortare arbetstid av personalen. Enligt resterande 4 % tar det 16-30 minuter extra per dag om maten ska skänkas bort.

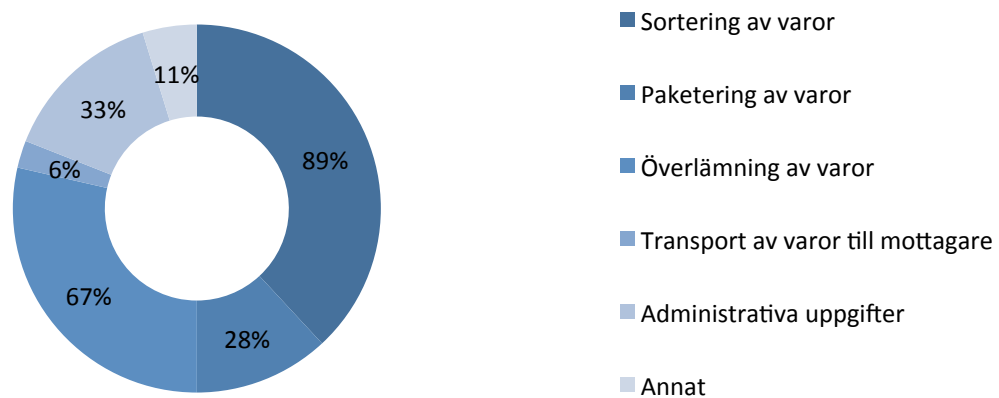
### Att skänka bort maten tar...



Figur 4.4. Tar det mer eller mindre tid för personalen att skänka bort maten än att kasta den (n=69 av 77).

De butiker som svarat att åtgärden kräver extra arbetstid för personalen menar att det beror på arbetsuppgifter enligt Figur 4.5. Främst är det sorteringen av varor, 89 %, samt överlämningen av varor till mottagarorganisationen, 67 %, som gör att det krävs mer tid av personalen, men även administrativa uppgifter, 33 %, samt paketering av maten, 28 %, är viktiga aspekter.

## Tidskrävande moment vid hanteringen av skänkt mat



Figur 4.5. Arbetsuppgifter som gör att det tar mer tid för personalen att skänka bort maten än att kasta den (n=12 av 13). Butikerna kunde kryssa för fler än ett svarsalternativ.

## 4.4 Åtgärdens klimatomässiga vinst

Klimatnyttan av att ta tillvara på mat från livsmedelskedjan beror på om och vilken typ av mat som kan produceras i mindre mängder på grund av att den skänkta maten äts upp i stället för att kastas. Den klimatomässiga vinsten beror även på vilken typ av mat som skänks samt på hur stora klimatomsläpp som genereras genom själva åtgärden, exempelvis genom transport av mat från givare till mottagarorganisation. Genom intervjuer och enkät behandlas transporter samt vilka typer av matvaror som skänks bort. Information kring om den skänkta maten leder till en total minskad matproduktion har inte erhållits via intervjuerna eller via enkäten. Dock förs en diskussion om frågan i kapitel 5.4.

### 4.4.1 Resultat från intervjuade matbanker och mottagarorganisationer

Intervjuade matbanker och övriga mottagarorganisationer kunde inte ge några specifika siffror på hur långa transporter de gör för distribution av den skänkta maten. Däremot visar Tabell 4.1 att majoriteten av intervjuade verksamheter håller sig inom samma stad för hämtning och lämning av mat. Undantagen är Frälsningsarméns matbank i Göteborg, som även distribuerar mat till verksamheter i Varberg och Alingsås, samt Skåne Stadsmission som från Malmö även distribuerar mat till Lund och till Kristianstad.

Tabell 4.10 visar vilka typer av matvaror som de intervjuade organisationerna tar emot från de olika givarna. Ingen av de intervjuade organisationerna kunde ange hur långa sträckor de transporterar maten, vilket hade varit av värde för att uppskatta vilken klimatompåverkan den skänkta maten har.

Tabell 4.10. Matvaror som intervjupersonerna nämnt att de tar emot (fetstil = varukategori som tas emot i störst mängd).

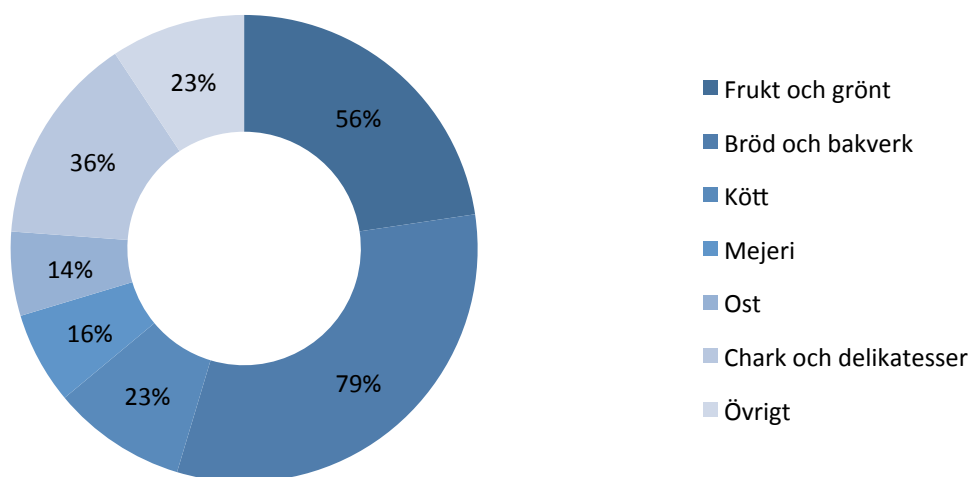
Organisation	Typer av mat
Allwin, Göteborg	Tjänlig mat som ej passerat sista förbrukningsdag <sup>1</sup>
Frälsningsarmén, Göteborg	<b>Kolonialvaror</b> , bröd
Frälsningsarmén, Stockholm	Kylvaror, frysvaror, kött, bröd, kolonialvaror, frukt, grönsaker, färdiglagat, chark
Hela Människan, Norrköping	<b>Fryst bröd, fryst kött</b> , frukt, grönsaker. Endast restriktiva varor märkta med sista förbrukningsdag
Hemlösas Hus, Helsingborg	<b>Skolmat</b> , bröd/kakor, kylvaror, kolonialvaror, frukt, grönsaker, halvfabrikat, sallader/smörgåsar
Ny Gemenskap, Stockholm	Frukt, grönsaker, kaffe, pålägg, bröd
Skåne Stadsmission	Kolonialvaror, ost, bröd, juice, fil, yoghurt
Stockholm Stadsmission	<b>Kolonialvaror</b> . Bröd och kött direkt till verksamheter

<sup>1</sup>(Allwin, 2015b)

### 4.4.2 Enkätsvaren från ICA-butikerna

I Figur 4.6 visas vilka varukategorier som butikerna skänker störst mängder mat ifrån. 79 % menar att "Bröd och bakverk" är en av de tre varukategorier som de skänker störst mängder mat ifrån. Även frukt och grönsaker skänks i stor utsträckning, 56 %. Minst mat skänks från kategorierna "Ost" och "Mejeri" där även ägg, fruktjuicer samt andra drycker ingår. Varor som hamnar under "Övrigt" är bland annat ris, pasta och konserver.

## Livsmedel som butikerna skänker bort



Figur 4.6. Varukategorier som butikerna skänker störst mängder mat ifrån med avseende på vikt (n=70 av 77). Varje butik kunde kryssa för som mest tre svarsalternativ.

## 4.5 Svårigheter och hinder med åtgärden

### 4.5.1 Resultat från intervjuade matbanker och mottagarorganisationer

Från intervjuerna med organisationerna framkom ett antal svårigheter och hinder som de stött på under sitt arbete med att ta emot skänkt mat. Svårigheterna har kategoriserats enligt Tabell 4.11 och antalet intervjupersoner som nämnt aspekten anges. Därpå följer en mer detaljerad beskrivning av varje aspekt. Då kostnader och lönsamhet redan beskrivits i kapitel 4.3.1 diskuteras aspekten inte ytterligare nedan.

Tabell 4.11. Svårigheter som tagits upp under intervjuerna och antal intervjupersoner som nämnt dem.

Svårighet	Antal intervjupersoner
Kostnader och lönsamhet	6
Acceptans	5
Risker, trovärdighet och respekt	5
Logistik	5
Oförutsägbarhet	4
Myndigheter och livsmedelslagstiftning	4

#### **Acceptans**

Flera intervjupersoner nämner acceptans i olika form som en betydande svårighet i arbetet med att ta emot skänkt mat och servera den till behövande. Det vanligaste problemet som beskrivs uppkommer vid de tillfällen som organisationerna tvingas tacka nej till att mat från givare. Organisationerna kan i de sammanhangen stöta på givare som har svårt att acceptera att maten inte kan tas emot.

En intervjuperson beskriver exempelvis att vissa har uppfattningen att organisationen är helt beroende av den skänkta maten och att de behövande blir utan mat om det inte skänks tillräckligt. Det kan då uppfattas som bortskämt av organisationen att tacka nej till mat. Så är dock inte fallet, utan den mat som de inte får in via donationer köper organisationen in i stället. En annan intervjuperson menar att det är viktigt att givarna tänker på att maten som de skänker bort är i bra skick och att de inte betraktar mottagarorganisationen som en soptipp. Flera av intervjupersonerna hävdar dock att de flesta av givarna visar förståelse för varför de blivit nekade efter att de fått förklarat för sig varför maten inte kan tas emot.

En annan aspekt som nämns av en intervjuperson är vikten av acceptans och samtycke uppifrån för att en aktör inom livsmedelskedjan ska börja skänka mat till behövande. Till exempel kan medarbetarna i en butik vara villiga att skänka bort överbliven mat till behövande, men om de är osäkra på butiksledningens inställning i frågan är det inte särskilt troligt att de tar initiativ till att börja med åtgärden. Är ledningen däremot tydliga med att de är positivt inställda till åtgärden är det mer troligt att mindre aktörer vågar börja skänka bort mat.

#### **Risker, trovärdighet och respekt**

Flera intervjupersoner nämner att de inte vill riskera att någon blir sjuk av maten som de serverar. De menar att det därför är bättre att ta det säkra före det osäkra och tacka nej till viss typ av mat. Det kan bland annat innebära att de inte tar emot tillagad mat från restauranger eller privatpersoner, inte minst när det gäller bufféer där maten kan ha stått framme under en längre tid. Flera organisationer har

dessutom valt att inte ta emot kyl- och frysvaror på regelbunden basis, eftersom risken för att maten blir dålig ökar om kyl- och frysdedjan inte kan säkerställas. Att hantera livsmedel innebär även en risk för organisationerna i sig, då de kan hamna i dåliga dager om det visar sig att de serverat otjänlig mat.

Flera organisationer nämner vikten av att bemöta de människor som kommer till dem med respekt och inte servera mat som inte hade serverats på andra ställen. En intervjuperson menar att människor som kommer till deras verksamheter inte sällan kan ha blivit illa behandlade av samhället och att de inte bemötts med den respekt som de borde. Det är därför extra viktigt att deras organisation är en plats där alla känner sig välkomna och respekterade.

En annan intervjuperson tar upp det moraliska dilemmat som det innebär att dela ut matkassar till människor som kanske inte har några andra alternativ, och därigenom bestämma åt dem vad de ska äta. Det är enligt intervjupersonen så betydande att de inom organisationen funderar på att sluta dela ut skänkt mat och i stället leta efter alternativ som ger de behövande en större frihet att välja vad de vill äta för mat.

Två intervjupersoner nämner att det viktigt att organisationen ger ett professionellt och tillförlitligt intryck gentemot givarna för att samarbetet mellan dem ska fungera väl. Exempelvis beskriver en av intervjupersonerna att en organisation kan uppfattas som oseriös om givarna endast ser hur maten hämtas i bagageutrymmet på en vanlig personbil. Trots att maten kanske körs direkt till verksamheten och placeras i kylförvaring, precis som när en privatperson handlar, kanske givarna misstänker att maten transporteras under en längre tid utan kylning. Det kan då vara svårt att lita på att maten hanteras enligt livsmedelslagstiftningen och att inte dålig mat serveras till behövande.

För att minska risken för missförstånd mellan givare och mottagare är det enligt flera intervjupersoner viktigt att en bra kontakt etableras så att alla inblandade aktörer kan lita på varandra och på att maten hanteras på ett professionellt sätt. När kontakten med en ny givare ska etableras är det därför viktigt att mottagar-organisationen utförligt förklarar hur de tänkt sig att verksamheten ska fungera rent praktiskt, hur de olika flödena av mat från givare till behövande ska se ut samt hur kyl- och frysdedjan ska kunna bibehållas genom alla steg.

### **Logistik**

Logistiken kring en verksamhet som tar emot skänkt mat kan innebära vissa svårigheter. Två intervjupersoner nämner att platsbrist ibland kan göra att de inte kan ta emot mat i de mängder som de har kapacitet att förbruka. Dessutom skänker större livsmedelsaktörer gärna stora partier mat på en gång, vilket kan vara svårt för mindre organisationer att ta emot och hinna göra av med.

En intervjuperson nämner att logistiken, särskilt i större städer, kan innebära en av de största begränsande faktorerna, eftersom transportererna både tar tid och är kostsamma. En annan intervjuperson förklarar att de i framtiden har visionen att leverera all mat till en verksamhet där de andra verksamheterna sedan kan hämta maten själva. Detta hade underlättat arbetet för verksamheten avsevärt. Flera intervjupersoner tror att logistiska aspekter utgör ett av de större hindren för dem att utöka sin verksamhet i framtiden.

En intervjuperson menar att uppstarten av nya samarbeten kan vara olika komplicerade beroende på storleken på givaren. Intervjupersonen tycker sig se att det är enklare att få igång ett fungerande samarbete med mindre butiker än med större. Anledningen är att en mindre butik har färre butiksanställda som behöver lära sig rutinerna kring maten som ska skänkas bort. Processen med att införa nya rutiner går långsammare när ett samarbete startas upp med en större butik med mer inblandad personal.

### ***Oförutsägbarhet***

En aspekt för organisationerna att förhålla sig till är att tillgången till skänkt mat kan variera. Vissa dagar har en butik stora mängder mat över, andra dagar har de kanske ingenting. Även vad det är för typ av mat som skänks kan skifta. En dag skänks kanske endast grönsaker, en annan bara mejerivaror. Dessutom varierar det hur stora mängder som skänks under året. Större mängder mat skänks vanligtvis kring jul än under sommaren. Det gör det svårt för organisationerna att planera måltider och komponera matkassar.

Planeringen försvåras ytterligare av att de varor som skänks inte sällan har ett kort utgångsdatum, vilket innebär att maten måste tillagas så fort som möjligt. Oförutsägbarheten gör att det blir svårt för organisationerna att endast förlita sig på skänkt mat och att de även måste köpa in mat. En intervjuperson menar att osäkerhetsfaktorer gör att det kan vara enklare att ta emot mat från grossister än från butiker eftersom grossisterna oftare skänker bort mat på grund av felmärkningar eller överbeställningar än på grund av kort utgångsdatum. Det ger en längre hållbarhetstid för mottagarorganisationerna att planera utifrån.

Flera intervjupersoner påpekar att behovet hos mottagarorganisationerna inte alltid stämmer överens med vad givarna är i behov av att skänka bort. Exempelvis kan det vara onödigt att dela ut matkassar som innehåller mjöl till personer som inte har tillgång till en ugn. Om kommunikationen mellan givare och mottagare fungerar väl och avstämning av hur behoven ser ut sker kontinuerligt, kan dessa problem enligt intervjupersonerna lindras.

### ***Myndigheter och lagstiftning***

I allmänhet anser inte intervjupersonerna att livsmedelslagstiftningen hindrar dem i processen att ta emot skänkt mat. Lagstiftningen fungerar snarare som ett stöd för organisationerna. Tydliga riktlinjer minskar risken för att dålig mat serveras i verksamheterna. En intervjuperson menar att de inte har några problem att fylla sina lager med mat trots att livsmedelslagstiftningen är relativt strikt. Ingen av intervjupersonerna nämner att de har problem med att de har serverat mat som gjort att människor blivit sjuka.

En intervjuperson hävdar dock att lagstiftningen och inspektioner från miljö- och hälsovårdsmyndigheten utgör det största hindret i deras arbete med att ta emot skänkt mat. Intervjupersonen menar att sunt förnuft och en standard likt den som hålls i ett vanligt hem borde räcka för att få servera mat i en så liten skala som de gör och att maten många gånger är okej att servera trots att den inte är godkänd enligt miljöförvaltningens krav.

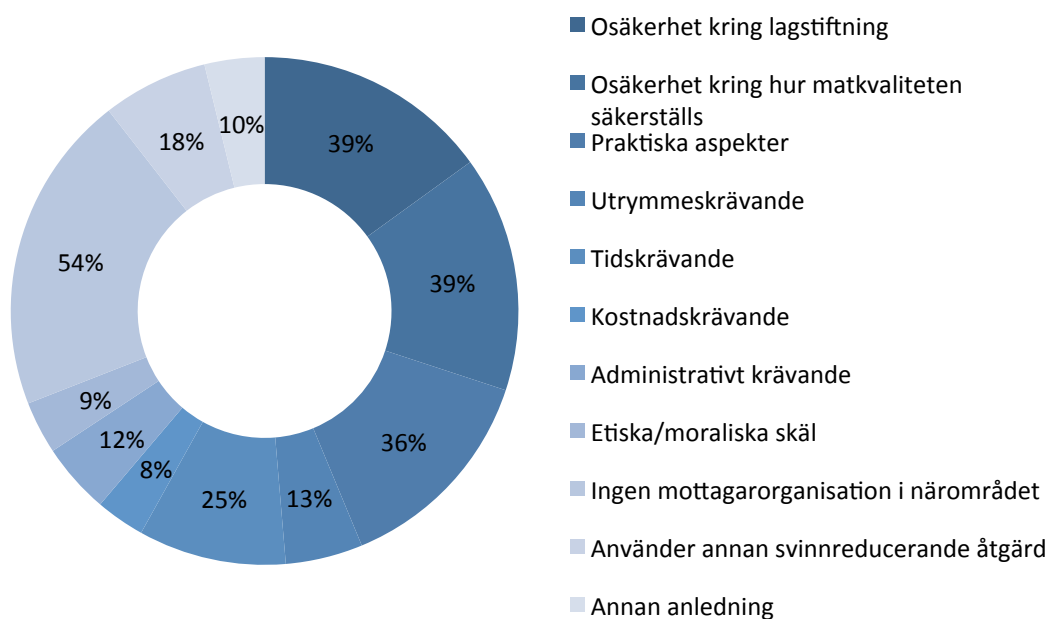
En annan intervjuperson har full förståelse för att lagstiftningen ser ut som den gör och är i sin helhet positivt inställd till den. Samtidigt kan personen ibland uppleva lagstiftningen som något hämmande och menar att mat ibland slängs på grund av lagstiftningen trots att den egentligen hade gått att äta. Samma intervjuperson menar också att det inte heller alltid är helt självklart hur en verksamhet ska bedrivas kring de här frågorna.

#### 4.5.2 Enkätsvaren från ICA-butikerna

Av de ICA-butiker som inte skänker mat till behövande menar 54 % att en av de viktigaste anledningarna är att det inte finns någon mottagarorganisation i närheten som kan ta emot maten, se Figur 4.7. Dessutom råder det enligt 39 % osäkerhet kring hur de ska kunna garantera att maten inte blir dålig samt vad som är tillåtet enligt lagstiftningen. Enligt 36 % är praktiska aspekter kring åtgärden ett stort hinder.

De som kryssat för "Annan anledning" anger bland annat att de får för små volymer över att skänka bort. Av de som angett att de använder annan svinnreducerande åtgärd nämner flest butiker att de tillagar maten själva. Även att skänka maten till lantbrukare som kan använda den som djurfoder eller att sänka priset på varor som håller på att gå ut nämns som andra svinnreducerande åtgärder.

### Anledningar till att inte skänka mat



Figur 4.7. De viktigaste anledningarna till att butiker inte skänker mat till behövande (n=170 av 173). Butikerna kunde kryssa i fler än ett svarsalternativ.

ICA har utvecklat ett standardavtal som butiker kan använda sig av i samarbeten med ideella organisationer. På frågan om butikerna är medvetna om att avtalet finns svarade 78 % nej (n=236 av 269). 5 % av de svarande använder sig av avtalet och resterande 17 % känner till avtalet men använder det inte.



## **4.6 Åtgärdens potential ur ett matavfallsförebyggande perspektiv**

### **4.6.1 Resultat från intervjuade matbanker och mottagarorganisationer**

Flera av intervjupersonerna tycker sig märka att behovet av mat från utsatta människor i samhället har ökat eller åtminstone att den mat de delar ut i dagsläget inte är tillräcklig för att mätta det behov som finns. I allmänhet upplever intervjupersonerna även ett ökat intresse av att skänka mat från olika livsmedelsaktörer. Intervjupersonerna upplever dessutom att människor i deras omgivning är positivt inställda till att de ägnar sig åt åtgärden.

Trots att intervjupersonerna ser en potential för matbanker i allmänhet, upplever flera intervjupersoner begränsningar kring utökad omfattning i den egna verksamheten. Det beror på aspekter som tidigare nämnts, såsom finansiering, utrymme och arbetskraft. En intervjuperson är exempelvis tveksam till om de skulle klara av att bedriva en verksamhet med fler samarbetspartner och större mängder mat ideellt.

En annan intervjuperson menar att eftersom maten inte är högst prioriterad i deras verksamhet har de inte möjlighet att lägga ner den tid och det kapital som skulle krävas för en utökad omfattning. En tredje verksamhet diskuterar för tillfället huruvida de överhuvudtaget ska fortsätta med åtgärden, både på grund av kostnadsmissiga skäl och eftersom åtgärden kan uppfattas som moraliskt tvivelaktig.

En organisation satsar dock stort på att undersöka hur de på bästa sätt kan utöka omfattningen av sin befintliga verksamhet. En annan intervjuperson ser att det finns en stor potential och hoppas på att organisationen i framtiden ska kunna utöka sin matbank. Utöver det finns det ytterligare intervjupersoner som är nöjda med den omfattning de har i dagsläget. De tar emot så mycket mat som de har kapacitet för, och har inga planer på att utöka omfattningen.

### **4.6.2 Enkätsvaren från ICA-butikerna**

Av de ICA-butiker som inte skänker mat till behövande menar cirka 68 % att de hade kunnat tänka sig att använda sig av åtgärden under förutsättningen att olika förbättringar kom till stånd. Av de butiker som redan skänker mat är det cirka 62 % som uppger att de kan tänka sig att skänka mer mat om olika förändringar genomfördes. Då dessa frågor ställdes öppet i enkäten, utan några fasta svarsalternativ, är de svarandes inställning till åtgärden tolkad utifrån vad de skrivit i löpande text. De givna procentsatser bör därför ses som uppskattningar av butikernas inställning till åtgärden, snarare än som exakta procentsatser. Enligt svaren efterfrågar butikerna i stor utsträckning:

- Tillförlitlig mottagarorganisation i närområdet som kan bistå med frekvent hämtning av maten
- En logistiskt smidig lösning och låg arbetsbörda för butiken
- Centrala riktlinjer, enklare administration samt en tydligare lagstiftning
- Efterfrågan och behov
- Ekonomisk lönsamhet samt större ekonomiska incitament
- Bättre återkoppling så resultatet av åtgärden blir tydlig och butikerna kan försäkra sig om att maten hamnar på rätt ställe och att den kommer till användning

Cirka 30 % av butikerna som i dagsläget inte skänker mat kan inte heller tänka sig att börja använda sig av åtgärden och ungefär 2 % är tveksamma. Av de butiker som redan skänker mat uppger cirka 38 % att de redan skänker allt som går att ge bort, eller att de av olika anledningar inte vill skänka mer.

De ICA-butiker som redan skänker mat till behövande anger att deras viktigaste incitament är att de vill utföra en god gärning både för människor och för miljön. Utöver det nämns även ekonomiska aspekter samt att åtgärden innebär goodwill för butiken.

## 5. Analys och Diskussion

---

### 5.1 Åtgärdens struktur

Verksamheter som tar emot skänkt mat från livsmedelskedjan kan ha olika struktur. Framförallt varierar de olika organisationernas praktiska uppbyggnad, samtidigt som deras vision och syfte med åtgärden är relativt samstämd.

#### 5.1.1 Olikheter

Antal och typ av givare skiljer sig åt mellan olika organisationer. Även hur stora mängder och vilken typ av mat som de tar emot varierar. Dessutom har organisationerna olika god tillgång till kylar, frysar och till kylda transporter.

#### *Matbankernas grundläggande struktur*

Även den grundläggande strukturen ser olika ut för de studerade verksamheterna. En matbank kan vara integrerad i organisationens övriga verksamhet, såsom Café David i Skåne Stadsmission, som både tar emot och serverar skänkt mat i den egna verksamheten samt skickar delar av maten vidare till Stadsmissionens verksamheter i Lund och Kristianstad. Verksamheten kallar sig dock inte för matbank. En matbank kan även fungera som en separat lagerlokal, såsom Frälsningsarméns matbank i Stockholm. Ett annat exempel är Hela Människan i Norrköping, vars verksamhet benämns som matbank, trots att de inte har tillgång till något centrallager att förvara den skänkta maten i. De distribuerar i stället den skänkta maten direkt till de olika församlingarna som de samarbetar med.

Det finns även verksamheter som inte kallas för matbanker, men som ändå kan ta emot betydande mängder skänkt mat. Ett exempel är Hemlösas Hus i Helsingborg, som inte fördelar skänkt mat till andra verksamheter utan endast tar emot mat för egen räkning. Effekten kan ändå vara betydande då Hemlösas Hus, till skillnad från många större verksamheter, i princip kan bedrivas enbart med hjälp av skänkt mat.

Anledningen till att åtgärden har implementerats i så olika form hos organisationerna och till att det kan tyckas godtyckligt vilka verksamheter som väljer att kalla sig för matbanker, kan vara att det inte finns någon strikt definition för vad en matbank är. Enligt FEBA (European Federation of Food Banks, 2015d) och enligt The Global Food Banking Network (GFN, 2015) är en matbank en verksamhet som tar emot överflödigt mat och skänker den till ideella organisationer som i sin tur delar ut den till människor som behöver den. Mycket mer specifik är inte definitionen när det gäller hur åtgärden ska implementeras rent praktiskt.

På grund av de olika organisationernas logistiska och ekonomiska förutsättningar kan olika upplägg vara att föredra. Tillgången till förvaringsutrymme kan till exempel avgöra hur många kylar och frysar som organisationen kan använda. Ekonomin kan vara avgörande för om organisationen har tillgång till kyld transport. Förvaringslokalens läge i förhållande till mottagande verksamheter, samt antalet verksamheter som ska ta del av den insamlade maten, kan också påverka hur organisationen valt att strukturera upp åtgärden.

### ***Kommunikationen mellan matbanker***

Ännu en anledning till att strukturen för de olika organisationerna varierar kan vara att kommunikationen mellan olika matbanker tycks vara relativt begränsad. Frälsningsarméns matbanker i Göteborg och i Stockholm verkar till exempel inte utbyta särskilt mycket information, trots att de arbetar för samma nationella organisation. Inte heller Stadsmissionens olika verksamheter i Skåne och i Stockholm samarbetar något nämnvärt kring åtgärden.

I stället verkar organisationerna förlita sig på den kunskap som finns inom den egna verksamheten. Då många organisationer har en lång tradition av att dela ut mat till behövande måste inte det vara enbart negativt, men eftersom matbanker av större omfattning är ett relativt nytt fenomen i Sverige skulle ett mer utbrett samarbete kunna underlätta för utvecklingen. Ett mer frekvent utbyte av information, råd och tips skulle till exempel kunna innebära att olika aktörer slipper göra samma typer av misstag.

### ***Tecken på ett ökat samarbete***

Även om samarbetet mellan matbanker verkar begränsat, pågår det projekt som syftar till att utveckla kommunikationen mellan olika matbanker, bland annat nätverket SaMMA, se kapitel 2.4.7, som sammanför berörda aktörer för att minska matsvinnet. Både Allwin och ICA är medlemmar i nätverket (SaMMA, 2012). Förhoppningsvis kan det leda till att utbytet av information ökar i framtiden.

Även IVL Svenska Miljöinstitutet, på uppdrag av Nordiska ministerrådet, arbetar för att förenkla distributionen av skänkt mat till behövande för olika inblandade aktörer. Syftet med det pågående projektet är att försöka ta fram riktlinjer och förslag på hur en sådan distribution kan gå till, som förenklar arbetet för de som vill använda sig av åtgärden (Hanssen, 2015).

### **5.1.2 Likheter**

Trots att strukturen på en verksamhet som delar ut skänkt mat till behövande kan se ut på olika sätt, finns det vissa gemensamma utgångspunkter som återkommer. Exempelvis sköts delar av arbetet av volontärer och organisationerna finansierar sina verksamheter främst med hjälp av gåvomedel. Även när det gäller organisationernas vision och syfte finns det likheter. I första hand vill de bistå med hjälp till utsatta människor i samhället, i andra hand kommer åtgärdens miljönytta. Dessa likheter gäller främst för de matbanker och verksamheter som bedrivs ideellt. Ett undantag är Allwin som säljer distributionstjänsten till livsmedelsaktörerna och bedriver verksamheten kommersiellt. Företaget verkar även fokusera mer på åtgärdens miljönytta än vad de ideella organisationerna gör.

En annan likhet är att det är vanligast att organisationerna själva ansvarar för att hämta maten från givarna, vilket bekräftades av enkäten till ICA-butikerna. Samtliga organisationer hämtar mat hos givare åtminstone en gång per vecka. Även enkäten till ICA-handlarna visar att det är vanligast att maten hämtas minst en gång i veckan. Hämtningsfrekvensen beror antagligen på hur ofta svinn uppkommer hos givarna och hur ofta de har möjlighet att skänka mat, samt på mottagarorganisationernas kapacitet.

En återkommande kommentar i enkäterna var dock att butikerna efterfrågar mer frekvent hämtning av maten. Intervjuerna visar dessutom på att nästan inga organisationer kan försörja sig enbart på skänkt mat i dagsläget, vilket tyder på att ökad hämtningsfrekvens potentiellt sett är av nytta. Då maten på grund av kort hållbarhetstid ofta behöver ätas så fort som möjligt är flera hämtningstillfällen att föredra. Största hindret i dagsläget är sannolikt att hämtningen är kostsam och tidskrävande för mottagarorganisationerna.

### **5.1.3 Typer av givare**

För de av Hanssen et al. (2014) studerade nordiska matbankerna bidrar producenter med störst mängd mat. Även grossister verkar spela en viktig roll och dessutom nämns butiker i viss utsträckning. Resultaten från examensarbetets intervjustudie indikerar att grossister bidrar med störst mängd mat hos flest verksamheter. Även producenter och butiker är vanliga givare. Resultaten stämmer därmed relativt väl överens med Nordiska ministerrådets studie.

Vilka givare som är vanligast för åtgärden verkar till viss del hänga ihop med hur stora mängder mat verksamheterna har möjlighet att ta emot. Att tolka vilken typ av givare som är vanligast är därför svårt och vilka organisationer som intervjuats är avgörande för vad slutsatsen blir. Det är främst personer som företräder större matbanker eller centrallager som medverkat i intervjustudien och det faller sig naturligt att större verksamheter har möjlighet att ta emot större kvantiteter mat, något som producenter och grossister kan bistå med snarare än butiker.

Intervjupersoner som nämnt butiker som enda eller största givare representerar i sin tur organisationer som verkar i mindre skala, som inte kan ta emot större mängder mat på en gång. Undantaget är Allwin, som tar emot stora mängder mat främst från butiker. Skulle fler mindre verksamheter ha intervjuats skulle antagligen butiker ha omnämnts i större utsträckning. Det bekräftas av enkätsvaren från ICA-butikerna, där enbart 6 % respektive 8 % har angett att de skänker mat till Frälsningsarmén och Stadsmissionen, som är de organisationer som har de större matbankerna i Sverige. I stället säger 57 % att de skänker maten till andra organisationer och i första hand nämns här mindre, lokala organisationer.

## **5.2 Mängd mat som skänks av butiker, matbanker och övriga mottagarorganisationer**

Det finns relativt lite information kring hur stora mängder skänkt mat som de olika matbankerna och mottagarorganisationerna hanterar. Något mer omfattande information har fått fram via ICA-butikerna. Svaren från enkäten ligger till grund för en ungefärlig uppskattning av hur stora mängder mat som livsmedelsbutiker skänker till välgörenhet i Sverige idag. Det handlar enligt uppskattningen, vilken beskrivs utförligare nedan, om 1 900-4 400 ton mat per år.

### **5.2.1 Matbanker och andra mottagarorganisationer**

Att mängden mat som skänks via välgörenhet till behövande är svår att uppskatta beror på att få organisationer registrerar hur stora mängder de tar emot. Att försöka dra slutsatser om totala mängder i Sverige idag utan att göra alltför grova antaganden och uppskattningar är därför inte möjligt utifrån intervjuunderlaget.

De flesta organisationer kan endast ge specifika exempel på vad de får från olika givare, utan att nämna några totala mängder. Dessutom beskrivs mängden mat i flera olika enheter. Vissa intervjupersoner talar om mängd mat som skänks i liter, andra talar om mängd i antalet pallar eller frysboxar. Ibland beskrivs antalet bröd som skänks per vecka, andra gånger anger intervjupersonerna endast antal sopsäckar med bröd som skänks till dem. Dessutom kan vissa intervjupersoner endast säga hur många portioner mat som serveras i deras verksamheter varje vecka eller antalet matkassar som delas ut. Att räkna om alla svar till en viktbaserad enhet skulle medföra alltför stora osäkerheter och resultatet skulle inte ge en representativ bild av verkligheten.

Ytterligare en osäkerhetsfaktor är att den skänkta maten i allmänhet endast fungerar som ett komplement till mat som köps in. Ingen organisation kan ange specifikt hur stor andel av all mat som serveras som är skänkt mat. Liknande osäkerheter kring hur stora mängder som tas emot tas även upp av Hanssen et al. (2014) i Nordiska ministerrådets rapport.

Endast Frälsningsarméns matbank i Stockholm och Allwin i Göteborg registrerar hur stora mängder skänkt mat som de tar emot. Frälsningsarmén fördelar cirka 28 ton mat om året till sina verksamheter i Stockholmsområdet, vilket kan jämföras med att Allwin 2014 distribuerade cirka 147 ton mat i Göteborg. Allwin distribuerar för tillfället ungefär fem gånger så mycket skänkt mat som Frälsningsarméns matbank i Stockholm gör. Tillsammans tar de båda matbankerna emot cirka 175 ton mat per år.

Vilka organisationer som registrerar mat och vilka som inte gör det verkar till stor del bero på enskilda individers engagemang och intresse för frågan. Registrering av mängder innebär dessutom en extra arbetsbörda för verksamheter som kanske redan är pressade när det gäller ekonomi och arbetskraft. Det kan dock tyckas underligt att inte fler organisationer registrerar hur stora mängder mat de tar emot, inte minst då flera av organisationerna dessutom är tveksamma kring om verksamheten är ekonomiskt lönsam. Detta diskuteras mer i analysen av kostnader och lönsamhet, kapitel 5.3.1.

### **5.2.2 ICA och övriga livsmedelsbutiker**

Nedanstående beräkningar över totala mängder mat som skänks av alla ICA-butiker och av alla livsmedelsbutiker i Sverige är baserade på svaren från de ICA-butiker som medverkat i enkäten. Beräkningarna bygger på flertalet antaganden och bör därför betraktas med försiktighet. Snarare än att mängderna tolkas i exakta siffror bör de ses som grova uppskattningar av hur det kan se ut i verkligheten.

#### ***Uppskattning av mängder inom ICA***

Om antagandet görs att de ICA-butiker som svarat på enkäten är representativa för landets alla 1 314 ICA-butiker (ICA Gruppen, 2015), innebär det att cirka 400 ICA-butiker skänker 800-1 800 ton mat till behövande varje år, se Figur 5.1. Uppskattningen tar inte hänsyn till hur stora mängder mat som skänks med avseende på butikernas storlek. Det beror på att det inte var möjligt att för enkätsvaren koppla mängden mat som skänks till butiksformat. Beräkningen utgår i stället från den genomsnittliga mängd mat som skänks av de 77 butiker som svarat att de skänker mat till behövande. Varje butik skänker i genomsnitt cirka 3,2 ton mat per år, se resultat kapitel 4.2.2.

#### ***Uppskattning av mängder på nationell skala***

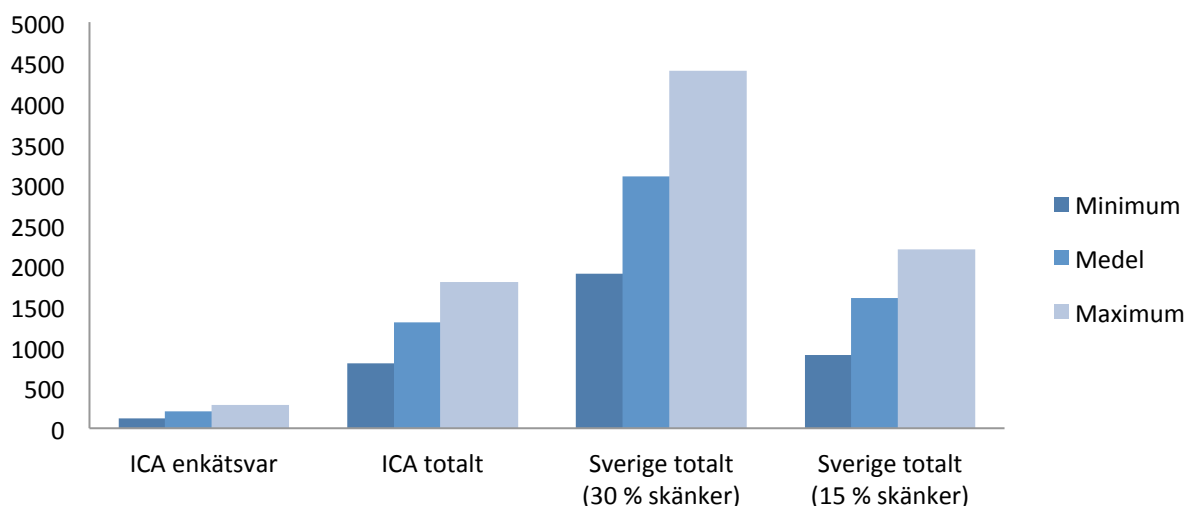
Om enkätsvaren antas representativa för hela Sveriges dagligvaruhandel kan mängderna skalas upp på nationell nivå. Det skulle innebära att knappt 1 000 av alla 3 273 livsmedelsbutiker i Sverige (DLF, 2014) skänker mat till behövande. Totalt handlar det om cirka 3 100 ton mat per år (1 900-4 400 ton/år). Inte heller i det här fallet har hänsyn tagits till butikernas storlek, utan uppskattningen är baserad på hur mycket mat de svarande ICA-butikerna skänker i genomsnitt. En sådan uppskattning förutsätter att ICA:s butiker är representativa för alla andra livsmedelsbutiker i Sverige. Då butikskedjorna kan skilja sig åt bland annat vad gäller omsättning, mängd svinn som genereras, miljöpolicy och miljöengagemang, kundkrets och målgrupp, bör dessa siffror tolkas med försiktighet.

De totala mängderna som skänks enligt beräkningarna kan ställas i relation till att Sveriges livsmedelsbutiker under 2013 totalt genererade cirka 71 000 ton matavfall, separat utsorterat såväl som matavfall som slängs med brännbart avfall (Jensen och Johansson, 2014). Antas alla Sveriges livsmedelsbutiker tillsammans skänka 3 100 ton mat per år innebär det att åtgärden hanterar mat som motsvarar cirka 4 % av butikernas totala matavfallsmängder. I beräkningen antas att all mat som butikerna skänker bort äts upp utan att något svinn uppkommer på vägen. Det kan vara ett felaktigt antagande och enligt Eriksson och Strid (2013) är det endast cirka 60 % av all mat som skänks till välgörenhet som når fram till de behövande.

Det är möjligt att de ICA-handlare som svarat på enkäten representerar den mer humanitärt engagerade eller den mer miljöengagerade andelen av butiker i Sverige. Det skulle innebära att det kanske inte är 30 % av alla butiker i Sverige som skänker mat till behövande, utan att andelen i verkligheten är lägre. För att utreda hur andelen engagerade butiker påverkar hur stora mängder mat som skänks i Sverige totalt utförs ännu en uppskattning av totala mängder, där andelen butiker som skänker mat till behövande antas vara ungefär hälften så stor som enkäten visar. Om 15 % av Sveriges livsmedelsbutiker skänker mat i samma mängder som ICA-butikerna som svarat på enkäten, blir det i stället cirka 1 600 ton mat som skänks per år (900-2 200 ton/år).

Figur 5.1 visar hur stora mängder som skänks från de ICA-butiker som svarat på enkäten. Dessutom visas uppskattade totalmängder för alla ICA-butiker i Sverige och för alla Sveriges livsmedelsbutiker, beräknade utifrån hur stora mängder de svarande ICA-butikerna skänker i genomsnitt.

## Uppskattning av mängd mat som skänks från butiker till behövande (ton/år)



Figur 5.1. Uppskattning av mängder mat som skänks från butiker till behövande baserat på ICA-butikernas enkätsvar (ton/år).

### **Större butiker skänker oftare än mindre**

Enkätsvaren tyder på att det finns ett samband mellan ICA-butikernas storlek och om de skänker mat till behövande se Tabell 4.7. Det är vanligare att större butiker skänker mat till behövande än mindre butiker. Eftersom en stor butik genererar en större mängd matsvinn än vad en mindre butik gör, blir det mer effektivt för mottagarorganisationerna att hämta mat från stora än från små butiker. Detta bekräftades av intervjupersoner som endast hämtar mat från givare som skänker tillräckligt stora mängder.

Ännu en anledning till att större butiker oftare skänker mat kan vara att det blir tydligare för dem att stora mängder mat kastas i onödan, eftersom de hanterar större volymer. Det kan då kännas mer angeläget att ta till åtgärder för att minska svinnet. För en liten butik, som kanske slänger relativt små mängder, blir inte matsvinnet ett lika uppenbart problem.

Trots att resultaten tycks visa på ett tydligt samband mellan butikernas storlek och hur vanligt det är att skänka mat bör de betraktas med försiktighet. Det finns exempelvis betydligt färre Maxi ICA Stormarknader i Sverige än ICA Nära, vilket gör att ett enstaka svar från en Maxi ICA Stormarknad ger större utslag på den relativa mängden än vad ett svar från en ICA Nära-butik gör. En högre svarsfrekvens hade varit önskvärt för att kunna dra mer konkreta slutsatser.



### 5.2.3 Registrering av mängder

Registrering av hur stora mängder mat som skänks och tas emot kan medföra positiva konsekvenser för utvecklandet av åtgärden. För mottagarorganisationerna skulle registrering kunna ge en bättre översikt för hur stora mängder mat de tar emot och använder. Dessutom kan svårigheten med att hantera den ojämna strömmen av matvaror minska, eftersom registrering av maten gör det enklare att utläsa mönster och svängningar i variationen. Utförligare bokföring av flödet av skänkta matvaror kan även göra det tydligare för organisationerna huruvida åtgärden är ekonomiskt lönsam eller inte. Exempelvis vet Frälsningsarméns matbank i Stockholm, som har ett system för att registrera maten, att deras matbank lönar sig. Samtidigt är många andra organisationer mer osäkra på åtgärdens lönsamhet.

För givarna kan registrering innebära ett ökat incitament att skänka mat, då det tydliggör åtgärdens faktiska inverkan, både för de utsatta människor som får ta del av maten och för miljön genom minskade matavfallsmängder. En viktig aspekt för butiker som skänker mat är enligt enkätsvaren att de vill vara säkra på att maten som de skänker kommer till nytta och att mottagarorganisationen är tillförlitlig och professionell. Om mottagarorganisationerna registrerar hur stora mängder mat de delar ut till behövande med hjälp av livsmedelsaktörerna skulle systemet bli mer transparent, vilket kan öka trovärdigheten både för mottagarorganisationerna och för åtgärden i stort.

Ytterligare en positiv följd av registrering av mängder gäller de nationella mål och riktlinjer för minskade matavfallsmängder som finns i Sverige. Exempelvis kan registrering av mängder tydliggöra hur effektiv åtgärden är för att uppnå det föreslagna etappmålet inom miljömålssystemet, som innebär ett minskat matavfall med 20 % mellan 2010 och 2020 (Naturvårdsverket, 2014b). Åtgärdens potential skulle bli tydligare vilket kan underlätta i politiska beslut kring styrmedel för ett minskat matsvinn. Som en del i Nordiska ministerrådets projekt för att utveckla Nordens matbanker undersöks i dagsläget bland annat vilka möjligheter som finns när det gäller registrering av den mat som skänks till behövande (Hanssen, 2015).

### **5.3 Åtgärdens kostnader och ekonomisk lönsamhet**

Att det är ekonomiskt lönsamt att skänka maten till behövande kan vara en avgörande aspekt för både givare och mottagarorganisationer. Om åtgärden är ekonomiskt lönsam eller inte är dock svårt att avgöra utifrån den information som de intervjuade aktörerna kunnat förmedla. Dessutom finns det många aspekter som kan påverka lönsamheten, exempelvis inverkan från goodwill, som är svåra att värdera med exakta siffror.

#### **5.3.1 Kostnader och lönsamhet för matbanker och liknande mottagarorganisationer**

Flera intervjupersoner menade att finansiering är en av de största svårigheterna för matbanker i allmänhet. En intervjuperson beskrev att det ofta finns gott om aktörer som vill donera mat, men desto färre som vill gå in och hjälpa till med själva finansieringen av en matbank. Samma intervjuperson menar att personalkostnader är den största utgiften för matbanker. Det beror på att en matbank är en arbetsintensiv verksamhet med mat som ska hämtas, sorteras, paketeras och så vidare. Trots att mycket arbete kan utföras ideellt kostar även volontärarbetare pengar då de ska utbildas. Dessutom måste resurser läggas på att få volontärerna att trivas och vilja stanna kvar i verksamheten.

Utöver personalkostnader nämns fordon, drivmedel och lokaler som de största kostnadsposterna för de intervjuade verksamheterna. Att baserat på den informationen beräkna de faktiska kostnaderna för verksamheterna skulle dock innebära att antaganden måste göras gällande hur långa sträckor som körs, vilken typ av drivmedel som används, fordonets bränsleförbrukning, lokalhyra, lönekostnader samt i vissa fall antalet kylar och frysar och deras storlek och energieffektivitet. Dessutom är många verksamheter som tar emot skänkt mat integrerade i andra verksamheter och även mat som köps in kan hanteras samtidigt som den skänkta maten, vilket gör det svårt att allokera kostnaderna på ett rättvist sätt. En kvantitativ analys av matbanker och liknande verksameters kostnader och lönsamhet är därför inte genomförbar. I stället görs en kvalitativ diskussion utifrån intervjupersonernas tankar kring frågeställningen.

Det råder en viss osäkerhet kring om en organisation tjänar på att ta emot skänkt mat jämfört med om den i stället hade köpts in. Av intervjuerna framgår det att vissa verksamheter menar att det lönar sig, samtidigt som andra är mer tveksamma kring åtgärdens lönsamhet. Ett exempel på en mer tveksam aktör är Frälsningsarméns matbank i Göteborg, som för tillfället utreder huruvida verksamheten är lönsam för organisationen.

Frälsningsarméns matbank i Stockholm har räknat på sina utgifter och det har visat sig att det lönar sig för dem att hämta skänkt mat. Enligt de siffror som tillhandahållits av matbanken skulle maten som de får skänkt till verksamheten ha kostat ungefär 1,9 miljoner kronor per år om den inhandlats i butik. Om det antas att omkostnaderna för en ideellt driven matbank är samma som för Allwin kan en jämförelse göras utifrån information om att Allwins verksamhet kostar ungefär en miljon kronor per lastbil och år (Eisner, 2015). För Frälsningsarméns matbank, som använder sig av en skåpbil samt en gång i veckan av ett anlitat transportbolag för att distribuera maten, tyder det på att de förtjänster som matbanken gör varje år genom att ta emot skänkt mat jämfört med att köpa den är tillräckligt stora för att täcka driftkostnaderna för

matbanken. Dock kan det diskuteras om samma typ av mat hade köpts in om matbanken inte hade fått den skänkt till sig. Eventuellt hade billigare varor valts, vilket skulle innebära att 1,9 miljoner kronor är en något hög siffra att jämföra med.

### ***De ideella matbankernas framtid***

Finansieringen kan innebära ett problem för matbankernas framtida utveckling, vilket har framkommit i de intervjuer som gjorts med de olika organisationerna. Inte minst eftersom det huvudsakligen är matbankerna och mottagarorganisationerna som står för finansieringen, snarare än givarna. Det kan diskuteras om det är rimligt att matbankerna och mottagarorganisationerna står för större delen av åtgärdens kostnader och att livsmedelsaktörerna erbjuder tjänsten gratis.

Enligt Naturvårdsverkets beskrivning av matbanker (2012) är en förutsättning för matbankerna att givarna betalar en summa för att få maten bortforslad. Ingen av de intervjuade organisationerna tar dock betalt för den mat de hämtar och endast de ICA-butiker som samarbetar med Allwin betalar för att få maten omhändertagen. De välgörenhetsorganisationer som tar emot skänkt mat finansierar i stället själva verksamheten, antingen med hjälp av gåvomedel, bidrag från myndigheter eller genom inkomster till exempel från organisationens second hand-verksamhet.

### ***Alternativa metoder för finansiering***

Matcentralens idé, att givarna sponsrar matbanken i utbyte mot den goodwill som samarbetet kan generera, kan vara en väg att gå för att involvera givarna mer ekonomiskt i åtgärden. Även Allwins koncept, där givarna betalar en fast avgift för tjänsten, är ett exempel på hur finansieringen kan lösas. Även om flera av de intervjuade organisationerna menade att deras verksamheter går runt som det ser ut i dagsläget, var det flera intervjupersoner som visade sig vara tveksamma till om en matbank i större omfattning skulle gå att driva ideellt. Matsvinnet är ett gränsöverskridande problem i dagens samhälle och för att matbanker ska kunna utgöra en mer betydande del av lösningen på problemet krävs det att finansieringen blir ett gemensamt ansvar, för livsmedelsaktörer, välgörenhetsorganisationer och myndigheter.

### ***Olika förutsättningar ger snedvriden konkurrens***

Att de ideella och kommersiella matbankerna drivs på olika premisser innebär, som nämnts av Allwins grundare, att verksamheterna konkurrerar med varandra under olika förutsättningar. Det kan hämma de kommersiella matbankernas utveckling, eftersom det kan vara svårt att motivera en givare till att betala dem för tjänsten om en liknande verksamhet utför samma tjänst gratis. Omvänt kan de kommersiella aktörerna utgöra ett hinder för de ideella matbankernas utveckling då det kan vara svårt att driva verksamheten med ideella medel på samma sätt som om tjänsten hade genererat inkomster. Både intervjuer och enkätsvar tyder på att det är viktigt för givarna att den som hämtar maten ger ett tillförlitligt intryck. En kommersiell aktör som har mer resurser att röra sig med kan exempelvis ha råd att äga en kylbil, vilket kan verka mer professionellt. Därigenom kan de locka till sig de givare som värderar riskerna kring åtgärden högt. Dessutom kan ideella matbanker förlora samarbeten med givare om de inte kan bistå fullt ut med den tjänst som efterfrågas. Till exempel om de tvingas tacka nej till att ta emot kyl- och frysvaror eller om de endast kan hämta mat en gång per vecka. Fler studier bör göras på vad den snedvridna konkurrensen får för effekter för matbankernas framtida utveckling.

### **5.3.2 Lönsamhet för butikerna**

Aspekter som kan leda till eventuella intäkter eller utgifter för livsmedelsbutiker som använder sig av åtgärden är minskad avfallshantering, ökad eller minskad arbetsbörda för personal samt eventuell hämtningsavgift från matbank eller övrig mottagarorganisation.

#### ***Oklara enkätsvar***

Enkätsvaren från ICA-butikerna gällande kostnader för avfallshantering var så pass svårtolkade att de inte kan användas för en kostnadsberäkning. Enkätfrågan var formulerad så att butikerna skulle ange kostnaden för avfallshandlingen utifrån en viktbaserad taxa. Eftersom inte alla butiker har en viktbaserad avfallstaxa, utan betalar en fast avgift eller volymbaserad taxa för avfallet, innebär formuleringen att endast ett begränsat antal butiker kunde ge ett korrekt svar. År 2013 använde sig 29 av Sveriges 290 kommuner av en avfallstaxa för hushåll som var baserad på vikt snarare än på volym enligt en studie av Fråne och Stare (2014). Om samma taxa gäller för butiker som för hushållen framgår dock inte. Dessutom är det oklart om de butiker som angivit en viktbaserad taxa har inkluderat eventuella fasta avgifter. Det framgår inte heller om det utsorterade matavfallet kan kastas i sina förpackningar, eller om det måste separeras först, vilket påverkar avfallets vikt.

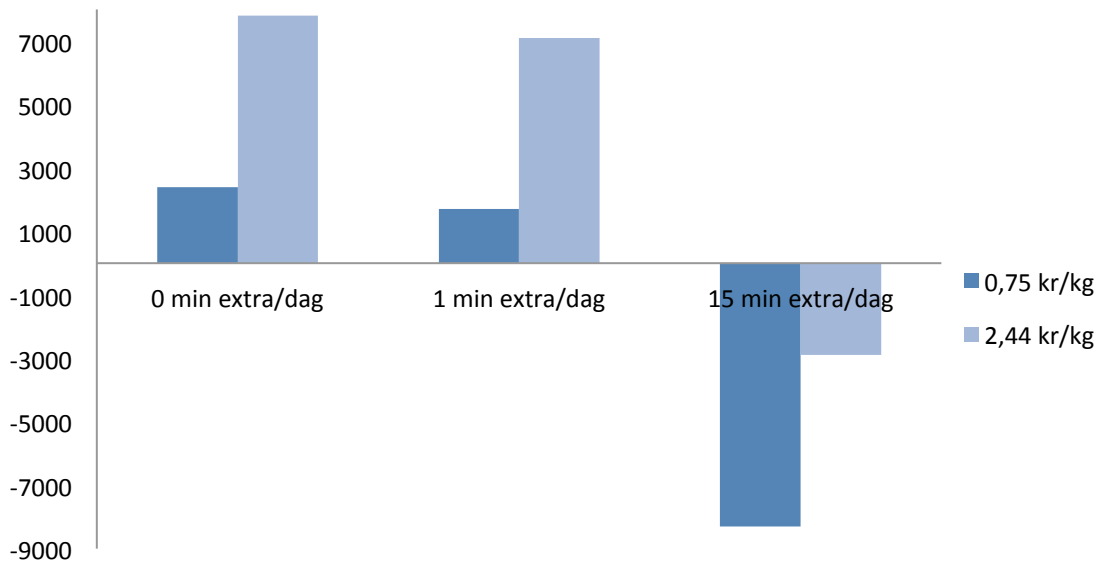
#### ***Uppskattning av intäkter och kostnader för butiker***

I stället för att använda de avfallstaxor som angetts av butikerna, har avfallstaxor tagits fram från två olika källor för analys av hur butikernas kostnader påverkas av att de skänker mat till behovande. Dels används information som Fråne och Stare (2014) tagit fram, gällande de kommuner i Sverige som under 2013 hade en viktbaserad taxa för hushållsavfall. Utifrån deras resultat har ett genomsnittsvärde för blandat avfall beräknats till 2,44 kronor per kilo. Då taxan i första hand gäller för hushållsavfall är det inte nödvändigtvis representativ för vad butiker har för taxa, trots att avfall från butiker i allmänhet klassas som hushållsavfall. Ännu en taxa att jämföra med har därför tagits fram. Göteborgs kommunala avfallsbolag har en viktbaserad taxa för matavfall på 0,75 kronor per kilo för verksamheter som genererar stora mängder matavfall (Göteborgs Stad, 2014).

Att taxan från Fråne och Stare (2014) är högre än taxan från Göteborgs Stad, kan bero på att verksamheter som genererar större mängder avfall kan ha en lägre rörlig avgift än hushåll. Det behöver dock inte betyda att den totala avgiften per kilo är lägre, eftersom en fast avgift vanligtvis tillkommer.

En känslighetsanalys för vilka utgifter eller intäkter det kan innebära för en butik att skänka maten till välgörenhet i stället för att kasta den visas i Figur 5.2. I beräkningarna har den högre avfallstaxan för blandat avfall på 2,44 kronor per kilo (Fråne och Stare, 2014) använts, samt den lägre avgiften på 0,75 kronor per kilo för utsorterat matavfall (Göteborgs Stad, 2014). Då en eventuell fast avgift inte är inkluderad i nedanstående beräkningar kan butikerna antagligen tjäna mer på att skänka bort maten än vad Figur 5.2 visar. Beräkningarna är gjorda utifrån att det tar de butiksanställda noll, en eller 15 minuter extra per dag att hantera maten om den skänks bort jämfört med om den kastas.

## Uppskattade intäkter/utgifter för butik som skänker i stället för att kasta mat (kr/år)



Figur 5.2. Intäkt (+) eller utgift (-) som det kan innebära för en butik att skänka bort maten i stället för att kasta den (kr/år). Resultaten beror på hur mycket extratid som personalen måste lägga på åtgärden (min extra/dag) samt på vilken viktstaxa butiken har för hämtning av matavfallet (kr/kg).

Kostnaderna är uträknade för en butik som skänker 3,2 ton mat per år, vilket är den genomsnittliga mängden för de butiker som skänker mat enligt enkätsvaren. Dessutom har beräkningarna gjorts utifrån ett butiksbiträde som har en medellön på 19 383 kronor i månaden (Lönestatistik.se, 2015) och utifrån att en heltidstjänst i butik ligger på 38,25 timmar per vecka (Handelsanställdas förbund, 2015).

Enligt majoriteten av ICA-butikerna, 60 %, behöver personalen inte lägga ner någon extra arbetstid på hanteringen av maten då den skänks bort i stället för att kastas. För butikerna som samarbetar med andra matbanker eller mottagarorganisationer än Allwin, och som inte betalar någon avgift för att få maten hämtad, skulle det innebära att butikerna sparar in kostnaden för avfallshantering för varje kilo mat som skänks. Beroende på vilken viktbaserad avfallstaxa butikerna antas ha kan en butik som skänker 3,2 ton mat per år spara mellan 2 400 och 7 800 kronor per år på åtgärden.

För de 13 % som menar att åtgärden kräver en mindre arbetsbörda än om maten kastas, ökar vinsten ytterligare. Då enkäten inte innehöll någon möjlighet för ICA-handlarna att säga hur mycket kortare tid åtgärden kräver, görs inga beräkningar på dessa besparingar. En anledning till att åtgärden tar kortare tid är enligt en ICA-handlare att maten som sorteras ut för biologisk återvinning måste tömmas ur sina förpackningar, vilket är tidskrävande för personalen. Då maten skänks bort slipper personalen den arbetsbördan.

Om åtgärden kräver 1-15 minuter extra arbetstid per dag, som 23 % av butikerna svarat att det gör, kan butikerna spara 7 100 kronor per år eller förlora 8 300 kronor per år, beroende på om det tar en eller 15 minuter extra per dag och beroende på vad den viktbaserade avfallstaxan är.

Uppskattningarna av kostnader kan även jämföras med att de butiker som samarbetar med Allwin betalar cirka 100-170 kronor per dag för tjänsten (Allwin, 2015b), vilket för ett år blir cirka 36 500-62 100 kronor. Den faktiska avgiften som butikerna betalar Allwin för tjänsten är därmed dyrare än vad kostnaderna blir för de rörliga avfallstaxorna som använts i beräkningarna ovan. Enligt Eisner (2015) kan Allwins tjänst dock ses som billigare om kostanden fördelas på antalet hämtningstillfällen, eftersom de hämtar mat fem dagar i veckan jämfört med avfallshämtning som kanske sker en gång per vecka.

Då beräkningarna av kostnaderna grundar sig på antaganden och generaliseringar bör de inte tolkas ordagrant. Däremot tyder resultaten på att åtgärden varken kostar butikerna några större summor, eller innebär några större besparingar, om enbart konkreta kostnader som löner och avfallshantering inkluderas. Utifrån det resonemanget bör den ekonomiska aspekten därför inte vara en avgörande faktor för om en butik ska börja skänka mat till behövande eller inte. Nedan diskuteras de inkomster som goodwill kan ge butikerna, en aspekt som inte tagits med i ovanstående beräkningar.

### ***Goodwill eller inte?***

Ökad goodwill för butiker som skänker mat till behövande är en aspekt som bör tas med i beräkningen, trots att den enligt Eriksson och Strid (2013) är svår att värdera i pengar. Det råder dock delade meningar kring hur åtgärden uppfattas av omgivningen. De intervjuade välgörenhetsorganisationerna har givare som vill vara anonyma med att de skänker bort överbliven mat, vilket tyder på att de inte anser att det skulle gynna dem att gå ut med samarbetet offentligt. Även vissa ICA-handlare vittnar om att de inte vill använda sig av åtgärden då de är rädda för negativ publicitet om något skulle gå fel.

Samtidigt får de intervjuade välgörenhetsorganisationerna nästan uteslutande positiv respons från omgivningen på att de tar emot skänkt mat från livsmedelskedjan. Bland de butiker som redan skänker mat till behövande anges dessutom goodwill som ett viktigt incitament.

I stället för att se de konkreta vinster eller förluster som minskade kostnader för avfallshantering eller ökade personalkostnader kan innebära för butikerna, borde det kanske i stället ses som en framtidsinvestering. Åtgärden kan generera både fler, nöjdare och lojalare kunder samt en mer engagerad personal, vilket på sikt kan öka butikernas omsättning, något som både Eriksson och Strid (2013) och Eisner (2015) vittnar om. Ytterligare studier som undersöker vad goodwill har för betydelse för butiker och andra livsmedelsaktörers omsättning skulle kunna vara användbart, inte minst då en studie som konkret visar på betydelsen av goodwill skulle kunna få fler butiker att börja skänka mat till behövande.

### ***Vikten av ekonomisk lönsamhet för butikerna***

Enligt enkäten anser vissa butiker att ekonomisk lönsamhet är ett viktigt kriterium för att de ska implementera åtgärden. Rimligheten i att livsmedelsaktörerna ska kunna ha tillgång till en organisation som hämtar maten gratis kan, som diskuterats i kapitel 5.3.1, ifrågasättas. Dock finns det sätt som skulle kunna öka de ekonomiska incitamenten för butikerna att använda sig av åtgärden.

Ett alternativ kan vara att reglera avfallstaxorna så att det blir mer lönsamt för butikerna att skänka maten än att kasta den. I dagsläget är det exempelvis vanligt att taxan för utsorterat matavfall är lägre än för brännbart avfall (Fråne och Stare, 2014), vilket gynnar den biologiska återvinningen. Det är givetvis positivt, men risken finns att butiker likställer miljönyttan i att skänka bort maten med att matavfallet går till biogasproduktion och därför väljer att kasta maten, trots att förebyggande av avfall värderas högre i avfallshierarkin än vad återvinning gör. Svårigheten ligger i att gynna utsortering av det oundvikliga matavfallet för biologisk återvinning, samtidigt som förebyggande av matsvinnet främjas.

De butiker som menar att de måste lägga ner mer tid på att skänka bort maten än att kasta den anser främst att det är sortering och överlämning av varor till mottagarorganisationen som tar tid är tidskrävande. En smidig, färdig lösning var något som efterfrågades av flera butiker och det kan minska arbetsbördan både för livsmedelsaktörerna och för mottagarorganisationerna. Framförallt skulle tydliga riktlinjer för hur arbetet kring donationer av mat ska gå till, samt en tydlig ansvarsfördelning mellan givare och mottagare kunna effektivisera arbetet och minska tiden som butiksmedarbetarna måste lägga på de olika momenten.

### **5.3.3 Vinster för samhället**

Matbanker och liknande initiativ kan generera en samhällsnytta genom att bistå utsatta människor med mat (Eriksson och Strid, 2013). Hur stora vinster dessa verksamheter kan ge för samhället är något som borde undersökas ytterligare. Inte minst då myndigheter kanske skulle bidra med finansiering av åtgärden i större utsträckning om samhällsnyttan med åtgärden tydliggjordes. För även om myndigheter som kommun och landsting redan idag hjälper till med finansieringen av flera mottagarorganisationer, exempelvis genom att köpa upp vårdplatser hos olika organisationers sociala verksamheter (Frälsningsarmén, 2015c), skulle specifikt riktade insatser mot matbanker och liknande verksamheter kunna vara effektiva för utvecklandet av åtgärden. Inte minst eftersom det för välgörenhetsorganisationerna kan finnas andra och billigare metoder för att hjälpa behövande som inte innebär ett minskat matsvinn. Exempelvis kan organisationer dela ut matkuponer i stället, vilket kan kosta dem mindre pengar.

## **5.4 Åtgärdens klimatomässiga vinst**

Klimatnyttan av att ta tillvara på mat som annars hade kastats beror på om den totala matproduktionen minskar och vilken typ av mat som produceras i mindre utsträckning tack vare åtgärden. Antas ett samband mellan vilken typ av matproduktion minskar och vilka livsmedel som skänks bort är det relevantt att undersöka vilka matvaror inblandande aktörer skänker och tar emot. De klimatomässiga vinsterna av att skänka mat till behövande kan även bero på hur klimatom effektivt själva åtgärden utförs, exempelvis hur långa och vilka typer av transporter som görs med den skänkta maten.

När klimatnyttan av åtgärden analyseras beror slutsatserna på vilka systemgränser som antagits. Inkluderas effekterna som åtgärden kan få på den totala matproduktionen blir nyttan av åtgärden mer betydande än om endast klimatom aspekter kring den praktiska åtgärden inkluderas. Klimatnyttan kan även uppfattas som mindre betydande om de klimatomvinster som genereras då matavfall går till förbränning eller till biogasproduktion inkluderas. Dessa vinster är i sin tur beroende av vilka typer av energislager som avfallsförbränningen eller biogasen antas ersätta. Dessa aspekter diskuteras mer utförligt nedan.

### **5.4.1 Minskad matproduktion genom åtgärden**

När mat tas tillvara och äts upp i stället för att gå till förbränning eller till biologisk återvinning innebär det en klimatommässig vinst om mindre mat på det viset behöver produceras och köpas in av de behövande eller av välgörehetsorganisationerna. Klimatnyttan av att skänka mat till behövande beror därför på vilken mat som annars hade ätits, men som på grund av åtgärden inte behöver produceras.

Det behöver inte vara produktionen av samma typ av livsmedel som skänkts som minskar på grund av åtgärden, vilket gör det svårt att uppskatta klimatnyttan. Till exempel kanske välgörehetsorganisationer som inte får kött skänkt till sig främst väljer att köpa in billigare proteinkällor, exempelvis bönor. Det skulle innebära att när kött skänks till välgörehetsorganisationen minskar den totala produktionen av bönor snarare än köttproduktionen. Eftersom kött i sin tur generellt har en högre klimatompåverkan per viktenhet än vad bönor har, kan det innebära att klimatnyttan av att ta tillvara på köttet överskattas.

Det kan dock antas att åtgärdens klimatomnytta till viss del hänger ihop med vilka matvaror som skänks, då ett visst samband bör finnas mellan vad för typ av varor som skänks och vad de som tar del av maten annars hade ätit. Eftersom klimatompåverkan från vissa typer av varor är större än från andra livsmedel är det därför relevantt att undersöka vilka typer av matvaror som skänks och vad som kan göras för att främja donationer av mer koldioxidintensiva livsmedel.

### **5.4.2 Den skänkta matens klimatompåverkan**

Det finns inget tydligt mönster kring vilka typer av matvaror som mottagarorganisationer och matbanker tar emot. Det verkar i stället variera beroende på organisationernas tillgång till kylde transporter, lagerutrymme, kylar och frysar. Merparten av organisationerna tar dock emot bröd, frukt och grönsaker, vilket även överensstämmer med vad ICA-butikerna skänker i störst mängder. Dessa livsmedel genererar relativt små mängder växthusgasutsläpp per kilo, i jämförelse med andra typer av livsmedel.



Enligt Röö's (2014) genereras cirka 0,8 kilo koldioxid per kilo bröd, jämfört med cirka 26 kilo koldioxid per kilo nötkött, klimatpåverkan från transporter inom Sverige, tillagning samt avfallshantering ej medräknad. En sådan jämförelse rakt av ska dock utföras med försiktighet, eftersom hänsyn i det fallet enbart tas till varans vikt och inte ser till näringsinnehåll och hur stora mängder av varan som vanligtvis intas. Även frukt och grönsaker genererar generellt sett relativt små mängder koldioxid per kilo, såvida det inte handlar om varor som importerats med flygplan.

Det är inte förvånande att frukt, grönsaker och bröd skänks i störst mängder, då de är livsmedel som enligt Stenmarck et al. (2011) genererar störst mängder svinn i butiker. Det kan bero på att varorna har en relativt kort hållbarhetstid. Varorna är dessutom förhållandevis enkla för organisationerna att ta emot då de inte kräver kylda transporter. Det är också relativt enkelt att avgöra om bröd, frukt och grönsaker blivit dåliga eller inte, bara genom att titta och känna på dem, vilket gör livsmedlen tacksamma för välgörenhetsorganisationer att hantera.

Något oväntat nämner flera organisationer att de mer eller mindre regelbundet tar emot kött. Dessutom menar nästan var fjärde ICA-butik att kött är en av de tre kategorier varifrån de skänker störst mängder från. Resultaten är positiva eftersom kött i allmänhet genererar stora mängder koldioxidutsläpp i jämförelse med andra livsmedel. Även charkuterier är till synes relativt vanligt att skänka, vilket är positivt då det också är en kategori som genererar stora växthusgasutsläpp.

Att de mindre koldioxidintensiva livsmedlen skänks i större mängder än de mer koldioxidintensiva livsmedlen innebär att klimatnyttan med åtgärden i dagsläget inte är optimerad. Anledningen till att dessa typer av livsmedel inte skänks och tas emot i större utsträckning är antagligen att logistiken kring hämtning av sådana varor kräver mer, både av givare och av mottagarorganisation, på grund av de lagar och riktlinjer som måste följas vid hantering av kyl- och frysvaror.

Även datummärkningen för känsliga livsmedel såsom köttfärs och fisk är vanligtvis svårare att hantera då varorna ofta är märkta med sista förbrukningsdag snarare än bäst-före-datum (ICA, 2015a). Två av de vanligaste anledningarna till att ICA-butiker inte skänker bort mat är dessutom att det råder osäkerhet kring hur de ska kunna garantera att maten inte blir dålig och kring vad och hur det är tillåtet att skänka enligt lagstiftningen. Tydliga riktlinjer kring vad som gäller för kyl- och frysvaror hade kunnat förenkla hanteringen och på så vis leda till minskade växthusgasutsläpp.

### **5.4.3 Transporter genererade av åtgärden**

Ingen av de intervjuade organisationerna har information om hur långa sträckor de transporterar maten, vilket gör det svårt att uppskatta hur stor klimatpåverkan transporterna genererar. För att utreda om åtgärden är klimatmässigt försvarbar kan dock en grov uppskattning göras.

#### ***Uppskattning av klimatpåverkan från transporter***

Frälsningsarméns matbank i Stockholm hanterar cirka 500 kilo mat varje vecka. Enligt Scholz (2013) genererar varje kilo matsvinn i genomsnitt 1,6 kilo koldioxidekvivalenter, se kapitel 2.2.3. Scholz analyserade klimatpåverkan för det matavfall som under tre år genererades i sex stycken Willys-butiker. Den kastade

maten bestod till stor del av frukt och grönsaker. Om 1,6 kilo koldioxidekvivalenter per kilo matavfall används som genomsnittsvärde innebär det att maten som Frälsningsarmén hanterar varje vecka hade genererat cirka 800 kilo koldioxid-ekvivalenter i onödan om den i stället hade kastats.

The Network for Transport and Environment (NTM, 2015) har en enkel beräkningsmodell för att ta fram ungefärliga mängder koldioxidutsläpp genererade av olika typer av transporter. Frälsningsarméns matbank har, liksom de flesta andra intervjuade mottagarorganisationerna, en skåpbil som de delvis använder för att hämta maten in. En bensindriven skåpbil med en last på 500 kilo måste enligt modellen köra 300 mil för att släppa ut 800 kilo koldioxid. Det innebär alltså att Frälsningsarmén måste köra 300 mil varje vecka innan mängden koldioxidutsläpp som genereras genom transporterna överstiger mängden som släpps ut i onödan om maten i stället kastas. Enligt modellen genereras lika stora växthusgasutsläpp om de kör 250 kilo mat två gånger som om de kör 500 kilo mat en gång. De flesta organisationerna håller transporterna inom samma stad, vilket innebär att det är orimligt att någon organisation skulle komma upp i de sträckorna på en vecka. Det visar på att det borde löna sig rent klimatmässigt att ta tillvara på maten.

### ***Val av systemgränser påverkar uppskattningen av klimatnyttan***

Uppskattningen av hur stora växthusgasutsläpp som genereras av transporterna i jämförelse med vad maten i sig har för klimatpåverkan innehåller ett antal begränsningar. Medelvärde för matavfallets klimatpåverkan, hämtat från Scholz (2013), behöver inte överensstämma med klimatpåverkan från den mat som skänks bort, eftersom det inte nödvändigtvis handlar om exakt samma typ av matvaror. Den energi som krävs för förvaring och tillagning av den skänkta maten tas inte heller med i beräkningen.

Dessutom tar studien som visar att ett kilo matavfall i genomsnitt genererar 1,6 kilo koldioxidekvivalenter inte hänsyn till vad som händer med maten efter att den blivit till avfall (Scholz, 2013). Om matavfallet bränns eller går till biogasproduktion kan dess totala klimatpåverkan minska eftersom den utvunna energin kan användas till värme-, el- eller drivmedelsproduktion. Beroende på hur systemgränser dras och beroende på vilka energislag som den av matavfallet utvunna energin antas ersätta blir den totala klimatnyttan av att skänka mat till behövande olika stor. Om biogasproduktion eller avfallsförbränning av matavfallet exempelvis ersätter el-, värme- eller drivmedelsproduktion från fossila bränslen kan klimatnyttan av att minska matsvinnet antas bli större än om den ersätter förnyelsebara energislag som biobränslen, vindkraft eller solenergi.

Lysell (2014) har utfört en livscykelanalys på matavfall som går till biogasproduktion. I studien har det antagits att den elektricitet som krävs för produktion av biogas kommer från en blandning av energislag som kan antas vara genomsnittlig för svensk elkonsument. Den producerade biogasen antas i sin tur ersätta diesel som fordonsdrivmedel samt träflis för värmeproduktion. Studien visar att om matavfall rötas minskar de totala växthusgasutsläppen med 0,0116 kilo koldioxidekvivalenter per kilo matavfall. En minskning på 0,0116 kilo koldioxidekvivalenter gör ingen betydande skillnad för de totalt 1,6 kilo koldioxidekvivalenter som det genomsnittliga matavfallet antas generera i ovanstående beräkningar. Matens totala klimatpåverkan påverkas därför inte nämnvärt av biogasproduktionen. Att förebygga uppkomsten av

matavfall genom matbanker kan därför anses vara bättre än att använda avfallet för biogasproduktion. Även en studie genomförd av Eriksson och Strid (2013) visar att det är bättre ur ett klimatmässigt perspektiv att maten skänks bort i stället för att den kastas.

Transporterna av den skänkta maten verkar enligt ovanstående beräkningar ha en relativt liten påverkan på åtgärdens totala klimatnytta jämfört med betydelsen av om åtgärden leder till en minskad matproduktion. Beroende på vilken typ av mat som skänks kan transporterna dock ha olika stor betydelse. Exempelvis utgör de en mer betydande del av de totala växthusgasutsläppen när det handlar om skänkt bröd som leder till en minskad brödproduktion än om kött skänks och därigenom minskar den totala köttproduktionen.

#### **5.4.4 Fokus på människor eller miljö**

Välgörenhetsorganisationernas fokus ligger i allmänhet på att bidra med en social insats för samhället. Att de genom att ta tillvara överbliven mat bidrar till ett minskat matsvinn är för de flesta organisationerna en positiv bieffekt. En intervjuperson förklarade det som att deras huvuduppgift är att hjälpa människor, inte att minska livsmedelsindustrins matsvinn. Skulle det visa sig att det inte lönar sig ekonomiskt för organisationen att ta emot den skänkta maten kan de därför inte fortsätta med åtgärden. Dessutom finansieras de av gåvomedel från olika givare, som kan ha olika krav och önskemål på hur pengarna ska användas och som kanske inte vill att deras pengar ska gå till att hantera livsmedelskedjans matsvinn.

Det är förståeligt att det inte ska vara mottagarorganisationernas sak att driva svinnreducerande åtgärder för livsmedelskedjan. Det kan dock innebära att så länge välgörenhetsorganisationerna måste bära det större ansvaret för matbankerna kan fokus inte ligga på att optimera åtgärden ur ett matavfallsförebyggande perspektiv.

## **5.5 Svårigheter och hinder med åtgärden**

De svårigheter som identifierats under intervjuerna och genom enkäten rör både rent praktiska aspekter av åtgärden, såsom logistik, kostnader och personalfrågor, samt mer mjuka aspekter gällande hur maten som skänks uppfattas och hur medverkan kan påverka en aktörs rykte. Då kostnader och logistik redan diskuterats i kapitel 5.3 och 5.4, hanteras främst de mjukare aspekterna i nedanstående stycken.

### **5.5.1 Attityder kring den skänkta maten**

Hanssen et al. (2014) skriver i sin studie av de nordiska matbankerna att inga större problem har registrerats när det gäller kvaliteten på maten som skänks. Detta bekräftas av intervjupersonerna i den här studien, då ingen nämner servering av dålig mat som en svårighet. Dock kan tendenser utläsas av intervjuerna som tyder på att det inte är helt självklart vilken kvalitet maten ska hålla när den skänks bort av livsmedelsaktörerna. Enligt EU:s livsmedelsförordning (EG, 2002) får mat som kan innebära en fara för människors hälsa inte säljas eller skänkas bort. Att avgöra när den gränsen går kan dock innebära vissa svårigheter.

En intervjuperson nämner att det är viktigt att givarna inte betraktar organisationen som en soptipp, vilket tyder på att människor kan ha olika uppfattning kring var gränsen för bibehållen kvalitet går. En annan intervjuperson menar att en av anledningarna till att de inte tar emot mer mat, är att det är för tidskrävande för personalen att sortera bort det som är dåligt. En tredje intervjuperson menar att det är deras verksamhet som avgör vilken mat de tar emot snarare än att det är givarna som fattar beslutet.

Det förefaller naturligt att mottagarorganisationerna har sista ordet när det gäller vilken mat som kan tas emot, eftersom det är de som står i direktkontakt med människorna som ska äta maten. Givarna kan dessutom inte alltid veta hur länge maten förvaras hos mottagarorganisationen innan den serveras, vilket gör det svårt för dem att avgöra hur lång hållbarhetstid maten måste ha kvar när den skänks bort.

Det bör även tilläggas att alla organisationer vittnade om goda samarbeten med sina givare. En av de viktigaste anledningarna till att vissa ICA-butiker inte skänker bort mat i dagsläget var enligt enkäten dessutom att de är osäkra på hur matens kvalitet ska kunna bevaras när den skänks bort. Det visar på att matkvaliteten är viktig för såväl givare som för mottagarorganisationer. Sammanfattningsvis är det, oavsett vilken syn givare och mottagare har på maten, viktigt att det finns tydliga överenskommelser mellan aktörerna kring vilken mat som får och inte får skänkas. En allmän attitydförändring kring den skänkta maten skulle dock vara positiv. I stället för att se maten som matavfall som kan undvikas genom att skänkas bort, bör den ses som en outnyttjad resurs då den inte skänks bort.

### **5.5.2 Risker och osäkerhet kring hantering av livsmedel**

Både livsmedelsbutiker och mottagarorganisationer ser de risker som uppstår vid hantering av livsmedel som en betydelsefull svårighet. Det är en avgörande faktor för vilken typ av mat som mottagarorganisationerna tar emot och för om en livsmedelsaktör bestämmer sig för att inleda ett samarbete med en matbank. I förlängningen kan riskerna påverka hur effektiv åtgärden är ur ett matavfallsförebyggande perspektiv.

Riskerna kring hanteringen av skänkta livsmedel har två olika utgångspunkter. Dels handlar det om vad konsekvenserna kan bli om livsmedelslagstiftningen inte följs. Bland annat kan det leda till att en organisation blir av med sitt tillstånd att hantera livsmedel. Även livsmedelsaktörerna kan drabbas av repressalier (Livsmedelsverket, 2015b). Dels handlar det om risken att människor ska bli sjuka av maten som skänks, något som både kan uppfattas som moraliskt felaktigt och som kan leda till negativ publicitet för alla inblandade.

Det är svårt att avgöra vilken aspekt som är mer betydelsefull för aktörerna. Enligt ICA-butikerna ansågs till exempel osäkerhet kring lagstiftningen vara en lika viktig anledning till att de inte skänker mat till behövande som osäkerheten kring hur kvaliteten på livsmedlen kan garanteras.

Om lagstiftningen tydliggjordes skulle antagligen både rädslan för att människor ska bli sjuka av maten samt det faktiska antalet människor som blir sjuka av maten kunna minska. Även huruvida mottagarorganisationerna gör ett professionellt intryck har betydelse för hur riskerna bedöms av givarna. En mottagarorganisation som har en tydlig plan för hur logistik och livsmedelshantering ska skötas, lockar antagligen till sig fler givare än vad en mer oseriös organisation gör.

Hur väl livsmedelslagstiftningen följs kan även påverka om åtgärden uppfattas som respektfull mot de behövande. Både givare och mottagarorganisationer reflekterade över hur moraliskt försvarbart det är att mat som inte blir såld ska ätas av människor som kanske inte har några andra alternativ. Så länge livsmedelslagstiftningen följs borde detta dock inte vara ett större problem eftersom samma krav ställs på alla livsmedelsföretag (EG, 2002), oavsett om maten skänks bort till behövande eller om den säljs i en butik eller restaurang.

### **5.5.3 En oförutsägbar resurs**

Något som av mottagarorganisationer kan uppfattas som en svårighet är att det från en dag till en annan kan variera hur mycket mat och vilken typ av mat som skänks. Det gör att organisationerna inte enbart kan förlita sig på skänkt mat. Dock visar enkätsvaren att många butiker efterfrågar mer frekvent hämtning av maten, vilket tyder på att det inte alltid måste vara brist på mat som kan skänkas som är problemet. I vissa fall handlar det kanske snarare om huruvida mottagarorganisationen har resurser nog att hämta maten tillräckligt frekvent och om de har möjlighet att samarbeta med tillräckligt många givare för att få till en jämn ström matvaror.

En viktig aspekt för att minimera konsekvenserna av ett ojämnt inflöde av matvaror är en effektiv och välfungerande logistik kring distribution av matvaror. Det minimerar tiden mellan givaren och den slutgiltiga mottagaren, vilket innebär att en mindre mängd mat hinner bli dålig innan den når de behövande.

### **5.5.4 Utbud och efterfrågan**

De intervjuade mottagarorganisationerna beskriver i allmänhet att de upplever att det finns ett hjälpbehov som de i dagsläget inte täcker. En annan bild ges av somliga butiker, som ställer sig frågande till om det verkligen finns ett behov och en efterfrågan av skänkt mat i butikens närområde. En anledning till att synen kan skilja

sig åt är att organisationerna som intervjuats är belägna i större svenska städer, samtidigt som butikerna som svarat på enkäten är utspridda över hela landet.

Eftersom hjälpbehovet inte är jämnt fördelat i landet, hemlöshet är till exempel vanligare i storstadsregionerna än i övriga delar (Socialstyrelsen, 2014), är det inte förvånande att organisationerna i Stockholm, Göteborg och Malmö upplever ett behov, som butiker i mindre städer och samhällen kanske inte märker av. Andelen butiker som skänker mat till behövande är dessutom större både i Stockholms län och Västra Götalands län än vad den är i Sverige som helhet.

Det är inte bara behovet som kan variera i olika delar av landet, även utbudet av givare och av mottagarorganisationer kan skilja sig åt. Den vanligaste anledningen till att butiker inte skänker mat till behövande är att det inte finns någon mottagarorganisation i närheten. Över hälften av de svarande butikerna har angett det som en av de viktigaste anledningarna. Sannolikheten för att det ska finnas en mottagarorganisation tillgänglig bör vara större i en storstad än på landsbygden. Inte minst eftersom utbudet av mottagarorganisationer antagligen hänger ihop med hur stort hjälpbehovet är i området.

Om insatser ska riktas mot att försöka utöka användandet av matbanker och liknande initiativ i Sverige bör fokus i första hand ligga på storstadsregionerna, där både behov och tillgång till mottagarorganisationer är större. För att kunna dra några större slutsatser gällande var behovet och tillgången till hjälporganisationer är störst krävs dock en mer omfattande kartläggning av andelen butiker som skänker mat i olika delar av landet samt av hur spridningen av mottagarorganisationer ser ut i Sverige.

Även butiker i storstadsregionerna hävdade dock att de inte har tillgång till någon mottagarorganisation, vilket kan tyda på att de organisationer som ägnar sig åt att ta emot mat från livsmedelsaktörer inte gör tillräckligt mycket reklam för att de finns. Flera av de intervjuade organisationerna gav intrycket att de inte lägger ner mycket tid på att sprida budskapet att de tar emot skänkt mat från livsmedelsaktörer. Det kan också bero på att många verksamheter redan tar emot så mycket mat som de klarar av och att det inte finns tillräckligt med mottagarorganisationer för att ta tillvara på all mat som livsmedelsaktörerna skulle kunna skänka, inte ens i större städer.

## **5.6 Åtgärdens potential ur ett matavfallsförebyggande perspektiv**

Resultaten från intervjuer och från enkätundersökningen tyder på att det finns potential för matbanker och liknande initiativ och en vilja från både givare och mottagare att utveckla metoden ytterligare. Åtgärden har möjlighet att utgöra en viktig roll i livsmedelskedjans arbete för ett minskat matsvinn och kan fylla en samhällsfunktion som i dagsläget är relativt utnyttjad. Det finns dock ett antal svårigheter som kan hindra åtgärdens potential från att kunna utnyttjas till fullo.

### **5.6.1 En relativt utnyttjad resurs**

Om enkätsvaren kan antas vara representativa för hur det ser ut för övriga livsmedelsbutiker i Sverige kan maten som skänks antas utgöra cirka 4 % av butikernas totala mängd genererat matavfall, se kapitel 5.2.2. Eftersom cirka 91 % av matavfallet som uppkommer i butik är matsvinn (Stare et al., 2013), kan stora delar av matavfallet potentiellt sett undvikas. Resultaten tyder på att det finns stora möjligheter för att utnyttja större mängder mat från livsmedelsaktörerna än vad som görs idag, både genom att rekrytera fler aktörer som kan skänka mat, och genom att effektivisera processen och göra det möjligt för de som redan skänker mat att skänka större mängder. Det bör därför inte vara tillgången till resurser som är den begränsande faktorn för åtgärdens potential. Resultaten avser dessutom enbart livsmedelsbutiker. Andra aktörer inom livsmedelskedjan, exempelvis grossister och producenter, kan tänkas ha lika stor potential för utveckling.

### **5.6.2 Ett omättat behov**

De intervjuade representanterna från matbanker och andra mottagarorganisationer upplever i allmänhet att behovet från utsatta människor i samhället inte är mättat. Enligt Statistiska centralbyrån (2013a) ökar den relativa fattigdomen i Sverige, vilket kan vara en anledning till att vissa organisationer märkt av ett ökat behov. Det tyder på att det finns ett behov som matbanker och liknande organisationer kan fylla.

### **5.6.3 Kunskapsbrist hämmar utvecklingen**

Resultaten från intervjuerna och enkäten antyder att det fortfarande råder en viss osäkerhet kring hur det ska gå till när mat skänks från livsmedelsaktör till behövande, se kapitel 5.5.2. Det talar för att det fortfarande finns ett behov av att tydliggöra vad som är tillåtet enligt lagstiftningen samt att det finns ett behov av riktlinjer för hur åtgärden kan struktureras upp rent praktiskt. Ett tydliggörande av dessa aspekter skulle kunna leda till att fler aktörer vågar engagera sig, vilket i sin tur möjliggör ett större utnyttjande av den potential som finns.

Naturvårdsverkets förslag på styrmedel som innebär rådgivning och utbildning kring livsmedelshantering och hur det ska gå till när mat skänks till välgörenhet, kan vara en del av lösningen på problemet (Naturvårdsverket, 2013). Även informationskampanjer om vad matbanker är för något och hur de kan bidra till ett bättre samhälle, kan vara relevant för att öka användandet av åtgärden. Tydliga riktlinjer som underlättar hanteringen kan också minska risken för att dålig mat skänks bort, vilket kan leda till en ökad trovärdighet för metoden i stort och till att fler aktörer vågar använda sig av åtgärden.

### **Vikten av ett centralt godkännande**

En aspekt som kan vara avgörande för matbanker och liknande verksamheters möjlighet att rekrytera nya givare, är att givaren känner att den har ett godkännande

uppifrån för att använda sig av åtgärden. Vikten av att en samstämmig syn genomsyrar hela livsmedelsföretaget, från ledningen ner till den enskilda livsmedelsaktören, framkommer både genom intervjuer med mottagarorganisationer och genom enkäten till ICA-butikerna.

Exempelvis efterfrågar flera butiker att ICA centralt ska ta fram gemensamma riktlinjer för hur butiker kan förhålla sig till en sådan aktivitet. Att ICA redan har tagit fram ett avtal, som ska fungera som stöd för butiker som vill skänka mat till välgörenhet, är endast 22 % av butikerna medvetna om. Dessutom använder sig endast 5 % av avtalet. Resultaten visar på att det inte räcker att ta fram stöd och riktlinjer, utan att det är minst lika viktigt att informationen når ut och att acceptansen för åtgärden förankras hos de som ska använda den. Ledningen för en butiks kedja kan sitta inne på både kunskap inom området, en positiv inställning till åtgärden och användbara hjälpmedel, som inte kommer till användning om den enskilda butiksmedarbetaren inte är medveten om att förutsättningarna finns.

Detta tyder dock på att det finns potential att få fler butiker att skänka mat, eftersom det i vissa fall inte handlar om att ta fram en lösning utan enbart om att sprida informationen om att lösningen redan finns. En förhoppning är att redan genom att medverka i enkätundersökningen har ICA:s ledning lyckats nå ut till fler ICA-handlare med att de har en positiv inställning till åtgärden och att de kan bistå med riktlinjer som stöd för engagerade butiker.

#### **5.6.4 Tanken är god, men är det genomförbart i praktiken?**

Det kan verka som att de viktigaste förutsättningarna finns för att låta matbanker och liknande initiativ utgöra en större del av Sveriges matavfallsförebyggande åtgärder. Behovet finns, det råder inte någon brist på maten som resurs och dessutom verkar inställningen till åtgärden i allmänhet vara positiv, både från livsmedelsaktörer och mottagarorganisationer. En övervägande andel av medverkande ICA-butiker menade till exempel att de i framtiden kan tänka sig att börja skänka mat, eller skänka mer mat än de gör för tillfället.

Trots att aktörerna är optimistiska till åtgärden på ett teoretiskt plan, nämns aspekter som hindrar aktörerna från att utnyttja åtgärden optimalt rent praktiskt. Orsaker som nämns av givarna såväl som av mottagarorganisationerna är bland annat att åtgärden kräver tid, utrymme och pengar. Praktiska aspekter verkar utgöra de största hindren för åtgärdens framtida utveckling. Om matbanker ska kunna utgöra en viktig roll i ett framtida samhälle med minskade mängder matavfall måste de praktiska aspekterna lösas. Nedan presenteras ett förslag på hur svårigheterna skulle kunna lindras.

#### **5.6.5 En samordnad matbank**

En samordnad matbank, eller åtminstone samordning av transporter, kan vara en lösning på flera av de svårigheter som kommit fram under studien. Dessutom skulle en sådan lösning kunna leda till minskad klimatpåverkan och minskade kostnader för åtgärden.

##### ***Minskad klimatpåverkan och mindre kostnader***

Som det ser ut i dagsläget hämtar de flesta organisationer enbart mat till sina egna verksamheter. Flera av de intervjuade organisationerna är verksamma i samma stad,



två i Göteborg och tre i Stockholm, vilket innebär att potentiellt sett kan två närliggande organisationer hämta mat hos två närliggande givare samtidigt. Det är inte den mest effektiva lösningen ur ett klimatmässigt perspektiv.

Om transportererna i stället samordnades mellan flera organisationer och givare skulle mängden växthusgasutsläpp kunna minska. Samordning kan även leda till att lastutrymmen utnyttjas mer effektivt och att färre halvfulla transporter körs. Dessutom kan en sådan lösning leda till att organisationer mer sällan tvingas tacka nej till att ta emot mat. Det gäller bland annat för mat som organisationer tackar nej till på grund av att den skänks i för stora partier. Större mängder mat kan på så sätt tas tillvara.

I dagsläget tvingas även organisationer tacka nej till livsmedel som kräver kyltransport eftersom de inte har råd att äga eller hyra kyl- eller frysbil. Det är en av anledningarna till att kött och mejerivaror tas emot i mindre utsträckning än vad frukt och grönsaker gör. Om transportererna samordnades skulle det inte vara nödvändigt för varje organisation att finansiera sådana transporter på egen hand och fler typer av livsmedel skulle därför kunna tas omhand. Det skulle i sin tur kunna innebära att åtgärdens klimatnytta ökar.

De flesta mottagarorganisationer nämnde fordonsunderhåll, bränslekostnader samt personalkostnader som några av de största utgiftsposterna för deras verksamheter. Om transportererna samordnades och på så sätt blev mer effektiva, skulle kostnaden för varje transporterat kilo mat kunna minska.

### ***Effektivt utnyttjande av kunskap***

Ännu en fördel med en samordnad matbank är att kunskapen kring livsmedels- hantering kan utnyttjas mer effektivt. I stället för att varje enskild välgörenhets- organisation tvingas lära sig hur det ska gå till när skänkt mat hämtas från livsmedelsaktören kan kunskapen koncentreras till en och samma verksamhet, vars specialområde är just distribution av livsmedel. Det kan förenkla upprätthållandet av de rutiner som krävs för en säker livsmedelshantering.

Flera ICA-handlare menade att osäkerhet kring hur matens kvalitet säkerställs är något som hindrar dem från att börja skänka mat till behövande. En verksamhet som är specialiserad på att distribuera av skänkt mat till behövande ger ett mer professionellt intryck, vilket kan innebära att förtroendet för åtgärden ökar. Exempelvis kan fler livsmedelsaktörer vara villiga att skänka mat till en verksamhet som kan bistå med en kylbil än om en välgörenhetsorganisation kommer med en vanlig personbil och hämtar maten. Dessutom efterfrågar flera butiker en färdig, praktisk lösning, vilket en samordnad matbank skulle kunna erbjuda.

### ***Ökad tillgång till mottagarorganisationer***

En svårighet som uppmärksammades av flera butiker var att de inte har tillgång till en mottagarorganisation i närområdet. Även det är ett problem som delvis kan lösas genom en samordnad matbank. Många gånger är det kanske inte bristen på mottagarorganisationer i närområdet som är problemet, utan snarare att de välgörenhetsorganisationer som finns inte har resurserna eller kunskapen för att hämta matvarorna. En samordnad matbank skulle kunna innebära att välgörenhets- organisationerna får ta del av maten utan att behöva lägga tid och resurser på transporter, personal och på att införskaffa den kunskap som krävs.

### ***Mindre oförutsägbart***

Från intervjuerna framgår att det är svårt för organisationerna att förlita sig enbart på skänkt mat på grund av svårigheten med att förutsäga hur mycket och vilken typ av mat som kommer in varje dag. Liknande resonemang förs bland annat av Marthinsen et al. (2012) och av (Stenmarck et al., 2011) som menar att den ojämna strömmen av matvaror är ett problem för mottagarorganisationerna.

En samordnad matbank kan minska oförutsägbarheten då den kan ha möjlighet att rekrytera ett större antal givare och mottagarorganisationer än vad en mindre enskild organisation har. Det kan innebära både ett större utbud olika typer av matvaror samt en mer varierad efterfrågan från olika typer av verksamheter. Det skulle generera ett mer buffrande system som är mindre känsligt för variationer i utbud och efterfrågan.

### ***Inte alltid bästa lösningen***

En samordnad matbank behöver inte vara den optimala lösningen i alla sammanhang. Ett exempel kan vara i mindre städer och samhällen, där varken antalet givare, mottagarorganisationer eller behovande är särskilt stort. Under de omständigheterna är det kanske inte möjligt att skapa ett större nätverk och det kan då vara mer effektivt med småskaliga initiativ, där mat skänks direkt från en livsmedelsaktör till den lokala välgörenhetsorganisationen. Också för givare som genererar så små mängder mat att en enskild verksamhet kan ha användning för den kan ett direkt samarbete vara mer effektivt, både ur ett kostnads- och ur ett klimatmässigt perspektiv. Det kan till exempel gälla för mindre livsmedelsbutiker och för restauranger.

### ***Ansvarsfrågan***

En svårighet med en samordnad matbank är vem som ska ansvara för verksamheten. Aktörer inom livsmedelskedjan, statliga och kommunala myndigheter, hjälpporganisationer och kommersiella aktörer kan alla ha incitament att medverka i ett sådant initiativ. Kanske krävs det att flera olika aktörer kommer överens om ett gemensamt samarbete för att åtgärden ska få den effekt som önskas. Mer forskning inom området är nödvändigt.

## **5.6.6 Matbanker som kompletterande åtgärd**

En viktig aspekt att ha i åtanke när matbanker diskuteras som matavfallsförebyggande åtgärd är att den inte minskar uppkomsten av överproducerad mat hos livsmedelsaktörerna, utan endast hanterar problemet då det redan har uppstått. Matbanker och liknande initiativ är ur den synvinkeln en "end of pipe-lösning" snarare än en förebyggande åtgärd. Det är därför viktigt att livsmedelssektorer inte enbart använder sig av matbanker som svinnreducerande åtgärd, utan dessutom arbetar med grundorsakerna till att överproduktion eller överbeställningar sker från första början.

Även Lindbom et al. (2013) understryker vikten av att arbeta med mer långsiktiga lösningar utöver att mat kan skänkas till behovande. Samma studie beskriver dessutom att även om stora förbättringar sker gällande uppkomsten av matsvinn inom livsmedelskedjan, kommer det antagligen inte gå att förebygga allt svinn. Det kommer därför alltid att finnas mat som kan skänkas till välgörenhet.

## **5.7 Hur metoden påverkar studiens resultat**

Beslutet att använda kvalitativa intervjuer och en enkätundersökning för studien påverkar resultaten på olika sätt. Inte minst då metoderna innebär att resultaten blir beroende av intervjuarens förmåga och på hur enkätfrågorna formulerats.

Dock anses valet att både utföra en intervjustudie och en enkätundersökning styrka studiens validitet, eftersom resultat från de olika delstudierna kan jämföras och på så sätt bekräfta varandra. Att åtgärden dessutom undersökts både ur givarnas och ur matbanker och övriga mottagarorganisationers perspektiv, antas styrka studiens validitet ytterligare. Metodvalet anses därför vara det mest lämpade för att uppfylla studiens syfte och målsättningar.

### **5.7.1 Intervjustudie som metod**

Urvalet av intervjupersoner gjordes med ambitionen att de skulle ge en representativ bild av hur utbudet av matbanker och liknande verksamheter ser ut i Sverige. Då det visade sig vara en stor variation på hur olika organisationer strukturerar upp verksamheten, finns det en risk att inte alla typer av strukturer omfattats av studien. Svårigheter med att hitta organisationer som ägnar sig åt åtgärden, samt svårigheten med att få kontakt med lämpliga personer att intervjua, kan också ha inneburit att studien inte har skapat en fullständig bild av åtgärden. Dessutom har tidsaspekten varit begränsande för hur många intervjuer som har kunnat genomföras.

Trots nämnda begränsningar anses de intervjuade personerna ge en relativt representativ bild av läget för Sveriges matbanker och liknande verksamheter. De flesta av de större matbankerna har intervjuats och dessutom har ett antal mindre verksamheter fått ge sin bild av åtgärden. Verksamheter som missats kan därför i första hand antas representera mindre initiativ, som inte tar hand om lika stora mängder mat som de intervjuade matbankerna gör.

En aspekt som kan diskuteras är att ingen representant från Svenska kyrkan har intervjuats, trots att ett stort antal församlingar bevisligen tar emot skänkt mat, vilket enkätundersökningen visade på, se kapitel 4.1.2. Det beror på att ingen lämplig representant ur Svenska Kyrkan kunde nås, trots att flertalet försök gjordes. Dock intervjuades ansvarig för Hela Människans matbank i Norrköping, en verksamhet som delar ut mat till ett antal församlingar. Denna verksamhet fick därför anses representera Svenska kyrkan.

#### ***En kvalitativ metod***

När semistrukturerade intervjumetoder används finns alltid en risk att hur frågorna formuleras kan påverka intervjupersonernas svar. Det finns också en risk att svaren feltolkas av intervjuaren (Kvale och Brinkmann, 2009). För att i så stor utsträckning som möjligt undvika missuppfattningar sammanfattades alla intervjuer efter att de transkriberats och skickades till intervjupersonerna för återkoppling. De fick då möjlighet att ändra, lägga till och ta bort svar som inte ansågs riktiga.

Ännu en aspekt som är viktig att ha i åtanke när det gäller kvalitativa intervjuer är att intervjupersonerna avsiktligt eller oavsiktligt kan välja att försköna svaren, till exempel för att undvika negativ publicitet. Därför bör svaren på frågor som kan uppfattas som känsliga tolkas med försiktighet, något som även Kvale och Brinkmann (2009) beskriver.

### **5.7.2 Enkätundersökning som metod**

Enkätens målgrupp var alla Sveriges livsmedelsbutiker. Eftersom det inte var möjligt att utföra en totalundersökning gjordes valet att endast skicka enkäten till ICA-butiker. Beslutet kan ha påverkat hur representativa svaren är för målgruppen. Det är, som redan nämnts i kapitel 5.2.2, inte självklart att samma resultat hade erhållits om enkäten i stället skickats ut exempelvis till alla Coop-butiker i Sverige, eftersom förutsättningarna för att skänka mat kan se olika ut för olika typer av butiker.

De fördelar som ett samarbete med ICA:s miljöavdelning innebar bedömdes dock överväga eventuella nackdelarna med beslutet. Inte minst då en högre svarsfrekvens antagligen erhöles på det här viset jämfört med vad som hade fåtts om enkäten hade distribuerats utan förankring hos ICA:s ledning. ICA äger dessutom över hälften av alla marknadsandelar inom svensk dagligvaruhandel (DLF, 2014), vilket innebär att en stor andel av Sveriges livsmedelsbutiker fick möjlighet att svara på enkäten.

#### ***Externt och internt bortfall***

Enkäten hade en svarsfrekvens på 20 %. För att kunna dra mer generella slutsatser kring resultaten hade en högre svarsfrekvens varit att önska. Att 95 % av de butiker som öppnat enkäten också slutfört den, tyder på att det inte var enkätens upplägg som gjorde att inte fler butiker medverkade, utan att det snarare handlar om externa orsaker. Det kan exempelvis bero på att butikerna är pressade tidsmässigt och inte kan prioritera att svara på enkäter. Enkäten sändes ut i veckorna runt påsk, en intensiv period, vilket kan ha påverkat butikernas möjlighet att svara. En annan anledning kan vara att det råder en allmän mättnad på att medverka i enkätundersökningar. Något som Statistiska centralbyrån vittnar om då de märkt av ett ökat bortfall för sina undersökningar de senaste åren (Statistiska centralbyrån, 2015).

Efter att enkäten varit tillgänglig för butikerna i en vecka skickades en påminnelse ut till de som inte svarat. Påminnelsen gav ytterligare ett antal svar. För att generera en ännu högre svarsfrekvens hade en andra påminnelse kunnat skickas ut (Ejlertsson, 2005). Det var dock, på grund av tidsbegränsningar, inte möjligt.

Det interna bortfallet i enkäten var relativt lågt. I genomsnitt låg svarsfrekvensen på över 90 % för enskilda frågor. Den fråga som hade lägst svarsfrekvens, 83 %, handlade om hur stora mängder mat som butikerna skänker till behövande. Att just den frågan genererade en lägre svarsfrekvens kan bero på att den krävde mer av svaranden då statistik eventuellt måste tas fram för att ett svar skulle kunna anges.

#### ***Frågeformuleringar***

Även om enkätfrågorna genomarbetats grundligt innan de skickades till ICA-butikerna, innebar formuleringarna av vissa frågor att svaren blev svårtolkade. Det gällde framförallt för frågorna om butikernas kostnader för avfallshanteringen. Dessa frågor borde ha ställts på ett annat sätt för att svaren skulle bli användbara.

Även om enkäten inleddes med en förklaring av vad som i undersökningen menades med "att skänka mat till behövande", var det butiker som missuppfattade begreppet. Exempelvis svarade vissa butiker ja på frågan om de skänker mat till behövande, för att sedan förklara att maten hämtas av lantbrukare och används som djurfoder. Det visar på att det är mycket viktigt med tydlighet kring vad varje fråga avser när en enkätstudie utförs. Dessa aspekter beskrivs även av Ejlertsson (2005).

## 6. Slutsats

---

### ***Åtgärdens struktur***

Sveriges matbanker och liknande verksamheter som tar emot skänkt mat ser olika ut när det gäller praktiska aspekter såsom logistik, förvaringsmöjligheter, antal givare samt typ och mängd varor som tas emot. Däremot delar de flesta verksamheter samma vision, där de utsatta människornas behov kommer i första hand, och de positiva konsekvenser som åtgärden kan få för miljön kommer i andra hand.

### ***Mängd mat som skänks av butiker, matbanker och övriga mottagarorganisationer***

Cirka 30 % av alla ICA-butiker i Sverige skänker enligt enkätundersökningen mat till behövande. Totalt skänks cirka 1 900-4 400 ton mat per år från Sveriges livsmedelsbutiker, om de antas skänka mat i samma utsträckning som ICA-butikerna i enkäten. Maten skänks vanligtvis från butik till behövande direkt via välgörenhetsorganisationers lokala verksamheter, utan att gå via matbanker.

Två av Sveriges största matbanker tar tillsammans emot cirka 175 ton mat per år. Maten skänks främst från grossister, men även från producenter och butiker. I övrigt är det svårt att uppskatta hur stora mängder mat som skänks totalt till Sveriges välgörenhetsorganisationer eftersom registrering av mängder inte görs i någon stor utsträckning.

### ***Åtgärdens kostnader och ekonomisk lönsamhet***

Kostnader för matbanker och liknande initiativ är svåra att uppskatta och det råder osäkerhet hos många organisationer om verksamheten lönar sig för dem jämfört med om de i stället hade köpt in maten. Personal, fordon och lokaler är stora utgiftsposter för verksamheterna. Det råder viss skepsis kring om det är möjligt att bedriva större matbanker enbart med ideella medel. En annan viktig aspekt, som bör utredas ytterligare, är hur det faktum att ideella och kommersiella matbanker i dagsläget konkurrerar om samma resurs under olika förutsättningar påverkar matbankernas framtida utveckling.

För livsmedelsbutiker kan åtgärden att skänka mat till behövande både innebära en besparing eller en extra utgift, beroende på vad butiken har för kostnader för avfallshantering och beroende på hur lång tid det tar att skänka bort maten jämfört med att kasta den. Då åtgärden för majoriteten av butikerna inte kräver någon extratid av personalen kan de spara in de kostnader för avfallshantering som den skänkta maten annars hade medfört. Beräknade kostnader eller besparingar innebär dock inga större summor och den ekonomiska lönsamheten bör därför inte vara en avgörande faktor för om en livsmedelsbutik väljer att använda sig av åtgärden eller ej. Något som inte tagits med i beräkningarna är att åtgärden kan generera goodwill, som i sin tur leder till en ökad omsättning för butikerna.

### ***Åtgärdens klimatmässiga vinst***

Att skänka mat till behövande i stället för att kasta den innebär med största sannolikhet en klimatmässig vinst för samhället. När klimatnyttan av åtgärden beräknas beror resultatet till stor del på vilka systemgränser som antagits. Klimatnyttan beror främst på huruvida den skänkta maten leder till en minskad matproduktion och vilken typ av matproduktion som minskar. Om kött som skänks till

behövande leder till att den totala köttproduktionen minskar, kan åtgärden antas ha en betydande klimatnytta. Antas kött som skänks i stället leda till minskad produktion av bönor, blir klimatnyttan av åtgärden inte lika stor. Transporter av den skänkta maten har en relativt liten betydelse för hur stor den totala klimatnyttan blir. Ju mindre klimatpåverkan är från produktionen av livsmedlen, desto större blir dock transporternas betydelse för åtgärdens totala klimatnytta.

Om den skänkta maten antas leda till minskad produktion av samma typ av livsmedel, det vill säga om skänkt kött resulterar i minskad köttproduktion, utnyttjas åtgärden i dagsläget inte optimalt ur ett klimatomfattigt perspektiv. Det beror på att de matvaror som främst skänks i dagsläget är bröd, frukt och grönsaker, livsmedel med en relativt låg klimatbelastning. För att underlätta för inblandade aktörer att skänka och ta emot mer koldioxidintensiva livsmedel behöver lagstiftningen kring hanteringen av dessa varor förtydligas och vägledning och riktlinjer måste spridas till livsmedelsaktörerna. Dessutom krävs det att logistiken kring åtgärden effektiviseras så att det blir enklare för aktörerna att transportera varor som kräver kylda transporter.

### ***Svårigheter och hinder med åtgärden***

De svårigheter som givare och mottagare stöter på i arbetet kring matbanker handlar bland annat om aktörernas syn på maten som resurs, vilka risker medverkan innebär för aktörerna samt hur den ojämna strömmen av matvaror ska hanteras. För givarna är dessutom tillgången till mottagarorganisationer en betydande svårighet. Hur mycket åtgärden påverkas av de olika svårigheterna kan i grunden antas bero på mer konkreta aspekter, såsom vilken kunskap aktörerna har kring hur maten ska hanteras samt vilka resurser de har att sköta logistiken kring verksamheten på ett korrekt och effektivt sätt.

### ***Åtgärdens potential ur ett matavfallsförebyggande perspektiv***

Det finns potential för matbanker och liknande verksamheter att i större utsträckning användas som svinnreducerande åtgärd för livsmedelskedjan. Åtgärden har möjligheten att fylla en samhällsfunktion som i dagsläget är relativt outnyttjad. Det finns ett behov från utsatta människor som idag inte mättas, dessutom finns det stora resurser hos livsmedelsaktörerna som inte utnyttjas. Beräkningar gjorda utifrån enkätsvaren visar exempelvis på att de mängder mat som skänks från Sveriges livsmedelsbutiker till behövande utgör cirka 4 % av deras totala mängd matavfall.

Avslutningsvis visar studien på att det finns en vilja från både givare och mottagare att utveckla metoden ytterligare, under förutsättningen att vissa förändringar kommer till stånd. Samtidigt är det viktigt att komma ihåg att åtgärden inte påverkar de grundläggande orsakerna till varför matsvinn uppkommer i livsmedelskedjan. Åtgärden bör därför användas tillsammans med andra svinnreducerande åtgärder.

## 7. Referenser

---

- Allwin. (2015a). *Allwin modellen* [Online]. Allwin CSR modellen. Tillgänglig: <http://allwin.nu/allwin-csr-modellen/> [4 februari 2015].
- Allwin. (2015b). *Aktuellt* [Online]. Tillgänglig: <http://allwin.nu/category/blog/> [18 april 2015].
- Avfall Sverige. (2011). *Innebörden av begreppet hushållsavfall - Guide # 4*. Malmö.
- Avfall Sverige. (2012). *Hushållsavfall i siffror - Kommun- och länsstatistik 2012*. (Rapport U2014:16). Malmö.
- Avfall Sverige. (2014). *Svensk Avfallshantering 2014*. Malmö.
- Avfall Sverige. (2015). *Insamling av källsorterat matavfall* [Online]. Insamling av matavfall. Tillgänglig: <http://www.avfallsverige.se/avfallshantering/biologisk-aatervinning/insamling-av-matavfall/> [26 januari 2015].
- Axfood. (2013). *Hållbarhetsredovisning 2013*. Stockholm.
- Bengtsson, N., Edin, P.-A. & Holmlund, B. (2014). *Löner, sysselsättning och inkomster - ökar klyftorna i Sverige?* Stockholm: Finanspolitiska rådet.
- Bioenergiportalen. (2014). *Biogasproduktion i Sverige* [Online]. Tillgänglig: <http://www.bioenergiportalen.se/?p=1455&m=938> [29 maj 2015].
- Chrisafis, A. 2015. France to force big supermarkets to give unsold food to charities. *The Guardian*, 22 maj 2015. Tillgänglig: <http://www.theguardian.com/world/2015/may/22/france-to-force-big-supermarkets-to-give-away-unsold-food-to-charity>
- DLF. (2014). *Dagligvarukartan 2014: Dagligvaruhandeln sålde för 232 miljarder i fjol*. DLF, Delfi och Fri Köpenskap.
- EC. (2011). *A resource-efficient Europe – Flagship initiative under the Europe 2020 Strategy*. Bryssel: European Commission.
- EG (2002). Förordning om allmänna principer och krav för livsmedelslagstiftning, om inrättandet av Europeiska myndigheten för livsmedelssäkerhet och om förfaranden i frågor som gäller livsmedelssäkerhet EG 178/2002 publicerad 1 februari 2002. Europaparlamentet och Europeiska Unionens råd.
- EG (2004). Förordning om livsmedelshygien EG 852/2004 rättelse 25 juni 2004. Europaparlamentet och Europeiska Unionens råd.
- EG (2008). EU:s Avfallsdirektiv EG 98/2004 publicerad 22 november 2008. Europaparlamentet och Europeiska Unionens råd.
- Ejlertsson, G. (2005). *Enkäten i praktiken - En handbok i enkätmetodik*. Lund, Studentlitteratur.
- Eriksson, M. & Strid, I. (2013). *Svinnreducerande åtgärder i butik - Effekter på kvantitet, ekonomi och klimatpåverkan*. (Rapport 6594). Bromma: Naturvårdsverket.
- European Federation of Food Banks. (2015a). *Who are we?* [Online]. Tillgänglig: [http://www.eurofoodbank.eu/portail/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=1&Itemid=2&lang=en](http://www.eurofoodbank.eu/portail/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=1&Itemid=2&lang=en) [5 februari 2015].
- European Federation of Food Banks. (2015b). *Home* [Online]. Tillgänglig: <http://www.eurofoodbank.eu/portail/> [4 februari 2015].
- European Federation of Food Banks. (2015c). *Countries* [Online]. Tillgänglig: [http://www.eurofoodbank.eu/portail/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=7&Itemid=26&lang=en](http://www.eurofoodbank.eu/portail/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=7&Itemid=26&lang=en) [19 april 2015].
- European Federation of Food Banks. (2015d). *What do we do?* [Online]. Tillgänglig: [http://www.eurofoodbank.eu/portail/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=3&Itemid=8&lang=en](http://www.eurofoodbank.eu/portail/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=3&Itemid=8&lang=en) [14 maj 2015].

- FAO. (2013). *Food wastage footprint - Impacts on natural resources*. Rom: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Fråne, A. & Stare, M. (2014). *Miljöstyrande taxa? En vägledning till viktbaserad avfallstaxa inför beslut, vid införande och drift*. (Rapport U2014:05). Avfall Sverige och IVL Svenska Miljöinstitutet.
- Frälsningsarmén. (2015a). *Frälsningsarmén i världen* [Online]. Tillgänglig: <http://www.fralsningsarmen.se/Verksamhet/Fralsningsarmen-i-varlden/old-Fralsningsarmen-i-varlden/> [12 februari 2015].
- Frälsningsarmén. (2015b). *Organisation - Frälsningsarmén i Sverige* [Online]. Tillgänglig: <http://www.fralsningsarmen.se/Sidor/Organisation/> [12 februari 2015].
- Frälsningsarmén. (2015c). *Vanliga frågor* [Online]. Tillgänglig: <http://www.fralsningsarmen.se/Sidor/Skolmaterial/Vanliga-fragor/> [7 maj 2015].
- GFN. (2015). *How Food Banking Works* [Online]. Tillgänglig: <http://www.foodbanking.org/food-banking/food-banking-works/> [14 maj 2015].
- Göteborgs Stad. (2014). *Avfallstaxa 2014*. Göteborg: Kretslopp och Vatten.
- Handelsanställdas förbund. (2015). *Arbetstid* [Online]. Frågor och Svar. Tillgänglig: <http://handels.se/fragor-och-svar/arbetstid/> [6 maj 2015].
- Hanssen, O. J. (2015). *Project plan Nordic Food Redistribution Project - Phase II*. Østfoldforskning i samarbete med Nordiska ministerrådet.
- Hanssen, O. J., Ekegren, P., Gram Hanssen, I., Korpela, P., Langevad Clifforth, N., Skov Olsen, K., Silvennoinen, K., Stare, M., Stenmarck, Å. & Svanes, E. (2014). *Food Redistribution in the Nordic Region - Experiences from a pilot study*. (Rapport 2014:562). Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Hedin, A. (1996). *En liten lathund om kvalitativ metod med tonvikt på intervju*. Reviderad 2011, Martin, C.
- Hela Människan. (2015). *Hela Människan - kyrkornas gemensamma sociala arbete* [Online]. Om oss. Tillgänglig: <http://www.helamanniskan.se/om-oss/> [21 april 2015].
- Höst, M., Regnell, B. & Runeson, P. (2006). *Att genomföra examensarbete*. Lund, Studentlitteratur.
- ICA. (2015a). *Så hanterar du maten* [Online]. Säker mat. Tillgänglig: <http://www.ica.se/ica-tar-ansvar/saker-mat/tips-for-saker-mat/> [14 maj 2015].
- ICA. (2015b). *Vi bär alla ansvar för matsvinnet* [Online]. Delat ansvar för matsvinnet. Tillgänglig: <http://www.ica.se/ica-tar-ansvar/miljo/delat-ansvar-for-matsvinnet/> [9 februari 2015].
- ICA. (2015c). *Resurskocken - håller koll på matsvinnet* [Online]. ICA Kvantum Malmborgs Tuna. Tillgänglig: <http://www.ica.se/butiker/kvantum/lund/ica-kvantum-malmborgs-tuna-2780/resurskocken/> [9 februari 2015].
- ICA Gruppen. (2015). *ICA Sverige* [Online]. Vår verksamhet. Tillgänglig: <http://www.icagruppen.se/om-ica-gruppen/-/!var-verksamhet> [9 februari 2015].
- Jensen, C. & Johansson, M. (2014). *Uppföljning av etappmålet för ökad resurshushållning i livsmedelskedjan*. (Rapport 155). Norrköping: SMED på uppdrag av Naturvårdsverket.
- Jensen, C., Stenmarck, Å., Sörme, L. & Dunsö, O. (2011). *Matavfall 2010 från jord till bord*. (Rapport 99). Norrköping: SMED på uppdrag av Naturvårdsverket.
- KF. (2013). *Verksamhetsberättelse 2013*. Solna: Kooperativa Förbundet.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den Kvalitativa Forskningsintervjun*. Lund, Studentlitteratur AB.



- Lagerberg Fogelberg, C. (2014). *Vad görs åt matsvinnet? Data, åtgärder och styrmedel med fokus på Norden, Storbritannien och Nederländerna*. (Rapport 6620). Bromma: Naturvårdsverket.
- Laurin Gulled, J. & Västå, A. (2013). *Matsvinn - Undersökning av befolkningens attityd, kunskap och beteende kopplade till matsvinn*. Livsmedelsverket.
- Lindbom, I., Esbjörnsson, C., Forsman, J., Gustavsson, J. & Sundström, B. (2013). *Åtgärder för minskat svinn i livsmedelsindustrin - Ett industri- och kedjeperspektiv*. (Rapport 6595). Bromma: Naturvårdsverket.
- Lindbom, I., Gustavsson, J. & Sundström, B. (2014). *Minskat svinn i livsmedelskedjan – ett helhetsgrepp*. (Rapport 866). Göteborg: Jordbruksverket.
- LIVSFS (2004). Livsmedelsverkets föreskrifter om märkning och presentation av livsmedel LIVSFS 2004:27 ändrad t.o.m. LIVSFS 2010:7. Livsmedelsverkets författningssamling.
- Livsmedelsverket. (2006). *Vägledning - Hygien*. Tillsynsavdelningen.
- Livsmedelsverket. (2012). *Kontrollhandbok - butik*. Uppsala.
- Livsmedelsverket. (2013). *Vad betyder datummärkning?* [Online]. Mat och miljö. Tillgänglig: <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-miljo/Ta-hand-om-maten--minskat-svinnet/Vad-betyder-datummarkningen/> [27 januari 2015].
- Livsmedelsverket. (2014a). *Lagstiftningen - en introduktion* [Online]. Livsmedelsföretag. Tillgänglig: [http://www.slv.se/sv/grupp1/livsmedelsforetag/Starta\\_livsmedelsforetag/Lagstiftningen---en-introduktion/](http://www.slv.se/sv/grupp1/livsmedelsforetag/Starta_livsmedelsforetag/Lagstiftningen---en-introduktion/) [30 januari 2015].
- Livsmedelsverket. (2014b). *Får butiker ändra på datummärkning?* [Online]. Frågor och svar. Tillgänglig: <http://www.slv.se/sv/Fragor--svar/Fragor-och-svar/Markning-av-livsmedel/Mera-om-mast-fore-dag-och-sista-forbrukningsdag/> [27 januari 2015].
- Livsmedelsverket. (2015a). *Bekämpningsmedel* [Online]. Livsmedel & innehåll. Tillgänglig: <http://www.livsmedelsverket.se/livsmedel-och-innehall/oonskade-amnen/bekampningsmedel/> [18 maj 2015].
- Livsmedelsverket. (2015b). *Offentlig livsmedelskontroll* [Online]. Produktion, handel och kontroll. Tillgänglig: <http://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel--kontroll/livsmedelskontroll/offentlig-kontroll/> [14 april 2015].
- Lunds Kommun. (2013). *Avfallstrappan* [Online]. Avfall och återvinning. Tillgänglig: <http://www.lund.se/Medborgare/Bygga-bo--miljo/Avfall--atervinning/Lunds-Renhallningsverk/Framtid-nu---ar-du-med/Avfallstrappan/> [9 mars 2015].
- Lysell, S. (2014). *Livscykelanalys av avfallsförbränning och biogasproduktion*. Malmö: Kandidatuppsats, Malmö Högskola.
- Lönestatistik.se. (2015). *Butiksbiträde löner* [Online]. Tillgänglig: <http://www.lonestatistik.se/loner.asp/yrke/Butiksbitrade-1814> [6 maj 2015].
- Marthinsen, J., Sundt, P., Kaysen, O. & Kirkevaag, K. (2012). *Prevention of food waste in restaurants, hotels, canteens and catering*. (Rapport 2012:537). Köpenhamn: Nordiska ministerrådet.
- Naturvårdsverket. (2003). *Metoder för lagring, rötning och kompostering av avfall - Handbok med allmänna råd till 2 kap. 3 § miljöbalken*. (Rapport 2003:4). Bromma: Naturvårdsverket.
- Naturvårdsverket. (2008). *Miljömålen i korthet - och en sammanfattning av miljömålsrådets utvärdering*. Bromma: CM-gruppen.
- Naturvårdsverket. (2012). *Från avfallshantering till resurshushållning - Sveriges avfallsplan 2012-2017*. (Rapport 6502). Bromma: CM gruppen AB.

- Naturvårdsverket. (2013). *Förslag till etappmål för minskad mängd matavfall - Redovisning av ett regeringsuppdrag den 16 december 2013*. (Rapport 00336-13). Naturvårdsverket.
- Naturvårdsverket. (2014a). *Matsvinn* [Online]. Miljöarbete i samhället. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Avfall/Avfallsforebyggande-program/Matsvinn/> [19 januari 2015].
- Naturvårdsverket. (2014b). *Minskad mängd matavfall – förslag till nytt etappmål i miljömålssystemet* [Online]. Miljöarbete i samhället. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Regeringsuppdrag/Redovisade-2013/Fem-nya-etappmal/Minskad-mangd-matavfall/> [21 januari 2015].
- Naturvårdsverket. (2014c). *Ingen övergödning* [Online]. Miljöarbete i samhället. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Sveriges-miljomal/Miljokvalitetsmalen/Ingen-overgodning/> [13 april 2015].
- Naturvårdsverket. (2014d). *Lagar och regler om avfall* [Online]. Stöd i miljöarbetet. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Stod-i-miljoarbetet/Vagledning/Avfall/Lagar-och-regler-om-avfall/> [29 januari 2015].
- Naturvårdsverket. (2014e). *Ökad återvinning av matavfall* [Online]. Miljömål & samverkan. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Avfall/Atervinning-av-matavfall/> [22 januari 2015].
- Naturvårdsverket. (2014f). *Begränsad klimatpåverkan* [Online]. Miljöarbete i samhället. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Sveriges-miljomal/Miljokvalitetsmalen/Begransad-klimatpaverkan/> [13 april 2014].
- Naturvårdsverket. (2014g). *Giffri miljö* [Online]. Miljöarbete i samhället. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Sveriges-miljomal/Miljokvalitetsmalen/Giffri-miljo/> [28 februari 2015].
- Naturvårdsverket. (2014h). *God bebyggd miljö* [Online]. Miljöarbete i samhället. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Sveriges-miljomal/Miljokvalitetsmalen/God-bebyggd-miljo/> [28 februari 2015].
- Naturvårdsverket. (2015). *Miljömålssystemet* [Online]. Miljöarbete i samhället. Tillgänglig: <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Sveriges-miljomal/Miljomalssystemet/> [29 januari 2015].
- NTM. (2015). *Basic Freight Calculator* [Online]. Tillgänglig: <http://www.ntmcalc.eu/Magellan/render/goodsLogistics> [9 maj 2015].
- Rytterstedt, M., Leander, J. & Karlsvärd, J. (2008). *Svinn i livsmedelskedjan - Möjligheter till minskade mängder*. (Rapport 5885). Bromma: Naturvårdsverket.
- Röös, E. (2014). *Mat-klimat-listan - Version 1.1*. (Rapport 007). Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet.
- SaMMA. (2012). *Programförklaringen för SaMMA - Vi är SaMMA; Samverkansgruppen för minskat matavfall*.
- Scholz, K. (2013). *Carbon footprint of retail food wastage - a case study of six Swedish retail stores*. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet.
- SFS (1979). Renhållningslag 1979:596 uppdaterad t.o.m. SFS 1997:1197. Miljödepartementet.
- SFS (1998). Miljöbalk 1998:808 uppdaterad t.o.m. SFS 2015:232. Miljö- och energidepartementet.

- SFS (2001). Förordning om deponering av avfall 2001:512. uppdaterad t.o.m. SFS 2013:320. Miljö- och energidepartementet.
- SFS (2006a). Livsmedelslag 2006:804 uppdaterad t.o.m. SFS 2014:703. Landsbygdsdepartementet.
- SFS (2006b). Livsmedelsförordning 2006:813 uppdaterad t.o.m. SFS 2015:161. Näringsdepartementet.
- SFS (2011). Avfallsförordning 2011:927 uppdaterad t.o.m. SFS 2015:27. Miljö- och energidepartementet.
- Skatteverket. (2015a). *Skatteverkets ställningstaganden* [Online]. Arkiv för rättslig information. Tillgänglig: <http://www.skatteverket.se/rattsinformation/reglerochstallningstaganden/stallningstaganden/2015/stallningstaganden2015/13169271814111.5.12815e4f14a62bc048f9d12.html> [15 april 2015].
- Skatteverket. (2015b). *Belopp och procent - inkomstår 2015* [Online]. Skatter. Tillgänglig: <http://www.skatteverket.se/privat/skatter/beloppochprocent/2015.4.3f4496fd14864cc5ac9c64b.html> - h-Prisbasbelopp [15 april 2015].
- Socialstyrelsen. (2011). *Hemlöshetens omfattning i Sverige* [Online]. Hemlöshet - Omfattning. Tillgänglig: <http://www.socialstyrelsen.se/hemloshet/omfattning> [3 februari 2015].
- Socialstyrelsen. (2014). *Hemlöshet och utestängning från bostadsmarknaden 2014* [Online]. Tillgänglig: <http://www.socialstyrelsen.se/nyheter/2014augusti/hemloshetochutestangningfranbostadsmarknadenoj2014> [12 maj 2015].
- Stare, M., Johansson, M., Dunsö, O., Stenmarck, Å., Sörme, L. & Jensen, C. (2013). *Förbättrade matavfallsfaktorer för verksamheter*. (Rapport 2013:117). Norrköping: SMED på uppdrag av Naturvårdsverket.
- Statistiska centralbyrån. (2012). *EU sätter mått på fattigdom* [Online]. Hitta statistik - Artiklar. Tillgänglig: [http://www.scb.se/sv/\\_/Hitta-statistik/Artiklar/EU-satter-matt-pa-fattigdom/](http://www.scb.se/sv/_/Hitta-statistik/Artiklar/EU-satter-matt-pa-fattigdom/) [2 februari 2015].
- Statistiska centralbyrån. (2013a). *Fler i Sverige i risk för fattigdom* [Online]. Artiklar. Tillgänglig: [http://www.scb.se/sv/\\_/Hitta-statistik/Artiklar/Fler-i-Sverige-i-risk-for-fattigdom/](http://www.scb.se/sv/_/Hitta-statistik/Artiklar/Fler-i-Sverige-i-risk-for-fattigdom/) [5 februari 2015].
- Statistiska centralbyrån. (2013b). *Antal personer försörjda med sociala ersättningar och bidrag 2012* [Online]. Statistiknyhet från SCB. Tillgänglig: [http://www.scb.se/sv/\\_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Hushallens-ekonomi/Amnesovergripande-statistik/Hushallens-ekonomi-allman-statistik/250874/250883/250887/Antal-personer-forsorjda-med-sociala-ersattningar-och-bidrag-2012/](http://www.scb.se/sv/_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Hushallens-ekonomi/Amnesovergripande-statistik/Hushallens-ekonomi-allman-statistik/250874/250883/250887/Antal-personer-forsorjda-med-sociala-ersattningar-och-bidrag-2012/) [3 februari 2015].
- Statistiska centralbyrån. (2015). *SCB tar bortfallen i urvalsundersökningarna på största allvar* [Online]. Nyheter och pressmeddelanden. Tillgänglig: [http://www.scb.se/sv/\\_/Om-SCB/Nyheter-och-pessmeddelanden/Behallare-for-Nyheter-och-Pressmeddelanden/SCB-tar-bortfallen-i-urvalsundersokningarna-pa-storsta-allvar/](http://www.scb.se/sv/_/Om-SCB/Nyheter-och-pessmeddelanden/Behallare-for-Nyheter-och-Pressmeddelanden/SCB-tar-bortfallen-i-urvalsundersokningarna-pa-storsta-allvar/) [19 maj 2015].
- Stenmarck, Å., Hanssen, O. J., Silvennoinen, K., Katajajuuri, J.-M. & Werge, M. (2011). *Initiatives on prevention of food waste in the retail and wholesale trades*. (Rapport B1988). Stockholm: IVL Svenska Miljöinstitutet på uppdrag av Nordiska ministerrådet.

- Strid, I. & Schütt, E. (2013). *Minskat matsvinn från livsmedelsbutiker - sammanfattning av ett forskningsprojekt kring matsvinn*. Uppsala: Sveriges lantbruksuniversitet.
- Sveriges lantbruksuniversitet. (2015). *Vad är livscykelanalys?* [Online]. Institutionen för energi och teknik. Tillgänglig: <http://www.slu.se/sv/institutioner/energi-teknik/forskning/lca/vadar/> [22 maj 2015].
- Sveriges Stadsmissioner. (2014). *Sveriges Stadsmissioner* [Online]. Tillgänglig: [http://sverigesstadsmissioner.se/om\\_riksforeningen/](http://sverigesstadsmissioner.se/om_riksforeningen/) [12 februari 2015].
- The European Anti-Poverty Network. (2015). *Poverty: what is it?* [Online]. Tillgänglig: <http://www.eapn.eu/en/what-is-poverty/poverty-what-is-it-anchor1>.
- The Salvation Army. (2015). *About us* [Online]. Tillgänglig: <http://www.salvationarmy.org/ihq/about> [12 februari 2015].
- UNEP. (2015a). *Food waste facts* [Online]. UNEP - environment for development. Tillgänglig: <http://www.unep.org/wed/2013/quickfacts/> [21 januari 2015].
- UNEP. (2015b). *Hunger statistics* [Online]. World Food Programme. Tillgänglig: <http://www.wfp.org/hunger/stats> [2 februari 2015].
- United Nations. (2012). *Probabilistic Population Projections based on the World Population Prospects: The 2012 Revision* [Online]. Department of Economic and Social Affairs. Tillgänglig: [http://esa.un.org/unpd/ppp/Figures-Output/Population/PPP\\_Total-Population.htm](http://esa.un.org/unpd/ppp/Figures-Output/Population/PPP_Total-Population.htm) [22 april 2015].
- WFP. (2015). *Hunger statistics* [Online]. WFP-World Food Programme - Fighting Hunger Worldwide. Tillgänglig: <http://www.wfp.org/hunger/stats> [21 januari 2015].
- Worldometers. (2015). *Current world population* [Online]. Tillgänglig: <http://www.worldometers.info/world-population/> [2 februari 2015].
- Åhnberg, A. (2011). *Vinn/vinn - eller svinn? En studie om hur livsmedel kan doneras till välgörenhet istället för att kasseras*. Malmö: Malmö Högskola.

## Muntliga referenser

- Eisner, S. (2015). Grundare av Allwin i Göteborg, telefonintervju den 7 maj 2015.
- Felixson, I. (2015). Verksamhetssamordnare på Frälsningsarméns matbank i Stockholm, telefonintervju den 2 mars 2015.
- Hornbäck, P. (2015). Platschef för Café David på Skåne Stadsmission i Malmö, intervju den 11 mars 2015.
- Jansson, J. (2015). Ansvarig för Matbanken Väst för Frälsningsarmén i Göteborg, telefonintervju den 1 april 2015.
- Lunde Dinesen, A. (2015) Projektledare för Matcentralen i Stockholm Stadsmission, telefonintervju den 5 mars 2015.
- Malm, M. (2015). Insamlingsansvarig på Stockholm Stadsmissions centrallager, telefonintervju den 24 februari 2015.
- Malmqvist, A. (2015). Platschef för Ny Gemenskap i Stockholm, telefonintervju den 10 mars 2015.
- Strand, K. (2015). Ansvarig på Hela Människans matbank i Norrköping, telefonintervju den 11 mars 2015.
- Tegnér, C. (2015). Föreståndare för Hemlösas Hus i Helsingborg, intervju den 3 mars 2015.

## Bilagor

---

### ***Bilaga A: Miljökvalitetsmål***

#### **Begränsad klimatpåverkan**

Enligt miljökvalitetsmålet samt enligt FN:s ramkonvention för klimatpåverkan ska de globala växthusgasutsläppen stabiliseras kring en nivå som innebär att den globala livsmedelsproduktionen och den biologiska mångfalden tryggas. Nivåerna ska hållas så att de inte heller hämmar andra mål för hållbar utveckling. Enligt Naturvårdsverkets underlag till en färdplan för de svenska växthusgasutsläppen ska Sverige inte ha några nettoutsläpp år 2050 (Naturvårdsverket, 2014f).

#### **Giftfri miljö**

*Giftfri miljö* syftar till att minska spridandet av ämnen i naturen som kan vara skadliga för människor, djur och växter. Det handlar både om naturfrämmande ämnen skapade av människan och om ämnen som utvunnits i naturen. Målet är att halterna av de ämnen som förekommer naturligt i vår omgivning ska vara nära bakgrunds nivåerna samt att halterna av de naturfrämmande ämnena ska ligga nära noll (Naturvårdsverket, 2014g). Inom livsmedelsproduktionen används olika typer av gödningsmedel och bekämpningsmedel som kan vara skadliga för växter, djur och människor och som därför innefattas i miljökvalitetsmålet (Naturvårdsverket, 2013).

#### **God bebyggd miljö**

Miljökvalitetsmålet *God bebyggd miljö* strävar efter att bebyggelsen ska bidra till att skapa en god livsmiljö och en god global miljö. Utformning och lokalisering av bebyggelse ska dessutom ske på ett sätt som hushållar med resurser (Naturvårdsverket, 2014h). Miljökvalitetsmålet följs upp inom olika områden, som till exempel *hållbar avfallshantering* och *hushållning med energi och naturresurser*, vilka båda påverkas av hur matavfallet och matsvinnet hanteras.

#### **Ingen övergödning**

Tillförseln av övergödande ämnen till naturen ska enligt miljökvalitetsmålet vara så låg att den inte påverkar människors hälsa och den biologiska mångfalden negativt samt att den inte begränsar användningen av mark och vatten (Naturvårdsverket, 2014d). I Sverige står matproduktionen för cirka 50 % av den totala övergödningen (Naturvårdsverket, 2014a). Det är främst läckage av kväve och fosfor från jordbruket som kan ge en övergödande effekt (Naturvårdsverket, 2013).

#### **Ett rikt odlingslandskap samt Ett rikt växt- och djurliv**

*Ett rikt odlingslandskap* skapas bland annat genom att betesdjur håller betesområden öppna, vilket gynnar de växter och djur som lever i den typen av biotop och leder till en ökad biologisk mångfald. Minskad djurhållning på grund av minskad matproduktion skulle därför kunna påverka den biologiska mångfalden negativt, vilket i sin tur berör både miljökvalitetsmålet *Ett rikt odlingslandskap* och målet *Ett rikt växt- och djurliv* negativt (Naturvårdsverket, 2013).

## **Bilaga B: Intervjuguide**

### **Kartläggning:**

- Kan du berätta lite om hur ert samarbete ser ut med olika aktörer som donerar mat?
- Hur många donatorer har ni?
- Hur stora mängder mat får ni in varje dag/vecka i snitt?
  - Hur stor del kommer ifrån butiker, restauranger eller storkök?
  - Har ni någon uppfattning om hur stor andel av maten som skänks som utgörs av svinn dvs. som hade kastats om ni inte tagit tillvara på den?
- Hur mycket mat serverar ni varje dag/vecka?
  - Hur många portioner?
  - Hur många kg?
  - Hur många personer tar del av maten?
- Vilka typer av behövande tar del av den mat ni distribuerar?
- Vilka typer av mat får ni från givarna?
  - Vad får ni mest av?
  - Saknar ni något?
  - Tar ni inte emot viss typ av mat?

### **Praktik:**

- Kan du berätta lite om hur det går till när ni hämtar/tar emot maten?
- Hur går det till när ni distribuerar den till behövande?
- Har ni möjlighet att förvara maten och tillaga den?
- Vad finns det för rutiner gällande livsmedelssäkerhet?

### **Samarbetet:**

- Hur organiseras samarbetet med donatorerna?
- Vem var det som tog initiativet till era samarbeten?

### **Nytta/Kostnader:**

- Hur många är ni som arbetar med den här typen av verksamhet?
- Hur stor del av arbetet utförs ideellt, hur många anställda arbetar med den här typen av aktivitet?
- Tar ni betalt på något sätt för den mat ni tar emot?
- Är den här delen av verksamheten lönsam?
- Om ni hämtar/lämnar mat, hur långa sträckor kör ni varje dag, eller var är de olika givarna lokaliserade?
- Hur mycket mat förvarar ni?
  - Antal kylar/frysar?
- Hur mycket kostar den här delen av er verksamhet?

### **Svårigheter/drivkrafter:**

- Stöter ni på några svårigheter i ert arbete?
  - Vilka?
  - Kan du ge några exempel?
- Hur påverkar lagstiftningen er verksamhet?
- Vilka är era drivkrafter i det här arbetet?
  - Är någon drivkraft viktigare än någon annan?

**Potential:**

- Vad ser ni för potential för den här typen av verksamhet?
  - Hade ni velat ta emot mer?
  - Kan ni ta emot mer?
  - Hade du önskat att det fanns mer organiserade former?
  - Hur stort är behovet?
  - Rekommenderar du fler att göra detsamma?
- Vad får ni för respons utifrån?
- Har du några tips till den aktör som skulle vilja börja donera mat eller distribuera den till behövande?
  - Vad är det viktigaste sakerna att tänka på för den som vill börja med åtgärden?

## ***Bilaga C: Följebrev till enkäten***

### **ICA arbetar för att minska matsvinnet från butik!**

Matsvinn är en fråga som blivit allt mer aktuell under de senaste åren. Kostnaden för att slänga mat är stor och likaså är miljöpåverkan. I alla led i livsmedelskedjan, från råvaruproduktion till hushållen, går mat förlorad som hade gått att äta om den behandlats på ett annat sätt. Mycket görs åt problemen och olika initiativ tas av aktörer genom hela livsmedelskedjan för att minska matsvinnet.

Bland annat är det allt fler butiker som, i stället för att kasta ätbar mat som av någon anledning inte kan säljas, skänker den till olika organisationer som i sin tur delar ut maten till utsatta människor i samhället. Detta är en åtgärd som uppmuntras bland annat av Livsmedelsverket och Naturvårdsverket. Man har i dagsläget få kunskaper i området, både vad gäller hur många butiker som skänker mat till behövande och hur stora mängder mat det handlar om.

Den här enkäten är en del i ett examensarbete som pågår på Lunds Tekniska Högskola i samarbete med IVL Svenska Miljöinstitutet som syftar till att öka kunskaperna kring den här typen av åtgärd. Forskarna och ICA Sverige önskar få fram mer information om hur många ICA-butiker i Sverige som skänker mat till behövande, hur stora mängder mat som skänks samt vilken typ av mat det handlar om.

**Enkäten riktar sig till alla ICA-handlare i Sverige, oavsett om du skänker mat till behövande eller inte.** Medverkan är naturligtvis frivillig men du uppmuntras till att delta i enkäten då varje svar är värdefullt för studien. Förhoppningen är att kunskapen ska kunna användas för att i framtiden göra det enklare för butiker och välgörenhetsorganisationer att skänka och ta emot mat och för att kunna minska matsvinnet och kostnaderna.

Använd bifogad länk för att delta i undersökningen

Sista svarsdatum är 19 april.

Har du några frågor eller synpunkter om enkäten så hör gärna av dig till Sara Pettersson, Lunds Tekniska Högskola.

Alternativt till: Madeleine Andersson, Ansvarig miljö och socialt ansvar, ICA Sverige.

Tack på förhand för din medverkan!



## **Bilaga D: Enkätfrågor**

### **Enkät för kartläggning av mat från ICA-butiker till behövande**

**Enkäten är indelad i två delar:**

**Del 1** innehåller generella frågor och frågor om matavfallshanteringen i butiken.

**Del 2** innehåller frågor om mat, som annars hade blivit till matsvinn, som skänks till behövande.

Alla svar behandlas konfidentiellt. De ICA-handlare som kan tänka sig att vara med i en intervjustudie om matsvinn uppmanas att fylla i sin e-postadress i enkäten och kan bli kontaktade vid ett senare tillfälle. De ICA-handlare som lämnar sin e-postadress kan också kontaktas för vidare resonemang om något eller några av svaren.

**Förklaring av begrepp som används i enkäten:**

**Matsvinn:** Även kallat det onödiga matavfallet. Mat som kastas trots att den hade gått att äta om den behandlats på ett annat sätt.

**Matavfall:** All mat som kastas, dvs. både det oundvikliga matavfallet (t.ex. skal, kaffesump och ben) och det onödiga matavfallet.

**Matbank:** Företag eller ideell förening som samlar in mat från bland annat butiker och distribuerar den vidare, antingen till andra hjälporganisationer eller till egna verksamheter. Dessa delar i sin tur ut maten till behövande.

**Behövande:** Människor som lever i olika typer av utsatthet i samhället. Det kan handla om människor som är hemlösa eller personer med låg inkomst.

**Skänka mat:** Begreppet "skänka mat" inkluderar i enkäten även butiker som betalar för att maten ska tas omhand och delas ut till behövande. Vad åtgärden kostar för butiken behandlas i enskilda frågor.

**Skänka mat till behövande:** Den åtgärd som undersöks i enkäten är mat som skänks från butiker till behövande. Mat som skänks till exempelvis skolor eller som tillagas för att sedan säljas i butiken inkluderas inte i studien, trots att dessa åtgärder kan vara lika effektiva vad gäller att minska butikernas matsvinn.

**Del 1: Generella frågor och frågor om butikens matavfallshantering:**

1. Typ av butik
  - a. Maxi ICA Stormarknad
  - b. ICA Kvantum
  - c. ICA Supermarket
  - d. ICA Nära
  - e. ICA To Go
  
2. Ange gärna din e-postadress om du kan tänka dig att delta i en intervju om matsvinn, eller om du kan tänka dig att bli kontaktad för vidare resonemang om något eller några av enkätsvaren. \_\_\_\_\_
  
3. Butiken ligger i följande län
  - a. Blekinge län
  - b. Dalarnas län
  - c. Gotlands län

- d. Gävleborgs län
- e. Hallands län
- f. Jämtlands län
- g. Jönköpings län
- h. Kalmar län
- i. Kronobergs län
- j. Norrbottens län
- k. Skåne län
- l. Stockholms län
- m. Södermanlands län
- n. Uppsala län
- o. Värmlands län
- p. Västerbottens län
- q. Västernorrlands län
- r. Västmanlands län
- s. Västra Götalands län
- t. Örebro län
- u. Östergötlands län

4. Ange antalet heltidsanställda i butiken. Inkludera även deltidsanställda och timanställda genom att summera dem till ett ungefärligt antal heltidstjänster (Två halvtidstjänster summeras exempelvis i svaret till en heltidstjänst).
- 

5. Hur hanteras det matavfall som uppkommer i butiken?
- a. Matavfallet slängs separat och går till kompostering/biogasproduktion
  - b. Matavfallet slängs tillsammans med det brännbara avfallet
  - c. Annat: \_\_\_\_\_
  - d. Vet ej

Fråga 6 gäller endast de som kryssat i "a" på fråga 5.

6. Vad kostar avfallshanteringen för matavfallet som sorteras separat för kompostering/biogasproduktion?
- a. Ungefär \_\_\_\_\_  
kr/kg matavfall
  - b. Vet ej

Fråga 7 gäller endast de som kryssat i "b" på fråga 5.

7. Vad kostar avfallshanteringen för matavfallet som sorteras som brännbart avfall?
- a. Ungefär \_\_\_\_\_  
kr/kg matavfall
  - b. Vet ej

8. Skänker ni mat, som annars hade blivit till matsvinn, till behövande?
- a. Ja
  - b. Nej
  - c. Vet ej

## Del 2: Frågor om matavfall som skänks till behövande:

Fråga 9 och 10 riktar sig enbart till den som kryssat i "b" på fråga 8.

9. Vilka är de viktigaste anledningarna till att ni i dagsläget inte skänker mat till behövande? Det går att kryssa i mer än ett alternativ.
- Osäkerhet kring vad lagstiftningen tillåter
  - Osäkerhet kring hur matkvaliteten säkerställs då maten skänks vidare
  - Osäkerhet kring hur det ska lösas rent praktiskt
  - Tar för mycket plats
  - Tidskrävande
  - Kostnadskrävande
  - Administrativt krävande
  - Etiska/moraliska skäl
  - Det finns ingen organisation i närområdet som kan ta emot maten
  - Använder redan annan åtgärd för att ta tillvara på matsvinnet (t.ex. tillaga maten och sälja i butiken)
- Vilken: \_\_\_\_\_
- k. Annan anledning: \_\_\_\_\_

10. Finns det något som skulle motivera er butik till att börja skänka mat till behövande? \_\_\_\_\_

Resterande frågor, förutom avslutande fråga 22, riktar sig enbart till den som kryssa i "a" på fråga 8.

11. Varför skänker ni mat, som annars hade blivit till matsvinn, till behövande?
- \_\_\_\_\_

12. I genomsnitt, hur ofta skänker ni mat till behövande?

- Enstaka gånger per år
- 1 gång/månad
- 2-3 gånger/månad
- 1 gång/vecka
- 2-3 gånger/vecka
- 4-5 gånger/vecka
- 6-7 gånger/vecka
- Vet ej

13. I genomsnitt, hur stora mängder mat, som annars hade blivit till matsvinn, skänker ni till behövande varje vecka? Mängden anges i kilo, förpackningarnas vikt medräknad.

- 0-50 kg/vecka
- 51-100 kg/vecka
- 101-150 kg/vecka
- 151-200 kg/vecka
- 201-250 kg/vecka
- 251-300 kg/vecka
- mer än 300 kg/vecka
- Vet ej

14. Kryssa för de tre varukategorier, från vilka ni skänker störst mängd mat med avseende på vikt. Förpackningarnas vikt medräknad. Om mat skänks från färre än tre kategorier, kryssa i alla kategorier som mat skänks från.

<b>Frukt och grönt</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Bröd och bakverk</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Kött</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Mejeri (även ägg, fruktjuicer, havredrycker och andra drycker)</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Ost (t.ex. mjukost, hårdost, fetaost, mozzarella, tofu)</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Chark och delikatesser (t.ex. korv, köttbullar, blodpudding, pålägg)</b>	<input type="checkbox"/>
<b>Övrigt (t.ex. djupfrost, pasta, ris, konserver)</b>	<input type="checkbox"/>

Vem som ansvarar för att hämta den skänkta maten från butiken kan variera. Det behöver inte heller vara samma aktör som hämtar maten från butiken som sedan delar ut den till behövande. Fråga 16 handlar endast om vem som transporterar maten från butiken.

15. Vem ansvarar för transporten av maten från butiken?

- Butiken
- Ideell förening eller ideell matbank
- Icke-ideell matbank (T.ex. Allwin i Göteborg)
- Anlitat transportföretag
- Vem som ansvarar för transporten kan variera från gång till gång
- Annan: \_\_\_\_\_
- Vet ej

16. Tar butiken eller mottagarorganisationen ut någon avgift av den andra parten?

- Varken butiken eller mottagarorganisationen betalar den andra något
- Butiken betalar mottagarorganisationen  
Ungefär \_\_\_\_\_  
kr/kg skänkt mat
- Mottagarorganisationen betalar butiken  
Ungefär \_\_\_\_\_  
kr/kg skänkt mat.
- Annan lösning: \_\_\_\_\_
- Vet ej

Fråga 17 riktar sig endast till de som kryssat i alternativ "b" eller "c" på fråga 16.

17. Hur prissätts tjänsten?

- Viktbaserad taxa
- Fast avgift
- Fast avgift + viktbaserad taxa

- d. Annan prissättning: \_\_\_\_\_
- e. Vet ej

18. Vem/vilka delar ut maten till behövande? Det går att kryssa i mer än ett alternativ.

- a. Frälsningsarmén
- b. Stadsmissionen
- c. Svenska kyrkan
- d. Annan ideell förening  
Vilken: \_\_\_\_\_
- e. Företag  
Vilket: \_\_\_\_\_
- f. Butiken delar ut maten direkt till behövande
- g. Vet ej

19. Ungefär hur mycket extra tid lägger personalen på hantering av maten om den skänks bort jämfört med om den hade kastats eller returnerats? Summera den tid som läggs totalt varje dag av all involverad personal.

- a. Att skänka bort maten tar mindre tid för personalen än att kasta den.
- b. Att skänka bort maten tar ungefär lika lång tid för personalen som att kasta den.
- c. Att skänka bort maten tar totalt 1-15 minuter extra/dag
- d. Att skänka bort maten tar totalt 16-30 minuter extra/dag
- e. Att skänka bort maten tar totalt 31-45 minuter extra/dag
- f. Att skänka bort maten tar totalt 46-60 minuter extra/dag
- g. Att skänka bort maten tar mer än totalt 60 minuter extra/dag
- h. Vet ej

Fråga 20 riktar sig till de som kryssat i något av alternativ "c" till "g" på fråga 19.

20. Vilka arbetsuppgifter är det som gör att det tar längre tid för personalen att skänka än att kasta maten? Det går att kryssa i mer än ett alternativ.

- a. Sortering av varor som ska skänkas
- b. Paketering av varor som ska skänkas
- c. Överlämning av varor till aktör som hämtar varorna
- d. Transport av varor till mottagare
- e. Administrativa uppgifter. T.ex. registrering av varor i datorsystem
- f. Annat: \_\_\_\_\_
- g. Vet ej

21. Finns det något som skulle motivera er butik till att skänka mer mat till behövande än i dagsläget? \_\_\_\_\_

Fråga riktad till alla

22. Har du några övriga synpunkter som du vill framföra angående att skänka mat som blir över från butik till behövande? \_\_\_\_\_

Tack för att du deltagit i enkäten!

## ***Bilaga E: Sammanfattning av intervjuer***

### **Sammanfattning av intervju med Simon Eisner, Allwin, 7 maj 2015**

Simon Eisner är grundare av Allwin som numera ägs av stiftelsen Gemensamt Engagemang. Företaget säljer en logistik tjänst vars syfte är att minska matsvinnet från livsmedelskedjan och förenkla distributionen av mat till välgörenhetsorganisationer.

#### ***Omfattning***

Allwin tar regelbundet emot mat från 28 stycken ICA-, Coop- och Lidl-butiker i Göteborg och fler är på gång att ansluta sig. Ibland tar de även emot pallar med mat från producenter. Maten distribueras Allwin till olika typer av organisationer såsom kyrkor, föreningar och kaféer för hemlösa. Organisationerna skänker i sin tur maten till behövande.

Allwin hämtar mat hos butikerna alla vardagar i veckan och levererar den till de olika mottagarorganisationerna. För tillfället har de en lastbil i Göteborg men visionen är att utöka tjänsten även till andra delar av landet. Samtal pågår till exempel om att starta upp samarbeten med olika butiker i Stockholm.

#### ***Kostnader***

Tjänsten kostar ungefär en miljon kronor per år och lastbil, en kostnad som de medverkande butikerna står för genom att betala en fast avgift för tjänsten. Om den faktiska avgiften som butikerna betalar Allwin för tjänsten undersöks, är den antagligen högre än vad avgifterna för avfallshanteringen blir. Slås kostnaderna däremot ut per hämtningstillfälle är Allwin billigare eftersom de hämtar mat fem dagar i veckan jämfört med sophämtning som kanske sker en gång per vecka. Butikerna kan dessutom se det som en investering, snarare än som en utgift, eftersom en butik som samarbetar med Allwin kan vinna fler och lojalare kunder genom att visa ett engagemang för sociala frågor och för miljön. Den positiva PR som tjänsten ger kan på längre sikt öka butikens omsättning.

#### ***Svårigheter och hinder***

Simon menar att kedjan från livsmedelsaktör till behövande måste delas upp i olika sektorer. Dels är det livsmedelsaktörerna som har varan, därefter kommer ett transportföretag som hämtar varorna hos livsmedelsaktören och levererar den till den mottagande organisationen inom den ideella sektorn. Avslutningsvis distribuerar mottagarorganisationen maten till de behövande. Som det ser ut i dagsläget är det ofta de ideella organisationerna som även sköter transporter av varor från livsmedelsaktören. Simon menar att det finns juridiska motsättningar mot den typen av verksamhet, då det blir konkurrens under olika förutsättningar när de ideella verksamheterna kan hämta maten gratis eftersom delar av deras arbete utförs av volontärer. Simon menar dessutom att det är positivt att hans företag skapar jobb tillfällen åt unga, i stället för att samma arbete ska utföras av gratisarbetande volontärer.

I framtiden tror Simon därför att det kommer krävas att ett logistikföretag har hand om transporten av maten mellan livsmedelssektorn och den ideella sektorn. Han menar att Allwin är det logistikföretag som kan ha hand om den tjänsten, eftersom de har erfarenhet kring vilka kriterium som måste uppfyllas enligt livsmedelslagstiftningen

osv. Att välgörenhetsorganisationerna försöker bedriva en liknande tjänst menar Simon är att uppfinna hjulet igen, i stället för att utnyttja att det redan finns ett företag som har den kompetens som krävs. Eftersom välgörenhetsorganisationerna inte heller prioriterar den miljömässiga nyttan av att ta tillvara mat från livsmedelskedjan, utan den sociala insatsen, tror Simon att den fulla potentialen av all mat som blir över inom livsmedelskedjan inte kan utnyttjas om de ideella organisationerna står för logistiken.

Simon tror även att det blir svårt att få till en storskalighet kring matbanker om logistiken sköts av enskilda välgörenhetsorganisationer. I stället borde all logistik samordnas och utföras av ett professionellt logistikföretag. Det skulle leda till färre transporter av maten, vilket i sin tur innebär både mindre växthusgasutsläpp och en mer effektivt rent ekonomiskt.

### **Sammanfattning av intervju med Jan Jansson, Frälsningsarméns matbank i Göteborg, 1 april 2015**

Jan Jansson är kårledare och verksamhetschef på Hisingskåren i Göteborg. Jan är även ansvarig för Matbanken Väst, Frälsningsarmén i Göteborgs matbank som funnits i sin nuvarande form sedan ett år tillbaka. Matbanken levererar inte bara till Frälsningsarméns verksamheter i Göteborg utan även till andra verksamheter i västra Sverige. Även tidigare fanns matbanken, men den var då mer knuten enbart till de institutioner, kårer och sociala verksamheter som Frälsningsarmén har i Göteborg. Under ett femtontal år var kostnaderna för att driva matbanken låga för Frälsningsarmén då den i huvudsak drevs av volontärer och med minimala lokalkostnader. Det har dock funnits kostnader för fordon och drivmedel. Matbankens huvudsyfte är att förmedla mat till människor som inte har råd att handla. Frälsningsarméns slogan är soppa, tvål och frälsning. Deras vision är att hjälpa människor och att dela med sig av sin tro. De hjälper alla, oavsett religion, kön, sexuell läggning eller åsikter.

#### ***Omfattning***

Matbanken Väst levererar mat till 10 olika verksamheter. Det är Frälsningsarmén Haga Mölndal med två enheter, en inne i Haga och en i Mölndal, det är Hisingskåren med två typer av verksamheter, dels utdelning av matkassar och dels ett gemenskapscenter dit de också får matvaror ibland. Sedan är det Frälsningsarméns Östra kår, Nylösegården och Lilla Bommen. Utöver de verksamheterna som ligger i Göteborg har de även verksamheter i Varberg och i Alingsås. Dessutom driver Frälsningsarmén ett dagis, Morgonsol, i Fiskebäck, Göteborg. Utöver verksamheterna som får mat regelbundet så händer det att de delar ut mat sporadiskt, till exempel till olika kollektivverksamheter som drivs av Frälsningsarmén i Sverige.

Matbanken Väst har fem stycken regelbundna givare. En brödproducent som de under många år fått överproduktion av bröd från. En annan producent skänker sin överproduktion av juice. Ett centrallager skänker cirka 32 banankartonger med matvaror varje vecka. Två ytterligare centrallager skänker mindre regelbundet både kolonialvaror och färskvaror. En gång i veckan får de även mat från en butik. Dessutom får de sporadiskt mat från olika håll, inte minst till jul då flera restauranger brukar höra av sig när de avslutat sina julbord. En annan sporadisk givare är Chark-

SM som brukar utspela sig i Göteborg. Störst mängder mat får de alltså från producenter och grossister.

Exakt hur mycket mat de får in varje vecka i vikt kan Jan inte säga men han ger ett exempel på att de från en aktör får ca två pallar med matvaror varannan vecka. När det gäller bröd kan de i princip beställa så stora mängder de behöver till sina verksamheter. Totalt delar de ut 115 matkassar i veckan i de olika verksamheterna. Ibland används en del av de varor som inkommit till matbanken i den egna verksamheten, när givarna har gett dem tillåtelse till att göra det. Då handlar det till stor del om bröd. De större verksamheterna, med 60-70 boende, kan inte förlita sig enbart på mat från matbanken utan där krävs en mycket större och längre planering (samt mängder) för att det ska gå ihop. Det gör att de bara i undantagsfall tar emot mat från matbanken. Huvudparten av maten går till matkassarna som delas ut. Enskilda verksamheter kan dessutom ta emot mat direkt från lokala livsmedelsaktörer.

Matbanken tar främst emot kolonialvaror såsom flingor, müsli, knäckebröd, konserver, pasta, ris och bröd. Matkassarna som delas ut består vanligtvis bara av skänkt mat. Ibland har de dock tvingats komplettera matkassarna, då de inte fått in tillräckligt med matvaror som passar att dela ut i matkassarna.

Matbanken tar vanligtvis inte emot färskvaror eftersom de inte har tillgång till kylbil eller kylrum utan endast vanliga kylar och frysar. Det gör att de inte klarar att hantera kylkedjan på ett riktigt sätt om de skulle ta emot kyl- och frysvaror regelbundet. Dock kan de ta emot frysvaror sporadiskt om de kommer från centrallagren som ligger i närheten av matbanken. Genom att ta temperaturen på matvarorna när de hämtas samt då de läggs i matbankens frysar kan kylkedjan kontrolleras. I övrigt har de inga speciella restriktioner för vad de tar emot för typ av matvaror. När det gäller de verksamheter som tar emot mat direkt från lokala livsmedelsaktörer, utan att gå via matbanken, tror Jan att det är enklare att ta emot kylvaror då närheten till butiken (något hundratal meter) gör att varorna kan transporteras direkt från givaren till verksamhetens kyl eller frys. I undantagsfall tar de emot tillagad mat från restauranger. Den maten distribuerar de direkt ut till de olika verksamheterna utan att den går via matbankens lager. Exempelvis kan de ta emot mat från en restaurangs julbord på natten då julbordet avslutats. Maten använder de sedan direkt dagen efter då de serverar julbord åt sina gäster på de olika verksamheterna.

De som tar del av maten som matbanken distribuerar är allt från missbrukare, både kvinnor och män, asylsökande, EU-medborgare, ensamstående föräldrar och en del fattigpensionärer.

### **Nytta/kostnader**

Vanligtvis hämtar matbanken mat två dagar i veckan. De har en Opel Vivaro, en personbil med lastutrymme, som de hämtar maten i. De har som sagt inte tillgång till någon kylbil. De har inte heller några kylrum på matbanken utan vanliga kylskåp och frysboxar.

Matbanken har en person anställd på halvtid som ansvarar för hämtning och lämning av maten. En person hjälper även till ideellt med dessa arbetsuppgifter. Dessutom lägger Jan en viss del av sin arbetstid på administrativa uppgifter kring matbanken. Utöver detta är flera personer indirekt involverade i matbanken genom att de delar ut



matkassar eller tillagar maten ute i de olika verksamheterna. På de större verksamheterna såsom Hisingskåren, Centrumkåren, Östra kåren och på gemenskapscentret är det anställda som ansvarar för detta. På vissa andra verksamheter sköts arbetet ideellt av medlemmar i Frälsningsarmén. Utöver personalkostnader har matbanken även hyreskostnader. Matbanken tar inte betalt av de olika verksamheterna eller av de behövande för maten som de delar ut. De tar inte heller betalt eller betalar givarna för maten. Alla kostnader som är förknippade med verksamheten är knutna till Matbanken Väst och finansieras av Frälsningsarmén centralt.

För tillfället håller Frälsningsarmén i Göteborg på att utvärdera huruvida matbanken lönar sig eller inte och det är enligt Jan inte självklart att så är fallet. Kostnader för bil, hyra av lokaler, samt för de anställda både på matbanken och för de som packar och förmedlar matkassarna ute i verksamheterna är stora. De måste vägas mot vad kostnaderna hade kunnat bli om tjänsten exempelvis lejdes bort helt och hållet till ett matkassaföretag. Då hade de dessutom kunnat bestämma vilken mat kassarna skulle innehålla, till exempel hade även färskvaror kunnat delas ut om maten levereras precis när den ska delas ut. Ett annat alternativ, som används redan idag, är att Frälsningsarmén delar ut presentkort på mat till behövande. Den större delen av de hjälpsökande får hjälp på det viset. Metoden är dock inte att föredra till alla, eftersom presentkort kan säljas så att pengarna sedan kan användas till annat än mat, till exempel för att underhålla ett missbruk.

### ***Samarbetet mellan givare och mottagare***

Samarbetena med givarna består av skrivna avtal där både givarna och matbanken har vissa åtaganden och ansvarsområden. Det ligger på båda parterna att se till att maten som skänks håller en bra kvalitet för att minska risken för att någon blir sjuk av maten. Ibland är det givarna som tagit initiativ till samarbetet, ibland är det Frälsningsarmén. Många samarbeten har startat på grund av personliga kontakter mellan olika personer. Frälsningsarmén har samarbeten som fungerat i 20 år.

### ***Hinder och svårigheter, positiv och negativ kritik***

Den största svårigheten som Jan upplever är hanteringen av färskvaror. Det beror främst på att de varken har kylbil eller kylrum vilket gör att det blir svårt att sköta kylkedjan på ett korrekt sätt. En investering i kylbil och kylrum skulle utgöra en kostnad som inte står i proportion till den mat de skulle kunna ta emot och det blir därför inte lönsamt med en sådan investering. Trots att Jan har full förståelse för att lagstiftningen ser ut som den gör och är glad att den finns, kan han ibland uppleva den som hämmande och att mat ibland slängs på grund av lagstiftningen, trots att den egentligen hade gått att äta. Det är inte heller alltid helt självklart hur en verksamhet ska bedrivas kring de här frågorna.

Riskerna som Frälsningsarmén skulle utsätta sig för genom att ta emot kylvaror regelbundet är också en aspekt att tänka på. Även om maten är bra då den delas ut kan folk bli dåliga av den om den inte hanterats på rätt sätt efter att den lämnat Frälsningsarmén. Även från givarnas sida har Jan registrerat en rädsla för att skänka mat då det finns en risk för att ett sådant engagemang kan leda till dålig publicitet.

En utmaning som Jan tar upp är att de aldrig vet vilken typ av mat de kommer få in från givarna. Det kan till exempel vara så att de fått in samma matvara i stora

mängder och att de inte vill dela ut den till samma personer flera veckor i rad. Det kan även handla om att de får in matvaror som de behövande av olika skäl inte kan använda, till exempel på grund av att de inte har tillgång till en ugn, eller på grund av att de av olika anledningar (t.ex. pga. allergier) inte kan äta all mat. De är dock från Frälsningsarméns sida tydliga med att de delar ut all den mat som de får skänkt till sig och de som tar emot matkassarna är införstådda med detta. Matbanken har avtalat med de olika verksamheterna i Frälsningsarmén att de ska leverera mat till ett visst antal matkassar varje vecka. Detta är något som de måste rätta sig efter och de måste därför se till att de får in tillräckligt med mat till matkassarna. En annan aspekt handlar om ifall det är moraliskt försvarbart att de genom att dela ut matkassar "bestämmer" vad folk ska få för mat på bordet. Kanske finns det en mer moraliskt riktig metod att ge mat till de som behöver det.

Frälsningsarmén är en internationell rörelse, ett evangeliskt trossamfund inom den universella kristna kyrkan. Frälsningsarmén arbetar i mer än 125 länder och är en kyrka som har ett stort socialt engagemang i alla världsdelar. Ett av Frälsningsarméns uppdrag vid sidan av att predika evangelium är att ge människor mat (soppa, tvål och frälsning, se inledningen). Att den skänkta maten dessutom kan bidra till ett minskat matsvinn blir en positiv bieffekt, men det är inget som de kan prioritera i sitt arbete. Innebär det en större kostnad för dem att dela ut mat som skänkts till dem på det viset än att till exempel använda sig av ett matkassaföretag måste de prioritera den metoden. Jan förklarar att de inte kan lägga extra pengar på att minska matsvinnet från livsmedelsindustrin. Inte minst eftersom Frälsningsarméns sociala verksamhet finansieras av donationer från olika givare, som har olika krav och önskemål kring hur deras gåvor ska användas.

### ***Potential/framtidsvision***

Om de får respons kring matbanken handlar det främst om positiva kommentarer. De flesta människor tycker att det är fullkomligt vansinnigt att så mycket mat kastas när det på andra håll råder sådan brist på mat. Han menar också att det borde finnas en stor potential kring matbanker. Både eftersom det kastas stora mängder mat inom livsmedelsindustrin, men också då behovet är stort från de behövandes håll. Svårigheten ligger i att det krävs en omfattande organisation kring matdonationer, hämtning, lämning samt utdelning av varor.

### ***Tips***

Jan tror att det är bra att starta upp en verksamhet kring matdonationer i liten skala. Att till exempel börja med att ta kontakt med en butik börja dela ut och se hur det fungerar och sedan låta verksamheten växa. Den som startar igång i stor skala direkt kan gå i ett antal fallgropar som är enklare att undvika i liten skala.

### **Sammanfattning av intervju med Isac Felixson, Frälsningsarméns matbank i Stockholm, 2 mars 2015**

Isac Felixson är verksamhetsansvarig på projektet matbanken för Frälsningsarmén i Stockholm. Frälsningsarmén är en organisation som funnits länge i Stockholm och som har en lång tradition av att dela ut mat till behövande. Frälsningsarmén arbetar utifrån ett kristet synsätt som bygger på att de hjälper den lilla människan. Matbanken i Stockholm har funnits sedan maj 2012. Syftet med matbanken är att kunna ta tillvara på den mat som blir över och skänka den till

människor i utsatthet för att tillgodose deras basbehov. Frälsningsarmén har även matbank i Västerås och i Göteborg.

### ***Omfattning***

Innan matbanken startades tog de olika verksamheterna emot mat lokalt från butiker och restauranger. Frälsningsarmén märkte att efterfrågan från olika aktörer som ville skänka mat var stor och de startade därför en central matbank för att enklare kunna ta emot mer mat och distribuera till 16 olika verksamheter i Stockholm. På så sätt slipper varje aktör som vill skänka mat att ringa runt till alla olika verksamheter för att se om de kan ta emot mat, utan matbanken sköter den kontakten. Matbanken har nära kontakt med de olika verksamheterna och vet därför vilken mat de ska ta emot och vad de ska tacka nej till. Matbanken hjälper även till att sänka inköpskostnaderna för de olika verksamheterna. Fortfarande tar verksamheterna även emot mat direkt från lokala aktörer och matbanken fyller mer ett extrabehov.

Matbanken samarbetar med olika aktörer i Stockholm. Främst får de mat från de större matföretagen. En större grossist skänker 1-3 pallar med kylvaror en gång i veckan. Två andra producenter, skänker bröd ibland färskt och ibland nedfryst. Saltå Kvarn ger även torr-varor ibland. Ett matkassaföretag skänker kyl- och frys- varor som sorteras och hämtas upp i fryslådor. De skänker även kolonialvaror. Ett tevebolag bidrar med råvaror som blivit över från deras olika matlagingsprogram. Dessutom kan en del restauranger bidra med mat, både färdiglagad mat och råvaror. Matbanken tar utöver mat även emot hygienartiklar och liknande varor. Maten skänks främst på grund av överproduktion av en vara eller på grund av kort utgångsdatum.

Numera tar matbanken inte emot mat från privatpersoner, främst eftersom det är svårare att garantera att varorna håller en god kvalitet. Detta är enklare med större matföretag och även med restauranger, som är medvetna om livsmedelslagstiftningen och om vikten av att till exempel inte bryta kylkedjan. Färdiglagad mat tas endast emot om den tillagats samma dag.

I praktiken fungerar det så att matbanken levererar mat till de sexton verksamheterna, åtta åt gången varannan vecka. Ibland hämtar verksamheterna själva maten på matbanken. Ett exempel på hur stora mängder det handlar om är en vecka då totalt 8 verksamheter tog emot 518 kg mat för ett ungefärligt inköpspris på 37 600 kronor. Isac för statistik över hur stora mängder mat som skänks varje vecka till de olika verksamheterna. Han räknar även ut det ungefärliga inköpspriset för varorna utifrån vad de hade kostat i butik och utifrån beräknade medelpriser för vissa typer av varor. Hur mycket varorna som levereras varje vecka och vad de kostar kan variera och ibland handlar det om uppemot ett ton mat för 40-50 tusen kronor.

Det är svårt att säga något om hur många personer som tar del av maten som skänks och hur stor del av all mat som serveras som utgörs av skänkt mat. De olika verksamheterna köper även mat upptill det som skänkts. Dock är vissa verksamheter beroende av matbanken, där den utgör en betydande del av vad som serveras.

Den typ av varor som oftast saknas och som är svår att få tag på via givarna är främst hygienartiklar, till exempel blöjor till barnen. Även torr-varor som pasta, ris och müsli finns det alltid behov av.

De som får ta del av maten från matbanken är bland annat kvinnoboenden, ungdomsboenden, EU-migranter och andra hemlösa, boenden via socialtjänsten. Även Frälsningsarméns olika kårer i Stockholm får ta del av maten som de i sin tur bland annat delar ut i form av matkassar. Ett exempel är utsatta familjer i Akalla som får matkassar utdelade till sig.

### ***Nytta/kostnader***

I samarbetet med en större grossist har Frälsningsarmén i Stockholm anlitat ett transportbolag som hämtar maten och levererar den till matbanken. Bilen har kylutrymme vilket gör att kylkedjan kan hållas obruten under transporten. Utöver det har Frälsningsarmén i Stockholm en egen, större skåpbil med frys- och kylådor som de använder för att hämta mat från de andra givarna. Isac kan inte säga hur långa sträckor som körs totalt, men det handlar om några mil varje vecka till de olika givarna samt verksamheterna runt Stockholm.

För Frälsningsarmén i Stockholm är två personer anställda på halvtid inom arbetet med matbanken, Isac Felixson som huvudsakligen har hand om administrativa uppgifter, samt en chaufför som kör ut maten till de olika verksamheterna. Utöver det har de en volontär som ibland hjälper till på lagret med sorteringen och paketering av varorna. Det funkar bra i dagsläget men Isac ser att tjänsten i framtiden hade kunnat hade utökas då behovet av mat som skänks ökar.

Frälsningsarmén tar inte betalt av givarna för att de tar hand om varorna. I stället lägger de pengar på att hämta maten och i fallet med den större grossisten har de dessutom anlitat en utomstående som hämtar maten för Frälsningsarméns räkning. Isac har dock sett att matbanken går runt ekonomiskt eftersom de olika verksamheterna kan sänka sina matkostnader. Matbanken arbetar dessutom kontinuerligt med hur de ska kunna sänka sina kostnader.

Matbanken består av två lagerlokaler med totalt 12 kylar (8 vanliga och 4 större restaurangkylar), 5 stora restaurangfrysar samt plats för förvaring av torr-varor.

### ***Samarbetet mellan givare och mottagare***

Frälsningsarmén i Stockholm har ett skriftligt kontrakt med en grossist. Med övriga aktörer handlar det än så länge endast om muntliga överenskommelser. Vem som tagit initiativet till de olika samarbetena mellan matbanken och de olika givarna har varierat.

### ***Hinder och svårigheter, positiv och negativ kritik***

En svårighet som Isac har tänkt på är att matbanken ibland måste tacka nej till mat som skänks, till exempel på grund av att de inte har plats. Dock visar de personer som vill skänka maten i allmänhet förståelse när matbanken förklarar varför de tvingas tacka nej till maten. Det har hänt att matbanken fått in mat som till exempel varit för krossad och som inte gått att använda, men det innebär inget större problem för dem. Isac har inte stött på några negativa fördomar från allmänheten kring matbanken utan upplever att folk ser dem som något bra och positivt för samhället.

### ***Livsmedelslagstiftningen***

Isac tycker att livsmedelslagstiftningen i Sverige är bra. Han anser att det är väldigt viktigt att maten som serveras är bra så att ingen blir sjuk. Han menar att livsmedelslagstiftningen finns och ser ut som den gör av ett syfte och antagligen har

det tidigare förekommit att folk blivit sjuka på grund av dålig mat som serverats. Med en striktare lagstiftning minskar risken för att folk blir sjuka. Upptill livsmedelslagstiftningen och de riktlinjer som kommer från Livsmedelsverket vad gäller hantering av mat, har även Frälsningsarmén egna riktlinjer och en policy som är utarbetat utifrån en lång erfarenhet inom organisationen av att hantera livsmedel och distribuera den till behövande. Trots att livsmedelslagstiftningen skulle kunna innebära att mindre mat kan tas emot av välgörenhetsorganisationer, har matbanken i Stockholm inte haft några problem med att fylla sina lokaler med mat.

### ***Potential/framtidsvision***

Isac märker tydligt av att det finns ett intresse och en efterfrågan på initiativ där mat som blir över tas om hand och skänks till behövande, både från allmänhetens håll och från olika livsmedelsaktörer. Att Frälsningsarméns matbank finns som svar på efterfrågan tror Isac har varit givande för de aktörer som skänker mat.

Isac ser att det finns potential för Frälsningsarmén i Stockholm att i framtiden utöka sin verksamhet kring matbanken med större lokaler, fler kylar och frysar, mer personal och fler aktörer som skänker mat. Han uppmuntrar även andra aktörer att starta upp liknande verksamheter. Isac kan även se att det finns ett behov av någon typ av större matbank i Sverige som verkar nationellt, men kan inte säga exakt hur det skulle gå till eller i vilken form den skulle vara. Han tror dock att en större insats på regeringsnivå, riktat till de större livsmedelsaktörerna i Sverige och även till mindre verksamheter och organisationer, hade kunnat vara en bra lösning.

Isacs största drivkraft i arbetet med matbanken är att se hur glada människor som blir när de kommer med maten. Att kunna hjälpa medmänniskor som inte får tillgång till tillräckliga mängder mat och att göra samhället en tjänst.

### ***Tips***

En viktig aspekt att tänka på för den som ska ta emot överbliven mat och ge till behövande är att veta var maten kommer ifrån. Det görs enklast genom att ta emot mat från livsmedelsföretag eller andra företag, snarare än från privatpersoner. Det är även viktigt att se till att kyl- och frysdedjan inte bryts vid transport av maten. Dessutom är det viktigt att maten som tas emot har bra standard och att den är färsk. För den som vill skänka mat är det viktigt att endast skänka det som är i bra skick, så att mottagarorganisationen inte används som en soptipp.

### **Sammanfattning av intervju med Kimmo Strand, Hela människans matbank Norrköping, 11 mars 2015**

Hela människan är en nationell organisation med kristen värdegrund som i Norrköping samarbetar med 14 församlingar. Kimmo Strand är ansvarig på Hela människans matbank i Norrköping, han är även ansvarig för Ria Center, en av Hela människans verksamheter som får mat från matbanken. Hela människan har matbanken för att minska affärernas matsvinn och i stället kunna distribuera maten till bättre behövande i samhället.

### ***Omfattning***

Hela Människans matbank i Norrköping fungerar som så att de har en frysbil som de varje tisdag kör runt med till 6 olika butiker i Norrköping. Det är fem mindre livsmedelsbutiker samt en större butik som de hämtar mat från regelbundet varje

vecka. Ibland hör även andra aktörer av sig och vill skänka mat. När de hämtat maten från butikerna kör de ut med den till fyra olika församlingar. Församlingarna turas om att få mat, ungefär en gång var tredje vecka. Att hämta maten och direkt distribuera den till de olika verksamheterna tar för matbankens aktiva ungefär en förmiddag i veckan, 8-12. Från butikerna får de bland annat bröd och kött som butikerna fryst ned och även frukt, grönsaker, hygienartiklar. Ofta handlar det om produkter med skadade förpackningar eller kantstötta frukter och grönsaker som inte blir sålda i butikerna. Enklast är det för dem att ta emot kött och bröd som kan frysas in, då matbanken har tillgång till en frysbil. Det enda de är restriktiva mot att ta emot är produkter med sista förbrukningsdatum, som till exempel fisk.

Hur stora mängder mat som matbanken tar emot varierar. Men de får in ungefär 7 fulla sopsäckar med bröd varje vecka samt ett par frysbackar med kött. Ria Center delar ut ca 10-20 matkassar varje vecka och totalt delades det i januari månad ut 100 matkassar. Maten som kommer från matbanken både tillagas och serveras i de olika verksamheterna och delas ut som matkassar.

Församlingarna delar ut maten bland annat till ensamstående mammor, flyktingar, fattiga pensionärer och andra utsatta grupper. Ria center delar bland annat ut mat till hemlösa och ibland till EU-migranter. När Ria Center serverar tillagad mat är dock enbart beställd mat och alltså inte mat som kommer från matbanken. Den maten får gästerna betala en mindre kostnad för att köpa. Kimmo trycker på att de inte vill försörja sina gäster med gratis mat, vilket skulle kunna leda till att pengarna i stället används för att underhålla ett missbruk. Inte heller i församlingarna som får mat från matbanken är tanken att bistå med hela försörjningen av mat, utan snarare att exempelvis kunna ge en ensamstående mamma möjligheten att någon dag i veckan slippa lägga alla pengar på mat för att i stället ska kunna hitta på någon aktivitet med sina barn, som till exempel ett biobesök eller liknande.

### **Struktur**

Matbanken har endast tillgång till en frys som de ibland använder för att frysa in mat om det är för stora mängder att hantera på en gång. De försöker dock undvika att förvara mat i sin egen frys utan de distribuerar maten till verksamheterna så fort som möjligt så att de ska ha kontroll över att maten inte hinner bli dålig. Det är alltså inte en matbank i den bemärkelsen att de förvarar matvaror på ett centralt lager, utan de försöker dela ut all mat direkt till de olika församlingarna, som i sin tur har tillgång till frysar och lager där de kan förvara maten.

Frys bilen som matbanken har liknar en glassbil. De kör endast till butiker och verksamheter inom Norrköping. Kimmo Strand kan dock inte svara på vilka sträckor de kör varje vecka. Arbetet sköts av anställda på Hela människan. De har ambitionen att använda sig av volontärer i större utsträckning men det är inte alltid så enkelt att få tag på frivilliga med rätt kompetens. Matbanken bekostas till stor del av pengar som Hela människan får in från sin second hand-butik.

### **Hinder och svårigheter, positiv och negativ kritik**

Svårigheten med matbanken har uppkommit efterhand. De är fortfarande i uppbyggnadsfas och utvecklar arbetssättet kontinuerligt. Ett exempel är att de började med att ha en vanlig bil med fryslådor som de transporterade maten i. Numera har de uppgraderat sig till en frysbil vilket har förenklat arbetet. De har även

förbättrat sina kunskaper och rutiner kring hur de på bästa sätt sköter hanteringen av temperaturen kring livsmedlen.

En svårighet har varit att rekrytera tillräckligt med frivilliga som kan ta hand om matbanken. Det handlar både om att hitta tillräckligt många intresserade, men också att de som är intresserade ska ha rätt kompetens, till exempel ha körkort för att kunna köra frys bilen. Att de inte har fått tag på tillräckligt med frivilligarbetande har inneburit att de anställda på matbanken har fått sköta stora delar av arbetet vilket blir mer kostsamt för organisationen.

En annan aspekt som Kimmo tar upp är att det kan vara enklare att samarbeta med mindre butiker än med större. Det beror på att det är mindre personal som ska lära sig rutinerna och ansvara för att rätt mat skänks. När samarbete ska startas upp med en större butik blir det en långsammare process eftersom fler personer är inblandade.

### ***Livsmedelslagstiftningen***

Genom att använda sig av frys bilen kan matbanken se till att kyl- och frys kedjan inte bryts. De märker även upp varifrån de fått maten så att verksamheter vet vart de ska vända sig om maten är dålig.

### ***Potential/framtidsvision***

Matbanken har som långsiktigt mål att försöka få någon av de mottagande församlingarna, som redan har tillgång till kyl, frys och förvaringsutrymme, att agera matbank. Dessa har enklare att förvara maten och de har dessutom redan rutiner för kontroll av livsmedlen och vet hur de hanterar dem på bästa sätt för att undvika att maten blir dålig. Det skulle kunna innebära att matbanken endast behöver köra ut all mat till ett och samma ställe varifrån de olika församlingarna sedan skulle kunna hämta maten. Detta hade underlättat deras arbete.

För tillfället håller matbanken på att utveckla ett samarbete med en större butik. Om de får med sig den butiken tror Kimmo inte att matbanken har mer kapacitet att utöka sin verksamhet så länge de inte har en riktig matbank. Kimmo är också tveksam till om en större matbank, med fler samarbetspartner är möjligt att bedriva ideellt.

### ***Tips***

Kimmo Strand tycker ett bra tips till den som vill börja ta emot mat som de gör är att göra ett studiebesök på något annat ställe som sysslar med likande verksamhet för att ta reda på vad som är viktigt att tänka på, var de största svårigheterna ligger samt vanliga misstag som kan ske. Det är även bra att ta reda på hur rutiner kring renhållning, temperaturer osv sköts på bästa sätt.

Det är också en bra idé att börja i liten skala, kanske med ett fåtal butiker, för att sedan utöka och ta emot större mängder mat när rutinerna fungerar. På så sätt blir det enklare att hantera de svårigheter som antagligen kommer fram under uppbyggnadsfasen av en matbank.

När samarbeten skapas med olika butiker är det viktigt att tydligt visa hur verksamheten ska fungera rent praktiskt. Projektplanen ska beskrivas väl samt planen för hur kyl- och frys kedjan ska skötas och hur de olika flödena av mat från butik till behövande ser ut.

## **Sammanfattning av intervju med Carina Tegnér, Hemlösas hus Helsingborg, 3 mars 2015**

Carina Tegnér är föreståndare för Hemlösas Hus i Helsingborg. Föreningen har drivit härbärgets de senaste tio åren men för tillfället genomgår verksamheten stora förändringar då härbärgets ska läggas ned. Själva härbärgets är numera stängt för nattgäster och barackerna där folk kan bo ska rivas om en dryg månad. Tidigare hade de plats för 36 nattgäster. Fortfarande serveras frukost, lunch och middag i huvudbyggnaden. Vad som kommer att ske efter nedläggningen är fortfarande oklart. Trots att verksamheten på grund av detta genomgår en stor förändringsprocess, sker själva hanteringen av mat som hämtas från olika aktörer och serveras till gästerna på ungefär samma sätt som det har gjort tidigare. Kvällsverksamheten sköts av en annan förening, Värmestugan, som lånar lokalerna mellan klockan 16 och 20.

### ***Givare***

Hemlösas hus får mat regelbundet från olika aktörer. Under skolsäsongen får de mat varje dag från två skolor. Därifrån hämtar de skolmat som blir över varje dag. Även några mindre skolor och dagis skänker mat, men inte på regelbunden basis. Utöver skolverksamheterna får Hemlösas hus dagligen olika typer av matvaror från en större grossist och varje morgon hämtar de kakor, bakelser och bröd från ca fem större konditorier i Helsingborg. Varje måndag hämtar de halvfabrikatvaror, som till exempel färdigskalad potatis, och även rotfrukter och grönsaker från en annan grossist. När de behöver hämtar de läsk och mineralvatten från en producent. Även en matbutik donerar regelbundet mat till Hemlösas Hus, ungefär en gång i månaden.

Utöver de regelbundna givarna händer det att de får in mat från privatpersoner, restauranger, lunchrestauranger eller om det är ett event i staden där det till exempel serverats sallader eller smörgåsar som blivit över. Privatpersoner eller olika aktörer som vill skänka mat får komma förbi på Hemlösas Hus och lämna av när de vill, utan att de behöver ringa och bestämma tid i förväg. Detta gör de för att förenkla processen, både för givaren och för de aktiva på Hemlösas Hus. Hur mycket mat som kommer in spontant kan variera, men Carina nämner bland annat att kring jul kan det komma in riktigt mycket mat, när alla serverar har julbord. De som kommer till hemlösas hus är bland annat, EU-migranter, hemlösa, före detta hemlösa, missbrukare och före detta missbrukare.

### ***Typ av varor och anledning till svinn***

Med den maten Hemlösas Hus får in från olika aktörer behöver de inte köpa in särskilt mycket mat själva. Varor som de mer ofta får inhandla själva är kaffe, socker, mjölk och smör. Anledningen till varför maten skänks är bland annat skadade förpackningar eller kort utgångsdatum. Från grossister handlar det ofta om returer eller felbeställningar. Från konditorierna får de dagsgammalt bröd, eftersom de bakar färskt varje dag och inte får det gamla sålt. När det gäller skolmaten och sådant som kommer från restauranger handlar det helt enkelt om att för stora mängder mat tillagats som inte blivit uppäten under dagen.

Hemlösas Hus har själva inte mycket svinn i sin verksamhet. De kan dela ut matkassar ibland till personer som kommer och ber om det. Då ger de gärna bort sådant som de har mycket av för tillfället. Mat som de inte hinner använda direkt när de får den fryses ofta in. Hemlösas Hus tar emot i princip all typ av mat, dock har de på senare tid börjat ta reda på hur stora mängder mat det handlar om innan de hämtar maten. Detta gör de eftersom det inte är lönsamt att lägga arbetstid, bil- och



bensinkostnader på att hämta mat om det är för små mängder. Helst ska maten räckta till åtminstone 20 personer om det ska vara lönt, så att max två olika rätter serveras vid varje måltid.

### **Mängder**

Det är svårt att säga vilka mängder mat som hämtas varje vecka, men det får in mat så att det dagligen räcker till ca 10 personer på frukosten, 20-30 personer för lunch och 50 – 70 personer på kvällen. På kvällen när Värmestugan sköter verksamheten serveras ofta mat från skolmatsalar. Lunchen som serveras är tillagad eller uppvärmd mat från matsalar eller restauranger. Frukosten består av bröd och flingor och liknande som gästerna själva tar till sig.

Det varierar väldigt mycket hur stora mängder mat och vilka typer av mat de får in. Från grossisterna får de vissa dagar ingenting och andra dagar är det jättemycket. Vissa dagar är det bara grönsaker och frukt, andra dagar är det kylvaror. Den större delen av maten som Hemlösas Hus tar emot tillagas och serveras på verksamheten. Mindre mängder delas ut till de behövande i form av matkassar.

### **Samarbetet mellan donator och mottagare**

Med en av grossisterna finns ett skriftligt kontrakt över samarbetet, även samarbetet med en producent har ett skriftligt kontrakt. De övriga samarbetena är genom muntliga överenskommelser. Det är företagen själva som ringt och tagit initiativ till samarbetena.

### **Nytta/Kostnader**

I första hand hämtar Hemlösas Hus själva den mat som skänks till dem. Så är fallet bland annat hos grossisterna, butiken och producenten samt hos de olika konditorierna. Främst de som skänker mat sporadiskt, till exempel restauranger eller privatpersoner, lämnar själva maten själva.

Hemlösas Hus har en skåpbil, van, som körs i princip hela dagarna, men det är inte alltid som de kör endast för att hämta mat utan det kan även handla om andra inköp, hämtning av kläder och prylar mm. Hämtningar sker inom Helsingborg. De kör ca 1 timme på morgonen för att hämta bröd på konditorierna, ca en halvtimme för att hämta skolmat och minst en halvtimme för att hämta mat hos en av grossisterna. De har inte tillgång till kylbil utan hämtar maten på samma sätt som då en privatperson handlar mat i en vanlig affär.

Hemlösas Hus har fem kylar och totalt elva frysar (4 boxar, 7 stående frysar). Tidigare hade Hemlösas Hus totalt elva heltidsanställda men på grund av nedläggningen är de numera två stycken. Utöver det har de nu några personer som arbetar ideellt. Tidigare hade de även en del praktikanter som hjälpte till. Den tid som läggs på hämtning och hantering av maten kräver minst två heltidstjänster. Värmestugans verksamhet på kvällarna kräver dessutom minst att de är fyra stycken som hjälper till. Hemlösas Hus får inte betalt från de aktörer som de hämtar maten ifrån.

Eftersom verksamheten i princip inte behöver handla någon mat alls utan klarar sig endast på skänkt mat borde det vara lönsamt. Dock utgör lönekostnader och

kostnader för bil och bensin stora utgifter och hur mycket de tjänar på verksamheten eller om det över huvud taget är lönsamt är svårt att säga.

### ***Hinder och svårigheter***

Den största svårigheten som Carina ser är att det kan variera mycket från dag till dag vad de får in för typ av mat och i hur stora mängder. Det gör det svårt att planera vad som ska serveras varje dag och det krävs att de är uppfinningsrika och spontana för att det ska gå ihop. Arbetet försvåras ännu mer av att varorna de får in ofta har kort utgångsdatum och antingen behöver tillagas direkt eller frysas in. Ibland händer det att de tvingas köpa in en viss vara som de behöver, till exempel bordsmargarin, och att det bara någon dag senare skänks ett stort parti av samma vara. Från och till kan det begränsade förvaringsutrymmet hindra verksamheten från att ta emot så mycket som de hade velat.

Ett annat problem är att det är tidskrävande att köra runt och hämta maten, vilket är en av anledningarna till att de numera måste tacka nej till mat om det handlar om för små volymer. När de tvingas tacka nej till en aktör är det viktigt att det görs på ett sätt att de inte känner sig avspisade. Ibland kan folk ha svårt att förstå varför verksamheten inte kan ta emot maten.

### ***Livsmedelslagstiftningen***

När det gäller livsmedelslagstiftningen tycker Carina inte att det innebär några större svårigheter. De har fått miljönämndens "smiley" som delas ut till verksamheter som uppfyller livsmedelslagstiftningens krav på säkra livsmedel. Dessutom får de hjälp och rådgivning av Anticimex. De har tillsyn med jämna mellanrum från miljönämnden och de åtgärdar då eventuella brister som finns. Över lag tycker Carina att det fungerar bra med livsmedelslagstiftningen.

De anställda äter samma mat som gästerna på Hemlösas Hus och Carina menar att hon själv inte heller vill bli sjuk och de sköter standarden som den skulle ha skötts hemma. Hittills är det ingen som blivit magsjuk på grund av maten de serverar.

### ***Potential/framtidsvision***

På senare tid har antalet EU-migranter som kommer till verksamheten ökat och Carina ser att behovet av verksamheter liknande Hemlösas Hus är stort. Kvällsverksamheten har på senare tid mer än fördubblats.

Den största drivkraften i arbetet är för Carina helt enkelt att det finns folk som behöver mat. Folk i allmänhet är positivt inställda till den verksamhet som Carina driver och hon har inte hört någon som är negativ. Hennes uppfattning är att folk tycker att alla borde skänka mat som blivit över vidare.

### ***Tips***

Det viktigaste att tänka på för en organisation som vill börja ta hand om mat är enligt Carina att ha tillräckligt med förvaringsutrymme, både i form av kylar, frysar och förrådsutrymme till vanliga kolonialvaror. För en butik eller restaurang som vill börja skänka mat är det viktigt att det inte handlar om för små mängder, om det ska bli lönsamt för organisationen att hämta maten. Allra helst får butikerna själva leverera maten till organisationen.

En annan aspekt som Carina gärna vill belysa och som kanske inte alla tänker på är att de gärna tar emot godsaker, dvs. att det inte bara är det allra livsnödvändigaste som kan skänkas till behövande.

### **Sammanfattning av intervju med Anna Malmqvist, Ny Gemenskap, Stockholm, 10 mars 2015**

Ny gemenskap är en ideell förening verksam i Stockholm som är öppen för alla som vill vara medlemmar. De har bland annat verksamhet på Västberga gård i Västberga söder om Stockholm. De som kommer till Ny Gemenskaps verksamhet är bland annat hemlösa och EU-migranter. Verksamheten är dock välkomnande och öppen för alla människor.

#### **Struktur**

Ny Gemenskap på Västberga gård tar emot mat från en butik som ligger i Västberga. De hämtar mat i varierande mängd i princip varje dag, ibland är det ingenting, ibland är det större mängder. Det är främst frukt och grönsaker som de tar emot från butiken. Men även t.ex. kaffepaket där vakuumet gått ur och ibland pålägg som precis passerat bäst-före-datumet. De registrerar inte hur mycket mat de tar emot men som exempel fick de under gårdagen hämta hur mycket äpplen som de ville från butiken. Från en annan butik får de ca 4 sopsäckar med bröd varje vecka som butiken har fryst ned och sparat till organisationen. De får tillräckligt med bröd för att servera till sina gäster och även ibland att dela ut extra bröd till gästerna att ta med sig.

Ny gemenskap kör själva och hämtar maten från butikerna med en vanlig bil. Utöver de två butikerna tar Ny gemenskap inte emot mat från andra håll. Samarbetena med butikerna fungerar genom en muntlig överenskommelse. Ny gemenskap har öppet för frukost, lunch och fika måndag till fredag och på helgerna serverar de sopplunch för EU-migranter samt söndagslunch.

Ny Gemenskap har endast tillgång till ett uppvärmningskök, dvs. de har inte tillstånd att laga mat i köket utan endast att hålla redan tillagad mat varm under en kortare period. De köper därför in tillagad mat från en personalmatsal varje dag som serveras till lunch. Lunch serveras till ca 60 personer/dag och frukost serveras till 30-40 personer/dag. Utöver detta serverar de även fika under dagen. Totalt har Ny Gemenskap i Västberga gård ca 100 besökare/dag. Maten som skänks från butikerna fungerar främst som ett komplement upptill den mat som de själva köper in från personalmatsalen.

#### **Svårigheter och hinder**

Den största svårigheten med att ta emot och servera mat är enligt Anna livsmedelslagstiftningen och miljöförvaltningens krav. Ny Gemenskap har alltså inget tillagningskök utan kan endast hålla mat som redan är tillagad varm. Redan när de för ett tag sen flyttade in i Västberga gård var de medvetna om att de inte skulle kunna få köket godkänt för tillagning av miljöförvaltningen. Det är dyrt för en liten verksamhet att uppfylla de krav som finns på hur köket ska se ut och dessutom kostar det att få tillstånd att tillaga och servera mat. Ny gemenskap betalar till exempel 2500 kr/år för serveringstillstånd. Anna menar att sunt förnuft och en standard likt den som hålls i ett vanligt hem borde vara tillräckligt för att få servera mat i en sådan liten verksamhet. Många gånger hade maten gått att äta, trots att

kraven från miljöförvaltningen inte är uppfyllda. På grund av de hårda kraven har Ny Gemenskap valt att inte försöka få tillstånd att tillaga mat på Västberga gård eftersom det skulle innebära en för stor belastning för deras verksamhet.

Dessutom serverar verksamheten inte bara mat till sina gäster, utan de anordnar flera andra aktiviteter som är viktiga för människorna som besöker dem. De vill och kan därför inte lägga allt fokus och all personal på matlagning. Att lägga så mycket tid på att exempelvis mäta temperaturer varje dag för att uppfylla kraven är alldeles för tidskrävande för dem.

Även själva hanteringen av den skänkta maten tar tid. Tidigare, innan verksamheten flyttade till Västberga gård, tog Ny Gemenskap ibland emot mer mat bland annat från butiker. Anna upplevde då att de fick lägga väldigt mycket tid på att sortera maten och rensa bort sådant som blivit dåligt. Dessutom krävde arbetet mycket resurser. Att ha betald personal för arbetet var inte möjligt för Ny Gemenskap som ideell förening, utan det krävdes volontärer som arbetade gratis. Anna menar att det krävs en större organisation för att ha råd med en sådan aktivitet.

### **Sammanfattning av intervju med Petra Hornbäck, Skåne Stadsmission, 11 mars 2015**

Petra Hornbäck är platschef i restaurangen på Café David på Skåne Stadsmission i Malmö. Petra Hornbäck's roll är att se till att både de administrativa och de praktiska delarna fungerar som de ska.

#### ***Omfattning***

Café David är en mötesplats och restaurang för människor som lever i en utsatt situation i Malmö. Varje dag serverar de kostnadsfri frukost till sina gäster och lunch som säljs för ett billigt pris. Utöver det bjuder de på kaffe och te hela dagarna. Varje dag serverar Café David ca 150 portioner mat. Lunchen som serveras för 30:- för deltagarna är inköpta varor och är ej skänkt. Den skänkta maten används i stället till frukosten, och delas ut till Skåne Stadsmissions övriga verksamheter. Restaurangen i Café David fungerar som ett centralkök som distribuerar mat till Skåne Stadsmissions övriga verksamheter såsom Unga Forum, Trygga boenden samt Crossroads. Det finns även verksamheter i Kristianstad och Lund och då handlar det både om mat som köpts in och mat som skänkts till Stadsmissionen. I första hand serverar Stadsmissionen den skänkta maten på plats i de olika verksamheterna, men ibland har de fått in skänkta matkassar som de delat ut till sina gäster.

Café David tar bland annat emot mat från olika butiker. Då handlar det främst om mindre kvantiteter av kaffe och te. De har även större företag som skänker mat, till exempel en producent som skänker pallar med cornflakes som kan serveras till frukost. Även två producenter skänker mat regelbundet till Stadsmissionen. Vissa skänker ett par gånger om året, andra varje vecka. Bland annat får de in fil, yoghurt och juice en gång i veckan. Även ost brukar de få skänkt till sig i stora mängder. Torrvaror får de ungefär var tredje månad samt bröd levereras varje vecka. Det är de större företagen som står för den största delen av donationerna, snarare än de mindre butikerna.

Dessutom ringer andra butiker och andra företag då och då om de har ett överskott som de vill bli av med. Ett exempel är att en butik nyligen skänkte 80 kg godis som

de behövde bli av med. Ibland vill även privatpersoner skänka mat. Petra har märkt att de som köper färdiga matkassar som levereras hem varje vecka kan få ett överflöd av till exempel pasta och ris som de inte hinner äta upp. Mat som kommer in på det sättet, i mindre kvantiteter, skänks till de mindre verksamheterna som de olika stödboendena.

En vanlig anledning till att mat skänks från olika aktörer är att varor beställts in i större mängder än vad butiker eller grossister hinner göra av med. Blir maten stående för länge tvingas aktörerna annars kasta maten. Det kan även handla om att en vara ska byta märke eller förpackning och att stora mängder av varan därför inte längre kan säljas. All mat som Café David tar emot måste komma i slutna förpackningar. De tar inte heller emot tillagad mat som stått framme. Detta beror på att de måste följa livsmedelsverkets riktlinjer vad gäller temperaturhållning osv. Exempelvis får kylkedjan inte brytas. Självklart vill de inte heller riskera att någon blir sjuk av maten de tar emot.

Hur stora mängder mat som kommer in till verksamheten varierar. Till exempel blir det extra stora mängder vid jul och andra högtider samtidigt som det är mindre mängder för tillfället. Varje vecka tar de dock emot sammanlagt ca 150 liter juice, fil och yoghurt och från lokala bagerier får de ca 250 bröd per vecka. Därifrån får de även kakor ibland som de kan bjuda på till kaffet. En butik skänker ca 10 paket kaffe i veckan. Upp till det är det privatpersoner som kommer in med pasta och ris. Vid jul är det även vissa organisationer och företag som skänker pengar till julbord till Café Davids gäster, i stället för att de anställda på företagen får julklappar. Även vid andra högtider såsom påsk kan de skänka pengar till mat som kan bjudas till Café Davids deltagare.

Det är en bred grupp av människor som besöker Café David. Det kan handla om människor som söker en tillfällig lösning, om de för tillfället inte har någonstans att ta vägen. I anknytning till restaurangen ligger även ett härbärke och de som övernattat där ges möjlighet att äta i restaurangen. Dessutom är det många stamgäster som besöker dem då en viktig aspekt är den sociala samvaron på Café David. En gång i veckan anordnas aktiviteter och många kommer för att dricka kaffe och prata eller spela kort. Café David fungerar för många som en fristad och en trygghet, där de får vara sig själva. Café David är helt och hållet en gåvofinansierad verksamhet.

### **Nytta/kostnader**

Ibland hämtar Café David maten själva, till exempel hämtar de bröd, ibland kommer företagen och lämnar maten om de ändå har leverans i staden. Varje vecka kör de runt till olika företag och hämtar mat, i samband med detta levererar de även mat till de olika verksamheterna i Malmö, Lund och Kristianstad. De försöker i största möjliga mån samköra hämtning och lämning av varor på olika ställen. Till exempel kör de kanske inom en butik i Lund om de ändå är och lämnar mat på verksamheten i Lund. Detta gör de både av tidsmässiga skäl, då det tar tid för personalen med alla leveranser, men också av miljömässiga skäl för att minimera sina transporter. De har tillgång till tre skåpbilar som de transporterar maten i. De hämtar mat ungefär varannan, var tredje dag, lite beroende på hur det ser ut för de som jobbar. Men fasta körningar har de ungefär tre gånger i veckan då de samkör både hämtning och leverans av matvaror.

Petra skulle säga att det krävs ungefär en heltidstjänst för att hämta och lämna maten som skänks till dem, även om den som hämtar och lämnar mat kanske har andra uppgifter upptill. Under högtider krävs det kanske ännu mer. Utöver de fem anställda på Café David har de även volontärer som kommer in några dagar i veckan och hjälper till i restaurangen. Det kan vara både pensionärer och studenter och olika organisationer såsom Rotary och Lions. Många personer har varit med och hjälpt till under en längre tid, vilket är positivt då det kan innebära en trygghet för Café Davids deltagare att personalen inte skiftar för mycket. Hjälpen från dessa volontärer är väldigt viktig eftersom det ger ett mervärde för både deltagare och medarbetare.

Beroende på om de har plats att förvara maten på Café David eller inte skjutsas den ibland direkt ut till de olika verksamheterna, ibland förvaras den på Café David. De kan även be butiken eller grossisten om att få hämta maten vid ett senare tillfälle om de har ont om plats, vilket inte brukar vara några problem. På Café David har de tillgång till flera frysar samt ett stort kylrum som går att gå in i. Skåne Stadsmission tar inte betalt av givarna för att de hämtar maten.

### ***Samarbetet mellan givare och mottagare***

Skåne Stadsmission har ett bra samarbete med många olika aktörer som skänker mat. De som skänker maten gör det först och främst för att kunna ge stöd åt Café Davids verksamhet i kombination med att bra produkter och livsmedel inte ska gå till spillo. Skånes Stadsmission har en samlingsavdelning som har hand om samarbetet med de olika givarna. De ringer även runt till olika aktörer och försöker få tag på nya givare, både företag och privatpersoner. Ofta hör även olika företag och privatpersoner av sig själva och vill skänka mat till verksamheten.

### ***Hinder och svårigheter***

Den största svårigheten som de stöter på när de tar emot mat är enligt Petra att ibland tvingas tacka nej till donationer. Det är något som de inte vill men som de ibland måste göra. Till exempel kan de kanske inte ta emot mat som blivit över från en jul-buffé, eftersom livsmedelslagstiftningen inte tillåter att mat som stått framme får tas emot. Det kan kännas tråkigt då maten i stället måste slängas, samtidigt som de inte vill servera den eftersom den kan ha blivit dålig av att stå framme länge. När de tvingas tacka nej till maten kan folk ibland ha svårt att förstå varför. Men när de förklarat anledningen förstår folk och då brukar det inte vara några problem. I övrigt tycker Petra inte att hon stöter på några större svårigheter. Det mesta av maten som de får in går bra att servera.

### ***Livsmedelslagstiftningen***

Restaurangen sköts precis som vilken annan restaurang, med samma möjligheter och samma skyldigheter som andra restauranger. Petra har själv inte varit med att de haft några problem med att maten de får in är dålig, utan snarare att den håller god kvalitet. Hon upplever att de som skänker maten är väldigt noga med att de inte ska leverera dåliga varor.

Petra tycker att lagstiftningen och riktlinjerna kring livsmedelshantering är bra. Hon tycker att det är bra att ha något att rätta sig efter, att veta att när en viss temperatur eller tid har överskridits är det inte mer att diskutera utan då måste maten kastas. Hade riktlinjerna inte funnits skulle folk kunna missbruka det och servera mat som kanske blivit dålig. Hon tycker inte heller att det är svårt med rutinerna kring

livsmedelshanteringen och när rutinerna väl sitter är det bara bra att ha riktlinjer att följa.

### ***Potential/framtidsvision***

Petra kan inte säga att behovet av deras typ av verksamhet varken har ökat eller minskat under de månader som hon jobbat i verksamheten. Dock vet hon att behovet är stort från de EU-migranter som kommer till Crossroads, även om behovet kan variera där också. Däremot märks det tydligt att det är många som vill skänka mat till den här typen av verksamhet och det finns en efterfrågan från butiker och andra aktörer som vill slippa kasta mat. Café David får för tillfället in lagom stora mängder mat, utifrån vad de har kapacitet att ta emot. Vad gäller framtidsvisioner anser Petra att det alltid är roligt när mer människor vill skänka mat och hjälpa till. Samtidigt som Stadsmissionens mål är hjälp till självhjälp kommer det alltid att finnas människor med behov som söker hjälp och då är det viktigt att de finns där.

Petra anser att största drivkraften i hennes arbete är den ärliga uppskattningen som de får, både från deltagare och från medarbetare. De hjälps åt och personalen är väldigt stark och trygg. Det är en vardag som aldrig blir likadan och de möter många olika människor. Tacksamheten som visas är ärlig. Dessutom innebär arbetet mycket skratt, just för att Café David för många innebär en fristad och en plats där de får lov att vara sig själva.

### ***Tips***

Ett tips till den organisation som vill börja ta hand om mat och skänka den till behövande är att ha inställningen hjälp till självhjälp. Trots att de finns till för att hjälpa är det bästa sättet kanske inte alltid att bara servera mat, utan målet ska vara att folk i slutändan ska kunna försörja sig själva.

Sedan är det viktigt att ta reda på hur livsmedelshanteringen ska gå till. Det är också bra att informera butikerna om hur det går till och vad de kan göra om de vill börja skänka sitt överskott av mat.

Ett mer praktiskt tips är att butikerna kan frysa in sådant de inte får sålt så att verksamheterna kan komma och hämta maten vid ett senare tillfälle.

## **Sammanfattning av intervju med Marie Malm, Stockholm Stadsmission, 24 februari 2015**

Marie Malm är insamlingsansvarig för all typ av natura-gåvor till Stockholm Stadsmission. Stockholm stadsmission har verksamheter som vänder sig till folk i alla åldrar, det finns bland annat om en social verksamhetsdel, skolverksamhet samt en social företagsdel. Stockholm Stadsmission har sedan länge tagit emot mat från donatorer till sin verksamhet.

### ***Omfattning***

Stockholm Stadsmission tar emot mat både från regelbundna och sporadiska donatorer. Regelbundna donationer kan ske allt från varje eller varannan vecka till någon gång i månaden, beroende på vilken donator det handlar om. Då vissa donatorer skänker mat direkt till de sociala verksamheterna och vissa donatorer endast skänker mat sporadiskt, är det svårt att säga hur många donatorer totalt som skänker mat till Stockholm Stadsmission. Det är också svårt att säga något om hur

stora mängder mat som skänks, inte minst då detta varierar mycket under året. Mest mat skänks kring jul och mindre mat skänks på sommaren då folk har semester.

De flesta donatorer som skänker mat till Stockholm Stadsmission via deras produktion- och insamlingsenhet, centrallagret, är grossister. Dock kan inte Marie svara på vilka typer av donatorer som skänker mat direkt till Stadsmissionens olika sociala verksamheter.

Det är svårt att avgöra hur stor del av den mat som skänks som annars hade blivit till matsvinn och hur mycket som skänks bara för att donatorerna vill "göra en god gärning". Ett exempel är livsmedelsdistributören en av Stockholms större grossister, som regelbundet skänker så kallat "kross" till Stockholm Stadsmission. Kross inkluderar bland annat sådana livsmedel där förpackningen skadats och som därför inte kan säljas. Dock kan varorna som kommer till Stockholm Stadsmission via Marie Malm ibland se helt felfria ut vilket tyder på att all mat kanske inte hade blivit till svinn om den inte skänkts bort. En grossist kan även plocka ihop "felfria" varor om Marie ber om det när Stadsmissionen har brist på någon typ av livsmedel. Marie säger även att ett matkassaföretag, som skänker överblivna matkassar till Stadsmissionen, ibland kanske plockar ihop extra matkassar som inte hade blivit till svinn i annat fall.

Att ge en siffra på hur många människor som tar del av maten som Stockholm Stadsmission distribuerar är svårt. Dock säger Marie att Stockholm Stadsmission totalt träffar ca tretusen människor varje dag. Maten delas ut både i form av matkassar och tillagas som frukost lunch och middag på de olika sociala verksamheterna. De som tar del av maten är bland annat barnfamiljer som har det svårt ekonomiskt, äldre människor som har väldigt liten pension eller som tidigare levit i hemlöshet, människor som lever i akut hemlöshet och EU-migranter.

Kött och bröd skänks direkt till Stadsmissionens olika verksamheter från en grossist och en producent. Den mat som skänks via centrallagret är främst i form av konserver och torr-varor och väldigt sällan färsk mat. Detta beror på att de inte vill riskera att maten som delas ut är dålig. Endast i de fall där en obruten kylkedja kan garanteras, alltså där maten inte har förvarats i rumstemperatur innan den skänks samt där donatorn kan bistå med kylbil för transport av maten, tar Stockholm Stadsmission emot färskvaror som kräver kylning. När det till exempel handlar om restauranger som vill skänka sin överblivna mat från bufféer där maten stått framme en längre tid, måste Stadsmissionen tacka nej till maten för att inte riskera att folk blir sjuka.

### ***Samarbetet mellan givare och mottagare***

Det är Stadsmissionen som fattar beslut om de ska ta emot en donation eller inte. Samarbetena mellan Stadsmissionen och donatorerna kan se lite olika ut. Vissa aktörer hör av sig sporadiskt eller enstaka gånger och med vissa aktörer finns det avtal som löper från år till år. Även vem som tar kontakt kan variera, ibland är det donatorn som kontaktar Stadsmissionen och vill skänka mat och ibland, särskilt när det finns ett behov av en viss typ av livsmedel, kan Marie kontakta olika grossister.

### ***Nytta/kostnader***

Stockholm Stadsmission har ett avtal med en livsmedelsleverantör som de får inhandla mat till ett fördelaktigt pris hos. Maten inhandlas med pengar från



donationer. Då det är svårt att endast förlita sig på donationer av mat består större delen av den mat som tillagas i de olika verksamheterna av inhandlad mat. Den donerade maten innebär främst ett komplement som bland annat kan delas ut som matkassar.

Stockholm Stadsmission hämtar själva större delen av den maten som doneras. Bland annat hämtar de torr-varor och konserver från en grossist. Stadsmissionen hämtar endast mat då det handlar om större kvantiteter, i storleksordningen EUR-pallar, detta för att det ska bli ekonomiskt lönsamt att hämta maten. De kostnader som den här typen av verksamhet innebär är bland annat personalkostnader för samordnare, chauffören inklusive en bisittare som alltid följer med samt eventuellt övriga anställda som hjälper till att packa upp och hantera maten. Uppackning och ompackning samt hantering av mat kan även ske oavlönat av volontärer eller frivårdsarbetande. Övriga kostnader som kommer till är bensinkostnader och trängselskatter. Stadsmissionen tar inte betalt av donatorerna för att hämta maten.

När det gäller klimatkostnader handlar det bland annat om transport av maten från donator till centrallagret samt från centrallagret till de olika verksamheterna. Stadsmissionen har tillgång till fyra lastbilar, en 12-pallars lastbil och tre stycken 18-pallars lastbilar. De har inte tillgång till någon bil med kylförvaring. Stadsmissionen hämtar endast mat lokalt, dvs. det handlar om kortare transportsträckor. Mat som kräver kylförvaring förvaras främst i vanliga hushållskylar och frysar ute i de olika verksamheterna, inga kylmöjligheter finns på centrallagret.

### ***Hinder och svårigheter***

En aspekt som Marie upplever som problematisk är att vissa aktörer har svårt att acceptera varför deras mat inte kan tas emot av Stadsmissionen. Det handlar bland annat om vissa färskvaror och om mat som stått framme som behöver hållas kyld samt om donatorn inte har tillgång till kylda transporter. Den största anledningen till att Stadsmissionen har dessa restriktioner för vad de tar emot är att de människor som sedan ska äta maten kan drabbas extra hårt om de skulle bli sjuka. Detta beror dels på att många människor som kommer till Stadsmissionen kanske redan är sjuka eller lider av fysiska åkommor. Dessutom har inte alla tillgång till toalett eller dusch vilket innebär att det blir mycket svårare att hantera en matförgiftning. Det handlar för Marie om att ta det säkra före det osäkra och hon understryker att när de tackar nej till att ta emot mat innebär det inte att fler människor behöver gå hungriga. Vissa kan mena att all mat är bättre än ingen mat alls och att det kan anses bortskämt att inte ta emot maten, men Stadsmissionen ser alltid till att det finns tillräckligt med mat hos de olika verksamheterna. Det de inte får in via donationer köper de in på annat håll då de har en budget avsatt för den typen av inköp. De använder därför hellre pengarna från budgeten för att köpa in mat som garanterat är okej än att ta in mat som det finns en risk att folk blir sjuka av. Donationerna ses därför mer som ett plus som innebär att extra matkassar kan delas ut och att pengarna från budgeten kan användas till andra aktiviteter.

En annan anledning till att Stadsmissionen inte tar emot all mat som de erbjuds är att de vill bemöta människorna som kommer till dem med respekt och inte servera sådan mat som inte skulle anses vara värdig att äta av andra människor. De som kommer till Stadsmissionens verksamheter kan ha blivit illa behandlade av samhället och att de inte bemöts med den respekt som de borde. Då blir det extra viktigt att

Stadsmissionen är en plats där alla känner sig välkomna och respekterade. Inspektioner från miljö- och hälsovårdsmyndigheten är en annan anledning till att all mat inte kan tas emot. Skulle till exempel gammal mat användas i Stadsmissionens verksamheter kan det innebära problem om det blir inspektion.

Enligt Marie är hennes största drivkrafter dels att arbeta för att matsvinnet ska minska och dels att kunna hjälpa människor att få tillräckligt med mat att de klarar sig.

### ***Potential/framtidsvision***

I framtiden vill Stockholm Stadsmission kunna ta emot mer färska livsmedel och även på ett bättre sätt kunna hantera och tillreda mat där bäst-före-datumet passerats. De vill även arbeta mycket mer med att minska matsvinnet. Matcentralen är ett projekt som är på gång i Stockholm Stadsmission som arbetar just med dessa aspekter. Bland annat funderar de på hur de bättre ska kunna ta emot och hantera mer färskvaror. De strävar i projektet efter att hela verksamheten ska vara gåvofinansierad. Till exempel skulle grossister och livsmedelsföretag kunna sponsra med kylbil och med lagerlokaler med kylförvaring.

Marie ser ett ökat behov av mat till människor i utsatthet, inte minst från de EU-migranter som kan ha mycket svårt att få ihop tillräckligt med pengar till mat för att kunna tillgodose sina basbehov.

Ett sätt att genom mer organiserade former ta hand om mat som blir över skulle kunna vara att den gick till speciella supermarkets där maten säljs billigare till folk som har det knapert ekonomiskt. Genom att det sköts under mer organiserade former skulle risken för att dålig mat delas ut kunna minimeras. Att på detta vis eller genom andra metoder få till en mer strukturerad organisation kring hur matsvinn hanteras är enligt Marie önskvärt. Via Matcentralen försöker också Stadsmissionen strukturera upp arbetet med matsvinn.

### ***Tips***

En aspekt att tänka på som donator eller mottagare av matdonationer är att försöka undvika "mismatches" mellan vad donatorn vill skänka och hur behoven ser ut från mottagarens sida. Det kan till exempel handla om att de redan har tillräckligt av en viss vara och är i större behov av en annan vara. Dessa "mismatches" undviks lättast genom en väl fungerande kommunikation mellan donator och mottagare där behoven stäms av regelbundet.

### **Sammanfattning av intervju med Anne Lunde Dinesen, Stockholms Stadsmission, 5 mars 2015**

Anne är projektledare för Stockholm Stadsmissions projekt Matcentralen. Det är ett projekt där olika metoder för att utnyttja matsvinnet från livsmedelskedjan ska prövas. Matcentralen verkar i Stockholm, men förhoppningen är att bra metoder ska kunna utvecklas som kan användas på andra ställen med. Bland annat letar de inspiration hos matbanker i Danmark och i Norge. Matbanken i Danmark (start 2009) hämtar mat på olika ställen varje dag och lämnar till verksamheterna. I Norge (start 2013) hämtar de sociala verksamheterna själva maten på matbanken.

De metoder som ska testas inom projektet är bland annat matbank, sociala supermarkets samt att tillaga maten för att sälja den i caféer. Måndagen den 9/3 drog

ett lokalt pilotprojekt igång där färskvaror ska skänkas dagligen från en Willys-butik direkt till en social verksamhet i Stockholm. Butikskedjan håller på att ta fram ett kontrakt som ska kunna användas i alla deras butiker. De har satt upp ett regelverk för åtgärden som nu ska testas i pilotprojektet.

Matcentralen vill även testa att ha en riktig matbank och för tillfället försöker de få till ett samarbete med en livsmedelsaktör i Stockholm. Ett förslag är att livsmedelsaktören ska skapa en hemsida som utnyttjar deras vanliga beställningssystem för matvaror. Där ska de kunna registrera överskottsmaten så att Stadsmissionen kan gå in och beställa mat via hemsidan. Dock skulle detta endast fungera för den aktuella aktören och specifikt för Stockholms Stadsmission. Anne hoppas på att kunna utveckla något som inkluderar både fler givare och mottagare.

### ***För- och nackdelar med en matbank jämfört med mindre initiativ***

Fördelarna med mindre, lokala samarbeten mellan givare och mottagande verksamhet är att transporter och kostnaderna blir mindre. Nackdelen är att de kan ta emot mindre mängder mat samt att de kan tvingas tacka nej till aktörer som vill donera för stora mängder mat på en gång, exempelvis större grossister och producenter.

Fördelarna med en större matbank är i sin tur att större mängder mat kan tas emot då det är fler än en verksamhet som använder sig av maten. Nackdelen är att det kräver fler transporter vilket både är dyrt och genererar växthusgaser. En stor svårighet med att ha en matbank i större städer är dessutom logistiken, som både är kostsam och tidskrävande. Det är en svårighet som de för tillfället funderar på hur de ska lösa.

### ***Svårigheter***

Största svårigheten tror Anne dock är hur finansieringen av en matbank ska gå till. Anne ger Danmarks matbank som exempel. Där finns det många aktörer som gärna vill donera mat, men desto färre som vill gå in och hjälpa till med finansieringen. Inom Matcentralens projekt hoppas Anne på att medverkande livsmedelsaktörer ska vilja gå in och bidra med hjälp till med finansieringen. Tanken är inte att de ska betala för själva tjänsten, utan snarare att livsmedelsaktörerna betalar för att de ska kunna få promota att de skänker mat till behövande via Stadsmissionen.

Ännu en svårighet är att verksamheter som tar emot skänkt mat aldrig riktigt vet vad de får för typ av mat och hur stora mängder. Ofta måste maten även tillagas snabbt om det är kort utgångsdatum på produkterna. I det avseendet kan det vara enklare att samarbeta med grossister snarare än med butiker eftersom maten som kommer från grossister oftare skänks bort på grund av exempelvis felmärkningar eller överbeställningar än på grund av kort utgångsdatum, som i sin tur är vanligare för butiker.

En annan viktig aspekt är att det blir enklare att skapa samarbeten mellan givare och matbank om önskan om att skänka överbliven mat kommer från ledningen hos livsmedelsaktörerna. Många gånger vill kanske butiksanställda gärna skänka maten, men då de inte vet om de har stödet uppförån vågar de inte ta initiativet till ett samarbete. Kan de då inte heller lita på att maten hanteras på rätt sätt av matbanken minskar incitamentet för att börja skänka mat ytterligare. En väletablerad kontakt och

ett bra samarbete mellan livsmedelsaktör, matbank och de mottagande verksamheterna är alltså viktig, så att aktörerna vågar lita på varandra och förstår att maten hanteras på ett professionellt sätt genom alla led.

När det gäller svårigheter kring livsmedelshanteringen och lagstiftningen menar Anne att det inte är så komplicerat egentligen. Mycket kunskap finns hos livsmedelsaktörerna som matbanker och mottagarorganisationer kan ha nytta av.

### ***Kostnader och finansiering***

Den största kostnaden för en matbank är personal eftersom det är en arbetsintensiv verksamhet. Maten ska hämtas, sorteras, paketeras och så vidare. Även om mycket arbete kan utföras ideellt kostar även volontärarbetare pengar då de ska utbildas. Dessutom måste resurser läggas på att få volontärer att trivas och vilja stanna kvar i verksamheten. I övrigt uppkommer kostnader för lagerlokal, bilar och drivmedel.

För att få aktörer att finansiera en matbank är det viktigt att verksamheten ger ett professionellt intryck så att givaren förstår att maten hanteras på rätt sätt. Om maten till exempel hämtas upp hos livsmedelsaktören i en vanlig personbil utan kylning kan det göra att givaren inte litar på att kyl- och frysdedjan hålls, vilket minskar förtroendet för matbanken. Trots att maten som hämtas körs direkt till matbanken där den hamnar i kyl/frys, precis som då en privatperson är och handlar, kan aktörerna få intrycket att så inte är fallet. Många matbutiker är rädda att den som hämtar maten kör runt långa sträckor med den i bagaget och vill då inte donera maten och riskera att någon blir dålig av den.