

FOREBYGGELSE OG REDUCERING AF MADSPILD

Tiltag og værktøjer, der anvendes i danske virksomheder på tværs af fødevarerektoren



ONE THIRD
Think Tank on Prevention
of Food Loss and Food Waste

**DANMARK
MOD MADSPILD**

FORORD

I Danmark spildes hvert år ca. 814.000 tons fødevarer. Over to tredjedele af spildet opstår i følgende sektorer: Primærproduktionen, fødevarerindustrien, engros- og detailhandlen samt servicesektoren.

Der eksisterer altså et stort potentiale i forhold til at nedbringe spildet i den danske fødevarersektor.

Indsatsen bør være et fælles nationalt ansvar på tværs af værdikæden. Et ansvar og et fælles mål, der er fastsat i FN's verdensmål 12.3 for bæredygtig udvikling: *"Inden 2030 skal det globale madspild på detail- og forbrugerniveau pr. indbygger halveres og fødevarer tab i produktions- og forsyningskæder, herunder tab af afgrøder efter høst, skal reduceres."*

Gennem beskrivelsen af en række virksomheders rejse for at reducere madspild er hensigten at motivere og inspirere andre virksomheder til at søge samme vej: At arbejde konkret og målrettet mod at mindske og forebygge deres madspild.

Dele af indholdet er identificeret gennem workshops, interview og spørgeskemaundersøgelser i samarbejde med medlemmerne af tænketanken ONE\THIRD.

Kataloget er initieret af tænketanken ONE\THIRD, der driver den frivillige aftale Danmark mod Madspild. ONE\THIRD har entreret med BDO Advisory og derudover har en række af ONE\THIRD's samarbejdspartnere og medlemmer i Danmark mod Madspild indgået i processen for katalogets tilblivelse.

Det bør understreges, at virksomheder selvfølgelig til enhver tid skal overholde reglerne for veterinær- og fødevarerområdet i Danmark. Er du i tvivl, så kontakt Fødevarerstyrelsen.

Kontakt os endelig hvis I ønsker at få en case uddybet eller er interesseret i at høre mere om Danmark mod Madspild.

Vi ønsker dig rigtig god læselyst.

ONE THIRD
Think Tank on Prevention
of Food Loss and Food Waste

**DANMARK
MOD MADSPILD**

INDHOLDS- FORTEGNELSE

Primærproduktion | Madspild, tendenser og cases

Fødevareindustrien | Madspild, tendenser og cases

Engros og detail | Madspild, tendenser og cases

Servicesektoren | Madspild, tendenser og cases





P

PRIMÆRPRODUKTIONEN

TENDENSER

HVOR OPSTÅR MADSPILDET?

Primærproduktionen genererer årligt 44.000 ton madspild (læs mere [her](#)). Frugt og grønt er en hyppig kilde til madspild og madspildet kan opstå flere steder i den interne proces – lige fra væksthuse til pakkeriområde.

Hvorfor?

Årsagerne til at madspildet opstår er mange. En udslagsgivende faktor er naturens kræfter fx variationer i vind og vejr, der kan påvirke ens produktion. Det er med andre ord en umulig opgave at strømline fx en grøntsagsproduktion. Dette vil typisk resultere i madspild på følgende måder:

- Produkterne lever ikke op til de æstetiske EU-standarder og må derfor kasseres.

- Der sker en overproduktion i forhold til de mængder, der skal afsættes til detailledet og fødevarerproducenter. Konkrete mængder er indskrevet i kontrakter mellem primærproducenten og salgsledet, hvorfor en overproduktion kan være vanskelig at afsætte.

**DERES REJSE
MED MADSPILD**



FAKTA

Hvem er Alfred Pedersen og Søn?

Alfred Pedersen og Søn er et gartneri, der dyrker tomater, peber og agurker.

Virksomheden, der blev grundlagt i 1948 af Katrine & Alfred Pedersen, er beliggende på Belling på Fyn og har 221 ansatte.

I dag er Katrine & Alfreds søn, Mads, både daglig leder og ejer af Gartneriet Alfred Pedersen & Søn ApS, og han er 4. generation af gartnere i familien.

Hvad er de primære kilder til madspild?

Madspildet opstår oftest som følge af udfordringer med klima og styring, herunder store udsving i vejret, der stresser planterne og skaber en anderledes produktion, der gør det vanskeligt at sikre et 1. klasses produkt. Udfordringerne resulterer altså i 2 & 3. klasses produkter, der ikke kan afsættes.

Madspildet opstår endvidere i forbindelse med plantepasning og pakning af fx tomater, der falder af stilkene og bliver kørt over på gangene.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Virksomheden har altid været fokuseret på data og viden omkring udfordringer med de forskellige sorter set i madspild- og økonomisk øjemed.

Indsatsen er dog intensiveret de seneste 4 år, hvor registrering er blevet yderligere detaljeret.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | Årsagen til at virksomheden for alvor satte ind i kampen mod madspild, var ønsket om at gøre op med de mange tomater, der blev kasseret fordi de ikke kunne leve op til æstetiske EU-standarder for 1. klasses produkter.
- | Tomater og øvrige produkter gik altså til spilde til trods for at de både kvalitetsmæssigt og smagsmæssigt var ligeså gode som 1. klasses produkter.
- | Virksomhedens ambition var at iværksætte tiltag, der kunne sikre afsætning af de frasorterede 2. klasses produkter.
- | Baggrunden for ambitionen var både et spørgsmål om spildte ressourcer og økonomi.

Mål med arbejdet

- | Virksomhedens ønske er at forbedre sig fra år til år – og altså reducere madspildet kontinuerligt.
- | Virksomhedens interne målsætning for år 2022 er, at madspild efter salg af 2. klasses produkter, udgør 1% af den samlede produktion. I madspildmålsætningen er kun inkluderet 1 & 2. klasses produkter og altså ikke 3. klasses produkter. I 2020 var madspildet på 1,7% af den samlede produktion af 1 & 2. klasses produkter.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Salg af 2. klasses produkter til detaileddet og Foodservice ('Grimme grøntsager').

Forædling af 2. klasses produkter og evt. overskudsproduktion med henblik på længere holdbarhed. Virksomheden har fx udviklet følgende forædlingsprodukter:
ketchup, tomatsauce og pure.

Kampagneplan med afsæt i sæson og højproduktion:

Virksomheden udvikler og tilpasser løbende kampagner, der kan sikre afsætning af produkter, som er i sæson og/eller højproduktion.

Data som fundament for ansvarlig produktion:

Virksomheden bruger data som løbende dokumentation og opfølgning, herunder identificeres hvor udfordringerne er ned på hver enkelt sort, hvert drivhus og blok i drivhuset: Hvilke sorter har god holdbarhed? Hvilke sælger bedst ude i butikkerne? Hvilke har stort spild i butikkerne? Data gør det muligt at vælge nye sorter, lave rette sammensætning til næste sæson, fravælge sorter fx hvis der er for høj 2. klasses sortering ved en enkelt variant eller en lav holdbarhed.

Emballageudvikling:

Virksomheden har investeret i ny emballage, der øger holdbarheden på færdigvarer.

Lysproduktion og forskudt omplantning:

Indsatsen har resulteret i en mere stabil produktion, som minimerer risikoen for overproduktion.

Sortsudvikling:

Virksomheden er gået målrettet efter sorter med god holdbarhed frem for volumen.

Donation af overskudsvarer – "back up løsning", når produkter er tæt på udløbsdato:

Virksomheden samarbejder med FødevarerBanken og Too Good To Go.

Samarbejde med Stop Spild Af Mad

Nye tiltag i pipeline

Virksomheden vil fortsat udvikle produkter, hvor øget holdbarhed gennem forædling er i fokus:

Virksomheden har i dag et godt samarbejde med Samsø Syltefabrik, der indgår i produktudviklingen.

Virksomheden overvejer at indgå i et samarbejde omkring 'tørrede produkter', der kan indtages som snacks.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

At arbejde med madspild er en strategisk beslutning – en del af virksomhedens bæredygtighedsstrategi, hvortil der er klare målsætninger.

Virksomheden er en del af Danmark mod madspild, hvor målet er 50% reduktion fra år 2015-2030.

Som led i strategien har samarbejdet med detailhandlen været et afgørende parameter – der skal være nogen i den anden ende til at tage imod 2. klasses produkterne.

1 2 3 4 5

Teknologisk

Datasystematik har været en afgørende faktor i arbejdet med madspild – i særdeleshed i forhold til at danne sig overblikket over, hvor udfordringerne er samt hvor der skal iværksættes nogle målrettede indsatser.

Data har altså været fundament og springbræt for det målrettede arbejde med madspild.

1 2 3 4 5

Organisatorisk

Virksomheden har oplevet stor opbakning fra alle ansatte i forhold til arbejdet med madspild.

I forhold til interne arbejdsprocesser, så har sortering været centralt – virksomheden har altid skulle håndtere de mange kilo, men i takt med madspildsindsatsen, har de forskellige produkter skulle håndteres og registreres på en anden måde.

1 2 3 4 5

Økonomisk

Virksomheden har foretaget en kalkulation og beregning i forhold til om madspildsindsatsen har kunne hænge sammen rent økonomisk – er det rentabelt? Herunder om virksomheden kunne få den rette kilopris og sikre afsætning af alle 2. klasses produkter.

Der er investeret i emballageløsninger, der øger holdbarhed.

Der er etableret samarbejde med Samsø syltefabrik, der forædler virksomhedens produkter.

Der er investeret i data, herunder bedre og mere detaljeret rapportering.

1 2 3 4 5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

Siden 2018, hvor virksomheden begyndte at detaljeregistrere alle sine tal, er madspildet reduceret med 50% af tre omgange.

Virksomheden er gået fra omkring 550 tons i 2018 til 200 tons i 2020 – procentvis ift. de forskellige tomatvarianter, er der forskelligt udbytte – totaludbyttet er anderledes år efter år afhængigt af, hvilket mix af tomater, virksomheden har i sin produktion.

Virksomheden er gået fra 8% madspild af den samlede produktion (1 og 2. klasses produkter) til omkring 1,7% i 2020. De er altså 0,7% fra 2022 målsætningen på 1% madspild af den samlede produktion af 1 og 2. klasses produkter.

1 2 3 4 5

Konkurrencekraft

Madspildsindsatsen har i høj grad styrket virksomhedens CSR-profil og brand.

Virksomheden har fået meget opmærksomhed og omtale i medierne på baggrund af initiativer med Stop Spild Af Mad, herunder salget af 'grimme grøntsager' – her er det bl.a. forbrugernes interesse, der har sikret succes med afsætning.

1 2 3 4 5

Internt

Indsatsen har skabt stolthed og glæde i virksomheden.

Derudover har indsatsen skærpet medarbejdernes fokus og kompetencer – man bliver dygtigere til at identificere, hvor meget spild der er, udfordringer på de enkelte sorter og tænke i løsninger.

1 2 3 4 5

Bundlinje

Der har naturligt været et økonomisk incitament og en fortjeneste.

Sammen med detaileddet har virksomheden fundet en løsning, så salg af 2. klasses produkter både er rentabelt for virksomheden selv og detaileddet.

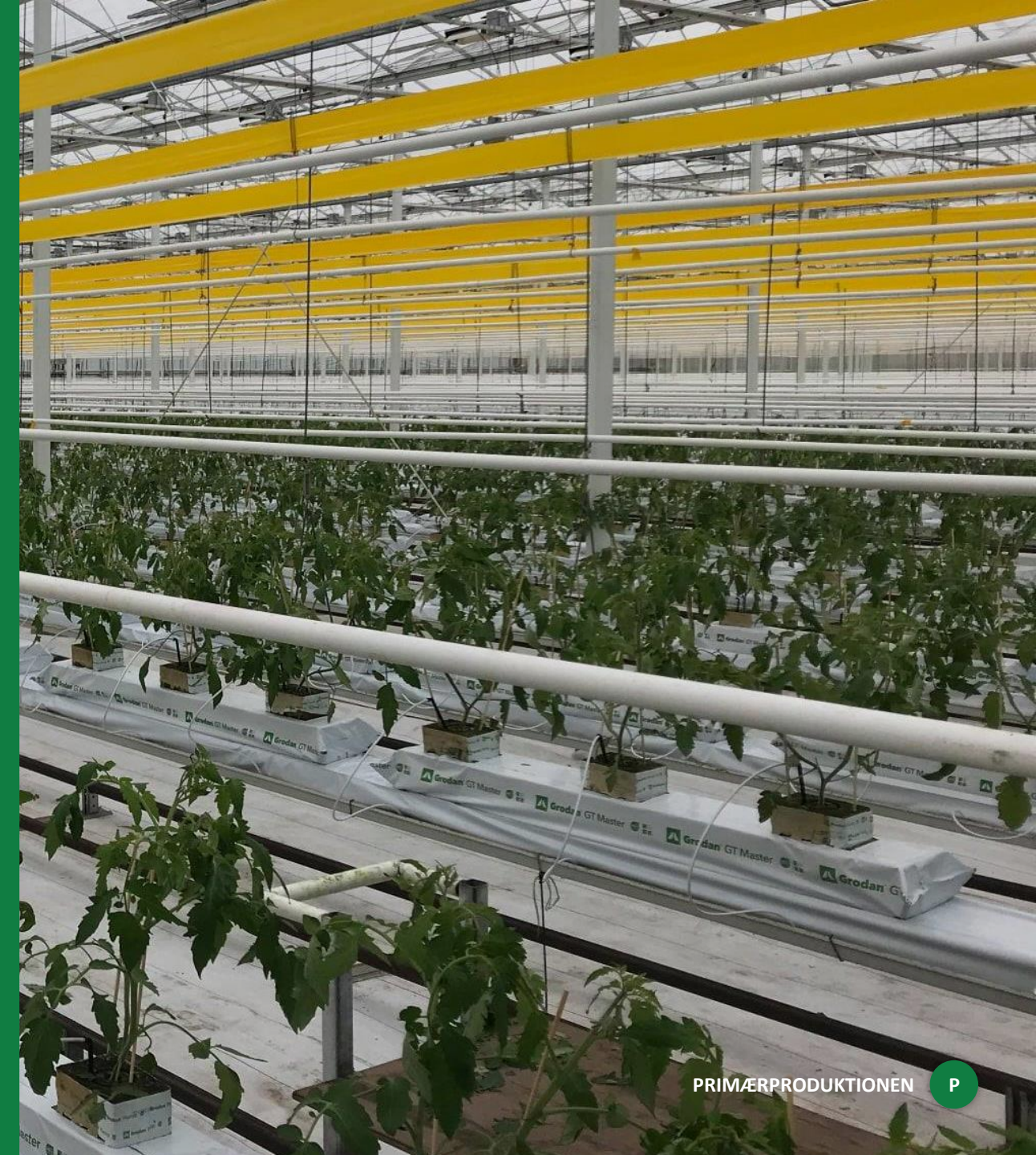
1 2 3 4 5

”

Det afgørende for vores succes med 2. classes produkter, ‘grimme grøntsager’, det har været den åbne dialog med detailkæderne. Det har været rigtig vigtigt, at fortælle hvad vores udfordringer er, og hvad detaileddets muligheder er for at afsætte vores udfordringer. Vi er sikret en løbende afsætning af alle vores 2. classes produkter og derfor er vores omkostninger med håndteringen af 2. classes produkter, reduceret markant

”

Citat fra Claus Duedal Jakobsen, Salgschef hos Alfred Pedersen & Søn.



**DERES REJSE
MED MADSPILD**



FAKTA

Hvem er DanRoots?

DanRoots er et af Danmarks største gartnerier, der producerer rodfrugter, herunder gulerødder, pastinakker, persillerødder og rødbeder.

Virksomheden er grundlagt i 1955 og nuværende ejer, Klaus Vestergård, er 3. generation på gartneriet.

Gennem de seneste år har DanRoots haft stort fokus på økologi og i dag kan alle rodfrugter leveres som økologiske.

Hvad er de primære kilder til madspild?

Madspildet opstår primært som følge af udfordringer med klima og styring: man kan aldrig vide hvad 'naturen gemmer på', hvilket gør det vanskeligt at strømline en grøntsagsproduktion.

Udfordringerne resulterer i at dele af produktionen ikke kan afsættes, da produkterne ikke lever op til æstetiske standarder fx er de for store eller har en plet. De er altså for 'grimme' til at komme i de respektive posestørrelser. Hver sæson er der derfor mange tons der kasseres.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Madspindsindsatsten er et relativt nyt indsatsområde for virksomheden. De lancerede det første regulære madspildsprodukt 'Mini gulerødder' tilbage i september 2020.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | En intern arbejdsgruppe, der arbejder med fødevarer sikkerhed og kvalitet, identificerede at mange små gulerødder blev frasorteret fordi de var for små, grimme eller havde en lille plet, hvorfor de ikke var egnet til at komme i 1 kilos poser. Via statistikker identificerede gruppen, at 105 tons blev frasorteret og kasseret på en sæson. Sæsonen forløber fra september til maj.
- | Virksomheden ønskede at finde ud af om gulerødderne kunne omsættes på anden vis og dermed få sin berettigelse, da de smagsmæssigt- og kvalitetsmæssigt var ganske fine.
- | Virksomhedens primære driver i forhold til indsatsen var bæredygtighed, herunder bæredygtig produktion – et ønske om at afsætte de ton, der frasorteres, som egentligt har sin berettigelse på markedet.

Mål med arbejdet

- | Målet er at forsætte den gode udvikling og som minimum opretholde salget af de frasorterede mini gulerødder til næste sæson. Det er svært at indikere vækstfaktorer på frasorterede varer, men øvelsen giver anledning til at tænke flere af rodfrugtvarianterne ind i konceptet og få afsat så mange af de frasorterede mini rødder som overhovedet muligt.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Samarbejde med Rema 1000 og Stop Spild Af Mad:

Virksomheden gik i dialog med Rema 1000 og fortalte hvor mange gulerødder, der blev kasseret, og indgik et samarbejde med henblik på at afsætte madspildsgulerødder som mini gulerødder i deres butikker.

I udviklingsarbejdet samarbejdede og sparede virksomheden med Stop Spild Af Mad, der allerede havde et godt samarbejde med Rema 1000.

Overskudsgulerødder er gjort salgsbare:

Virksomheden har introduceret 'madspildsgulerødderne' under konceptet Stop Spild Af Mad, hvor alle frasorterede gulerødder, der er for små til at komme i en 1 kilos pose eller er 'grimme', anvendes som mini gulerødder.

Modsat andre poser på markedet med mini gulerødder, fylder virksomheden lidt ekstra gulerødder i posen. Virksomhedens poser indeholder 300 gram, hvor øvrige på markedet indeholder 250 gram.

Data og intern arbejdsgruppe skaber grundlag for viden om indsatsområder:

Virksomheden har en arbejdsgruppe, der arbejder med fødevarer sikkerhed og kvalitet. Gruppen foretager løbende analyser af hvor meget der produceres, omsættes og kasseres. På denne måde har gruppen løbende et billede af, hvor det største spild opstår, hvorfra de kan iværksætte tiltag.

Nye tiltag i pipeline

Flere overskudsprodukter fra produktionen gøres salgsbare:

Virksomheden har i dag et godt samarbejde med Rema 1000 og Stop Spild Af Mad. Virksomheden ønsker at udvide eksisterende koncept, så flere frasorterede produkter kan blive solgt.

Nye veje til forarbejdning af produkter:

Virksomheden overvejer om eksisterende produkter kan omsættes/anvendes i forarbejdning af andre produkter – på denne måde sikres øget anvendelse.

Muligt samarbejde med hotel- og restaurationsbranchen samt catering:

Virksomheden overvejer at etablere nye samarbejder, da de ser at branchen kunne have en interesse i at arbejde med frasorterede og muligvis lidt større gulerødder.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

At arbejde med madspildsprodukter i form af mini gulerødder er en strategisk og rentabel beslutning, der indgår som led i virksomhedens bæredygtighedsstrategi.

Samarbejdet med Rema 1000 og Stop Spild af Mad var et afgørende parameter i effektivering af strategien. De var med til at udvikle og markedsføre produktet.

Strategisk har den første indsats med mini gulerødderne været med til at sætte nye tanker i gang.

1

2

3

4

5

Teknologisk

Data og rapporteringsværktøjer har været afgørende i forhold til at identificere mængder af frasorterede gulerødder.

Virksomheden havde allerede produktionskapacitet, lokaler og maskineri. Der var dog behov for et lidt anderledes set-up i produktionen.

1

2

3

4

5

Organisatorisk

Det har ikke krævet de store ændringer i forhold til arbejdsprocesser, da virksomheden allerede havde produktionskapacitet, lokaler og maskineri. De mange gulerødder blev desuden allerede sorteret og håndteret inden indsatsen blev sat i værk, hvorfor det umiddelbart ikke har krævet en stor indsats rent organisatorisk.

Indsatsen har dog betydet investering i tid, herunder et lidt anderledes set-up i produktionen for at kunne redegøre for de krav, der stilles til varer, der sælges i butikkerne (sporbarheden).

1

2

3

4

5

Økonomisk

Lanceringen af mini gulerødderne som madspildsprodukt har ikke været den største post rent økonomisk, da gulerødderne blev sorteret i forvejen og der var et produktionsanlæg, der kunne håndtere processen.

Der er investeret i design af nye poser og det er netop her at den største omkostning har været.

1

2

3

4

5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

I sæsonen 2020 (september 2020 til maj 2021) blev der omsat 105 tons små gulerødder, der tidligere blev kasseret. Dette svarer til 350.000 poser med madspildsgulerødder.

Virksomheden ser et stort potentiale i forhold til øvrigt sortiment af rodfrugter.

1

2

3

4

5

Konkurrencekraft

Madspildsindsatsen har i høj grad styrket virksomhedens CSR-profil og brand.

Virksomheden har fået god omtale i medierne og nye potentielle salgskanaler har henvendt sig.

Derudover har virksomheden en række nye projekter i støbeskeen.

1

2

3

4

5

Internt

Indsatsen har skabt stolthed og glæde i virksomheden – man bidrager positivt i forhold til klimaet og ikke mindst virksomheden.

Af samme grund opleves et stort engagement i forhold til fremtidige tiltag.

1

2

3

4

5

Bundlinje

Der har naturligt været et økonomisk incitament og en fortjeneste. 105 tons små gulerødder, der tidligere blev kasseret, bliver nu omsat.

1

2

3

4

5

”

Naturligvis bliver vi inspireret af at have succes med salget af de små fraserterede gulerødder, og det er klart, at det sætter nogle tanker i gang omkring, hvordan vi kan udnytte vores øvrige rodfrugtsproduktion. Men det kræver nogle beregninger på, hvad det vil betyde rent økonomisk, for ikke alle tiltag giver mening. Nu har vi fået øjnene op for tankegangen og den vil vi fokusere meget mere på

”

Citat fra Lone Kondrup Jensen, Project Director hos DanRoots.





IMPLEMENTERING

ONE THIRD
Think Tank on Prevention
of Food Loss and Food Waste

**DANMARK
MOD MADSPILD**

HVAD ER VIGTIGT?



Oplæring af personale i sortering, så det sikres at alt, der har en chance for at blive brugt, bliver sorteret og behandlet:

Sørg for at have gode processer for hvordan I behandler og sorterer jeres produkter. På denne måde bliver man opmærksom på, hvor store mængder, der frasorteres som 2 og 3. klasse produkter og som potentielt kan afsættes til detaileddet.



Samarbejde, dialog og afstemning mellem salgsled og indkøbere i detaileddet = ansvarlig produktion:

Drøft udfordringer med detaileddet og øvrige salgskanaler og find frem til om frasorterede produkter har en potentiel mulighed for at blive afsat.

Undersøg mængden af madspild og hvilke sorter, der sælger bedst. Denne viden kan danne udgangspunkt for den sammensætning, der skal produceres næste sæson. Derudover kan viden danne afsæt for innovation – hvilke overskudsprodukter eller frasorterede produkter kan fx forædles og sælges?



Systematisk og struktureret brug af data:

Sørg for løbende KPI-opfølgning i virksomheden, så der kan ske justeringer og foretages målrettede indsatser med afsæt i de områder, hvor der er udfordringer.

Udfordringer, man skal være opmærksom på:

Vanskeligt at forudsige produktionen:

Til trods for at der arbejdes målrettet på at dyrke ensartede produkter, så er det en umulig opgave at strømline en grøntsagsproduktion og dermed vide hvor mange produkter, man har til rådighed. Denne uforudsigelighed bør bygges ind i kontrakter med detaileddet, så fleksibilitet i forhold til ordrestørrelser gøres muligt.

Vanskeligt at afsætte alle produkter:

Der vil altid være produkter, der ikke egner sig til human konsum fx nedfaldstomater, der bliver kørt over på gangene.

Kan mangle opbakning fra detaileddet:

Det er ikke sikkert, at detaileddet er interesserede i at bruge frasorterede produkter til innovation. Derfor er dialogen afgørende. Det kan være en fordel at teste enkelte steder inden det udbredes for at finde frem til om forbrugerne er klar?

3, 2, 1... START

Hvor skal I starte?

- | Få identificeret, hvor store mængder af jeres produktion, der kasseres/frasorteres. Nedsæt evt. en arbejdsgruppe, der arbejder med data og rapportering. På denne måde registreres, hvor udfordringerne er og hvad man har at arbejde med år efter år.
- | Få afstemt mulighederne i samarbejde med jeres salgskanaler og opsøg nye potentielle salgskanaler. Overvej hvilke af de frasorterede produkter, der potentielt kunne fungere som et madspildsprodukt i detailledet.
- | Udarbejd en business-case: er det rentabelt at sætte en produktion af madspildsprodukter i gang – har man tilstrækkelige volumener til at det kan tjene sig hjem? vil det kræve stor omlægning af ens produktion fx nye arbejdsprocesser og investering i anlæg?

Og husk...

- | Det er vigtigt at man som virksomhed og primærproducent får skabt nytte af sit madspild – også selvom det kun er små mængder. Forbrugerne er glade for produkterne og virksomheden bidrager i den gode sags tjeneste.
- | Det handler om ressourcer og manglende fødevarer i fremtiden – alle må tage et ansvar for den primære produktion og sikre at alle råvarer, der bliver produceret, bliver anvendt.



F

FØDEVAREINDUSTRIEN

TENDENSER

HVOR OPSTÅR MADSPILDET?

Fødevareindustrien generer årligt 385.000 ton madspild (læs mere [her](#)). Madspildet opstår i alle brancher inden for sektoren og madspildet kan opstå i hele den interne værdikæde – dvs. fra fremstillingsprocessen til færdigproduceret produkt. Fødevarer gennemgår ofte en række trin i forarbejdnings- og fremstillingsprocessen inden det havner på lageret for færdigvarer. Madspild opdeles ofte i 'produktionsspild' og 'færdigvarespild'.

Hvorfor?

Der kan være mange årsager til at der sker spild i produktionen. Nedenfor findes en række eksempler på mulige årsager:

- | Menneskelige fejl i processen.
- | Dele af råvaren anvendes ikke.
- | Der sker en fejl i produktionen.
- | I forbindelse med rengøring af rør, maskineri mv., identificeres rester fra produktionen.

Færdigvarespild opstår, når varen er færdig produceret, men af en eller anden årsag ikke kan afsættes. Nedenstående findes en række årsagsforklaringer:

- | Varen eller emballagen er beskadiget.
- | Fejl i forecasting eller ændringer, hvilket resulterer i at varen overskrider holdbarhed for salg. Dette er især et udbredt problem, hvad angår private labels.
- | Dårlig lagerstyring.

DERES REJSE
MED MADSPILD



FAKTA

Hvem er Stryhns Gruppen?

Stryhns Gruppen er et moderne mærkevarerhus, der står for den nutidige hverdagsmad med rødder i den danske madkultur.

Virksomheden producerer og markedsfører mærkerne Stryhn's, Graasten, K-Salat, Jensens Køkken, Langelænder samt Royal leverpostej.

Virksomheden er grundlagt af Henry Stryhn i 1941 og har haft sin produktion i Roskilde siden 1956.

Virksomheden har i dag tæt på 400 medarbejdere fordelt på fem lokationer i Danmark.

Virksomheden er aktivt medlem af DI Fødevarer og Mærkevarerleverandørerne (MLDK) og er en del af den familieejet norske koncern Agra, der har aktiviteter i Norge, Sverige og Danmark.

Hvad er de primære kilder til madspild?

70% af virksomhedens spild opstår i fremstillingsprocessen, altså produktionsspild. Dette kan fx være som følge af fordampning, når der bages en postej.

30% stammer fra kassationer fx færdigvarer, der går på dato, fejlmærkning eller har slag/buler og lignende.

En mindre del af madspildet opstår som følge af menneskelige fejl i produktionen.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Virksomheden har arbejdet intensivt med dagsorden de sidste 8 år – dvs. siden 2013.

Virksomheden er desuden blandt pionererne i den frivillige aftale Danmark mod Madspild, der blev dannet i 2018. Medlemskabet blev startskuddet til en yderligere formaliseret proces, der satte endnu mere fart på arbejdet.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | Virksomheden har et ønske og en ambition om at blive en mere bæredygtig virksomhed, herunder at reducere CO2-udslippet og sikre anvendelse af jordens ressourcer på den bedst mulige måde.
- | Derudover går bæredygtighed og konkurrencedygtighed hånd i hånd – ved en større effektivitet og udnyttelsesgrad opnås en økonomisk gevinstrealisering.

Mål med arbejdet

- | Virksomheden har en række interne målsætninger, hvor 2018 danner udgangspunktet for målsætningerne. Målet er, at reducere færdigvarespild med 50% inden 2030 – altså varer, der er færdigproducerede, men af en eller anden grund må kasseres. Virksomheden har allerede realiseret målsætningen, hvorfor fokus nu er på reducere af processpildet.
- | Det samlede mål for hele virksomheden er 50% reduktion af det samlede madspild inden 2030.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Design af produktionslinjer til minimering af processpild:

Spiltoptimering indgår ofte som et delelement i forbindelse med ombygning og investering i anlæg.

Virksomheden har bl.a. etableret bufferlinjer i Roskilde, hvilket betyder at virksomheden kasserer færre varer ved produktionsstop. Bufferlinjen fungerer som en 'parkeringsplads' ved stop i pakkeriet. Når der tidligere opstod et stop ude i pakkeriet, så blev produkterne fanget i ovnen og fik for lang tid, hvorfor de måtte kasseres. Dette kan nu undgås ved at opbevare produkterne i bufferområdet til problemet er løst.

Nye tiltag i pipeline

Udskiftning af tanke og rørsystem til mayonnaise-produktion i Gråsten:

Mayonnaise opbevares i store fladbundede tanke – når tankene skal tømmes og fyldes på flasker, ligger der en del af den færdige mayonnaise i bunden, der ikke kan komme ud.

Virksomheden investerer i nye tanke, der har en konkav bund, hvilket betyder, at alt mayonnaisen kan anvendes – altså ligger der ikke rester i bunden.

Virksomheden investerer endvidere i et rørsystem med 'gris' til bedre tømning af rør. Med grisen sikrer man, at al mayonnaise trykkes ud, da den 'kører' inde i røret og trykker det sidste ud.

Fokus på forecasting og optimering af produktionsplanlægning:

Virksomheden arbejder med optimering af produktionsplanlægning og mest mulig ordreproduktion bl.a. i tæt dialog og koordinering med kunder. Endvidere er der tæt opfølgning på datovarer og andre kassationer

Optimering af arbejdsprocesser og gennemførelse af spildprojekter i forsyningen:

Virksomheden har årlige måltal på fabrikkerne for reduktion af spild, hvilket opnås gennem spildprojekter samt optimering af arbejdsprocesser.

Der foretages struktureret opfølgning på procesfejl, så der sikres læring i organisationen. Virksomheden foretager løbende opfølgning på salg af forskellige varenumre: hvis der er nogle, der ikke sælger godt, så produceres de i lavere frekvenser. I den forbindelse drøfter virksomheden med kunderne om ordrerne kan samles, så de fx leveres hver anden uge i stedet for hver uge.

Samarbejde med FødevarerBanken:

Madspild kan desværre aldrig helt undgås, og derfor har Stryhns Gruppen indgået et partnerskab med FødevarerBanken. Overskudsvarer doneres til FødevarerBanken, som donerer videre til gode formål fx herberger, Mændenes Hjem osv. Dette tiltag gør, at en del af virksomhedens tidligere færdigvarespild nu afsættes.

Aktiv involvering af medarbejdere i udvikling:

Stryhns Gruppen arbejder med en innovations- og forbedringskultur hvor innovation er alles ansvar. Virksomheden uddeler hvert år priser ud fra nomineringer, som organisationen selv sender ind. Det skaber et enormt engagement og lyst til at intensivere indsatsen bl.a. på madspild.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

Reduktion af madspild indgår som et af de centrale indsatsområder i virksomhedens bæredygtighedsstrategi. Det er desuden et emne virksomheden historisk altid har arbejdet med – især i deres supply chain.

Virksomheden er en del af Danmark mod Madspild, hvor målet er 50% reduktion fra år 2015-2030.

Virksomhedens interne målsætning er at reducere madspildspild med 50% fra 2018-2030.

1 2 3 4 5

Teknologisk

Virksomheden har som en del af indsatsen investeret i nye produktionsløsninger fx 'gris' til tømning af rør og nye beholdere samt tanke.

Data har været afgørende i forhold til løbende rapportering samt viden om mængder og typer af madspild og affald. På baggrund af data har virksomheden opnået brugbar viden, hvad angår indsatsområder og målrealisering.

1 2 3 4 5

Organisatorisk

Madspild er organiseret gennem årlige bæredygtighedsindsatsplaner. De faciliteres centralt, men med repræsentanter fra flere steder i virksomheden.

Eksekveringen af indsatsen drives så vidt muligt i eksisterende processer såsom innovationspipeline, optimeringsportefølje og investeringsportefølje.

Integration i mål KPI'er og eksisterende forretningsprocesser gør det muligt kontinuerligt at have fokus på forbedring af madspild i virksomheden.

1 2 3 4 5

Økonomisk

Virksomheden har foretaget større investeringer i fornyelse af fabrikker, der kan rumme nye produktionsløsninger.

Ved investeringer i produktionsanlæg medtages ofte bæredygtighedstiltag i projektets business case, herunder: reduktion af spild og energiforbrug, forbedring af emballage mm. Herved finansieres og integreres bæredygtighedstiltag i forretningen. Investeringer har dermed været rentable, da de har skabt effektiviseringer bl.a. reduktion af spild og elforbrug.

1 2 3 4 5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

Siden 2018 har virksomheden reduceret sit færdigvarespild med 75%. Dvs. at målsætningen om de 50% frem mod 2030 allerede er realiseret.

Generelt på fabrikker, er kassationer reduceret med 20% ligeledes fra 2018.

Virksomheden er derfor begyndt at kigge mere på processpildet – altså det spild, der opstår i fremstillingen af fødevarerne.

1 2 3 4 5

Konkurrencekraft

Madspildsindsatsen har styrket virksomhedens CSR-profil og brand.

Indsatsen har desuden haft en positiv betydning for virksomhedens effektivitet og deraf sikret økonomisk gevinstrealisering.

1 2 3 4 5

Internt

Indsatsen har skabt stort engagement blandt medarbejderne - de vil gerne være med til at hjælpe virksomheden i den bæredygtige retning.

Virksomhedens medarbejdertilfredshed er desuden accelereret i takt med den grønne omstilling.

1 2 3 4 5

Bundlinje

Der har naturligt været et økonomisk incitament og en fortjeneste.

Virksomheden har i business casen indregnet de besparelser, de har på spild – dvs. at det, som virksomheden har opnået og vil opnå i forhold til madspildsreduktion, vil kunne finansiere nye indsatser.

1 2 3 4 5

”

Som en af Danmarks største fødevarevirksomheder er det afgørende for os i Stryhns Gruppen, at vi arbejder målrettet med at reducere fødevarespild – det er sund fornuft for forretningen, og så er det et vigtigt bidrag til en bedre udnyttelse af jordens ressourcer samt reduktion af unødvendige CO2-udledninger. Arbejdet med madspild er blevet en integreret del af vores forretningsprocesser og er et eksempel på, at bæredygtighed og konkurrencedygtighed kan gå hånd i hånd

”

Citat fra Kristian Kornerup Jensen, Administrerende direktør i Stryhn's gruppen.



DERES REJSE
MED MADSPILD

Carlsberg
Danmark

FAKTA

Hvem er Carlsberg Danmark?

Carlsberg er et dansk bryggeriselskab, der producerer øl, cider, læskedrikke og vand-produkter.

Virksomheden er grundlagt i 1847 af J.C. Jacobsen og har omkring 40.000 ansatte på verdensplan. I dag er Carlsberg blandt de tre førende bryggerier i verden med produktion i omkring 35 lande.

Hovedkontoret ligger i Valby, men størstedelen af produktionen foregår i Fredericia og tapning af vand finder sted i Saltum.

Hvad er de primære kilder til madspild?

I virksomheden kan madspild opstå flere steder. Det kan opstå i produktionen – ved fremstilling af øl og læskedrikke. Det kan opstå efter produktionen – både i logistik og i de mere kommercielle dele fx som følge af kvalitetsproblemer eller hvis virksomheden har særlige kampagner, der resulterer i overskudsprodukter. Madspild kan også opstå under transport fx ved at emballagen beskadiges. Derudover kan madspildet opstå som følge af upræcis forecasting, hvorfor produkterne ikke kan afsættes.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Virksomheden har altid været interesseret i at optimere ressourcer i forhold til produktionsplanlægning og salgsforecast.

Fokus er intensiveret de seneste år og virksomheden er blevet bedre til at skabe datatransparens igennem SAP, så der er et fuldstændigt overblik over madspildsmængder, herunder varenumre, processer mv., der genererer madspild.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | Det startede med at være økonomiske incitament, der drev fokuset på madspild.
- | Senere hen blev bæredygtighed – det bioøkonomiske – og ønsket om ikke at spilde ressourcer den primære driver.
- | I dag ser virksomheden, at de to parametre går hånd i hånd og begge er derfor centrale parametre, der driver indsatsene.

Mål med arbejdet

- | Virksomheden er en del af den frivillige aftale Danmark mod Madspild, hvor målet er at reducere madspild med 50% frem mod 2030. Udgangspunktet for målsætningen er år 2015.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Øget fokus på forecasting:

Virksomheden har et tæt samarbejde mellem produktion og salg – dvs. man producerer efter efterspørgsel. Salg har god dialog med kunden ift. at estimere hvor meget de forventer at sælge og så videregives informationen til produktionen via virksomhedens planlægningsteam.

Pakning, der øger holdbarhed:

Virksomheden har implementeret 'DraughtMaster' - en innovation inden for ølfustager, der reducerer madspild og forlænger holdbarhed. Når man laver et øl-skifte, så reduceres madspild med 69% - svarende til 4-6 fadøl. Holdbarheden ved den her type forpakning gør at øllen går fra at kunne holde 5-7 dage, når den er åbnet, til at holde 30 dage.

Brug af overskuds-/restproduktion til forskellige formål:

Virksomheden har lanceret madspildsøllen BRØØL – en øl på overskudsbrød.

Virksomheden videregiver mask og overskudsgær til dyrefoder.

Som følge af corona, valgte virksomheden at anvende alkobase til håndsprit, da efterspørgslen på øl faldt markant.

Internt salg af produkter, der er ved at overskride holdbarhedsdato:

Virksomheden har iværksat en intern smagsprøveordning, hvor medarbejdere kan købe produkter, der er tæt på at overskride sidste salgsdato samt intern anvendelse inden udløb.

Brug af data til at skabe transparens og løbende bevågenhed:

Gennem SAP er virksomheden blevet opmærksom på hvor madspildet opstår.

Virksomhedens planlægningsteam sender månedlige opdateringer ud til alle beslutningstagere i organisationen. Herfra kan træffes beslutninger om indsatsområder og evt. investeringer.

Etablering af partnerskaber:

Virksomheden har i samarbejde med Too Good To Go indført intelligent mærkning på udvalgte produkter: "Bedst før, ofte god efter". Virksomheden sørger desuden for at samarbejde og have dialog med leverandører i forhold til interessante og unikke teknologier, der kan mindske madspild.

Nye tiltag i pipeline

Upcycling af restprodukter:

Virksomheden vil gerne blive endnu bedre til at bruge restprodukter i produktion af nye produkter.

Svind og planlægning:

Virksomheden har netop igangsat et projekt forankret i supply chain: 'War on Waste', hvor målet er at blive bedre til at hindre svind som følge af en god planlægning.

Forpakninger:

Virksomheden har øget fokus på innovative forpakkingsmuligheder med afsæt i forskellige kundesegmenter.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

Arbejdet med madspild er en del af virksomhedens bæredygtighedsstrategi.

Virksomheden er en del af Danmark mod Madspild, hvor målet er 50% reduktion fra år 2015-2030.

1 2 3 4 5

Teknologisk

Datasekretariat og transparens har været en afgørende faktor i arbejdet med madspild – i særdeleshed i forhold til at danne sig overblikket over, hvor madspildet opstår samt hvorfor.

Virksomheden har implementeret nye forpackninger fx 'DraughtMaster, der øger øllenes holdbarhed.

1 2 3 4 5

Organisatorisk

Virksomheden har trænet sine medarbejdere i produktionen i sortering af restprodukter.

Virksomheden har indgået aftaler med nye samarbejdspartnere.

Der er blevet nedsat et planlægningsteam, der arbejder med madspiltsdata og sender månedlige opdateringer ud til alle beslutningstagere i virksomheden.

1 2 3 4 5

Økonomisk

Virksomheden har udarbejdet en business case i forhold til om madspiltsindsatsen har kunne hænge sammen rent økonomisk – er det rentabelt? Business casen har altså været afsættet for igangsætning af tiltag.

Virksomheden har som del af indsatsen investeret i nye containere til sortering og nye forpackninger.

1 2 3 4 5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

Virksomheden har reduceret sit madspild med 22% fra 2015-2020. Virksomheden er derfor næsten halvvejs i forhold til målsætningen på 50% frem mod 2030.

1 2 3 4 5

Konkurrencekraft

Madspildsindsatsen har styrket virksomhedens CSR-profil og brand.

1 2 3 4 5

Internt

Indsatsen har skabt stolthed og glæde i virksomheden.

Derudover har indsatsen skærpet medarbejdernes bevidsthed og kompetencer i forhold til at kigge på virksomhedens ressourcer og hvordan disse kan genanvendes.

1 2 3 4 5

Bundlinje

Der har naturligt været et økonomisk incitament og en gevinst ved indsatsen. Produkter, der tidligere er spildt, anvendes nu på anden vis.

Virksomhedens investeringer i forhold til madspildsindsatsen har været rentable.

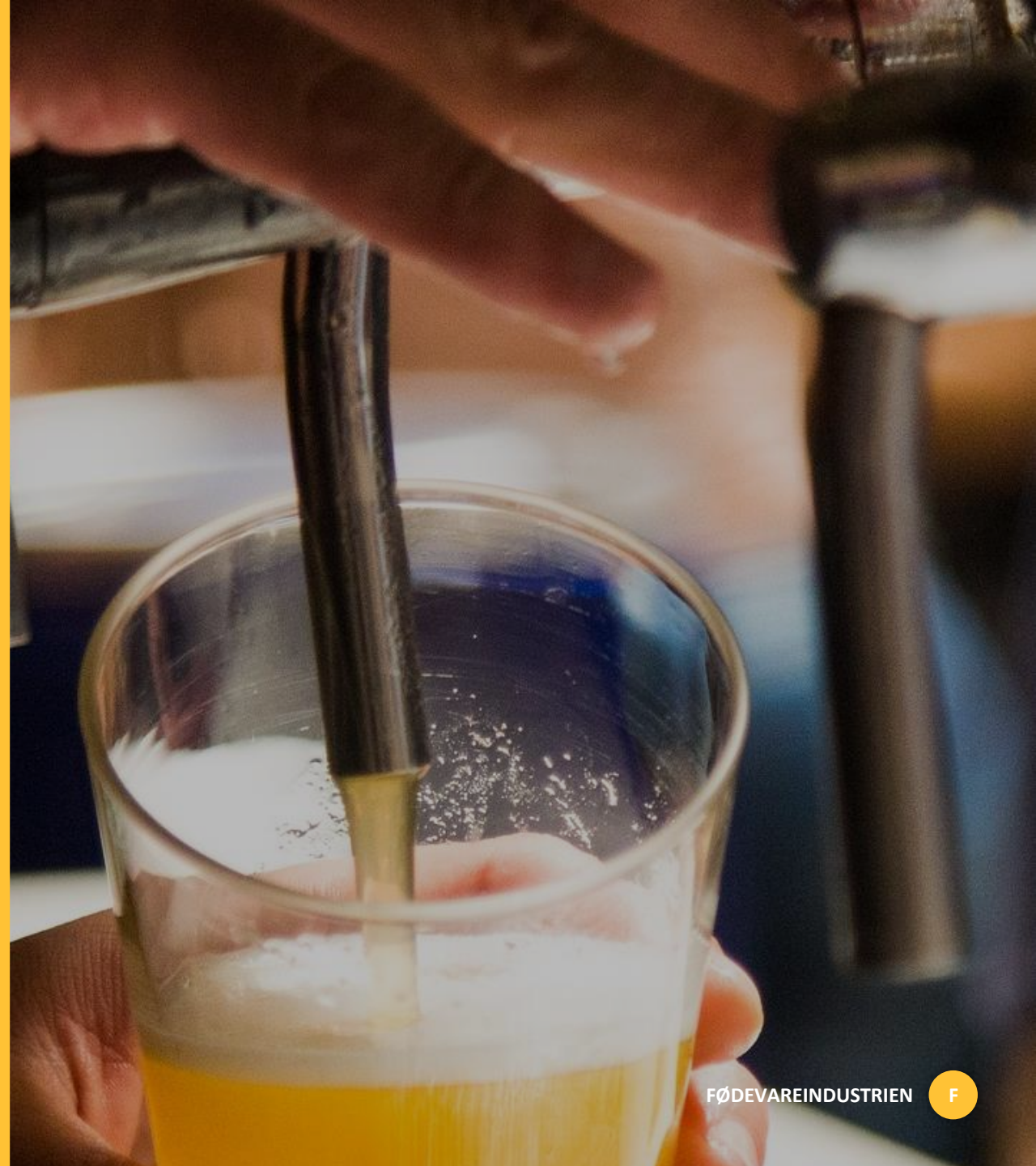
1 2 3 4 5

”

Noget af det, der virkelig har hjulpet os på vej, det er i særdeleshed partnerskaber. Både i forhold til samarbejdet med vores leverandører, hvor der er en unik teknologi og måde at arbejde på. Det er selvfølgelig også vores kunder, hvor vi har et rigtig tæt samarbejde, hvor vi i fællesskab er blevet bedre til at estimere, hvor meget man forventer, der skal sælges - hvad er det eksempelvis for et slags event? hvilket publikum? Som vores eventchef sagde, så er der fx stor forskel på hvor meget øl, der bliver drukket til en Metallica koncert og en Justin Bieber koncert

”

Citat fra Tenna Skov Thorsted, Sustainability Manager hos Carlsberg Danmark.





IMPLEMENTERING

HVAD ER VIGTIGT?



Få organiseret indsatsen og sørg for at få kommunikeret:

Få udvalgt en kompetence, der er ansvarlig for bæredygtighed på koncernniveau. Vedkommende har ansvaret for at etablere strategiplaner, sætte mål, udarbejde årsplaner og rapportering, så der løbende kan følges med i fremdrift i forhold til mål.

Ledelsesmæssig fokus bl.a. gennem kommunikation – arbejdet med madspild bør være en integreret del af alles hverdag: hvad er planen og hvordan griber vi den an? De gode resultater skal synliggøres og succeserne skal fejres.



Skab transparens og målret indsatsen via data:

Via et struktureret datasæt skabes et godt overblik over, hvor madspildet opstår. Herfra kan foretages kontinuerlig opfølgning på KPI'er – gerne som integreret del i en månedlig økonomisk rapportering. På denne måde sikres, at fokus fastholdes og nye indsatser iværksættes.



Træning af personale i sortering af restprodukter:

Det er afgørende, at medarbejderne har styr på hvordan de behandler forskellige restprodukter, så det sikres at man kan drage nytte af produkterne og dermed undgå spild.



Involvering af stakeholders:

Få kortlagt relevante stakeholders og deres rolle i arbejdet. Herfra får man overblikket over de partnerskaber, der med fordel kan indgås for at lykkedes med sine indsatser.

Udfordringer, man skal være opmærksom på:

Pladsmæssige forhold:

Iværksættelse af tiltag kan betyde større eller mindre omlægning af produktionen. Ønsker man eksempelvis at få en bedre sorteringspraksis, så er det nødvendigt at have pladsen til forskellige containere/ beholdere, der skal bruges i sorteringen.

Teknologiens udvikling:

Mål kan bestå af tiltag, der endnu ikke er opfundet – nye maskiner, pakkeanlæg osv. Det er vigtigt, at man løbende følger med i udviklingen og afstemmer forventninger med kunderne, så der kan træffes de rette beslutninger inden en investering.

Tid, ressourcer og lovgivning:

Madspildsindsatsen er ikke et 'quick fix' – det kræver ledelsesmæssig prioritering. Tid og ressourcer skal afsættes, hvis man vil have succes. Indsatser skal desuden indarbejdes i virksomhedens processer.

Der er regler og lovgivning på området – det er en god idé at undersøge om der er lovgivningsmæssige begrænsninger inden man implementerer et tiltag.

3, 2, 1... START

Hvor skal I starte?

- | Få styr på organiseringen: find ud af hvordan arbejdet med madspild skal organiseres – skal I fx have ansæt en eller flere ressourcer, der varetager opgaven på tværs?
- | Få styr på data: find ud af hvordan I vil arbejde med data, herunder hvad I vil måle samt rapportere på. Få herfra målt og registreret, hvor jeres madspild opstår. På denne måde kan træffes beslutninger på et dokumenteret grundlag.
- | Kommuniker og involver: synliggør løbende de gode resultater fx via offentliggørelse af rapporter og handleplaner. Involver medarbejdernes idéer i udviklingsarbejdet. På denne måde sikres fastholdelse og engagement.
- | Udarbejd en business-case inden en investering: vil en investering i fx nye produktionsanlæg blive tjent hjem på baggrund af den reduktion som investeringen vil medføre?

Og husk...

- | Reducering af madspild har mange fordele: besparelser i budgetter, man tager ansvar for miljøet og man får skabt en god kultur i virksomheden, der er præget af stolthed. Derudover bidrages til en bedre verden.



E

ENGROS OG DETAIL

TENDENSER

HVOR OPSTÅR MADSPILDET?

Detail- og engrossektoren genererer årligt 96.000 ton madspild (læs mere [her](#)).

I en detailvirksomhed kan der opstå madspild på såvel lager som i butik – spildet opstår ofte inden for kategorierne frugt og grønt samt brød. For engrosvirksomheder og online-detailvirksomheder opstår madspildet ofte på lagrene fx i forbindelse med pakning.

Hvorfor?

Der er mange årsager til at madspild kan opstå og varer dermed kasseres. Nedenstående er oplistet eksempler:

| Varen er fejlmærket.

| Emballagen er beskadiget.

| Varen har overskredet sidste anvendelsesdato.

| Der er bestilt for store mængder og dermed er der varer i overskud på lageret, der ikke kan sælges. Det kan fx være, at der indkøbes lidt ekstra, så man er sikker på ikke at løbe tør for en given vare.

| Produkter håndteres fejlagtigt.

**DERES REJSE
MED MADSPILD**

nemlig.com
DAGLIGVARER NÅR DET PASSER DIG

FAKTA

Hvem er Nemlig.com?

Nemlig.com er et online-supermarked med salg via internettet til private, offentlige og erhvervskunder. Virksomheden sælger alle typer af fødevarer, inkl. temperaturregulerede varegrupper; frost- og kølevarer. Derudover har supermarkedet økologi, lavprisvarer og mærkevarer.

Virksomheden, der er beliggende i Brøndby, er grundlagt i 2010 af Stefan Plenge og har ca. 1800 ansatte.

Hvad er de primære kilder til madspild?

Madspild opstår hvis virksomheden har for mange varer i varehuset, hvilket ofte skyldes fejlagtig forecasting.

Madspild kan også opstå enten ved levering af varer eller i forbindelse med pluk af varer til slutforbrugerne. I begge tilfælde bliver varerne kasseret grundet kvalitet.

Det er typisk frugt og grønt samt brød, der udgør de største kategorier indenfor madspild.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Siden virksomheden blev grundlagt har været et fokus på madspild.

Virksomheden har forøget fokuset de seneste år og har typisk et madspild på under 1/3 del af et traditionelt supermarked, hvilket skyldes at varerne går hurtigere igennem værdikæden, da virksomheden pakker fra deres varehus og sender direkte ud til forbrugerne.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | Virksomhedens ambition er at være Danmarks mest bæredygtige supermarked og her er madspild et afgørende fokusområde.

Mål med arbejdet

- | I dag er madspildet på omkring 0,6% af virksomhedens samlede omsætning.
- | Målet er at forbedre det yderligere.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Fokus på lagerstyring - bestilling og forecasting:

Virksomheden har kun ét varehus, som de sender varer ud fra og derfor kan virksomheden relativt nøjagtigt ramme det antal varer, som de skal bruge. Værdikæden er altså kortere end et traditionelt supermarked og de har derfor et godt overblik over de ordrer, som de får ind, og dermed hvor store mængder, de skal indkøbe.

Hurtig varerotation:

Virksomheden har implementeret 'Just-in-time' på friskbagt brød og ferske måltidsløsninger. Tiltaget omfatter at leverandøren først producerer fx brød i forbindelse med ordrer, så der kun bages det antal, der er bestilt.

Virksomheden har indført Danmarks bedste friskhedsgaranti på en lang række tør, fersk og frostvarer. Således kan kunder stole på holdbarheden af de varer, som kunderne ikke selv har valgt. Dette gør sig fx gældende for mælk: når kunder bestiller mælk garanteres en holdbarhed på 7 dage plus leveringsdagen. Dette garanteres grundet stor transparens i forhold til varer og hurtig rotation af varer. En konventionel liter mælk er i gennemsnit under et døgn på hylden i varehuset, inden den er solgt.

Dag-/madspildstilbud på varer, der nærmer sig sidste holdbarhedsdato:

Virksomheden har kortlagt sine processer for at finde frem til de varer, hvor den hurtige varerotation ikke altid kan efterleves – altså hvor der er en risiko for at varen nærmer sig den garanterede friskhedsgaranti. På denne måde kan virksomheden effektivt sælge varer inden udløb af holdbarhed, hvilket reducerer madspild markant.

Donation og salg af overskudsvarer, der nærmer sig sidste holdbarhedsdato eller er beskadiget:

Virksomheden har en fysisk medarbejderbutik, hvor medarbejderne kan handle ind dagligt til stærkt reducerede priser. Priserne er ca. 50% lavere end vejledende pris.

Virksomheden samarbejder med FødevarerBanken og Overskud Albertslund, der laver måltider til udsatte borgere.

Virksomheden samarbejder med Wefood. Wefood er fysiske detailbutikker, der lever af at sælge overskudsvarer til reduceret pris.

Virksomheden har indgået et samarbejde med Zoologisk have, hvor de produkter der ikke egner sig til menneskeføde, afhentes og anvendes som foder til dyrene.

Nye tiltag i pipeline

Øget brug af data i forhold til forecasting:

Virksomheden vil i fremtiden arbejde mere med data i forhold til at forudsige kundebehov for deraf at sikre de rette mængder af forskellige varetyper. På denne måde mindskes risikoen for overskudsvarer, der kan ende med at blive kasseret.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

Arbejdet med madspild er en strategisk beslutning, der blev indført allerede da virksomheden blev grundlagt. Madspild er altså en del af virksomhedens bæredygtighedsstrategi.

Som led i strategien var samarbejde med organisationer, der lever af at donere mad til godgørende formål, helt centralt.

Virksomheden er en del af Danmark mod madspild, hvor målet er 50% reduktion fra år 2015-2030.

1 2 3 4 5

Teknologisk

Rent teknologisk har det krævet at virksomheden har haft godt styr på sin lagerstyring, herunder varebeholdning og bestillinger.

1 2 3 4 5

Organisatorisk

Det har krævet at dagsordenen er blevet løftet op på et direktionsniveau. Virksomheden har en afdeling, der er ansvarlig for bæredygtighed. Derudover er nedsat en tværfaglig gruppe, der har fokus på madspild – gruppen har udarbejdet nogle handleplaner inden for de forskellige områder.

I forhold til interne arbejdsprocesser, så har håndtering og sortering af fødevarer blandt medarbejdere i pakkeriet, været et afgørende indsatsområde.

1 2 3 4 5

Økonomisk

Indsatsen har ikke krævet de store økonomiske investeringer, da det giver god mening at reducere madspild for at holde omkostninger lavt samtidig med at man donerer sine eventuelle overskudsvarer til godgørende formål.

1 2 3 4 5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

Virksomheden er gået fra et madspild på over 1% af omsætningen i 2010 til 0,6% af omsætningen i 2021.

1 2 3 4 5

Konkurrencekraft

Madspildsindsatsen har styrket virksomhedens CSR-profil og brand. Indsatsen har altså kunne bruges rent kommercielt.

Kunderne er i særdeleshed glad for friskhedsgarantien på en lang række varer.

1 2 3 4 5

Internt

Indsatsen har skabt øget medarbejdertilfredshed og stolthed i virksomheden.

Virksomheden har desuden optimeret interne processer, herunder styrket sin drift og pluk af varer. Virksomheden har fx skabt en forretningsmodel, hvor der er et hurtigt vareflow og man sikrer aktiv inddragelse af medarbejdere i samarbejdet om madspild.

1 2 3 4 5

Bundlinje

Der har naturligt været et økonomisk incitament og en fortjeneste.

Via indsatserne har virksomheden formået at holde omkostningerne nede samtidig med at donationer er øget.

1 2 3 4 5

”

Det hjælper ikke noget, at der kommer nogen og pådutter en ny agenda. Det skal virkelig være noget, der kommer nedefra og op. Idéen med at donere til Zoologisk have kom faktisk fra en medarbejder nede i vores pakning af frugt og grønt, som kunne se at der stadig var nogle fødevarer, som dyrene kunne få glæde af

”

Citat fra Mikkel Pilemand, Kommerciel Direktør hos Nemlig.com.



**DERES REJSE
MED MADSPILD**

salling group

FAKTA

Hvem er Salling Group?

Salling Group sælger dagligvarer og har en række forskellige butikker og kæder.

Historien strækker sig mere end 100 år tilbage til 1906. Virksomheden har gennem årene udviklet sig markant, og det, der begyndte som en lille manufakturhandel i Aarhus, er i dag en international detailhandelskoncern. Butikker er kerneforretningen med flere end 1400 butikker i tre lande.

Hovedkontoret ligger i Brabrand og ledes af administrerende direktør Per Bank. I Danmark har koncernen over 43.000 medarbejdere.

Hvad er de primære kilder til madspild?

Madspild opstår i hele værdikæden – indkøb, produktion, lager, transport og i butikken.

På butiks niveau – er frugt og grønt det område, hvor der opstår mest madspild (næsten 50% af det samlede madspild). En anden stor kilde til madspild er det bagerbrød, som virksomheden selv producerer. Kort holdbarhed er en udslagsgivende faktor på disse produktkategorier.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Virksomheden har altid være optaget af madspild. Tidligere var driftsøkonomien omdrejningspunktet – altså at det koster penge at smide mad ud.

Agendaen er gennem årene blevet lidt en anden og virksomheden har arbejdet strategisk med madspild siden 2014. Virksomheden har desuden rapporteret siden 2016.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | I begyndelse var det driftsøkonomiske årsager, der var omdrejningspunktet for arbejdet med madspild.
- | I dag er madspild en vigtig del af virksomhedens klimastrategi, herunder ambitionen om at bidrage til at nedbringe CO2-udslippet.
- | Det handler derudover om ansvarlighed og om at varetage forbrugernes interesser – ‘drive en ansvarlig virksomhed’.

Mål med arbejdet

- | Virksomheden var den første detailvirksomhed i Danmark, der begyndte at rapportere struktureret på madspild ud fra en model, som virksomheden selv havde udviklet med afsæt i The Food Loss and Waste Protocol.
- | Målet er at reducere madspildet med 50% frem mod 2030 med 2014 som baseline.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Brug af data til at tracke madspildsmængder og iværksætte målrettede indsatser:

Virksomheden har en meget præcis og velbeskrevet procedure for både håndtering og rapportering af madspild. Virksomhedens masterdata indeholder nettovægten på hvert eneste produkt – dvs., at virksomheden har kendskab til, hvad der bliver nedskrevet hver eneste dag, hver eneste time, fordi det ikke kan sælges til kunderne. Virksomheden kan derfor beregne den totale mængde af madspild temmelig nøjagtigt. Hertil ved virksomheden, hvor meget madspild de har, hvor i værdikæden det opstår samt hvilke produkter og kategorier, der genererer madspildet.

Datadrevet planlægning og indkøb:

Virksomhedens systemer fortæller, når en vare er ved at gå på dato. I denne forbindelse giver det god mening at sætte prisen ned eller donere, så virksomheden sikrer afsætning af varen. Virksomheden har implementeret systemet Local Price Reduction (LPR) i to af deres formater. Med LPR kan virksomheden centralt se, hvornår de forskellige varer nærmer sig sidste salgsdato. I den forbindelse sørger LPR-systemet for, at der sker en prisreduktion i de øvrige systemer. SAP samler data op og sørger altså for at varens pris sættes ned. Derudover ved systemet også, hvor hurtigt varen bliver solgt – dvs., at til næste gang, vil systemet foreslå en pris, hvor der er taget højde for omsætningshastigheden: hvor højt kan varen prissættes, hvis det samtidig skal sikres, at den når at blive solgt.

Fokus på indkøbspraksis i forhold til holdbarhed:

Virksomheden sørger for at indkøbe mindre mængder af produkter, hvor holdbarheden er kort og får i stedet leveringer oftere.

Teknologi, der kan forlænge holdbarhed af frugt og grønt:

Virksomheden er i gang med at teste en ny teknologi på avokadoer, citrusfrugter og enkelte frugter: Apeel. Teknologien kan forlænge holdbarheden op til halvanden gang.

Hinden, der påføres produkterne, er fremstillet af plantebaserede ingredienser, der findes i skræller, frø og frugtkød i alle de frugter og grøntsager, vi allerede spiser. Hinden er spiselig, usynlig, ufarlig og tilføres produkterne på samlebandet. Apeel-behandlingen hjælper produktet med at opretholde sin naturlige væskebalance i længere tid og forlænger på den måde friskheden.

Partnerskaber, så overskudsvarer får gavn i andre sammenhænge:

Virksomheden samarbejder med FødevarerBanken, der leverer overskudsmad til sociale institutioner og væresteder. Virksomheden samarbejder med Folkekirkens Nødhjælp, der driver Wefood butikker, hvor overskudsvarer sælges til reduceret pris. Too Good To Go sørger for, at overskudsvarer og måltider bliver delt via app'en og kan købes og afhentes i en Salling butik nær kunden. Konceptet er i særdeleshed anvendt i Netto-kæden. Virksomheden samarbejder med Stop Spild Lokalt, der sørger for at udsatte borgere får glæde af overskudsvarerne.

Nye tiltag i pipeline

Udbredelse af Apeel-teknologien på øvrigt frugt og grønt sortiment:

I dag anvendes teknologien, der er udviklet af den Amerikanske virksomhed af samme navn, på avokadoer. Virksomheden ser et stort potentiale i at udbrede teknologien.

Innovation i samarbejde med fx producenter eller andre leverandører ift. upcycling af frasorterede produkter såsom 'grimme frugter og grøntsager'.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

At arbejde med madspild har krævet en velbeskrevet strategi, der er funderet i hele virksomhedens værdikæde. Arbejdet er en vigtig del af virksomhedens klimastrategi.

Virksomheden var blandt pionererne i Danmark på området og har arbejdet strategisk med området siden 2014.

Virksomheden er en del af Danmark mod madspild, hvor målet er 50% reduktion fra år 2015-2030.

1 2 3 4 5

Teknologisk

Virksomheden har investeret i en række teknologier og systemer til brug for madspildsindsatsen.

Virksomheden har opbygget et data set-up for at kunne identificere, hvor og i hvilke mængder madspild findes i egenkontrollerede dele af værdikæden. Derudover anvendes data til rapportering og løbende opfølgning i forhold til targets.

Virksomheden anvender systemer, der sikrer datadrevet indkøb og planlægning fx anvendes LPR-system til automatisk prisnedsættelse af varer, der er ved at overskride sidste holdbarhedsdato.

1 2 3 4 5

Organisatorisk

Det har krævet en del ressourcer, der har været dedikeret til at drive området, herunder en klar strategi og mål, der skal arbejdes med i butikskæderne.

I forhold til interne arbejdsprocesser, så har indsatsen krævet klare og tydelige procesbeskrivelser samt uddannelse og oplæring fx i forhold til registrering.

Det har været centralt med gode samarbejdsaftaler med leverandører og partnere, der kan drive afsætning af overskudsmad/produkter.

1 2 3 4 5

Økonomisk

Madspildsindsatsen har betydet investering i tid, ressourcer og teknologier. Alternativet havde dog været mad, der ville ende i skraldespanden, hvilket virksomheden mener er en dårlig forretning for alle.

Virksomheden har udarbejdet en business case inden investeringer – og indsatsen kan derfor siges at være rentabel.

1 2 3 4 5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

I 2014, hvor virksomheden begyndte at arbejde strategisk med madspild, var det samlede madspild for hele koncernen på over 42.000 tons – i dag er virksomheden på 29.500 tons – svarende til en reduktion af madspildsprocenten på 45% (madspildsprocenten tager højde for evt. åbnede og lukkede butikker).

I to af kæderne, nemlig Føtex og Bilka, er madspild allerede reduceret med over 50% siden 2014.

1 2 3 4 5

Konkurrencekraft

Madspildsindsatsen har i høj grad styrket virksomhedens CSR-profil og brand.

Virksomheden er ikke bleg for at gå forrest, når nye tiltag skal testes inden for sektoren.

Desuden gør virksomheden meget ud af at være åben omkring sine tal i forhold til madspild – tallene offentliggøres i deres årlige CSR-rapport.

I årlige imageanalyser måles endvidere på forhold omkring virksomhedens ansvarlighed.

1 2 3 4 5

Internt

Indsatsen har skabt stolthed i virksomheden. Medarbejderne sætter pris på at være på en arbejdsplads, der udviser ansvarlighed, hvilket bekræftes i medarbejderundersøgelser.

Derudover har indsatsen skærpet medarbejdernes fokus og kompetencer i forhold til interne processer på området.

Der er ligger en god incitamentsstruktur på lederniveau, hvor man belønnes for gode resultater i forhold til dagsordenen.

1 2 3 4 5

Bundlinje

Der har naturligt været et økonomisk incitament og en fortjeneste.

I den løbende rapportering følges tæt op på økonomiske besparelser som følge af indsatserne.

1 2 3 4 5

”

At forhindre madspild, det er jo en økonomisk gevinst, fordi produktion af mad, der ender i skraldespanden, er en dårlig forretning for alle. Det, det selvfølgelig kræver, når man skal i gang med madspild, er, at man har nogle ressourcer. Nogle der arbejder med data, nogle der kan udvikle systemer og processer. Der ligger en stor opgave i at uddanne personale – der er mange, der skal klædes på – også i forhold til vigtigheden af, hvorfor vi gør det her. Så det kræver nogle ressourcer, men det tjener sig ind økonomisk i den anden ende, og endnu vigtigere, så bidrager vi til klimadagsordenen

”

Citat fra Ann Brandt, Senior Project Manager i CSR-group afdelingen.





IMPLEMENTERING

HVAD ER VIGTIGT?



En strategi med konkrete mål og brug af data i opfølgning:

- | Dagsordenen bør først og fremmest løftes op på direktionsniveau - herfra kan udarbejdes en klar strategi og nogle dedikerede fokusområder, der skal efterleves i driften. Etabler evt. en afdeling eller en tværfaglig gruppe, der er ansvarlig for bæredygtighed og sikre at der arbejdes med madspild på tværs af forretningen.
- | Få skabt en metodik for dataopsamling, så man får overblikket over hvad man har af mængder, hvilke produkter, der spildes, og hvor spildet opstår i værdikæden.
- | KPI-opfølgning i virksomheden ved brug af data vil skabe et godt afsæt for fastholdelse og løbende igangsætning af initiativer.



Involvering og uddannelse af medarbejdere:

- | Det er afgørende, at der arbejdes med madspild i hele den interne værdikæde og på tværs af medarbejderniveauer. I den forbindelse er det også vigtigt at medarbejderne oplæres i de gode driftsrutiner, der er besluttet på direktionsniveau – fx oplæring i håndtering af fødevarerne.
- | Udarbejd tydelige procesbeskrivelser fx hvordan der skal registreres ude i butikkerne.
- | Anvend forskellige læringsteknikker alt efter kompleksitet: e-læringskurser, one-to-one-learning og seminarer.



Test af initiativer inden de udrulles:

- | Når man ønsker at iværksætte nye tiltag, kan det være en god idé at teste i mindre skala fx enkelte butikker før man ruller ud til samtlige. Dette vil være en effektiv tilgang, da man kan justere til og samtidig få nogle lokale ambassadører, der kan indgå i den større implementering.

Udfordringer, man skal være opmærksom på:

Det tager tid, at implementere nye processer:

- | Det er arbejdskrævende, at få etableret gode praksisser omkring madspild, især i begyndelsen.

Man skal have styr på lovgivning:

- | Det kan være et puslespil at sætte sin ind i de forskellige regler på området – især inden for donationer. Det er dog vigtigt, at man har styr på lovgivningen.

3, 2, 1... START

Hvor skal I starte?

- | Få udarbejdet en strategi med klare målsætninger som I løbende kan følge op på.
- | Få styr på data og bliv skarp på jeres værdikæde: hvad har I af mængder madspild, hvilke produkter og hvor i værdikæden? Få skabt strukturer for, hvordan I registrerer madspiltsdata. Derudover bør medarbejdere på forskellige niveauer og fra forskellige afdelinger bringes i spild – hvor og hvordan optimeres?
- | Få klædt medarbejderne på ved hjælp af klare procesbeskrivelser – på den måde kommer man hurtigt forbi de udfordringer, man kan støde på – og arbejdet med madspild bliver en naturlig del af hverdagen og de gode driftsrutiner.
- | Undersøg mulighederne for at afsætte jeres overskudsvarer, varer der er ved at overskride holdbarhedsdato og beskadigede varer til godgørende formål.

Og husk...

- | Der er klare økonomiske fordele ved arbejdet med madspild og derudover bidrager man til klimadagsordenen og udviser ansvarlighed.
- | Det skaber en glæde og motivation i virksomhedens kultur og derudover kan madspindsindsatsen anvendes kommercielt.



S

SERVICSEKTOREN

TENDENSER

HVOR OPSTÅR MADSPILDET?

Servicesektoren genererer årligt 42.000 ton madspild (læs mere [her](#)). Madspild kan opstå i alle brancher og i alle procestrin. De forskellige procestrin vil ofte være: modtagelse, klargøring, tilberedning, servering, afrydning og rengøring. Hvad angår madspild skelnes ofte mellem tallerkenspild, buffetspild, produktionsspild og spild relateret til lagerstyring. Særligt buffeter er en stor kilde til madspild.

Hvorfor?

Madspild opstår af mange forskellige årsager, fx:

- | Overproduktion – man ønsker at udvise fleksibilitet overfor kunden og vil altså ikke risikere at løbe tør for måltider.
- | Manglende lagerstyring, der bevirker at råvarer overskrider holdbarhedsdato.
- | Menneskelige fejl fx bliver sovsen for salt.
- | Portioner er for store og gæsten kan ikke spise op.
- | Råvaren udnyttes ikke fuldt ud.
- | Fejl i forecasting – fx hvis der i forbindelse med et arrangement er lavet mad til flere end der reelt dukker op.

**DERES REJSE
MED MADSPILD**



**Bispebjerg og Frederiksberg
Hospital**

FAKTA

Hvem er Bispebjerg og Frederiksberg Hospital?

Bispebjerg og Frederiksberg Hospital er et af Region Hovedstadens 4 akuthospitaler.

Der er 530 sengepladser, 80.000 akutte besøg og 400.000 ambulante besøg om året.

Køkkenet står for daglig produktion af hovedmåltider og delvist mellemmåltider til omkring 500 patienter. Hospitalskøkkenet har 42 medarbejdere, der arbejder inden for produktion af mad og bæredygtighed.

I juni 2020 blev etableret et bæredygtighedssekretariat i Regionen.

Hvad er de primære kilder til madspild?

Madspildet kan grundlæggende opdeles i to: det der genereres i produktionskøkkenet (¼ del) og det der genereres på hospitalets sengeafsnit (¾ del).

I køkkenet er kilderne typisk: hvis forecast afviger for meget fra det aktuelle belægningstal, så bufferen bliver for stor, manglende lagerstyring, fejl i indkøb eller i forbindelse med menukifte, måden der portioneres på og menneskelige fejl.

På sengeafsnittene er kilderne typisk: usikkerhed i belægningstal samt patienternes præferencer, diæter, der ikke afbestilles ved udskrivning, usikkerhed om patientforhold fx fastende patienter og antal patienter på sonde.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Hospitalet har arbejdet med madspild i mange år og af flere omgange – senest i januar 2020, hvor hospitalet satte det sidste punktum i deres bæredygtige mad og måltid strategi, som består af en konkret målsætning i forhold til reduktion og indsatsområder.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | Den primære driver for arbejdet, er ønsket om at udnytte ressourcer bedst muligt – råvaremæssigt, arbejdsmæssigt og økonomisk – i det hele taget at øge kvaliteten af den mad, der udsendes til patienterne.
- | Derudover vil et mindre madspild have en direkte påvirkning på den mængde CO₂, der udledes.

Mål med arbejdet

- | I 2020 er udarbejdet en strategi for Region Hovedstaden med en konkret målsætning. Region Hovedstadens målsætning er at reducere madspild med 25% frem mod 2025.
- | På Bispebjerg og Frederiksberg Hospital har man lavet en individuel målsætning på 50% frem mod 2023, hvilket skyldes at hospitalet gerne vil forpligte sig selv yderligere.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Adfærdsdesign:

Hospitalet har samarbejdet med et eksternt konsulentfirma, der arbejder med adfærdsdesign. De kortlagde barriererne ude på afsnittene og fandt frem til at medarbejderne var nervøse for ikke at have mad nok. Derfor blev produceret flere fryseretter, sådan at de kunne føle sig mere trygge. Via dette tiltag blev altså fundet årsager til overproduktion og konkrete løsninger.

Komponentopdelte bestilling - kan målrette produktionen til den patientgruppe, der er på afsnittene:

Afsnittene kan nu i højere grad vælge, hvilke komponenter de vil have mere eller mindre af ift. den patientgruppe, som de har på afsnittet. Tidligere var fx hovedretten kun komponentopdelte ift. hvilke stivelseskomponenter, de ønskede. Nu har hospitalet kigget på den enkelte komponent fx salaten, der hører til: skal der være meget eller lidt af den?

Ny tilgang til madbestilling i afsnittene:

Tidligere var afsnittene selv ansvarlige for deres madbestillinger. I løbet af første halvdel af 2021, blev mange af bestillingerne automatiseret sådan, at dagens bestillinger bliver genereret ud fra morgenens belægningstal. Den nye måde at bestille maden på har krævet en kobling mellem Master Cater, som er hospitalets bestillingssystem, og sundhedsplatformen, hvor man kan se belægning på de enkelte afsnit. For hver enkelt afdeling er lavet nogle procentsatser på hver enkelt komponent på hele menu-rullet. Dette er lavet i samarbejde med afsnittene, så produktionen får alle deres erfaringer. Fordelen er at det ikke længere bliver så personafhængigt - der skal ikke sidde en ude på afdelingerne og lave bestillingerne og gisne om antal patienter.

Ændret i udbuddet af retter og sammensætning – menuplanlægning:

Tidligere blev patienterne tilbudt 3-4 frokostretter. I dag tilbydes færre retter. De dage, der har været mange retter, har der også været ekstra overbestillinger. Køkkenet laver tærter om aftenen, hvilket skal tilgodeses de patienter, der gerne vil spise vegetarisk eller

gerne vil have et grønt tilbud. Tidligere fik de en fyldig salat – det synes de ikke altid var så spændende. Det handler altså om at kigge på menuplanlægning, herunder hvad patienterne gerne vil have og derfra sikre et bedre tilbud.

Længere bestillingsfrist på mælk i afdelinger – øger holdbarheden:

Tidligere pakkede køkkenet mælken aftenen før – nu pakkes det om morgenen samme dag. Afdelingerne får en længere bestillingsfrist – i stedet for kl. 9 dagen før hedder den kl. 13 dagen før. De får dermed længere tid til at afdække deres behov. Nu får køkkenet også mælken hjem på dagen, frisk.

Tilpasning i diætetiketter:

Koblingen til sundhedsplatformen har muliggjort at diæter i dag bliver bestilt på fulde navn til patienten, og når patienten så ikke er på hospitalet mere, så bliver de automatisk afbestilt. Tidligere skulle afdelingerne manuelt ind og afbestille, hvilket sommetider glippede.

Overskudsproduktion til godgørende formål:

Hospitalets køkken donerer 'buffer' til en morgencafé for hjemløse. Der vil altid være en 'buffer' i køkkenet, men hvor stor 'bufferen' er, afhænger af hvor nøjagtig forecast har været.

Nye tiltag i pipeline

Patienten kan via system selv foretage bestilling:

Om et par år står det Nye Bispebjerg hospital klar, hvilket muliggør et nyt bestillings- og anretningsystem. Dette muliggør at patienten selv bestiller, hvad vedkommende vil have og hvor meget.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

Arbejdet med madspild er en del af Region Hovedstadens Bæredygtighedsstrategi, der blev lanceret i 2020. Alle Regionens hospitalskøkkener har dermed forpligtet sig til at efterleve strategien. Målsætningen for madspild for hele regionen er at reducere madspild med 25% frem mod 2025.

På Bispebjerg og Frederiksberg Hospital har man lavet en individuel målsætning på 50% frem mod 2023.

Regionen er desuden en del af Danmark mod Madspild, hvor målet er 50% reduktion fra år 2015-2030.

1

2

3

4

5

Teknologisk

Hospitalet har brugt diverse systemer aktivt i deres madspildsindsats. Der er blandt andet sket en tilpasning i deres bestillingssystem, så det kunne opkobles til sundhedsplatformen.

Der er sket en tilpasning i diætetiketter.

1

2

3

4

5

Organisatorisk

Det har krævet en del personaleressourcer, da indsatsen er en tværgående opgave, hvorfor mange personalegrupper har været inddraget fx bæredygtighed og strategi, produktionsledelsen, kostkonsulenter og medarbejdere på afdelingerne.

Hospitalet har gjort brug af eksterne konsulenter til at facilitere forskellige processer fx i forhold til hvordan man kan identificere sit spild og ændre arbejdsprocesser og adfærd.

1

2

3

4

5

Økonomisk

Hospitalet har foretaget en del økonomiske investeringer som følge af madspildsindsatsen.

Der er afsat medarbejdere, der har indgået aktivt i hele processen.

Eksterne konsulenter er blevet ansat til at drive forskellige processer/projekter.

Ændringer og tilpasninger i diverse systemer har krævet teknologiske ressourcer og support.

1

2

3

4

5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

Regionens strategi og dertilhørende målsætninger, er først blevet lanceret i 2020. De mange indsatser formodes at have et stort potentiale, hvad angår reduktion i den kommende tid.

Hospitalet kan allerede nu se at koblingen mellem køkkenets bestillingssystem og det aktuelle belægningstal har haft stor effekt: i 2018 havde afdelingerne mellem 20-60% overrekvirering i forhold til det egentlige belægningstal til frokost. Dette er reduceret markant.

Indkøbstal viser at der ikke bestilles ligeså mange mejeriprodukter som tidligere som følge af ny bestillings- og pakkemetode.

1 2 3 4 5

Konkurrencekraft

Hospitalet oplever en øget interesse for deres arbejde med madspild.

I 2020 har hospitalet været inviteret til at holde en række forskellige inspirationsoplæg om deres arbejde. Virksomheder har samtidig inviteret hospitalet til at bidrage med faglig sparring i flere forskellige sammenhænge.

Hospitalet er to år i træk blevet indstillet til Region Hovedstadens Verdensmålspris.

1 2 3 4 5

Internt

Hospitalet har gjort madspild til et tværgående indsatsområde. Dette har gjort at man har skabt et fælles udgangspunkt og en forståelse af hvorfor der arbejdes med madspild og hvad ens rolle er.

Indsatsen har skærpet medarbejdernes fokus og kompetencer – man kender til sit ansvar og bliver dygtigere til at identificere hvor meget spild der er og tænke i løsninger, der kan forebygge og reducere madspildet.

1 2 3 4 5

Bundlinje

Madspildsindsatsen har krævet en række økonomiske investeringer. Investeringer som hospitalet på sigt forventer at tjene hjem med afsæt i den forventede madspildsreduktion.

1 2 3 4 5

”

For at bryde med nogle af de barrierer, der opstår når man er et stort team, så har vi over de sidste måneder blandt andet lavet nogle forskellige workshops, hvor vi får alle med her i køkkenet - også produktionsledelse og kostkonsulenter. Det her med at få alle med ombord, så når vi møder på arbejdet, så har vi det samme udgangspunkt – de samme målsætninger vi arbejder ud fra og forståelse for hvorfor vi skal arbejde med madspild. Det er vigtigt

”

Citat fra Nanna Høj Jakobsen, Bæredygtighedskonsulent.





DERES REJSE
MED MADSPILD

Comwell
HOTELS

FAKTA

Hvem er Comwell Hotels?

Comwell er en hotelkæde bestående af 16 hoteller i Danmark og to i Sverige.

Kæden er grundlagt i 1969 og har i dag omkring 900 medarbejdere.

Hotellerne har hver deres særpræg, stemning og atmosfære – fælles er bl.a. det gode værtskab, service og professionelle personale.

Comwell fokuserer primært på fire områder: møder og konferencer, forretningsovernatninger, privatophold og spaophold.

I Comwell's restauranter arbejdes med alle aspekter af måltider: morgenmad, buffeter, a la carte, selskaber, store møder og konferencer og leisure ophold.

Hvad er de primære kilder til madspild?

Madspild kan opstå flere steder i værdikæden: lager, produktion, buffet og ved gæsterne.

Den største kilde til madspild er buffeter, da alt der ikke spises, skal smides ud.

En anden central kilde til madspild er produktionen, når man fx ikke får udnyttet hele råvaren.

Hvor længe har de arbejdet med madspild?

Virksomheden startede med madspildsindsatsen for 6 år siden, 2015 – lige før verdensmålene blev lanceret.



DRIVERS OG MÅLSÆTNINGER

Primære drivers

- | Tidligere blev der smidt store mængder af mad i skraldespanden, når en buffet blev ryddet. Alt den mad, der var lagt en masse kærlighed og tid i. Dette ønskede hotelkæden at gøre op med.
- | Arbejdet med bæredygtighed er integreret i hotelkædens strategi og en del af fundamentet – ambitionen om at passe bedre på sine ressourcer og fokus på værtskabet, herunder et ønske om at udvise omsorg for sine gæster og de råvarer, man arbejder med.

Mål med arbejdet

- | Arbejdet med madspild er en integreret del af virksomhedens bæredygtighedsstrategi. Målet er gennem madspildsreduktion, at højne kvaliteten af de serverede måltider – dvs. at indkøbe bedre, men færre råvarer.

SÅDAN HAR DE ARBEJDET MED MADSPILD

Måling af madspild via madspildsapp, som grundlag for indsatsområder og læring på tværs af hoteller:

Comwell hotellerne har de seneste tre år anvendt FoodWaste app'en fra eSmiley. Dvs., at alle bruger samme måldesign med det formål, at kunne sammenligne data. Hvis et hotel fx har meget lavt madspild, så kan øvrige hoteller undersøge om de kan tage ved lære af initiativer som pågældende hotel gør brug af. Tidligere blev madspildet målt via et Excel-ark, hvilket fungerede fint, men udfordringen var, at det ikke var muligt at benchmarke med de andre hoteller.

Fleksibel menuplanlægning og indkøb:

Menuerne er ikke faste, som de var tidligere – dvs., at hvis køkkenet har noget i overskud, så er det muligt at tilføje det i buffeten eller bruge i produktionen en anden dag. På denne måde gives gode madrester et nyt liv og det er en effektiv måde at styre sit lager på. Virksomheden har også fået en fleksibel tilgang til indkøb – dvs., at hvis der kommer et stort parti hjem af fx asparges, så kan asparges let integreres i menuen og dermed sikres at alt bliver anvendt.

Samarbejde med leverandører:

Virksomheden er løbende i dialog med sine leverandører i forhold til om de har noget i overskud fx et for stort parti kantareller. I så fald, tager virksomheden gerne imod dem og ændrer i menuen eller tænker i forråd og øget holdbarhed: laver fx syltede kantareller.

Egen urtehave:

Comwell Copenhagen Portside har egen produktion af krydderurter i form af en urtehave, der er placeret på toppen af bygningen. Medarbejderne kan dermed selv gå op og plukke krydderurter, friskt. Tidligere, når fx mynte blev leveret, så blev det meget hurtigt brunt og måtte kasseres.

Portionering i morgenmadsbuffeten:

I dag portionsanrettes alt på buffeten – selv en skive skinke er portioneret i små skåle. På denne måde kan virksomheden bedre styre hvor meget gæsterne spiser og dermed mindskes risikoen for overfyldte tallerkner, der ikke spises op. Tidligere anrettede man på store fade, som var fyldt godt op. Alt der ikke blev spist, blev kasseret.

Overskudsvarer/rester gives et nyt liv:

Virksomheden arbejder meget med at få fuld udnyttelse af råvarerne - hvad kan den overskydende råvare bruges til? 'Madspildsspanden' anvendes som grundlag for dialog og inspiration til nye retter. Et par eksempler: kaffegrums avendes til svampedyrkning, overskydende rugbrød omdannes til mysli, overskudsbrød anvendes til surdej til nye boller; madspildsboller, tatar eller gryderetter laves af mørbradspidser eller bimørbard efter afpudsning af kød.

Samarbejde med Daka Refood:

Virksomheden sorterer i et hav af forskellige ting og på denne måde sikres cirkulær genbrug bl.a. biobrændsel og næringsstoffer til gødning på markerne.

Nye tiltag i pipeline

Fortsat fokus på optimering af råvareudnyttelse.

Nyt frokost-koncept:

Virksomheden har valgt at gøre frokosten mere enkel – færre valgmuligheder – men flere lækre råvarer.

PÅ EN SKALA FRA 1-5

INDSATS – HVAD HAR DET KRÆVET?

Strategisk

At arbejde med madspild er en del af virksomhedens bæredygtighedsstrategi.

Målet er gennem madspildsreduktion at højne kvaliteten – dvs., at købe bedre, men færre råvarer.

1 2 3 4 5

Teknologisk

Datasystematik og et fælles måldesign har været en afgørende faktor i arbejdet med madspild – i særdeleshed i forhold til at danne sig overblikket over, hvor udfordringerne er på hvert hotel og hvordan hotellerne kan lære af hinanden via benchmarking. Virksomheden gør brug af eSmiley's målesystem FoodWaste.

Data har været fundament og springbræt for det målrettede arbejde med madspild på tværs af hotellerne.

1 2 3 4 5

Organisatorisk

Virksomheden har nedsat en bæredygtighedsstyregruppe bestående af køkkenchefer. Der er udvalgt tovholdere/ambassadører, som har et særligt ansvar i forhold til at sikre fastholdelse.

Hele indsatsen er båret af de ansatte – de har været igennem træning og kurser.

I forhold til interne processer, så er kokkene med til at foretage målingerne og komme med idéer til hvordan restprodukter og produkter, der er havnet i madspildsspanden, kan anvendes i nye retter.

1 2 3 4 5

Økonomisk

Hele set-up'et omkring måling har krævet investering i et system, der kan sikre en ensartet metode på tværs og anvendes til benchmark.

Der har været udgifter i forbindelse med løbende kurser og træning.

Derudover har virksomheden skulle investere i flere små skåle som følge af portionsanretningen i buffeten.

1 2 3 4 5

PÅ EN SKALA FRA 1-5

EFFEKT – HVAD ER OPNÅET?

Madspildsreduktion

Virksomheden har opnået en relativ stor madspildsreduktion siden de startede med at måle for 6 år siden.

Buffeten var tidligere den helt store kilde til madspild. Hotellet har her reduceret spildet fra 68%-38% primært som følge af portionsanretning i buffeten.

1 2 3 4 5

Konkurrencekraft

Madspildsindsatsen har i høj grad styrket virksomhedens CSR-profil og brand.

Comwell har vundet årets mest bæredygtige hotelkæde både i 2019, 2020 og 2021 og vundet årets økopris 2017.

Gæsterne har taget godt imod de mange indsatser på området.

I forhold til employer branding har indsatsen også haft stor betydning, da flere og flere kokke er interesserede i at arbejde et sted, der udviser ansvarlighed.

1 2 3 4 5

Internt

Indsatsen har skabt stolthed og glæde i virksomheden. Virksomheden har fået skabt en god kultur omkring madspild. Dette bekræftes i seneste trivselsmåling, hvor der bliver spurgt ind til bæredygtighed. I målingen scorer bæredygtighed 6,2 på en skala fra 1-7.

Derudover har indsatsen skærpet medarbejdernes fokus og kompetencer – de får lov til at bruge råvarerne fuldt ud og slippe kreativiteten løs. Medarbejderne har virkelig taget ansvar.

1 2 3 4 5

Bundlinje

Der har naturligt været et økonomisk incitament og en fortjeneste.

Virksomhedens madspildsreduktioner har finansieret deres økologiomlægning (det økologiske spisemærke) og har altså qua madspildsreduktioner fået mulighed for at købe bedre råvarer.

1 2 3 4 5

”

Man skal se sit madspild som en ressource. Kig på hvad man har af madspild og overvej, hvad kunne det her være blevet til. Det er en stor mental ændring det her med at se noget som affald til nu en ressource. Det, der har skabt mest værdi, det er personalet – den stolthed som det har givet. De har virkelig taget ejerskab og det er noget af det jeg synes har været helt fantastisk. Vores sidste trivselsmåling, hvor der blev spurgt direkte ind til vores madspilds- og bæredygtighedsindsatser, der bongede den helt ud. Så er der det økonomiske aspekt, det har gjort at vi har kunne frigøre nogle penge, som vi har kunne købe mere økologi for

”

*Citat fra Rasmus Rasmussen, Køkkenchef hos Comwell Copenhagen
Portside.*





IMPLEMENTERING

HVAD ER VIGTIGT?



Model for måling og opfølgning af madspild:

Det bør afklares, hvordan praksis skal være omkring sortering: skal der fx stilles forskellige madspildsspande op på forskellige stationer/områder i køkkenet og ude hos gæsterne? Hvordan skal målingen forløbe – dagligt/ugentligt/månedligt? Vil man investere i en teknologi eller anvende Excel til registrering?

Der bør løbende følges op på om der er sket en positiv udvikling og de små sejre bør fejres.



Organisering af arbejdet:

Når der er identificeret konkrete områder, der genererer et spild, så bør de fremtidige procedurer/processer for at undgå dette, dokumenteres og udbredes. Nedsæt fx en gruppe, der er ansvarlig for at træffe overordnede beslutninger. Gruppen kan med fordel udarbejde et årshjul for indsatser og fokusområder, så køkkenet har et fælles afsæt.

Udpeg nogle tovholdere, ambassadører, der sørger for at følge og op sikre at aftaler overholdes fx målinger.



Involvering af ansatte bl.a. gennem kurser:

At arbejde med madspild er en tværgående opgave og et fælles indsatsområde. Madspildsindsatsen bør bæres af de ansatte. Det kan derfor være en fordel at alle er igennem madspildstræning – forskellig varighed alt efter ens rolle. På kurser kan omdrejningspunktet være planer, strategier og god praksis.

I køkkenet bør kokkene være med til at lave målingerne og være med til at komme med nye idéer til retter fx ved at gennemgå 'madspildsspanden'.

Udfordringer, man skal være opmærksom på:

Tid og administration:

Det kræver planlægning at få styr på hele set-up'et omkring arbejdet med madspild, herunder måling og igangsætning af indsatser.

Vaner og gamle strukturer er en af de ting, som af og til skaber barrierer for arbejdet med madspild. Al forandring kræver tid og arbejdet med madspild er endnu en opgave i en travl hverdag.

Vigtigt at 'gryden holdes i kog' – find ud af hvordan der fastholdes fokus fx gennem løbende kurser.

Hvordan gæsterne tager imod nye initiativer:

Det kan være en god idé at høre gæsternes mening inden man igangsætter et nyt initiativ.

3, 2, 1... START

Hvor skal I starte?

- | Få udarbejdet en strategi med konkrete målsætninger: strategien skaber et fælles mål for arbejdet. Det er vigtigt at strategien formidles.
- | Få skabt en model og procedure for hvordan madspild skal sorteres, måles og registreres: overvej om der skal investeres i et system eller om Excel vil være tilstrækkeligt.
- | Afhold nogle workshops/temadage: madspild er et fælles indsatsområde og derfor er det vigtigt at personalet inddrages – hvorfor arbejder vi med madspild? Hvornår er noget et madspild? Hvornår smider vi for meget ud? Og hvordan kan vi arbejde med det?
- | Identificer madspildet: Lav nogle målinger i køkkenet på forskellige stationer/områder – hvor meget madspild er der og hvorfor opstår det? Herfra kan udvælges konkrete områder, hvor der iværksættes nogle tiltag. Man bør sætte ind de steder, hvor gevinsterne hurtigt kan høstes.

Og husk...

- | Der er et økonomisk incitament - det giver ikke gode avancer at smide sit mad ud. Så selvom arbejdet med madspild kræver investeringer, vil det på sigt tjene sig hjem.
- | Der spares energi – mindre CO2-udledning.
- | Der skabes værdi og en god kultur i personalegruppen – man arbejder for en virksomhed, der tager ansvar.



**VÆSENTLIGE
OPMÆRKSOMHEDSPUNKTER**

ONE THIRD
Think Tank on Prevention
of Food Loss and Food Waste

**DANMARK
MOD MADSPILD**

FOREBYGGELSE VS. REDUCERING

I kataloget skelnes ikke konsekvent mellem forebyggelse og reducere af madspild, hvad angår tiltag og værktøjer.

Det er dog forskel på de to begreber...

Forebyggelse

Tiltag, der mindsker sandsynligheden for madspild fx tilpasning af produktion, indkøb mv., så der ikke sker en overproduktion eller indkøb af for store mængder.



Reducering

Tiltag, der sikrer at den mad, der reelt produceres eller indkøbes bliver aftaget og/eller spist, og dermed ikke ender som spild i form af kassation.



MADSPILD

- ET FÆLLES ANLIGGENDE PÅ
TVÆRS AF VÆRDIKÆDEN



Flere af de deltagende virksomheder har understreget vigtigheden af, at man samarbejder på tværs af værdikæden.

Det giver ikke mening kun at fokusere på, hvordan egen virksomhed kan reducere og forebygge madspild, da der således er en risiko for at madspildet blot 'skubbes' videre i værdikæden.

Få etableret nogle samarbejder og løsninger på tværs af værdikæden.

ONE THIRD
Think Tank on Prevention
of Food Loss and Food Waste

**DANMARK
MOD MADSPILD**



HUSK AT FØLG OG UNDERSØG GÆLDENDE LOVGIVNING

Kontakt evt. Fødevarestyrelsen, hvis der opstår tvivl om, hvorvidt et tiltag eller værktøj overholder reglerne for veterinær- og fødevarerområdet i Danmark.

www.foedevarestyrelsen.dk



ONE THIRD
Think Tank on Prevention
of Food Loss and Food Waste

**DANMARK
MOD MADSPILD**

ONE THIRD
Think Small and Think Green
of Food Loss and Food Waste

info@onethird.dk

*Tænk tank om Forebyggelse af
Madspild og Fødevareretab*



BDO

mao@bdo.dk / sar@bdo.dk

*Rådgiver i madspild og
forandringsledelse*