



Sveriges lantbruksuniversitet
Mark och Miljö
Utgivningsår: 2011

Släng inte maten – Ge bort den!

Don't Waste Food – Donate the Surplus!

Linn Svensson
Miriam Larsson
Estelle Eriksson

Släng inte maten – Ge bort den!

Don't Waste Food – Donate the Surplus!

*Linn Svensson
Miriam Larsson
Estelle Eriksson*

Handledare: Charlotte Lagerberg Fogelberg

Examinator: Gabrielle Lagerkvist och Anna Mårtensson

Omfattning: 7hp

Nivå och fördjupning: Avancerad

Kurstitel: Agrosystem

Kurskod: LB0059

Program/utbildning: Livsmedelsagronom

Utgivningsort: Uppsala

Utgivningsår: 2011

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: Allwin, livsmedelsöverskott, livsmedelslagstiftning, matbank, matsvinn, välgörenhet, livsmedelssäkerhet



Sveriges lantbruksuniversitet
Mark och Miljö

ABSTRACT

Every year, thousands tons of edible food are discarded by the grocery stores. This is food that could have gone to people that's in need of it. In many countries, so called food banks are established in order to supply welfare organizations with this kind of food. Today there is no equivalent system existing in Sweden. However, there is a company, called Allwin, which provides a service as distribution channel between companies/stores and welfare organizations. They distribute food which otherwise would have been discarded. Allwin is currently establishing their business in Stockholm, and has by the help of Consumer Association Stockholm (SWE: Konsumentföreningen Stockholm) got in touch with Björn Flodqvist, store manager at Coop Konsum Zinken. The aim of this project is to find out if there is a possibility to establish a cooperation between this store and Allwin, and how this cooperation should be designed with regard to the legislation about food safety. Through interviews with both parties as well as with present business partners to Allwin, experiences, attitudes and expectations regarding the cooperation with Allwin have been collected.

Today, Coop Konsum Zinken, has a positive attitude towards a cooperation with Allwin in the future. No obvious disagreements regarding routines have appeared. It is important to Coop Zinken that the cooperation will not result in an increase in expenditures or workload of the staff. Allwins' goal is that the costs will be equivalent to the current costs for waste management, and therefore this shouldn't be a problem. Allwin needs the food to be packed and sorted after type of product. This should work well since it does not differ much from Coop Zinkens present routines. Both parties have similar views on the division of responsibilities regarding food safety, and the importance of keeping the cold chain. Allwin has defined several goals regarding the future development of their business. Among others Allwin wants to expand the business and be able to manage additional types of food products. This expansion of business is approved by Coop Zinken, which would like to donate all types of food. Allwin also wants to strengthen the routines concerning the food management. This is important for Coop Zinken which wants a guarantee that all their food distributed by Allwin is handled correctly according to food safety in every step of the distribution. According to Swedish law, there is nothing that prevents food, that is approaching or having passed best before date, from being given to charity and thereby consumed.

SAMMANFATTNING

Årligen slängs det tusentals ton ätbar mat från svenska livsmedelsbutiker, mat som skulle kunna gå till bättre behovande. I många länder har så kallade matbanker upprättats, vilka förser välgörenhetsorganisationer med mat. Här i Sverige finns i dagsläget inget liknande system. Sedan sex år tillbaka finns det dock ett företag, nu med namnet Allwin, som säljer en tjänst som distributionskanal, av bl.a. livsmedel, mellan företag/butiker och välgörenhetsorganisationer. De distribuerar mat som annars skulle slängas. Företaget håller nu på att etablera sin verksamhet i Stockholm, och har via Konsumentföreningen Stockholm kommit i kontakt med en Coop-butik. Syftet med rapporten är att undersöka om det finns en möjlighet till samarbete mellan Coop Zinken och Allwin, och hur detta samarbete skulle kunna se ut i praktiken, med hänsyn till lagar och regler samt livsmedelssäkerhet. Genom intervjuer med båda parter samt med befintliga samarbetspartners till Allwin, har erfarenheter, attityder och förväntningar kring samarbetet med Allwin samlats in.

Coop Zinken är idag positiv till ett framtida samarbete med Allwin och inga uppenbara meningsskiljaktigheter gällande praktiska rutiner har framkommit. Det är viktigt för Coop-butiken att samarbetet med Allwin inte innebär ökade omkostnader eller en högre arbetsbörda för personalen. Allwins mål är att kostnaderna skall vara likvärdiga med nuvarande sopheringskostnader, varför detta inte bör bli ett problem. Allwin kräver att maten vid upphämtning ska vara färdigpackad, och sorterad efter typ av livsmedel. Detta tror Coop Zinken ska fungera bra då det inte innebär några större förändringar från dagens system. Parterna är överens om hur ansvaret för livsmedelssäkerhet ska fördelas, samt vikten av att kylkedjan hålls obruten. Allwin har flera mål uppsatta kring utveckling av sin verksamhet i framtiden. De vill bl.a. kunna ta emot fler sorters livsmedel, vilket är bra för Coop Zinken som gärna skänker alla typer av livsmedel. Allwin har även som mål att strama upp rutiner kring livsmedelshantering. Detta är viktigt för Coop Zinken, då de vill ha en garanti för att de livsmedel som Allwin distribuerar åt dem hanteras korrekt och säkert hela vägen. Enligt svensk lagstiftning finns det inget som hindrar att mat som närmar sig bästföredatum, eller till och med passerat detta datum, får skänkas och konsumeras.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING.....	6
1.1 Syfte och mål.....	6
1.2 Frågeställningar.....	7
2. LITTERATURGENOMGÅNG.....	7
2.1 Matens miljöpåverkan och svinn i livsmedelskedjan	7
2.2 Matbanker	8
2.3 Fattigdom i Sverige	8
2.4 Lagar och regler om livsmedelshantering	9
3. MATERIAL OCH METOD	10
3.1 Genomförande.....	10
3.1.1 Litteraturstudie	10
3.1.2 Intervjuer	10
3.2 Presentation av de intervjuade aktörerna	11
3.2.2 Coop Konsum	12
3.2.3 Abba Seafood	13
3.2.4 7-eleven	13
3.2.5 Café Trappanér.....	13
3.2.6 Betelskeppet	13
4. RESULTAT	13
4.1 Regler kring livsmedelshantering	13
4.2 Erfarenheter från leverantör till mottagare.....	14
4.2.1 Vilka livsmedel hanteras idag?	14
4.2.2 Vilka fördelar och nackdelar har konstaterats?.....	15
4.2.3 Vad har samarbetet inneburit för företagets ekonomi, varumärke, miljömål?	16
4.2.4 Vilka praktiska rutiner finns idag kring samarbetet?	16
4.2.5 Vilka möjligheter finns i framtiden? Kan samarbetet utvecklas och förbättras?.....	17
4.3 Förväntningar och överenskommelser inför ett samarbete mellan en livsmedelsbutik och aktören som distribuerar maten.....	18
5. DISKUSSION	19
5.1 Livsmedelssäkerhet och ansvarsfördelning.....	19
5.2 Nuvarande samarbeten	19
5.3 Framtida samarbete mellan Coop och Allwin.....	20
6. SLUTSATS	21
7. REFERENSER.....	23
8 BILAGOR - INTERVJUFRÅGOR	26
8.1 Allwin.....	26
8.2 Coop Konsum	26
8.3 Abba Seafood och 7-eleven	26
8.4 Betelskeppet och Café Trappanér	27

INLEDNING

Jordens resurser utnyttjas dagligen i syfte att framställa mat. Då dessa resurser är ändliga måste vi hushålla med dem för att tillgodose de framtida generationernas behov (FAO). Över hela världen slängs idag stora mängder av den mat som produceras (Smith, 2002). Kasserad mat innebär ett onödigt resursslöseri som kostar pengar, extra arbete för avfallshantering samt tid, energi och miljöpåverkan vid framställning. Bara från svenska butiker slängs det varje år tusentals ton mat (Andersson et al., 2010). I en tidigare studie som gjorts angående matsvinn har det exempelvis uppskattats att det årligen slängs ca 1200 ton kött inom Coop Forum och Coop Konsum (Andersson et al., 2010). Samtidigt som det i världen slängs stora mängder mat går närmare en miljard människor i världen hungriga varje dag (FAO). I Europa lever 79 miljoner människor under fattigdomsgränsen varav 30 miljoner lider av undernäring (FEBA, 2010). Mycket av den mat som slängs skulle ha kunnat komma dessa människor till nytta. I flera länder i Europa har matbanker etablerats för att ta hand om livsmedelsbranschens överskott och distribuera detta till behövande (FEBA, 2010). Det finns inget motsvarande system i Sverige, men sedan några år tillbaka finns ett företag som heter Allwin. Detta företag hämtar upp fullt ätbara livsmedel, vilka närmar sig utgångsdatum och därför annars skulle slängas. Livsmedlen distribueras av Allwin till välgörenhetsorganisationer som hjälper behövande i samhället. Idag är Allwin endast verksam i Göteborg, men företaget försöker nu även att etablera sig i Stockholm och Öresundsregionen (Olovsson F., pers. medd., 2010).

Ur etisk synvinkel kan det uppfattas som oförsvarbart att kassera fullt ätbara livsmedel, vars produktion därmed tårt på miljön i onödan. Genom att hitta ett system för att kunna ta tillvara den mat som annars skulle slängas, slöas det inte i onödan med jordens resurser och samtidigt hjälps utsatta människor att få sitt behov av näringsriktig mat tillgodosatt. För att ett distributionssystem skall fungera på ett korrekt sätt finns ett antal viktiga faktorer. Dessa är fungerande rutiner för hämtning och lämning, spårbarhet från producent till mottagare och bibehållande av kylkedjan. Detta för att garantera säkerheten och kvaliteten hos de livsmedel som hanteras.

Rapporten ”Släng inte maten - ge bort den” är beställd av Konsumentföreningen Stockholm (KfS). KfS är delägare i Kooperativa Förbundet (KF) som driver dagligvarukedjorna Coop Konsum, Coop Extra, Coop Nära och Coop Forum (Konsumentföreningen Stockholm, 2010). Genom Louise Ungerth på KfS har vi fått kontakt med Coop Konsum i Zinkensdamm, även kallas Coop Konsum Zinken, på Södermalm för diskussioner angående ett eventuellt samarbete mellan Allwin och Coop.

1.1 Syfte och mål

Syftet med projektet är att undersöka möjligheten för livsmedelsproducenter och livsmedelsbutiker att skänka bort livsmedelsöverskott respektive mat som närmar sig bästföredatum till behövande i samhället istället för att slänga den. Målet är att utreda vilka hinder och möjligheter det finns för livsmedelsbutiker och producenter att inleda ett samarbete med företag som hämtar upp dessa livsmedel och distribuerar dem till välgörenhetsorganisationer. Detta för att minska matsvinnet.

1.2 Frågeställningar

De frågeställningar som står i fokus i denna rapport är följande:

- *Regler kring livsmedelshantering:* Vad krävs rent juridiskt för att livsmedel, som annars skulle slängas, ska kunna skänkas till välgörande ändamål? Vad kan vara viktigt att ta i beaktande vid ett samarbete?
- *Erfarenheter från leverantörer och mottagare:* Vilka livsmedel hanteras idag? Vilka fördelar och nackdelar har konstaterats? Vad har samarbetet inneburit för företagets ekonomi, varumärke, miljömål? Vilka praktiska rutiner finns idag kring samarbetet? Vilka möjligheter finns i framtiden; kan samarbetet utvecklas och förbättras?
- *Förväntningar och överenskommelser inför ett samarbete mellan en livsmedelsbutik och aktören som distribuerar maten:* Vad behövs för att inleda ett samarbete, exempelvis av Allwin och Coop? Vilka rutiner behövs gällande utsortering av livsmedel i butiker? Vad förväntar sig butiken?

2. LITTERATURGENOMGÅNG

2.1 Matens miljöpåverkan och svinn i livsmedelskedjan

All mat som produceras belastar miljön i olika utsträckning. Produktion av livsmedel bidrar till övergödning, utsläpp av växthusgaser samt energi- och vattenåtgång. Livsmedelskedjan, där jordbruket, industrin, transporter, handel och hushåll ingår, står för ca 50 % av Sveriges totala bidrag till övergödning, ca 20-25 % av den totala klimatpåverkan och använder ca 20 % av all energi (Sonesson, 2008). Jordbruket är den del av livsmedelskedjan som påverkar miljön mest i Sverige (Sonesson, 2008). Produktionen av animaliska livsmedel orsakar mer miljöpåverkan än produktionen av vegetabiliska livsmedel, detta då bl.a. vattenåtgången och behovet av landareal är större. I Sverige används ca 70 % av åkerarealen för foderproduktion (Pernler, 2009). Varje människa använder naturens resurser och tar åkermark i anspråk genom det hon äter eller det som har producerats men som aldrig äts upp. I alla led längs livsmedelskedjan uppstår svinn. I jordbruket beror det på fält- och lagringsförluster och inom industrin uppstår det bl.a. vid hantering och rengöring. I livsmedelsbutiker slängs främst färskvaror (Lagerberg, 2008; Naturvårdsverket, 2008). En av anledningarna till att stora mängder färskvaror, såsom frukter och grönsaker, slängs är estetiska fel såsom fläckar, felaktig form och färg (Lagerberg, 2008). Ju senare i kedjan spillet uppkommer desto mer resurser har använts för att producera, bearbeta, förpacka och transportera livsmedlet (Lagerberg, 2008). Ett sätt att ta tillvara livsmedel som slängs är att göra biogas av det organiska avfallet från livsmedelsbutiker (Stockholms stad, 2010). Ett nationellt mål för 2010 är att 35 % av matavfallet från hushåll, restauranger, storkök och butiker ska behandlas genom biologisk återvinning (Avfall Sverige, 2010).

2.2 Matbanker

USA är det land i världen där etableringen av matbanker började. Därefter har matbanker bildats i flera olika länder. Den första europeiska matbanken etablerades i Frankrike 1984. 1986 grundades ”the European Federation of Food Banks”, (FEBA), som är en del av ”European Anti Poverty Network (EAPN), vilket är ett nätverk som kämpar för minskad fattigdom och minskat socialt utanförskap. Idag sammanför, stöttar och utvecklar FEBA 232 stycken matbanker i 16 olika länder i Europa, och har kontakt med ytterligare länder som har pågående planer att bilda matbanker. Gemensamt för samtliga matbanker i FEBA är att de dagligen arbetar mot hunger och livsmedelsslöseri. Matbankernas uppgift är att ta tillvara på överblivna livsmedel från livsmedelsindustrin, detaljhandeln, europeiska och nationella livsmedelshjälpprogram eller från privatpersoner, och sedan vidare distribuera dessa till välgörenhetsorganisationer vilka stöttar missgynnade och utsatta individer i samhället. Matbankernas riktlinjer kan sammanfattas i fyra punkter: 1) alla produkter som mottas distribueras gratis då deras verksamhet baseras på stöd från andra organisationer och frivilliga, 2) livsmedlen delas ut rättvist utan någon form av diskriminering, 3) arbetet ska ske genom hela kedjan från producent till konsument för att motverka slöseri, 4) solidaritet över Europa. En matbanks främsta uppgifter är att transportera de insamlade livsmedlen, sortera och lagra dessa, kvalitetskontrollera och se till att kylkedjan hålls samt inventeringsarbete. Detta innebär ett stort logistiskt arbete (FEBA, 2010).

År 2009 samlade matbankerna inom FEBA in 328 720 ton livsmedel och distribuerade dessa till 4,7 miljoner människor i samarbete med 25 900 välgörenhetsorganisationer och socialvård (FEBA, 2010).

2.3 Fattigdom i Sverige

Definitionen av fattigdom enligt EU:s medlemsstater är när den disponibla inkomsten ”ligger under 60 procent av medianinkomsten i landet”. Med detta avses den relativa fattigdomen. Denna definition beskriver inkomstfördelningen men inte den allmänna inkomstnivån i landet. Med absolut fattigdom menar man den gräns när den enskilda individen inte längre kan leva på en skälig nivå. Då behövs oftast någon form av ekonomiskt bistånd för att klara sin vardag. I Sverige har den relativa fattigdomen ökat sedan mitten på 90-talet, medan den absoluta fattigdomen har minskat och en halvering av mottagare av ekonomiskt bistånd har skett senaste decenniet, se fig 1. Den grupp som är mest utsatt och räknas som relativt eller absolut fattig är barn (0-19år) och unga vuxna (20-24år) (Socialdepartementet – Regeringskansliet, 2010). Enligt en undersökning gjord av SCB så levde år 2008 ca 280 000 barn i Sverige i fattigdom (relativ fattigdom inkluderat) vilket motsvarar ca 15 procent av alla barn i Sverige.

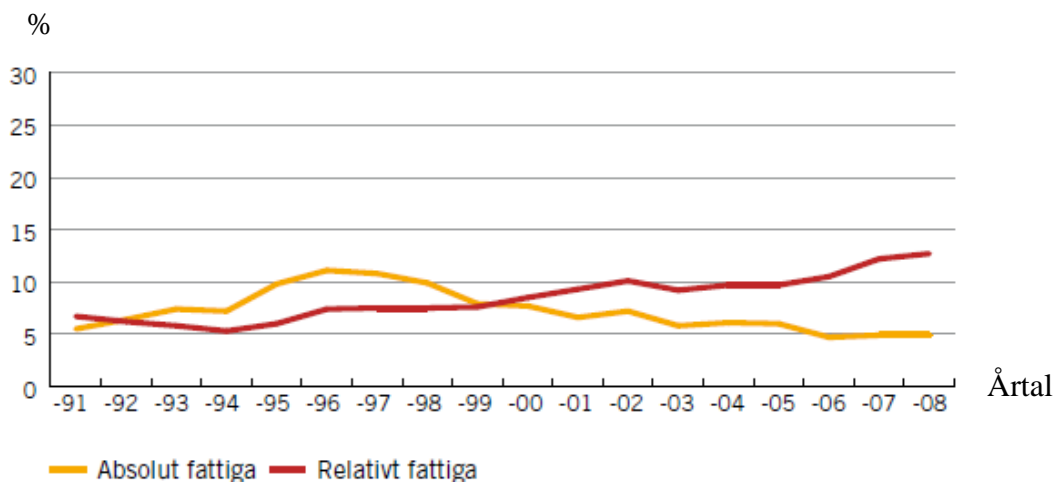


Fig 1. Relativ respektive absolut fattigdom (hela befolkningen) i Sverige 1991-2008 (procent). Relativ fattigdom är när den disponibla inkomsten ligger under 60 procent av medianinkomsten i landet och absolut fattigdom är den gräns när den enskilda individen inte längre har en skälig levnadsstandard. Källa: Socialdepartementet – Regeringskansliet, 2010

2.4 Lagar och regler om livsmedelshantering

All lagstiftning inom livsmedelsområdet är idag i stort sett gemensam inom hela EU (Livsmedelsverket, 2010). Livsmedelslagstiftningens allmänna krav säger att livsmedel inte skall släppas ut på marknaden om de inte är säkra, d.v.s. om de är skadliga för hälsan eller otjänliga som människoföda (EG 2002:178). Med detta menas produkter som genom felaktig förvaring, långvarig förvaring i olämpliga förhållanden eller kontamination p.g.a. trasiga förpackningar, exempelvis fått oönskad bakterietillväxt, eller innehåller andra skadliga ämnen såsom glas. En livsmedelsföretagare med ansvar för distribution har skyldighet att inleda förfaranden för att dra tillbaka sådana produkter som inte uppfyller kraven på livsmedelssäkerhet från marknaden (EG 2002:178). Vad gäller regler och skyldigheter angående spårbarhet, skall livsmedel kunna spåras på alla stadier i distributionskedjan. Livsmedelsföretagarna skall därför kunna identifiera och ange alla personer och företag från vilka de har erhållit ett livsmedel och ha ett system för att på begäran kunna lämna denna information till behöriga myndigheter (EG 2002:178).

Livsmedel som passerat bästföredatum får säljas eller skänkas, dock inte livsmedel som passerat sista förbrukningsdag. Livsmedel som tillhör denna senare grupp är extra känsliga, så kallade högriskprodukter. Vid försäljning eller bortskänkning efter det att bästföredatum har passerats måste det kunna garanteras att livsmedlet inte är farligt för konsumenten och att det håller godtagbar kvalitet under en rimlig tid (LIVSFS 2004:27).

Då lagar och EG-förordningar ofta beskriver en målsättning, men inte i detalj förklarar hur företagen ska göra för att följa lagen finns det, för livsmedelsföretagare, utrymme för flexibilitet vad gäller tolkning av lagen. För att underlätta och ge konkreta råd till enskilda företagare angående hur de uppnår kraven finns Nationella Branschriktlinjer uppsatta. Dessa är beskrivningar av hur livsmedelsföretag bör förhålla sig till livsmedelslagstiftningen för att uppfylla dess krav. (SLV, 2010).

Alla företagare som handskas med livsmedel är själva ansvariga för livsmedelssäkerheten, och att se till att livsmedelslagstiftningen efterlevs. Livsmedelsföretagare har på alla stadier i livsmedelskedjan ansvar för att se till att livsmedel uppfyller de krav i livsmedelslagstiftningen som är tillämpliga för deras verksamhet, och ska kontrollera att dessa krav uppfylls. För att livsmedelsföretagare ska klara av att uppfylla kraven behöver de ha rutiner kring exempelvis rengöring, förvaring, varumottagning, personalutbildning etc. Många livsmedelsföretagare väljer därför att utveckla ett sk. egenkontrollprogram d.v.s. de planerar sin verksamhet genom att ta fram nedskrivna rutiner som de sedan följer och dokumenterar. Detta är dock inget lagkrav, och alla företag har inte nedskrivna rutiner för alla detaljer, och en del mindre företag väljer att planera stora delar av sin verksamhet helt utan skriftliga rutiner. Lagstiftningen har dock vissa krav gällande dokumentation av faror som identifieras. Livsmedelsföretagen hanterar detta med hjälp av en faroanalys, en sk. HACCP-plan (HACCP=Hazard Analysis Critical Control Plan). I en HACCP-plan uppmärksammas potentiella risker i varje steg av livsmedelshanteringen. Kritiska styrpunkter identifieras och för dessa bestäms kritiska gränsvärden, övervakning och korrigerande åtgärder. Även i utformningen av en HACCP har livsmedelsföretagaren utrymme för viss flexibilitet. (Spens, C., pers. Medd., 2010)

3. MATERIAL OCH METOD

3.1 Genomförande

3.1.1 Litteraturstudie

En del av projektet baserades på en litteraturstudie, då information kring matens miljöpåverkan, matsvinn i butiker, lagar och regler kring livsmedelshanteringen, matbanker i Europa och fattigdom i Sverige, samlades in.

3.1.2 Intervjuer

Den största delen av projektet byggde på kvalitativa intervjuer med personlig kontakt med den intervjuade personen (respondenten). Respondenterna fick ta del av frågeområdena i förväg. De intervjuformer som användes var personliga intervjuer, intervjuer via telefon och/eller mejl. Samtliga intervjuer kompletterades via mejlkorrespondens. Intervjufrågorna som ställdes till de olika aktörerna finns samlade under Bilagor.

En alternativ metod som hade kunnat användas är skriftliga enkäter till Allwins samtliga samarbetspartners. Detta för att få en mer representativ bild av erfarenheterna kring praktiska rutiner och påverkan på avfallsmängder och ekonomi samt fler tankar kring framtida utmaningar och vad som kan förbättras. En annan möjlighet hade varit att samla alla aktörer till en gemensam gruppdiskussion för att konfrontera synpunkterna.

Med samarbete och samarbetspartners menas i denna rapport aktörer som har ett reglerat affärsavtal med Allwin genom ett skriftligt kontrakt eller annan överenskommelse. Vi begränsade studien till endast ett distribuerande företag (Allwin) och en Coop-butik.

Förutom Allwin och Coop valdes två företag som levererar livsmedel till Allwin och två organisationer som tar emot mat från Allwin ut för intervjuer. De levererande företagen var Abba Seafood och en 7-eleven-

butik. De mottagande organisationerna var Betelskeppet och Café Trappanér, vilka är organisationer som hjälper hemlösa med mat och logi. Samtliga företag och organisationer har sitt säte i Göteborg. De har flera års erfarenhet av att samarbeta med Allwin, vilket motiverar att de valdes ut för intervjuer. En översikt över intervjuerna ges i tabell 1. Övriga avgränsningar var att inga exakta uträkningar utfördes kring ekonomiska data, lönsamhet för företagen eller mätning av avfallsminskningen.

Tabell 1. Översikt av intervjuer

Aktör	Respondent	Befattning	Intervjuform
Allwin	Fredrik Olovsson	Representant	Personlig
Coop Konsum Zinken	Björn Flodqvist	Butikschef	Personlig
Abba Seafood	Eva Berglie	Kommunikationsansvarig	Telefon
7-eleven	Pernilla Gustafsson	Butiksägare	Telefon
Betelskeppet	Rudi Pauwels	Kökschef	Telefon
Café Trappanér	Wasti Solomon Sehlin	Föreståndare	Mejl

3.2 Presentation av de intervjuade aktörerna

3.2.1 Allwin

Företaget Allwin bildades i Göteborg år 2004 av Simon Eisner (Olovsson, F., pers. medd., 2010). Företaget gick då under namnet Gemensamt Engagemang, men bytte för ca ett år sedan, i samband med att det blev rikstäckande, namn till Allwin. Företaget bildades som en stiftelse för välgörenhet, men har därefter omvandlats till att bli ett aktiebolag. Allwins affärsidé är att ta tillvara varor vilka ska kasseras, och distribuera dessa till välgörenhetsorganisationer (fig 2). Allwin distribuerar flera olika typer av varor, däribland livsmedel från butiker och sänglinnen från hotell. (Olovsson, F., pers. medd., 2010).

Idag har företaget två anställda, och all övrig arbetskraft är ideell. Allwin vill inte få stöd från Svenska staten, då de vill undvika att få en stämpel som välgörenhetsorganisation. Allwins mål är istället att kunna erbjuda företag en tjänst som distributionskanal. Detta då Allwin anser att samhället inte ska behöva betala för företagets överskott. Allwin finansieras genom avgifter från butiker och livsmedelsproducenter. Förutom via avgifter från företag som använder Allwins tjänst, finansieras Allwin idag också av donationer från privata stiftelser samt gåvor (Olovsson, F., pers. medd., 2010).

Allwin utför inga marknadsföringskampanjer, utan tar vanligen själva direkt kontakt med företag och butiker som är aktuella för samarbete. Inför lanseringen i Stockholm har de varit i kontakt med Konsumentföreningen Stockholm som nu sköter kontakten med potentiella samarbetspartners (Coop-butiker) (Olovsson, F., pers. medd., 2010).

Allwin ställer krav på de organisationer som tar emot varor via dem. Organisationerna ska vara inriktad på utsatta individer, t.ex. kvinnojourer, barnhem och fritidshem, och deras verksamhet ska vara fungerande och kunna ta tillvara livsmedel. Mottagarorganisationerna måste vara flexibla. Detta då Allwin inte alltid har möjlighet att i förväg informera om vilka



Fig 2. Schematisk bild som beskriver Allwins verksamhet: distribution mellan producenter och mottagare. Källa: allwin.nu

livsmedel som kommer att levereras till dem. Organisationerna kan dock tacka nej till produkter som de inte vill ha, och de har också möjlighet att meddela Allwin om de har några specifika önskemål på produkter. Allwins distribution sker dock alltid jämt mellan de olika välgörenhetsorganisationerna, vilket innebär att allwin inte kan ge en enskild organisation specifika varor utan att även leverera samma sorters varor till de andra organisationerna. Allwin kräver ingen utbildning av personalen som arbetar på mottagarorganisationerna (Olovsson, F., pers. medd., 2010).

Allwins mål är att bli ett rikstäckande företag, och att deras logga ska bli så känd att den ger PR till de företag som nyttjar den. I framtiden vill de också utveckla företaget så att de kan ta emot alla typer av livsmedel. (Olovsson, F., pers. medd., 2010).

Allwin finns för närvarande etablerat i Göteborg och håller nu på att starta verksamhet även i Stockholm och Öresundsregionen (Allwin, 2010). Vid etableringen i Stockholm har butiker med miljöprofilering valts ut (Olovsson, F., pers. medd., 2010). Allwin är ett miljömedvetet företag (Olovsson, F., pers. medd., 2010) och nyligen tilldelades Allwins grundare, Simon Eisner, Världsnaturfondens hederspris som Årets miljöhjälte med anledning av sitt företag (Webfinansier, 2010).

3.2.2 Coop Konsum

Coop Konsum Butiken Zinken ligger på Södermalm i Stockholm. Den har ca 7 000 – 9 000 artiklar. Butikens årliga omsättning är ca 80 miljoner kr brutto och cirka 70 miljoner kr netto. Butiken har 28 st anställda på hel- och deltid (Flodqvist, B., pers. medd., 2010). Som alla Coop Konsum-butiker har butiken en miljöprofilering, och därmed många lokala leverantörer och varor (Coop, 2010., Flodqvist, B., pers. medd., 2010).

Butiken har idag ett matsvinn som motsvarar en förlust på cirka 1,26 miljoner kronor per år, men har som mål att minska svinnet. Sophämtningskostnaderna under ett år uppgår till ca 60 000 kr, där det komposterbara står för cirka hälften. Det komposterbara avfallet hämtas två ggr per vecka, och butiken betalar sophämtningsföretaget en summa per tömning av ett 370 l kärl. Butiken sorterar sitt avfall i tre olika kärl; ren kompost, förpackat organiskt material och brännbart. Den rena komposten går idag till biogasproduktion. För att minska svinnet kontrollerar butikspersonalen kontinuerligt vilka varor samt kvantitet av varor som finns i butiken. Detta görs för att inga varor skall beställas i onödan och/eller i för stora mängder. För att inte få för många bästföredatum att hålla reda på köper butiken in varje artikel/vara max två gånger per vecka. Leverans av varor till butiken sker sex dagar i veckan. (Flodqvist, B., pers. medd., 2010).

Idag slängs all överbliven och utgången mat från butiken. Grönsaker och bake-off bröd är det som rent volymmässigt står för det största svinnet. Kostnadmässigt är kött dyrast att slänga och bake-off bröd billigast.

De dagliga rutinerna i butiken ser för nuvarande ut som följande; kontroll av datum samt nedsättning av priser görs varannan till var tredje dag, kött sorteras ut från hyllorna tre dagar innan bästföredatum och mejerivaror fem dagar innan. Grönsaker med försämrad kvalitet samt bake-off bröd som inte sålts under samma dag som det bakats slängs dagligen. Uppskattningsvis tar

det ca tre timmar per dag för en person i personalen att sortera ut gamla livsmedel, kontrollera datum och sätta ned varor som närmar sig bästföredatum. Av de grönsaker som sorteras ut och slängs är ca 30 % tjänliga att äta och skulle därmed kunna återanvändas/skänkas. Ingen i personalen får ta med sig varor hem som närmar sig eller passerat bästföredatum. Detta enligt butikens/kedjans policy för att undvika överbeställningar. (Flodqvist, B., pers. medd., 2010)

Butiken har för närvarande inget etablerat samarbete med Allwin men en diskussion mellan parterna pågår.

3.2.3 Abba Seafood

Abba Seafood producerar och marknadsför produkter från havet, t.ex. sill och fiskbullar. Företaget har ungefär 350 tillsvidareanställda, och har en årlig omsättning om ca 1 miljard kr. Abba Seafood ingår i den norska koncernen Orkla ASA (Abbaseafood, 2010). Företaget har samarbetat med Allwin i ca tre år (Olovsson, F., pers. medd., 2010).

3.2.4 7-eleven

7-eleven är en kedja av små servicebutiker. Kedjan marknadsför sig med ord som tillgänglighet och allt som kan göra livet enklare. Butikerna tillhandahåller b.l.a. trådlöst internet, paketutlämning, färdiga smörgåsar, sallader, minilivs och kaffe (7-eleven, 2010). Den butik som valts ut för intervju har sex anställda, och har samarbetat i ca sex år med Allwin (Gustafsson, P., pers. medd., 2010).

3.2.5 Café Trappanér

Café Trappanér i Göteborg är ett kvällscafé för stadens hemlösa och utsatta personer (Café Trappanér, 2010). Café Trappanér får mat levererad från Allwin men också från restauranger, fabriker och privatpersoner. Samarbetet med Allwin har pågått i cirka fyra år. Cafét har servering på vardagar kl 19-23, och brukar servera ca 90 mål mat om dagen (Solomon Sehlin W., pers. medd., 2010).

3.2.6 Betelskeppet

Betelskeppet är ett tillfälligt boende för hemlösa i Göteborg. Boendet bygger på drogfrihet och nykterhet. Förutom boende erbjuder organisationen även servering av frukost, lunch och middag (Betelskeppet, 2010). Organisationen serverar ca 50 mål mat per servering. Betelskeppet har samarbetat med Allwin i ca fem år. (Pauwels, R., pers. medd., 2010)

4. RESULTAT

Resultatet redovisas med tre underrubriker som belyser de tre frågeställningarna som undersöks i denna rapport. När det gäller erfarenheter från samarbetet med Allwin har vi låtit varje aktör komma till tals, vilket vi har förtydligat med ytterligare rubriker.

4.1 Regler kring livsmedelshantering

För att livsmedel ska kunna skänkas till välgörenhet måste de enligt lag vara säkra (EG 2002:178). Ansvarsfördelningen gällande livsmedelssäkerhet måste vara tydlig och samtliga aktörer inom samarbetet med Allwin har skyldighet att, vid upptäckt av livsmedel som inte uppfyller kraven på livsmedelssäkerhet, genomföra åtgärder för att dra tillbaka dessa produkter

från marknaden. Alla livsmedel måste kunna spåras på alla stadier i distributionskedjan varvid alla aktörer har skyldighet att ha ett system som gör det möjligt för dem att på begäran kunna lämna denna information till behöriga myndigheter (EG 2002:178). Alla livsmedel som får säljas får juridiskt sett även skänkas. Livsmedel som har passerat bästföredatum får också säljas eller skänkas, dock inte livsmedel som passerat sista förbrukningsdag. (LIVSFS 2004:27).

De intervjuade leverantörerna poängterar att inga av företagens produkter har passerat bästföredatum när de skickas till Allwin och vidare till välgörenhetsorganisationer. Därför kan garantin för livsmedelssäkerhet likställas med de produkter som säljs i butik. Likaså blir de levererande företagets ansvar för livsmedelssäkerheten inte annorlunda än om de skickat livsmedel till försäljning. När givarföretagen lämnar över livsmedel till Allwin övergår ansvaret för livsmedelssäkerheten till Allwin. Allwin ska kontrollera och dokumentera vilka livsmedel som tas emot, kvantiteter och kvalitet, samt kontrollera temperatur på kylvaror. Allwin ska kunna intyga att maten de tar emot är av godtagbar kvalitet och kan distribueras vidare. På samma sätt är mottagarorganisationen skyldig att kontrollera de livsmedel som de tar emot från Allwin och godkänna dessa. Samtliga aktörer ansvarar för att deras del av kylkedjan inte bryts samt att möjlighet till spårbarhet finns. Inga juridiska problem har hittills uppstått under Allwins etablering (Olovsson, F., pers. medd., 2010).

Många livsmedelsföretag har ett egenkontrollprogram. Genom detta kan de bestämma och anpassa regler och rutiner kring hanteingen av livsmedel så att de passar specifikt för företaget/organisationen (Stockholms Stad, 2010). Om inte välgörenhetsorganisationen på eget initiativ angett annat i sitt egenkontrollprogram har de tillåtelse att servera livsmedel som passerat bästföredatum (SLV, 2010).

4.2 Erfarenheter från leverantör till mottagare

4.2.1 Vilka livsmedel hanteras idag?

Allwin

Allwin hämtar upp och distribuerar ca 2,6 ton mat i veckan. De livsmedel som Allwin främst hanterar är konserver och bröd, färdigförpackade sallader och färdiggjorda smörgåsar. Konserverna kommer från fabriker och brödet från bagerier samt från 7-eleven. Allwin hanterar i dagsläget inte frysvaror eller högriskprodukter (extra känsliga produkter vilka märks med sista förbrukningsdag). Mejeriprodukter distribuerar Allwin endast i små kvantiteter.

Abba Seafood

Den produkt som Abba Seafood skänker i störst mängd är sill, men företaget försöker att variera leveranserna genom att även skänka fiskbullar, makrill, musslor, kaviar och pastejer.

7-eleven

Denna 7-eleven butik skänker flera olika sorters livsmedelsprodukter, däribland konserver, bröd, pålägg, mejeriprodukter, chips och godis. Dock lämnar butiken inga lättprodukter till Allwin, då ingen efterfrågan finns på dessa.

Betelskeppet

Till Betelskeppet levererar Allwin framför allt bröd och kaffebröd samt fiskkonserver såsom sill, makrill och musslor. Ibland får organisationen även andra sorters produkter från Allwin, exempelvis mejeriprodukter och frukt samt färdigrätter såsom pasta eller färdiga smörgåsar.

Café Trappanér

De vanligaste livsmedlen som Café Trappanér får levererat till sig via Allwin är bröd, kaffebröd och färdiga smörgåsar. Cafét kompletterar dessa leveranser med egna matinköp.

4.2.2 Vilka fördelar och nackdelar har konstaterats?

Allwin

Allwin har upplevt ett positivt bemötande från omgivningen; givarföretag, mottagarorganisationer och allmänheten. Ibland har dock den skänkta maten haft skiftande kvalitet. Vid distribution har ibland problem uppstått vad gäller bristande respekt mot Allwins personal, och mottagarorganisationerna har ibland varit kräsna då det kommer till vilka sorters livsmedel de vill ta emot.

Abba Seafood

Samarbetet med Allwin är enligt Abba Seafood mycket positivt, och kontakten är god mellan företagen. Samarbetet har också lett till en större gemenskap inom företaget och en stolthet över att de tar hand om produktionsöverskottet och inte låter mat gå till spillo. Rutinmässigt har inga problem uppstått. Medarbetarna ställer gärna upp och hjälper till, och olika avdelningar (storkök, export etc.) kommer med tips om vad som kan skänkas härnäst.

7-eleven

7-eleven upplever samarbetet med Allwin som positivt. Inga svårigheter under inledande samarbete med Allwin upplevdes, då erfarenhet från tidigare samarbete med organisationen Gemensamt Engagemang fanns. 7-eleven tycker att samarbetets rutiner fungerar bra, och de upplever inte heller att någon större arbetsinsats krävs då produkterna ändå ska sorteras ut när de närmar sig bästföredatum.

Betelskeppet

Betelskeppet ser mycket positivt på samarbetet med Allwin. Genom Allwins leverans av livsmedel sparar Betelskeppet pengar och får en bättre ekonomisk situation. Detta ger i sin tur dem möjlighet att lägga penga på andra saker som organisationen finner viktiga. Organisationen ser inga nackdelar med samarbetet, och anser inte att det innebär ett mer tidskrävande arbete för personalen.

Café Trappanér

Café Trappanér tycker att samarbetet med Allwin fungerar bra och är positiv till Allwins goda bemötande och snabba leveranser. Kommunikationen fungerar problemfritt och enligt Wasti är det en lyx att få varorna hemkörda till dörren eftersom det innebär att organisationen inte behöver lika många personer i sin personal.

4.2.3 Vad har samarbetet inneburit för företagets ekonomi, varumärke, miljömål?

Allwin

Allwin har ekonomiska problem och har varit nära att lägga ned sin verksamhet flera gånger. De är i dagsläget beroende av bidrag för att gå runt.

Abba Seafood

Hur samarbetet med Allwin har påverkat Abba Seafood rent ekonomiskt är svårt att mäta, eftersom PR-effekter är svåra att beräkna i pengar. Totalt sett anser dock Abba Seafood att de vinner på samarbetet. Enligt Eva Berglie kan "ett inslag i P1 riks vara värt många hundra tusen om man mäter i annonsvärde". Om all "good will", både internt och externt tas i beaktning, minus kostnaden för pallarna, blir slutsatsen att Abba Seafood vinner på samarbetet. Samarbetet med Allwin har inte påverkat produktionsplaneringen i någon riktning.

7-eleven

Samarbetet har inte påverkat 7-elevenbutiken i någon större utsträckning. Kostnaderna för sophantering har minskat något, men inte markant.

Betelskeppet

Ekonomiskt innebär samarbetet en möjlighet för Betelskeppet att lägga pengar på andra saker samt att kunna "lyxa till det lite ibland", däribland servera fika med kaffebröd i större utsträckning. Betelskeppet vet att de aldrig behöver köpa in bröd och fikabröd samt fiskkonserver, då detta är produkter som de ofta får levererat till sig av Allwin.

Café Trappanér

För Café Trappanér underlättar det ekonomiskt att få varor skänkta till sig via Allwin. Detta eftersom caféet har en knapp budget att röra sig med. Caféet anser sig ha blivit beroende av de varor de får levererat till sig från Allwin.

4.2.4 Vilka praktiska rutiner finns idag kring samarbetet?

Allwin

Allwins verksamhet i Göteborg har en lagerlokal för förvaring av livsmedel. I denna är hälften kylt utrymme. I dagsläget har Allwin tillgång till två stycken bilar, varav den ena hämtar och levererar mat på heltid och den andra på deltid. Idag är endast en av Allwins bilar kylbil. Inför etableringen i Stockholm har fler bilar beställts. Samtliga av dessa bilar är kylbilar. Allwin hämtar mat en till två gånger på morgonen varje vardag, och distribuerar ut denna samma dag på eftermiddagen. Allwin och leverantörerna samt mottagarorganisationerna har överenskomna tider för hämtning och levererans. I Allwins rutiner innefattas dokumentering av allt som hämtas och lämnas, kvantiteter och tidpunkt för hämtning/lämning.

Abba Seafood

Två gånger i veckan kör Abba Seafood pallar med överflödiga produkter från sitt centrallager till Allwins lager i Kärra. Detta sker med Abba Seafoods egen transport. Från lagret i Kärra hämtas produkterna av Allwin och distribueras till välgörenhetsorganisationer.

7-eleven

7-eleven förvarar kylvaror kallt innan upphämtning. Allwin hämtar livsmedlen dagligen måndag till fredag, vid ungefär samma tid varje dag.

Betelskeppet

Överenskommelsen med Allwin ser ut som följande; Allwin levererar livsmedel till Betelskeppet två dagar i veckan, men kan även göra en leverans på fredagen om kökschefen ringer och ber om det. Leveranstiderna är inte helt fasta men vanligen kommer leveransen mellan kl 12 och 13. Om Betelskeppet behöver/önskar något speciellt eller extra har de möjlighet att ringa och framföra detta önskemål några dagar i förväg, varpå Allwin försöker ordna med detta. Allwin hör av sig till Betelskeppet och informerar i förväg om det blir någon leverans av livsmedel som organisationen vanligen inte får distribuerat till sig.

Café Trappanér

Enligt överenskommelsen informerar Allwin caféet i förväg om vilken typ av mat som deras leverantörer har skänkt för dagen. Caféet får då bestämma huruvida de vill ta emot maten eller inte. Leveransen sker direkt till dörren, måndag till fredag. Wasti har dagligen personlig kontakt med Allwins chaufför som levererar maten.

4.2.5 Vilka möjligheter finns i framtiden? Kan samarbetet utvecklas och förbättras?

Allwin

Enligt Fredrik kan mycket inom samarbetet med företagen/organisationerna förbättras, samt företaget Allwin utvecklas. Genom lokal anpassning får Allwin en större flexibilitet, vilket är bra då alla företag är olika. I och med denna anpassning kan fler typer av företag ansluta sig till Allwin. I framtiden vill Allwin ha en s.k. ambassadör i varje butik/på varje företag. Med ambassadör menar Allwin en person från butikens/företagets personal som är ansvarig för kontakten mellan Allwin och butiken/företaget. Syftet med detta är att samarbetet ska bli mer organiserat. Genom en förbättrad kontakt mellan Allwin och butikerna/företagen tror Allwin att de skulle kunna ge butikerna/företagen en bättre överblick över sina överskott av livsmedel. Detta tror Allwin kulle kunna hjälpa butikerna/företagen att planera sina inköp ännu bättre. Allwin anser också att deras fördelningssystem skulle kunna förbättras, så att alla mottagarorganisationer får lika stor tilldelning, d.v.s. de livsmedel som Allwin distribuerar ska delas lika mellan organisationerna. Högre och tydligare krav på mottagarna och deras verksamhet skulle enligt Allwin kunna ställas. Detta då Allwin måste kunna garantera producenterna/butikerna att deras livsmedel hanteras av mottagarorganisationerna på rätt sätt. Enligt Fredrik kan Allwin också förbättras genom att ytterligare informera sina samarbetspartners om Allwins verksamhet, samt ge dem en mer detaljerade rapport om vad som händer med de livsmedel som Allwin distribuerar åt dem. Detta tror Allwin ska öka samarbetspartners engagemang. ”Vi vill stärka våra samarbetspartners spårbarhets- och hållbarhetsgarantier. Samtidigt vill vi att våra samarbetspartners ska se vilken skillnad de gör i samhället.” säger Fredrik Olovsson.

Allwin strävar efter att vara ett miljömedvetet företag och en förbättring i denna riktning skulle kunna vara att samma åkare som levererar varor till en

butik/kedja även hämtar upp produkter åt Allwin. Detta skulle minska körsträckorna och därmed utsläppen.

Abba Seafood

Kontakten mellan Abba Seafood och Allwin är god och har ökat med tiden. Idag, vid etablering av Allwin i Stockholm och Öresundsregionen, finns Abba Seafood med som referensföretag. Abba Seafood ser mycket positivt på ett fortsatt samarbete med Allwin i framtiden. Som framtida förbättringar av samarbetet finns förhoppningar, från Abba Seafoods sida, att detta ska kunna bli ännu djupare och att företagen i ännu högre utsträckning ska kunna dra fördel av varandra.

7-eleven

Huruvida ett samarbete mellan 7-eleven och Allwin kommer att fortskrida i framtiden avgörs av 7-elevens centrala ledning. Butikschefen ser dock gärna ett fortsatt samarbete och upplever inget behov av förbättringar i det nuvarande samarbetet.

Betelskeppet

Kökschef Rudi Pauwels på Betelskeppet anser att samarbetet med Allwin är bra som det är och att inga förbättringar behöver göras. Dock uttrycker han en önskan om att i framtiden kunna få fler typer av livsmedel levererade till sig. Rudi Pauwels vill gärna fortsätta samarbetet med Allwin i framtiden.

Café Trappanér

Caféet är mycket nöjd med samarbetet med Allwin, och ser i nuläget inget behov av förbättringar för framtiden.

4.3 Förväntningar och överenskommelser inför ett samarbete mellan en livsmedelsbutik och aktören som distribuerar maten

Allwin

I varje butik ska det enligt Allwin i framtiden finnas en s.k. ambassadör som ansvarar för kontakten med Allwin. Denna person ska få utbildning i livsmedelssäkerhet via Allwin. Maten måste, av butiken, vara färdigpackad, och sorterad efter typ av livsmedel, i olika plastbackar till uttalat hämtningstillfälle. Butikerna bör inte behöva utöka sitt kylutrymme då förvaring i kyla innan upphämtning ska vara kortvarig. Om en butik inte har tillräckligt mycket plats för förvaring av livsmedel kan Allwin anpassa sitt upphämtningsschema efter detta. Butikpersonalens arbetsinsats ska inte behöva bli högre än den nuvarande, och Allwin står för sorterings- och förvaringsbackar till butiken. Slutligen krävs en vilja från butiken att använda tjänsten samt välvilja att vilja ge istället för att slänga.

Coop

Ett samarbete med Allwin får enligt Coop inte vara mer tidskrävande eller mer kostsamt än butikens nuvarande system. Därmed får inte merkostnaden för förvaring och upphämtningskostnader bli för hög. Likaså är det av vikt att det finns ett bra system för utsortering av varor, för att undvika ökad tidsåtgång för personalen. Utsortering av livsmedel görs av butiken varje förmiddag. Då det inte finns möjlighet för butiken att förvara de utsorterade varorna i kyl i mer än några timmar måste hämtning av kylvaror vara möjlig de dagar butiken sorterar ut dessa. Grönsaker och bröd sorteras ut varje dag och kan därmed även hämtas upp varje dag. På Coops lager finns det plats för förvaringskärl till livsmedel vilka inte behöver stå i kyla.

Butikschefen anser att det är viktigt att veta att Allwin inte bryter kylkedjan. Coop vill därför att Allwin kontrollerar temperaturen på de kylvaror som de mottar av dem. På så sätt kan Coop vara säkra på att de inte har skänkt något som inte hållt rätt temperatur. Utöver det vill butiken veta vilka som är mottagare av varorna, samt få en garanti för att de går till välbehövande på en bra organisation.

Enligt butikschefen på Coop skulle ett samarbete med Allwin leda till att bra mat kommer till nytta, och att en god gärning görs då avfallsbergen minskar. Han nämner också det positiva i att samarbetet skulle kunna stärka butikens profil som en miljömedveten butik och genom detta locka dit kunder.

5. DISKUSSION

Allwins version på matbank skiljer sig från de matbanker som är medlemmar i FEBA. Skillnaden är att Allwin har valt att inte bedriva sin verksamhet som en välgörenhetsorganisation, som är beroende av bidrag från individer och företag samt idellt arbete etc. Istället vill Allwin erbjuda en betaltjänst som livsmedelsföretagen kan välja att använda sig av. Således är inte ett av Allwins mål att hjälpa företagen att minska sina kostnader för avfallshantering, vilket innefattas i FEBAs definition av matbank

5.1 Livsmedelssäkerhet och ansvarsfördelning

En tydlig ansvarsfördelning vad gäller livsmedelssäkerhet och spårbarhet verkar vara viktigt för samtliga aktörer. Ansvaret för livsmedelssäkerheten förflyttas under distributionskedjan mellan aktörerna. Vem som har ansvaret i de olika leden i distributionskedjan är enligt aktörerna tydligt och det ser ut att fungera bra för de flesta livsmedel. Dock skulle osäkerheter kunna uppkomma vid hantering av vissa produkter, exempelvis om produkter skulle distribueras till Allwin p.g.a. avsaknad av information på etiketten eller felaktig märkning på produktens förpackning. Om denna typ av livsmedel ska kunna distribueras är det viktigt att fastställa vem som är ansvarig för att den information som saknas/är felaktig inte kan skada konsumenten, alternativt att denna information förmedlas. Enligt lagstiftningen är det alltid den som släpper ut livsmedlet på marknaden som är ansvarig för livsmedlet, både vad gäller säkerhet och redlighet. I dagsläget är det inte tillåtet att släppa ut livsmedel som är felmärkta, oavsett om man tar betalt för livsmedlet eller skänker bort det. Olika former av ommärkning kan dock göras, men då livsmedlet når konsumenten ska det vara korrekt märkt. Detta innebär svårigheter för Allwin att kunna distribuera denna typ av produkter. Om Allwin i framtiden ska kunna distribuera dessa krävs antingen en lagändring som gör att producenten får distribuera varorna till Allwin, eller framtagande av ett godkänt system för enklare ommärkning exempelvis att saknade uppgifter kan tillåtas tillföras i medföljande handling. Det bör tilläggas att lagstiftningen för korrekt märkning av livsmedel har framtagits för att ge konsumenten rätt information och därmed säkerhetsställa livsmedelssäkerheten. (Göransdotter Nilsson A, pers. medd., 2010).

5.2 Nuvarande samarbeten

Gemensamt för de företag som intervjuats är att de är öppna för att skänka alla sorters livsmedel. Begränsningen är vilka livsmedel Allwin kan ta emot och hur kyl- och frys kedjan ska bibehållas. Skulle Allwin kunna utöka sin

verksamhet med möjlighet att hantera frysvaror samt kylvaror i större utsträckning hade samtliga företag kunnat tänka sig att skänka även sådan mat. Förvaring av kyl- och frysvaror mellan utsortering från butiken och upphämtning av Allwin måste också lösas vid stora kvantiteter och/eller trånga förvaringsutrymmen.

Samtliga företag skänker endast livsmedel som inte har passerat bästföredatum. Detta trots att det enligt livsmedelslagen är tillåtet att skänka livsmedel som passerat detta datum, och trots att välgörenhetsorganisationerna har tillåtelse att servera livsmedel som passerat bästföredatum. Detta innebär att Allwin juridiskt sett hade kunnat hämta upp och distribuera livsmedel som passerat bästföredatum. Detta skulle kunna minska det onödiga livsmedelsavfallet ytterligare. Om man ska skänka livsmedel som passerat utgångsdatum kan det dock vara klokt att ta i beaktning den debatt som florerat angående de etiska aspekterna. En del människor uppfattar det som nedvärderande att utsatta samhällsgrupper äter livsmedel som passerat bästföredatum, då de anser att dessa livsmedel är av sämre kvalitet som ”inte duger” åt den vanlige konsumenten. Företagen skänker idag ogärna mat som passerat bästföredatum. Detta avrädsla att skänka dålig mat, vilket i sin tur kan leda till dåligt PR.

Allwins nuvarande samarbetspartners har en övervägande positiv inställning till samarbetet med Allwin. För leverantörer som Abba Seafood och 7-eleven har det inte inneburit en större arbetsinsats. Tvärtom har samarbetet skapat ett större engagemang, större gemenskap och en stolthet bland medarbetarna att mat som ändå skulle sorteras bort går till behövande. Samarbetet har inte påverkat leverantörernas ekonomi, produktions- och inköpsplanering nämnvärt. Avfallshanteringskostnaderna har minskat lite och kostnaden för tjänsten som Allwin erbjuder bedöms inte vara större än kostnaden för sophanteringen. Allwin gör skillnad för de välgörenhetsorganisationer som de distribuerar varorna till då dessa får livsmedel som inte skulle kunna köpas i vanliga fall med en knapp budget. Rutinerna för upphämtning och lämning av mat är bestämda och fungerar i dagsläget bra. Ingen av parterna har upplevt hanteringsmässiga problem och kontakten med Allwin tycks fungera smidigt.

5.3 Framtida samarbete mellan Coop och Allwin

Grundläggande för att ett samarbete mellan Allwin och Coop ska inledas är en vilja från Coops sida att använda tjänsten samt en välvilja att vilja ge istället för att slänga. Denna vilja verkar finnas då butikschefen uttryckt sig positivt till att tjänilig mat kommer till nytta, det är en god gärning och dessutom minskas avfallsbergen. Inga uppenbara meningsskiljaktigheter finns vad gäller Allwins och Coops syn på hur praktiska rutiner ska utformas vid ett eventuellt samarbete. Allwins tanke är att samarbetet varken ska innebära en mer tidskrävande arbetsinsats eller en högre kostnad för butiken, vilket var en av de viktiga förutsättningarna för Coop. Samtliga sorteringskärl ska bekostas av Allwin. Butiken ska inte heller behöva utöka sitt kylutrymme eftersom de befintliga räcker då maten enligt Allwin endast ska behöva förvaras där kortvarigt innan upphämtning. Allwins upphämtningschema kan anpassas efter butikens önskemål, varvid Coop inte ska behöva förändra sina nuvarande rutiner avsevärt. Skillnaden för Coop blir att de i samband med utplockning av varor som närmar sig utgångsdatum måste sortera livsmedlen direkt från hyllan ner i speciella backar. Detta tror varken Coop eller Allwin skulle bli mer tidskrävande än

dagens sortering då livsmedlen slängs direkt i soptunnan. Butikschefen på Coop vill gärna få information angående vilka som är mottagare och en garanti för att maten går till välbehövande på en bra organisation. Detta är något som Allwin betonat att de vill kunna erbjuda sina kunder och något som de nämnt att de i framtiden vill förbättra och utveckla.

Som nämndes ovan skulle det juridiskt sett vara möjligt för Allwin att även distribuera livsmedel som passerat bästföredatum. Dock sorterar Coop exempelvis ut mejeriprodukter från hyllorna redan fem dagar före utgångsdatum, varvid en del av produkterna i butiken aldrig hinner passera utgångsdatumet. Detta innebär att en sådan utökning av verksamheten inte skulle ha en betydelse för alla produkttyper.

Det finns ingen typ av livsmedel som man enligt lagstiftningen inte får lov att skänka bort. Dock får livsmedel som passerat sista förbrukningsdag aldrig skänkas, s.k. högriskprodukter. Den här typen av produkter hanteras inte av Allwin idag. En distribution av dessa produkter borde vara möjlig då exempelvis kött, som är en högriskprodukt, sorteras ut från Coop-butiken tre dagar före utgångsdatum. Detta innebär att Allwin skulle ha tre dagar på sig att leverera ut dessa till välgörenhetsorganisationer. Tillagningen och konsumtion av denna typ av produkter skulle då behöva ske någorlunda omgående, alternativt får varorna frysas in direkt efter leverans. Denna typ av direkt hantering av de levererade livsmedlen verkar dock vara det normala hos välgörenhetsorganisationerna redan idag, d.v.s. även för de produkter som inte tillhör högriskprodukterna. Detta innebär att hantering av högriskprodukter inte borde bli mer komplicerat än hantering av icke-högriskprodukter.

Ekonomiska problem är, och har varit, ständigt närvarande under Allwins etablering. Om Allwin hade möjlighet att ta mer betalt för sin tjänst skulle detta förbättra företagets ekonomiska situation. Givarföretagen behöver idag inte betala mer för Allwins tjänst än vad de annars skulle ha betalt för sin sophantering. Skulle Allwin öka kostnaden för sin tjänst innebär det dock för företagen att det ekonomiskt skulle löna sig att slänga maten. Företagen skulle då kanske inte ansluta sig till Allwin, trots möjlighet till positiv PR. Detta gör det svårt för Allwin att ta ut större avgifter.

6. SLUTSATS

Då det lagligen inte finns några hinder att skänka mat (annat än om det passerat sista förbrukningsdag) finns det inga hinder rent juridiskt sett att ta till vara mat som annars skulle slängas. Då ett redan välfungerande system har utvecklats av Allwin ser vi inga hinder för att fler företag och butiker skulle kunna ansluta sig och skänka tjanlig mat till behövande istället för att slänga den. Alla intervjuade parter med tidigare erfarenheter från Allwin var positiva till samarbetet och hade inget att anmärka på. Även Coop som ännu inte inlett ett samarbete var positiv till ett eventuellt samarbete med Allwin. Detta beror troligen på att ett samarbete med Allwin inte ska höja butikernas eller företagets omkostnader, samtidigt som butikerna/företagen känner att de gör något bra och att maten kommer till nytta. Allwin själva anser att det finns flera möjligheter till förbättringar av deras verksamhet, bl.a. understryker de vikten av att i framtiden skärpa och förtydliga riktlinjer och krav på de organisationer som mottager livsmedel från dem. Detta är enligt Allwin viktigt för att uppnå trovärdighet och tillit från de livsmedelsproducerande företagen samt butikerna vilka levererar livsmedel

till Allwin. Allt eftersom Allwin växer och får fler samarbetspartners kommer företagets organisation att behöva bli mer och mer strukturerad. Vi ser flera möjligheter till att livsmedelsproducenter och livsmedelsbutiker i framtiden ska kunna skänka bort sitt livsmedelsöverskott samt de livsmedel som närmar sig bästföredatum istället för att slänga dem. Likaså ser vi en möjlighet till att Allwin i framtiden ska kunna distribuera fler typer av livsmedel samt även högriskprodukter, varvid butiker och producenter även kan skänka dessa livsmedel.

7. REFERENSER

Elektroniska dokument

7-eleven. Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://www.7-eleven.se/index.html> [2010-11-24]

Abba Seafood. Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://www.abbaseafood.se/>, [2010-11-19]

Allwin. Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://allwin.nu/> [2010-10-14]

Betelskeppet. Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://www.betelskeppet.se/viewNavMenu.do?menuID=33> [2010-11-24]

Café Trappanér. Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://www.trappaner.nu/tn.html> [2010-11-24]

Coop Konsum. Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://www.coop.se/Butiker-varor--erbjudanden/Vara-butiker/Coop-Konsum/> [2010-11-24]

European Federation of Food Banks (FEBA) Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://www.eurofoodbank.org/eng/1c1.htm> [2010.11.05]

Konsumentföreningen Stockholm. Hemsida [online] (2010) Tillgänglig http://www.konsumentforeningenstockholm.se/templates/Page____1148.aspx [2010-12-18]

Livsmedelsverket. Hemsida [online] (2008) Tillgänglig <http://www.slv.se/sv/grupp2/Lagstiftning/>. [2010-11-04]

Livsmedelsverket. Hemsidan [online] (2010) Tillgänglig <http://www.slv.se/sv/grupp2/Livsmedelsforetag/Branschriktlinjer/> [2010-12-27]

Stockholms stad. Hemsida [online] (2010-10-27) Tillgänglig <http://foretag.stockholm.se/Regler-och-ansvar/Livsmedelsregler/Egenkontroll-for-livsmedel/> [2010-12-15]

Webfinanser Hemsida [online] (2010) Tillgänglig <http://www.webfinanser.com/nyheter/1872849/christer-borg-fran-nasakerarets-miljohjalte/>, [2010-10-14]

Tryckta källor

Almqvist H. (2010, 26 juli), Tusentals ton mat slängs varje år, *Svenska dagbladet*. http://www.svd.se/nyheter/inrikes/tusentals-ton-mat-slans-varje-ar_5043641.svd

Andersson E., Köhlerstrand M., Lindqvist M., Mellgren E., Rydmark H. (2010) Maten som försvann – en studie om färskvarukassation inom Coop. En rapport beställd av Konsumentföreningen Stockholm.

Avfall Sverige (2010), Svensk avfallshantering 2010.

Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 178/2002 av den 28 januari 2002 om allmänna principer och krav för livsmedelslagstiftning, om inrättande av Europeiska myndigheten för livsmedelssäkerhet och om förfaranden i frågor som gäller livsmedelssäkerhet. Avsnitt 4, artikel 14, 18 och 19.

Lagerberg Fogelberg C. (2008) På väg mot miljöanpassade kostråd, Rapport 9, Livsmedelsverket

Livsmedelsverket (2004). Livsmedelsverkets föreskrifter om märkning och presentation av livsmedel (2004). LIVSFS 2004:27.
http://www.slv.se/upload/dokument/lagstiftning/2000-2005/2004_27.pdf

Naturvårdsverket (2008), Svinn i livsmedelskedjan – möjligheter till minskade mängder, Rapport nr 5885

Nyman A., Sköld L (2010) De ekonomiskt utsatta barnen i Sverige blir fler - eller färre. *Välfärd nr 3*, Statistiska centralbyråns publikationer.
http://www.scb.se/statistik/_publikationer/LE0001_2010K03_TI_07_A05TI1003.pdf

Pernler T., Hansson E. (2009), Mat för ett bättre klimat, Naturskyddsföreningen

Socialdepartementet (2010). Europeiska året för bekämpning av fattigdom och social utestängning. Fattigdomen i Sverige och EU
<http://www.sweden.gov.se/content/1/c6/14/49/32/f5bb0453.pdf>

Sonesson U.(2008) Klimatavtryck från hushållens matavfall - en rapport från SIK (Institutet för livsmedel och bioteknologi) för Konsumentföreningen Stockholm

Smith N., Ali M. (2002) Waste from food – Review of Developing and Transitional Countries, FAO, Rom.

Ej tryckta källor

Berglie Eva, kommunikationsansvarig Abba Seafood. Göteborg. Intervju via mail och telefonsamtal oktober 2010.

Flodqvist Björn, butikschef Coop Konsum Zinken. Stockholm. Intervju oktober 2010.

Gustafsson Pernilla, butikägare 7-eleven. Göteborg. Intervju via mail och telefonsamtal november 2010.

Göransdotter Nilsson Anna, Statsinspektör, kontrollstödsenheten. Uppsala, mars, 2010

Olovsson Fredrik, representant för Allwin. Stockholm. Intervju oktober 2010.

Pauwels Rudi, kökschef Betelskeppet. Göteborg. Intervju via mail och telefonsamtal november 2010

Solomon Sehlin Wasti, föreståndare Café Trappanér. Göteborg. Intervju via mail november 2010.

Spens Christina, Statsinspektör, kontrollstödsenheten. Uppsala, februari 2010

8 BILAGOR - INTERVJUFRÅGOR

8.1 Allwin

Från idé till uppstartande – bakgrund

Hur ser verksamheten ut idag?

Vad krävs av exempelvis en butik för ett samarbete med er?

Vad krävs av en mottagare för ett samarbete med er?

Vilka problem stöter ni på/har stött på?

Vad ser ni för möjligheter till förbättringar?

Framtidsvisioner

8.2 Coop Konsum

Beskriv kortfattat din butik? Storlek, omsättning, profilering etc.

Hur ser matsvinnet ut i din butik? Åtgärder, ekonomiska förluster, vad slängs och i vilken mängd etc.

Vilka rutiner har ni idag när mat är på väg att bli gammal?
Tidsåtgång/kostnader etc.

Vad vet du om Allwin? Hur kom du i kontakt med företaget?

Vad skulle behövas för att ni skulle inleda ett samarbete med Allwin eller liknande organisation?

Vilka fördelar respektive nackdelar ser du med ett eventuellt samarbete med Allwin?

8.3 Abba Seafood och 7-eleven

Varför började ni samarbeta med Allwin (GE Göteborg)?

Stötte ni på svårigheter under inledande samarbete, i så fall vilka?

Hur upplever ni samarbetet med Allwin idag?

Vilka produkter lämnar ni till Allwin?

Har samarbetet med Allwin påverkat er, förklara i så fall hur?

Hur ser er överenskommelse/kontrakt ut med Allwin?

Hur ansvarar ni för livsmedelssäkerheten för de produkter som ni skänker?

Hur ser ni på framtiden när det gäller ert samarbete med Allwin?

Vad i ert samarbete med Allwin skulle kunna förbättras?

Varför blir det ett produktionsöverskott?

8.4 Betelskeppet och Café Trappanér

Hur ser ni på ert samarbete med Allwin?

Vad innebär Allwins verksamhet för er?

Vilka typer av livsmedel får ni levererat till er?

Hur hanterar ni maten när den levereras till er?

Hur ser er verksamhet ut?

Vad är det uppskattade behovet av er verksamhet?

Hur påverkas era matinköp av samarbetet med Allwin?

Hur ser överenskommelsen/kontraktet ut med Allwin?

Vad i ert samarbete med Allwin skulle kunna förbättras?