

FØDEVARETREND

MADSPILD

Perspektiv

TIDSSKRIFT OM SUKKER OG ERNÆRING NR. 1 APRIL 2010





Krisen har vendt op og ned på adfærd og tendenser

Den økonomiske krise har radikalt ændret forbruger-trends på fødevarerområdet. Spørgsmålet er, om fødevarerproducenterne er klar til at møde de nye udfordringer, når udviklingen vender?

Af Jakob Søndergaard, cand.merc., direktør, pej-gruppen, Herning.

4



"Affald" skal spises!

Op mod 1/3 af alt indkøbt mad i vores del af verden kasseres, men over halvdelen kunne faktisk have været brugt. Skal udviklingen vendes, kræver det holdningsændringer.

Af Andreas Emanuelsson, miljøkonsulent, SIK, afdelingen for miljø og bæredygtig produktionsudvikling, Göteborg.

8

Større bevidsthed om madspild

"Køb-og-smid-væk" - kulturen samt dårlig planlægning i familierne er med til at skabe et enormt madspild i de nordiske lande.

Af Anders Bendroth og Annie Paabøl, journalister, Mannov, Malmø og Århus.

12

■ Perspektiv, tidsskrift om sukker og ernæring, 23. årgang, nr. 1 april 2010. ■ ISSN: 0906-5253. Oplag: 11.000 i Danmark, 26.000 i Sverige.
 ■ **Udgives af:** Nordic Sugar A/S, Langebrogade 1, 1014 København K. ■ **Redaktion:** Marketing Manager Angela Everbäck (ansvh.), Scientific Adviser Ingrid Salomonsson, Product Specialist Kyllikki Kilpi, Nutrition Communication Manager Anne-Mette Nielsen, Nordic Sugar, Mannov. ■ **Grafisk produktion:** Katrine Boelsgaard ■ **Fotos:** Christina Bull
 ■ **Tryk:** Punkt & Pixel AB ■ Debatindlæg, artikler og kommentarer kan indsendes til Nordic Sugar. Redaktionen påtager sig dog ikke ansvaret for uopfordret indsendt materiale. Synspunkter fremført i Perspektiv er forfatterens og deles ikke nødvendigvis af udgiver og redaktion. Eftertryk og citater er tilladt med kildeangivelse. Uddrag fra artikler må dog kun anvendes og mangfoldiggøres med redaktionens godkendelse.

E-mail: nutrition.dk@nordicsugar.com. Besøg også vores hjemmeside: www.perspektiv.nu.



Mere ansvarlighed – en ny trend?

I dette nummer sætter Perspektiv fokus på et område, som for alvor er kommet i søgelyset i forbindelse med den økonomiske krise og klimadebatten: madspild. Det lyder umiddelbart ikke som et stort samfundsproblem, men ud over at der er dårlig økonomi og ressourceanvendelse i at smide mad ud, er det også et udtryk for uansvarlighed eller ligegyldighed. Netop i disse år er etik og ansvarlighed i fokus hos både virksomheder, det offentlige og mange forbrugere. Alle vil gerne være med til at begrænse madspildet – dog uden at gå på kompromis med fødevarerens sikkerhed. Mad skal stadig være sundhedsmæssigt forsvarligt at spise, derfor er vi nødsaget til at acceptere en del madspild, men det kan begrænses. Som det fremgår af artiklerne, er det først og fremmest de private husholdninger, der smider spiselig mad ud.

Det gælder ikke kun her i Norden, men også andre steder, hvor madspildet er blevet vurderet. Der er let at sige, at man kan minimere spild ved at købe ind oftere, og kun det man skal bruge. Men det matcher ikke den moderne livsstil og det tidspres, mange lever under. Og det matcher heller ikke butikkernes mængdebase-rede tilbud i det daglige. Et område, som dele af detailhandlen også er opmærksomme på.

Måske er nøgleordene bedre planlægning og en anden prispolitik.

De mange til dels modstridende trends på fødevarerområdet, som også omtales i dette nummer, kan være med til at øge madspildet. Trends som nemhed og convenience, prisfokus, sikkerhed og sundhed kan være med til at "opveje" ønsket om øget ansvar-

lighed i vores omgang med mad og ressourcer.

Det må i øvrigt konstateres, at der ikke tages højde for det madspild, der faktisk udgør en to cifret procentdel af de officielle forsyningsstatistikker, dvs. hvor meget mad der er tilgængeligt i samfundet, når man vurderer, hvor meget vi spiser. Dette til trods for, at det kan være med til at forklare den diskrepans, der oftest er mellem forsyningsstatistikker og kostundersøgelser baseret på kostregistreringer hos den enkelte.

Da sådanne statistikker i høj grad ligger til grund for sundhedsdebatten og regulerende initiativer, er det nok også værd at efterlyse mest mulig ansvarlighed med hensyn til brugen af sådanne tal – netop ved at tage højde for madspild.

God læselyst

Nordic Sugar A/S



Efter et par års stilstand og krisesnak i fødevarebranchen er det atter tid til at spotte efter fremtidige forbruger- og fødevaretrends. Krisen har imidlertid vendt op og ned på både forbrugeradfærden og trendmønstrene.

Smagsdrevne trends vil komme til at betyde mere og mere



Af Jakob Søndergaard, cand.merc.,
direktør i pej gruppen, Herning.

Krisen har vendt op og ned på trends

De sidste to-tre års krisesnak har sat sit præg på forbrugernes adfærd og præferencer. Forbrugerne har vendt meget af det nye ryggen og droppet de innovative produkter. Lige nu køber vi helst bare mere af det sikre, det kendte, det nemme og det billige. Krise og frygt for arbejdsløshed har resulteret i en ekstrem grad af tilbageholdenhed og prisfokus fra forbrugernes side, mens det ekstravagante, show-off og performance food er lagt på hylden.

Til gengæld bruger vi så pengene på hygge og iscenesættelse derhjemme fredag og lørdag aften med en god flaske rødvin, et par gode bøffer og lidt lækker chokolade, der for en stund kan få os til at glemme den virkelige virkeligheds fortrædeligheder. Det er ligefrem blevet til en trend, der internationalt hedder "staying in is the new going out".

Forbrugerne vagner op

Udviklingen har for en stund sat innovationskraften i fødevarerbranchen skakmat. Krise, usikkerhed og manglende konsensus gennem værdikæden fra råvareproducent til forbruger har bombet fødevarerbranchen udviklingsmæssigt tilbage. Men nu kan fødevarerbranchen godt begynde at vågne op igen. Forbrugerne er forsigtigt på vej ud af recessionsrespiratoren og i takt med, at krisen løjer af, vil forbrugerne også kræve nye bolle på suppen.

Perioden fra 2010-2012 kan overordnet betegnes som "en ny begyndelse". Forbrugerne vil atter begynde at se fremad og tænke på andet end recessionsdiæt, opsparring, pris, tryghed, sikkerhed og mere af det, de kender i forvejen. Forbrugerne vil derfor også gå på jagt efter nyheder, og vil i høj grad være styret af ønsket om forenkling, færre politiske budskaber, færre mærkningsordninger, mere gennemsigtighed, og fødevarer man kan stole på.

Erfaringen viser, at skal en ny, innovativ trend blomstre og nå forbrugerne, skal den være kommerciel og drevet af forbrugernes nysgerrighed og ikke af industriens egne interesser. Konsensus gennem systemet fra råvareleverandør over produktion til grossist og detailkæde videre til forbrugere, restaurationsmiljøer og livsstilsblade skal være intakt.

Nye trendmønstre

Under de seneste års lange højkonjunktur har det primært været de design- og modedrevne trends, der har styret innovationen og udviklingen i fødevarerbranchen. Krisen har imidlertid vendt op og ned på både forbrugeradfærden og trendmønstrene. En aktuel analyse af alle de trendvinkler, der traditionelt er key drivers for forbrug og innovation i fødevarerbranchen afspejler, at andre trendtyper tager over, og nye trendmønstre udvikler sig i takt med, at fokus på design og mode mindskes.

Analysen tager sit udspring i de seks trendvinkler, der normalt bidrager med indspil til udvikling:

1: Forbruger- og markedsdrevne trends

Generelt har krisen medført større fokus på og mere indflydelse fra de forbruger- og markedsdrevne trends.

Nemhed og convenience: Alt skal være nemt. Det hele må gerne ligge lige til både venstre- og højrebenet, og takeaway er ikke at foragte. Denne trend vil fortsætte de kommende år, uanset om konjunkturerne går op eller ned

Sikkerhed: Vi vil være sikre på, at vi ikke bliver syge af at spise. Snyder med datoer i supermarkeder har været med til at fokusere på sikkerheden. Sporbarhed er nu knap så vigtigt.

Pris: Jo billigere, jo bedre synes sloganet at være lige nu. Så længe det er sikkert og nemt.

Discountbutikkerne har kronede

dage, men midtermarkedet eller "værdi for pengene" ser ud til at blive fremtidens vindere. Det vil tage lang tid, inden forbrugerne for alvor ryster det voldsomme prisfokus af sig.

Sundhed: Grundlæggende har sundhedsfremmende fødevarer som frugt og grøntsager haft vækst gennem mange år. Samtidig bevæger vi os mindre og mindre, så der dør stadig flere af livsstilssygdomme. De sunde bliver sundere og vil også i de kommende år have stor fokus på sundhed, mens de, der i virkeligheden burde ændre deres livsstil, synes at være uden for pædagogisk rækkevidde. Denne polarisering vil fortsætte.

Nydelse: Det skal anrettes pænt og hyggeligt og gerne derhjemme sam-

Vi spiser mere og mere frugt og grønt, men stadig dør flere af livsstilssygdomme

men med den billige papvin. Situationen handler om nydelse og hygge. Staying in is the new going out.

2: Design- og modedrevne trends

Krisen har betydet, at de design- og modedrevne trends for øjeblikket kun har en lille indflydelse på udviklingen.

Performance Food: Show-off, oplevelsesmad og forstilling er umoderne.

Essential Cooking: Forenklet mad og "back to basics" er moderne. Det ydmyge og enkle med lidt farmer-/workerpræg er hot.

World Cooking: Den eksotiske mad er på standby. Intet nyt under solen siden sushien.

Local Kitchen: Madspecialiteter er ok, men opleves af de fleste forbrugere som for dyrt.

Food Fix: Mad som selvforsyning



Jo billigere, jo bedre synes sloganet at være lige nu. Så længe det er sikker og nemt

vokser stadig. McDonalds har fremgang midt i krisen. Vi søger trøst i maden, den lille forkælelse og den hurtige tilfredsstillelse.

The Food Doctor: Helbredende og forbyggende mad og sundhed snakkes der en del om, men der sker ikke så meget i praksis.

Medicinalbranchen er dog trukket i førertrøjen.

Modern Traditions: Gammeldags mad på en ny måde har atter fået en revival. Bare det ikke bliver for dyrt.

Gourmet Express: Det virker som om, al nytænkning af convenience er sat på standby.

3: Smagsdrevne trends

De smagsdrevne trends er på vej til at vinde større indflydelse. Gennem de sidste 30 år er smagen blevet rodet. Alt er blevet afprøvet, blandet og krydset. Smagsforvirringen er derfor stor, og reaktionen tydelig: Nu efterspørger vi igen, at smagen skal være mere ren.

Det sure: Er næsten væk i vores moderne mad, men står over for en revival.

Det søde: Fylder overalt i næsten al mad lige nu, men vil fremover skulle afbalanceres mere i forhold til de øvrige smagsretninger.

Det salte: Vokser voldsomt og fylder mere og mere i maden, men også her er der behov for en større balance med de øvrige smagsretninger.

Det bitre: Er på mange måder tæt på at være udfaset, men står over for en revival.

Umami: Den nye femte smag ser ud til at vokse. Umami øger madens smagsfylde og gør smagen rundere, længere, bredere og mere intens. Derfor kan umami også være vejen til en fornyet balance mellem surt, sødt, salt og bittert i vores mad.

4: Industridrevne trends

De industridrevne trends fylder meget i trendbilledet for øjeblikket, fordi der er så stor fokus på økonomi.

Branding: Vi skal være nummer et eller to i vores kategori, ellers er vi ikke at finde på supermarkedernes hylder. Denne trend vil vokse i de kommende år.

Packaging/design: Ingen sjove, anderledes design lige nu. Det sikre, billige og logistisk nemme er i centrum.

Forenkling: Antallet af farver, smag og varianter skæres ned i producentvirksomhederne som et naturligt element i "efterkrise-tilpasningen".

Masseproduktion: Jo mere og billigere, jo bedre, for ingen forbrugere er længere klar til at betale for det meget specielle. Øl- og mælke-revolutionen i form af minibryggerier og -mejerier var et skridt på vejen, men revolutionen synger sin svanesang i 2010.

Outsourcing: Den billigste produktion jages. Ikke smag, design og nye ideer. Slagterierne er et godt eksempel på, at der i industrien er et voldsomt fokus på denne trend.

Distribution: Nemt og billigt er kodeordet.

Science/teknik: Der er lidt tilbage, men de tunge R&D-projekter er stærkt nedskåret lige nu og vil være noget af det, der kommer sidst ud af krisen.

5: Etisk drevne trends

Etik og lavkonjunktur har det svært sammen. At solidaritet og fællesskab er kommet på mode trækker dog lidt i den anden retning.

Miljø: Generelt er det stadig et vigtigt emne, men der tales mere, end der handles.

Dyrevelfærd: Er trådt lidt i baggrunden, mens andre emner har overtaget førertrøjen.

Sikkerhed/sporbarhed: Er ligeledes nedtonet. Den helt store storytelling bed ikke på forbrugerne, og nu er det måske for sent. End ikke debatten om "kødklister" kan for alvor vende denne udvikling.

Økologi: Er sat på standby. Væksten er stoppet, og nogle mener, det faktisk er lidt på retur lige nu. Det er i hvert fald svært at finde argumentet for, at økologi er noget, vi skal betale ekstra for.

Fairtrade: Er stadig nichepræget, og debatten om, hvorvidt det virkelig nytter, er lige så stor som selve emnet.

Klima: Tog alle overskrifterne i 2009. Klimakogebøger og klimamad har været emner på dagsordenen. Men efter COP 15 er der faldet ro på igen, og fokus på klimaet er på retur.

6: Politisk drevne trends

Den politiske indflydelse og regulering på fødevareområdet vokser støt år for år. Staten promoter og støtter gerne sager af fødevaremæssig karakter.

Folkesundheden: Er et godt eksempel. Alle politikere taler om den, men det store skifte i danskernes livsstil har vi stadig til gode at se. Fremover bliver det nok et valg mellem pisk eller gulerod, for regulering synes at være den eneste måde, hvorpå forbrugernes adfærd kan ændres.

Skolemad/børnemad: Er også et politisk emne, der deler vandene, og det bliver det sikkert ved med en rum tid endnu.

Det nordiske køkken: Var det hotte i 2007 – på toppen af højkonjunkturen. Alle så her en trendramme, som kunne promotes over hele verden.

Men temaet er faldet sammen oven på krisen i restaurationsverdenen og får svært ved at komme igen som noget nyt, når konjunkturerne vender.

Etik/moral/miljø/klima: Er stadig vigtige politiske issues, men lidt i flæng, for der kan ikke opnås politisk enighed om mængder, vægt, prioritering, mærkning eller tilskudsstørelser.

Konklusionen er, at her og nu – primo 2010 – skydes der med spredehagl i spareudgaven i hele fødevarebranchen. Fødevareverdenen er fyldt med modsætninger. Salget af spiritus og tobak falder, men folkesundheden bliver ringere. Salget af frugt og grønt stiger, men flere bliver syge af fedme. De sunde ser ud til at blive sundere, og de usunde forbliver usunde trods store kampagner og drømme om det modsatte. Der er vendt op og ned på både forbrugeradfærden og trendmønstrene i fødevarebranchen, så for fødevareindustrien gælder det om at have de rigtige redskaber i værktøjskassen og bruge dem rigtigt. Ellers risikerer man bare at blive hægtet af udviklingen, når forbrugerne atter vågner op.

De sunde bliver sundere – der vil ske en øget polarisering på sundhedsområdet





I den vestlige verden smides meget mad ud, men det var først, da rapporten om madspild fra det engelske Waste & Resource Action Programme blev offentliggjort i 2008', at levnedsmiddelforskere fik konkrete tal at henvise til: husholdningerne i Storbritannien smider 1/3 af alt indkøbt mad ud! Heraf var 61 % mad, som kunne have været spist, hvis det havde været behandlet anderledes.

For hver 1.000 kr. vi køber mad for, smider vi ud for 200 kr.



Af Andreas Emanuelsson, miljøkonsulent, SIK, afdelingen for miljø og bæredygtig produktionsudvikling, Göteborg.

”Affald” skal spises!

Ifølge en nyligt publiceret svensk undersøgelse² kunne 57 % af de fødevarer, der smides ud i Sverige, have været spist. I en norsk undersøgelse ligger det tilsvarende tal på 54 %³.

Trods disse høje tal svarer de fleste af os i undersøgelser, at vi ikke selv oplever, at vi smider mad ud. Det står i stærk kontrast til de undersøgelser, hvor man har gennemgået og analyseret indholdet af vores affald. Ud af et indkøb for 1.000 kr. ryger der for næsten 200 kr. direkte i skraldespanden – samtidig med at klimapåvirkningen, overgødskningen og kemikaliespredningen stiger på grund af den overflødige produktion.

På Institutet för Livsmedel och Bioteknik (SIK) i Göteborg udfører vi såkaldte livscyklusanalyser af fødevarer, som blandt andet omfatter en opsummering af forskellige miljøpåvirkningskategorier fra jord til bord. Alle udslip fra råvareproduktion, transport, bearbejdning, lagring, køling og energiudvinding kortlægges og normeres til en funktionel enhed, for eksempel drivhusgasudslip pr. kilogram produkt. Spildet hos slutforbrugeren bliver da ofte isoleret set den største post på listen over forskellige udslip næsteften selve råvareproduktionen. I ekstremtilfældet salat er der definitivt det største spild. Den engelske undersøgelse viste, at 45 % af al indkøbt salat kasseres! (se figur 1).

Næsten halvdelen af al unødigt affald var ferske produkter, godt en fjerdedel var tilberedt i hjemmet, og ca. en femtedel var færdiglavet mad inklusive ”takeaway, og knap en tiendedel fordelte sig på konserver, charcuterivarer og halvfabrikata. Ser man på den samlede mængde, smides der dog flest kartofler ud. Det er også værd at bemærke, at en fjerdedel af al kasseret mad stadig var i emballagen åbnet eller uåbnet. Kategorien af frugt og grønt var klart dominerende

af den totale mængde husholdnings-spild (ikke bare den procentuelle del). Brødprodukter kom på andenpladsen.

Samme studie indeholdt også en større spørgeskemaundersøgelse, som gennemgik årsagerne til, at maden blev smidt ud: 30 % kom fra rester på tallerkenen, 20 % blev smidt ud, fordi holdbarhedsdatoen var overskredet, og 18 % fordi dets udseende, lugt eller smag var dårlig (se figur 2).

Endvidere, stik imod den almene opfattelse, smider ældre personer i undersøgelsen lige så meget mad ud som de øvrige. Det skyldes måske, at de sparsommelige generationer aftager, og at den mere velbeslæede generation fra 40’erne nu begynder at tilhøre gruppen ”ældre”.

Madspild påvirker klimaet negativt

Maden påvirker vores klima. Godt en fjerdedel af alt udslip af drivhusgasser kan henføres til fødevarerproduktion (lavt sat, blandt andet er afskovning og den dermed forbundne transport ikke medregnet), som altså er en sværvægt sammen med transport og bolig. Konsekvenserne af disse udslip begynder at blive stadig mere tydelige.

I 2008 sammenlignede vi det svenske fødevarerforbrug med de forskellige spildkategorier fra Storbritannien og vores klimadatabase for Fødevarer. Fødevarerforbruget ligger ifølge den svenske fødevarerstyrelse, Livsmedelsverket, på ca. 700 kg. pr. person om året (ekskl. læskedrikke, konfektur, øl og spiritus). Kategorien ”mælk, tykmælk og yoghurt” er den største post – 1,2 millioner tons konsumeres (indkøbes) i Sverige hvert år med 3,4 % spild. Til sammenligning var kartofler den næststørste post med 0,4 millioner tons indkøbt og et spild på 19,1 %. Vi anvendte altså hele livscyklens klimapåvirkning fra jord til bord for

eksempel mælk, tykmælk, kartofler, osv. Resultatet viste det enorme tal 900.000 tons udsmidt mad om året (ca. 100 kg pr. person)⁴, hvilket skaber et kuldioxidudslip på 1.860.000 tons. Det er et betydeligt bidrag, som til og med er større end det reviderede nationale bidrag fra jordbrug (vi importerer en hel del mad, og nationalregnskabet omfatter kun svensk produktion med visse begrænsninger i beregningerne).

Spildet i hjemmet kan også sammenlignes med fødevarerbutikkernes anslåede spild på ca. 100.000 tons. Alene det er et svimlende tal, som har dannet grobund for den nye folkebevægelse friganere eller skraldere (på engelsk ”dumpster divers”), som lever helt eller delvist af spiseligt affald fra containere uden for fødevarerbutikkerne. I et eksamensarbejde på SIK

Ferske produkter udgør ca. halvdelen af, hvad der smides ud

blev dette butiksspild i kategorien grøntsager for nylig undersøgt, hvor det blandt andet blev fastslået, at mindre butikker har et højere spild, og at emballagen har mindre betydning. Det samlede spild lå på 0,5-6 % i forhold til den indkøbte mængde med stor variation fra produkt til produkt⁵, og i en større amerikansk undersøgelse udgjorde spildet fra grøntsager 2 %⁶, men dette spild er forsat ”peanuts” i forhold til det, vi smider ud i hjemmet.

Vi har råd til at smide ud!

Hvorfor smider vi så meget mad ud, og hvad kan vi gøre ved det? En forklaring kan være, at vi ganske enkelt har råd til det. De produktgrupper,



**Med omtanke kan
man let mindske
madspildet**

som er dyrere, for eksempel kød, har også en mindre tendens til at blive smidt ud. Discount-kulturen gør måske også, at vi hellere handler stort ind og udnytter tilbud om flere styk til samme pris, som det så ikke altid lykkes os at få brugt i tide.

Ifølge den engelske undersøgelse kommer det største spild fra rester på tallerkenen. Det er måske et fænomen som tiltager i forbindelse med øget overvægt og sundhedstrend – det vil sige, at vi ikke vil spise op. Uanset hvad, så kan det påvirkes ved at servere mindre portioner. Det, som er tilbage i gryden, er lettere at anvende som frokost på arbejdet, servere som "side-dish" en anden dag eller spise næste dag som hurtigt mad piftet op

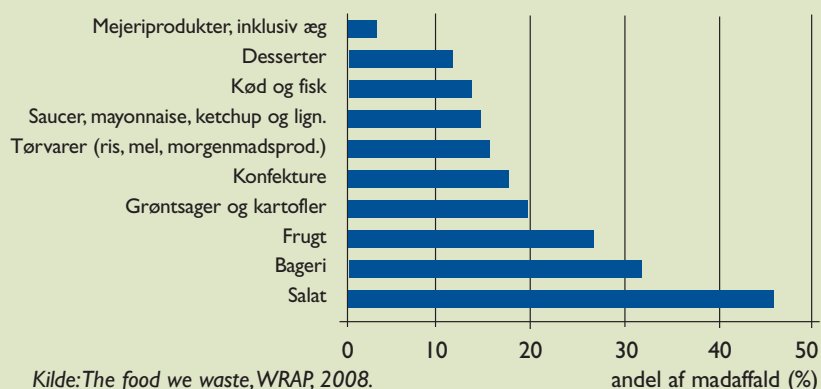
med salat og brød. Vi kan også lære os ordet "rest-opskrift", som for eksempel tærter med gårsdagens rester osv.

Datomærkning skaber forvirring

Næst vigtigste årsag til spildet er pga. "mindst holdbar til"-mærkning. En del af det skyldes vores egen logistik af indkøb og forbrug, som gør, at produkter bliver for gamle.

Forklaringen er ikke alene overdrevne storindkøb, men også at der er flere små husholdninger og en større tendens til færdigretter. Mindre frekvent madlavning giver sandsynligvis større spild eller forhindrer brug af madrester. Når der er stordriftsfordele i et storkøkken, så er der omvendt tilsvarende ulemper i en ungkarlehybel.

Figur 1 Andel af unødigt madaffald fra forskellige produktkategorier



Det skyldes måske også, at vi konsekvent smider produkter ud, som har passeret den magiske "mindst holdbar til"-mærkning, men datoerne er ikke sat som sidste dag, efter denne bliver man syg, selvom man let kan tro det. I Sverige defineres det af Livsmedelsverket (den svenske fødevarerstyrelsen) som "den dag frem til hvilken et levnedsmiddel, som opbevares rigtigt, fortsat har de egenskaber, som man normalt forbinder med levnedsmidlet"⁷ – dette kan være form eller farve, som producenten synes er vigtigt for produktet, og altså forskelligt fra mærkningen "sidste anvendelsesdato" – som i dag kun kræves på mikrobiologisk letfordærlige produkter for eksempel fersk rå kylling. Det vil sige, hvis man mærker, lugter og smager på et produkt, som har passeret "mindst holdbar til" – mærkningen, og synes, at det er godt – så er det faktisk godt. Som en diætist fra Livsmedelsverket sagde i et interview⁸: det gælder om at turde være sanselig⁹.

Den tredje mest almindelige grund til at smide mad ud ifølge den engelske undersøgelse var dog, at fødevaren var blevet mærkbart dårligere på en eller anden måde. Nye emballager, som undgår spild af selve indholdet (især efter at det er blevet åbnet en gang) burde teoretisk kunne spare miljøomkostninger flere gange, fordi

selve fødevaren oftest er mere omkostningsfuldt for miljøet end den beskyttende plast. Men selv fødevarer med eller uden forlænget holdbarhed kan blive dårlige til sidst, og så gælder det med den sparsommelige generations sunde fornuft at afgøre, hvilken egenskab i produktet der er gået tabt. For mad, som er blevet misfarvet eller slattent, kan tilberedes og reddes. En kedelig banan, som man tøvde med at komme på müeslien, kan udmærket bruges i en indisk ret, og en stødt tomat kan faktisk give en mere smagsfuld salsa.

Kompostering er ikke sagen

Fødevarer med synligt mug kan man dog ikke tilberede (mycotoxin kan give dårlig mave også efter opvarmning), og mycelier kan have spredt sig til andre dele af fødevaren. Det gør dog ikke noget i komposten. Så kan vi ikke bare kompostere vores husholdningsspild væk? Nej, for desværre er miljøomkostningerne til produktion stadig meget dyrere end miljøgevinsten, hvis man genbruger noget, som kunne spises.

Produktion af blomsterjord eller biogas af spiseligt mad er lidt ligesom at fyre med dyre håndlavede importerede træfigurer. Det varmer ganske vist, men almindelige brændeknuder havde været billigere. Derfor bør kompost eller biogasudvinding aldrig

retfærdiggøre for eksempel husholdningsspild, men når det er sagt, så er det naturligvis den bedste løsning for genbrug af madspild og de uundgåelige biologiske rester som for eksempel kartoffelskraller.

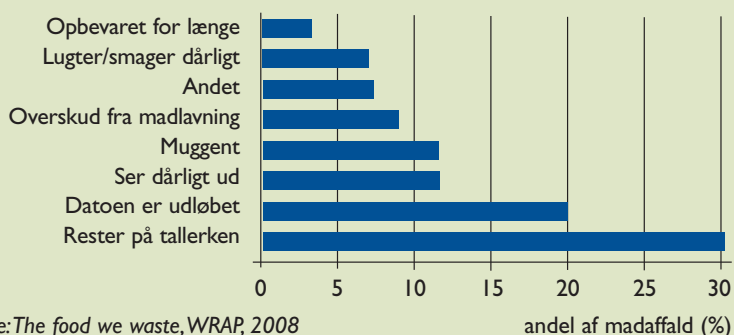
Nye indkøbsrutiner opkrævet

Så vigtigst af alt er at ændre sine egne indkøbsvaner og madlavning – undgå spildet allerede i første led. Lave små indkøb i lokalbutikker lidt oftere (ikke med bil) og planlæg madlavningen. Hvis man ikke tror, at man har et ligeså stort madspild som resten af den vestlige verden, kan man skrive en "spilddagbog" og undersøge det hele lidt nærmere for at indkredse sine største uvaner.

For hvilken rolle spiller det, at bonnen, transportøren, fødevarerindustrien og butikkerne anstrenger sig for at optimere fødevarerekæden i alle led, noget som måske i sidste ende kun resulterer i en besparelse på få procent i miljøpåvirkning – hvis jeg som forbruger smider en tredjedel af maden i skraldespanden og øger miljøpåvirkningen med 50 %!

Det er på tide, at vi begynder at spise "affald", for miljøet og vores børns skyld, ja også for vores egen skyld – men det er faktisk ikke så farligt, bare det ikke har været nede i skraldespanden.

Figur 2 Årsager til at mad smides ud
- vægtfordeling af spiseligt madaffald (61 %)



REFERENCER

- ¹ Ventour, L., 2008, "The food we waste", WRAP, Banbury UK, (www.wrap.org.uk)
- ² Konsumentföreningen Sthlm, 2008, "Rapport från en slaskhink"
- ³ Mpex, 2010, "Emballasjeoptimering og forebyggelse af matavfall - Hvordan kan emballaseløsninger bidrage til at det opstår mindre matavfall i husholdningene?"

Artiklen findes med fuld referenceliste på www.perspektiv.nu



Både i Danmark og Sverige smides tonsvis af mad ud hvert år. Nu er der sat fokus på madspildet, som skal begrænses ved hjælp af bl.a. nye holdninger, øget viden og bedre planlægning.

Ikke kun i hjemmene, men også i kantiner, restauranter mm. kasseres meget mad – ikke mindst pga. fødevarerikkerheden

Af Anders Bendroth og Annie Paabøl,
journalister, Mannov, Malmø og Århus.

Større bevidsthed om madspild

Tilbage på tallerknerne ligger det, børnene ikke kunne lide. Der er kold spaghetti tilbage i gryden, og i køleskabet dukker en rest cremefraiche op, der er sur på mere end den gode måde.

Masser af mad ryger i vores skraldespande, faktisk forsvinder hele 15 procent af vores mad den vej ud. Det viser undersøgelser fra Landbrug & Fødevarer i Danmark, som har sat fokus på problematikken i de seneste år.

– Vi valgte for tre år siden at sætte fokus på madspild, fordi vores medlemmer føler et ansvar for deres produkter. De ser et stort problem i, at de i høj grad producerer til skraldespandene, forklarer chefkonsulent Klaus Jørgensen om baggrunden for undersøgelserne i Landbrug & Fødevarer.

Økonomisk presset

Det er ikke kun i Danmark, maden ofte ryger ud. Tilsvarende undersøgelser i lande som Sverige og England viser, at der her smides stort set det samme antal kilo mad i skraldespanden hvert år. Og det er især de yngre generationer, der forviser fødevarerne til skraldespandene.

– Generelt mener alle, at de spiser stort set alt det mad, de køber. Sådan er det bare ikke. Men der er forskel på, hvor meget vi hver især smider ud, og her viser det sig, at de ældre kasserer mindst. De er simpelthen bedre til at udnytte resterne, fortæller Klaus Jørgensen.

Ifølge ham er netop det med til at illustrere, at holdningen til mad spiller en stor rolle for, hvor meget vi skrotter. De ældre er nemlig opvokset i en tid, hvor man ressourcemæssigt var tvunget til at udnytte al maden, mens de unge aldrig har oplevet det økonomiske pres.

– Selvom finanskrisen får os til at købe lidt mindre mad, har de unge en anden tilgang til det at lave mad, end

de ældre har. For eksempel udnytter de i langt ringere grad rester. De kasserer dem, siger Klaus Jørgensen.

Manglende planlægning

Det er dog nok ikke kun ”køb og smid væk-kulturen”, der får danskerne til at sende maden direkte i skraldespanden. Dårlig planlægning er et andet problem hos mange familier.

– Skal vi reducere madspildet, skal vi blive meget bedre til at planlægge. Vi skal finde ud af, hvor mange vi er til spisning, hvilke varer vi allerede har, og hvilke varer vi skal købe. Og så skal vi holde os til indkøbssedlen, købe rigtigt ind og tilberede den rigtige portion. Vi ved jo egentlig godt, hvor meget pasta familien spiser, så der er ingen grund til aften efter aften at koge for meget, forklarer chefkonsulenten.

En stor del af vores fødevarer ryger direkte fra køleskabet og i skraldespanden. De runder aldrig en tallerken. Især varer med kort holdbarhed – mejerivarer, frisk frugt og grønt, brød og kornprodukter – kasseres. Derfor er indkøbssituationen vigtig, og detailhandlen kan aktivt medvirke til, at madspildet sænkes.

Detailhandlens medansvar

I England arbejder den store supermarkedskæde Tesco bevidst mod madspild, ikke mindst på grund af den klimaproblematik, der knytter sig til fænomenet. Her kører man kampagnen ”Buy One Get One Free – Later”. På den måde går de mod det sædvanlige tilbud, hvor man får to for ens pris – her og nu. Klaus Jørgensen er begejstret for konceptet.

– Det er genialt, fordi folk på den måde kan vente med at få vare nummer to, til de reelt har behov for den. Det betyder, at kunderne ikke får flere varer med hjem, end de kan nå at udnytte, og dermed hjælper Tesco til

at reducere madspildet.

I Danmark er det lavpriskæden Rema 1000, der er gået forrest i kampen for at nedsætte det store spild af mad. Derfor stoppede de i oktober 2008 alle former for flerstykkspriser i kæden, og indkøbs- og marketingdirektøren for Rema 1000, Anders R. Jensen, sagde dengang om tiltaget: – Som en af landets store dagligvarekæder kan vi ganske enkelt ikke tillade os at se gennem fingre med den stigende mængde madspild fra danske husstande.

Det ansvar holder kæden fast i, og derfor fortsættes etstykspolitikken også i 2010.

– Det er overordentligt positivt, når detailhandlen viser et medansvar. Og skal vi reducere madspildet, skal vi se mere af den slags, mener Klaus Jørgensen.

”Omkring en tredjedel af al verdens mad bliver produceret direkte til skraldespanden.”

Kilde: WRAP

Halvering af madspild

I Landbrug & Fødevarer har Klaus Jørgensen arbejdet med madspild de seneste to-tre år. Og i den periode har han bemærket, at bevidstheden om spildet er vokset hos forbrugerne. Flere medier har sat fokus på problemet, og foreningen Stop Spild Af Mad har nu 3.800 medlemmer. Alligevel vil der gå mange år, førend madspildet er mindsket væsentligt.

– Jeg tror, at spildet kan halveres, men det vil tage 10-15 år. Det kræver en helt anden bevidstgørelse hos forbrugerne at få dem til at smide færre kilo ud, og skal vi endnu længere ned, vil det kræve markante ændringer, siger



Madspild i Danmark:

- Madaffald pr. person i private hjem inklusiv skrald, skaller, ben osv. – 125 kg/person
- Madaffald pr. person i private hjem – kun spiselig mad – 63 kg/person
- Madaffald pr. person fra service-sektoren og fødevarerindustrien – 26 kg/person

Kilde: Landbrug og Fødevarer

Klaus Jørgensen, der mener, at øget viden til forbrugerne er en nødvendighed.

– Forbrugerne skal vide mere om problemet, før de gør noget ved det. Der skal en holdningsændring til – både hos forbrugerne og hos detailhandlen, hvis tallet skal ned.

Svensk modstand mod madspild

Også i de svenske storkøkkener er madspildet et stort problem – til skade for både økonomi og klima. Men nu bekæmper en "modstandsbevægelse" med held madspildet. I Degerfors og Karlskoga kommuner har chefen i folkesundhedsforvaltningen, Ulrika Lundgren, taget fat på problemet.

– Gennem en ihærdig og systematisk indsats gennem flere år er det lykkedes os at mindske det gennemsnitlige madspild på skolerne fra cirka 20 gram til 2-3 gram pr. portion ved den seneste måling, siger hun og konsta-

terer, at man formentlig ikke kan komme meget længere ned.

Det at synliggøre og anerkende madspildet i tal er en grundlæggende fremgangsmåde, som inspirerer både de spisende og personalet til at fortsætte indsatsen. Men det kræver, mener man i Degerfors og Karlskoga, at man både tæller antallet af spisende gæster og vejer spildet. Det giver grundlag for mere præcise indkøb af mad, og dermed mindskes spildet.

Som en parallel til Degerfors-Karlskoga kan nævnes skolerne i Tyresö Kommune, hvor man ved en måling i foråret 2008 konstaterede et gennemsnitligt spild på 30 gram per portion. Afskrab fra tallerknerne udgjorde 10 procent af den opøste portion og betød en unødigt udgift på 77 øre per elev om dagen.

Der findes i dag ingen svensk, landsdækkende statistik over madspildet i de svenske levnedsmidlers forskellige faser, men overfører man Tyresö-

målingen til hele landet, koster de svenske skoleelevers tallerkenrester 1,1 million svenske kroner – om dagen.

Madspildet påvirker klimaet negativt

Set i et samlet svensk perspektiv er det let at indse, hvor vigtigt hvert sparet gram mad er. Statliga Naturvårdsverkets skøn over spildets omfang viser, at der kasseres mellem 10.000 og 30.000 tons skolemad i Sverige hvert år, når næsten halvanden million elever i før-, grund- og gymnasieskolerne skraber resterne af deres tallerkner. Det betyder en helt unødigt omkostning for kommunerne på mellem 200 og 600 millioner svenske kroner.

Men spildet koster ikke bare en masse penge, det indebærer også et øget udslip af CO₂.

Naturvårdsverkets medarbejdere mener, at et holistisk syn på skolemaden vil bidrage til at reducere spildet og mindske miljøpåvirkningen, men det vil også betyde en bedre økonomi og en bedre sundhed og præstation hos landets skoleelever. Man antager, at madspildet på mange skoler vil kunne halveres. Men vejen dertil er ikke helt let.

– Alt for ofte savnes der en professionel ledelse, som kan køre projekter, der mindsker madspildet. Og konsekvensen af det er indlysende – spild af penge og miljø, siger Ulrika Lundgren.

Husholdningerne smider 900.000 tons ud

Heller ikke i Sverige er madspildet forbeholdt storkøkkener. Også de private husholdninger smider meget af den indkøbte mad ud. Louise Ungerth er chef for Konsument & Miljö ved Forbrugerforeningen Stockholm, og hun angiver i et groft

skøn den totale mængde madaffald fra de svenske husholdninger til at være på 900.000 tons om året. Tallet dækker unødigt udsmidt mad – det vil sige mad, som kunne være blevet brugt til mad, hvis det var blevet spist i tide. Bananskræller, kødben og lignende er fraregnet.

– Madspildet er måske det mest udfordrende og spændende spørgsmål, vi arbejder med, siger Louise Ungerth og peger på det faktum, at problemet omfatter alt fra miljø, klima, økonomi og global fødevareforsyning til etiske spørgsmål og forbrugeradfærd.

En stikprøve, som Forbrugerforeningen Stockholm har gennemført i 72 svenske husholdninger, peger på, at hele 57 procent af den mad, vi smider ud, kunne have været anvendt. Louise Ungerth har sit bud på, hvorfor vi gør, som vi gør – og hvad der skal gøres ved det: – Overfloden af mad betyder, at vi ikke har respekt for maden. Bliver maden i køleskabet for gammel, kan vi altid købe noget nyt. Vores undersøgelser viser, at holdningen til mad afhænger af, hvor gamle vi er.

Den yngre generation vælger at smide mad ud, hvis datoen er overskredet. Den ældre generation lugter til og smager på det og bedømmer selv maden. Og som i Danmark har den ældre generation også bedre kendskab til, hvordan man eksempelvis anvender madrester.

– Vi har behov for øget kendskab til datomærkningens faktiske betydning, madopbevaring, planlægning, fødevareproduktion og lignende. Men for



at få en forandring har vi også behov for at øge forståelsen for, at det er et stort problem, der handler om miljøet og vores globale fødevareforsyning. Louise Ungerth vil have den svenske regering til at vedtage en målsætning om, at madspildet skal mindskes med 20 procent i hele fødevarekæden.

– Først derefter begynder alle aktører at samarbejde. Det skal dog samtidig siges, at der sker en masse på området lige nu. Det er godt og absolut nødvendigt.

”En gennemsnitsfamilie smider det, der svarer til cirka 7.000 kroner om året i skraldespanden på grund af madspild.”

Landbrug & Fødevarer

Nordic Sugar A/S
Langebrogade 1
Postboks 2100
1014 København K

Returneres ved vedvarende adresseændring

Forventninger om mæthed afgør portionsstørrelsen

I en undersøgelse refereret i Obesity nr. 10, 2009, skulle 28 normalvægtige studerende ved frokosttid fortælle om deres syn på portionsstørrelsen af 17 forskellige madretter. Retter med større energitæthed blev ofte valgt i større portioner – ikke fordi de blev vurderet til at være mere velsmagende, men fordi de blev opfattet som værende mindre mættende.

Beslutningen om portionsstørrelse træffes ofte, inden måltidet påbegyndes.

Kilde:

Jeffrey M. Brunstrom, Peter J. Rogers:
How Many Calories Are on Our Plate?
Expected Fullness, Not Liking,
Determines Meal-size Selection.
Obesity 2009;10:1884–1890.

Deltag i debatten på nyt debatforum

Nordic Sugars debatforum på internettet er nu i gang, og de første indlæg kan ses på www.perspektiv.nu. Debatforummet er lanceret både i Danmark og Sverige med en uafhængig moderator i hvert land.

Alle fagpersoner med interesse for sundhed og ernæring opfordres til at deltage i debatten – eller blot følge med i den ved at gå ind på det gratis forum.

Børns præference for sødt hænger sammen med vækst

Ny forskning fra Monell Center i Philadelphia, USA, viser, at børns forhøjede præference for sødt har en biologisk forklaring, og at den hænger sammen med børns hurtige vækst.

Forbindelsen mellem præferencen for sød smag og vækst virker sandsynlig, eftersom den hurtige vækst hos børn indebærer et øget energibehov. Børn er "programmerede" til at kunne lide sødt, da det opfyl-

der et biologisk behov for at søge energikilder, siger Danielle Reed, der er forsker ved Monell Center. Præferencen for sødt mindskes da også, når barnets vækst aftager og langsomt ophører.

Kilde: S. E. Coldwell, T. K. Oswald, Danielle R. Reed: A marker of growth differs between adolescents with high vs. low sugar preference. *Physiol Behav* 2009;96:574–80.

Store variationer i sukkerindtag

Mens voksne danskere i gennemsnit får 9 % af deres daglige energiindtag fra tilsat sukker, er gennemsnittet for børn (4–17 år) godt 12 %, viser den nyeste officielle kostundersøgelse, Danskernes Kostvaner 2003–08, fra DTU Fødevareinstituttet. Det gennemsnitlige indtag i gram pr. dag er ca. 64 gram for børn mellem 10–17 år, de officielle anbefalinger er på 45–55 gram. Der er store variationer i sukkerindtaget, idet de 10 %, der indtager mest, får 108 gram pr. dag, mens de 10 %, der indtager mindst, får 23 gram pr. dag. Variationen i sukkerindtaget gælder også for børn under 10 år.

Undersøgelsen viser i øvrigt, at danskernes indtag af frugt og grønt er steget de senere år, og også indtaget af fisk er steget. Til gengæld er der en svag tendens til stigende fedtindhold i kosten, der nu ligger på 35 energiprocent hos voksne danskere.

Danskernes indtag af vitaminer og mineraler er generelt tilfredsstillende. Det gælder især for vitaminerne A, riboflavin, niacin og B12 samt mineralerne calcium, fosfor og jod.

Derimod er D-vitaminindholdet generelt for lavt, og det samme er indholdet af jern for mange kvinder i den fødedygtige alder. Undersøgelsen kan downloades på www.food.dtu.dk