



Kunderne i Rema 1000 kan fremover finde mindre poser brød, som bliver produceret i samarbejde med Schulstad for at undgå madspild.

## Rema 1000 kaster »single-brødpose« ind i kampen mod madspild

### FORBRUG

Af Signe Ferslev Pedersen

**MADSPILD:** Coop vil gøre danskerne sunde, Lidl bygger bæredygtige butikker, og Rema 1000 vil i fødevarerbranchens bølge af politisk korrekte tiltag forsøge at bekæmpe madspild.

I 2008 afskaffede den norskejede dagligvarekæde mængderabatter, og nu har Rema 1000 i samarbejde med brødproducenten Schulstad gjort pakkerne på brød mindre.

De mindre brødpakker til samme kilopris vil ifølge indkøbsdirektør i Rema 1000, Anders Jensen, ramme både omsætningen og indtjeningen på kort sigt, men på den lange bane forventer Anders Jensen, at tiltaget vil tjene sig ind.

»Vi kommer til at mærke det på omsætningen. Omvendt har vi gennem tiden fået flere kunder og fået en høj kundetilfredshed, og noget af det, kunderne er glade for, er, at de ikke behøver købe store mængder,« siger Anders Jensen.

Indkøbsdirektøren forventer, at omsætningen på brød umiddelbart kommer til at falde med cirka 8 procent, mens indtjeningen vil falde cirka 10 procent. Da Rema 1000 afskaffede mængderabat kunne det særligt mærkes i kampagner, hvor omkostningen i nogle tilfælde faldt med 20 procent.

Men nedgang i omsætningen opvejes af tilfredse kunder.

»Vi kan se, at forbruger-

ne generelt er glade for, at de ikke er tvunget til at købe mere end nødvendigt,« siger Anders Jensen og tilføjer, at den demografiske udvikling med flere singler i befolkningen har stor betydning for den stigende efterspørgsel på mindre pakker.

De nye mindre brødpakker er udviklet i samarbejde med Schulstad, som har investeret i nyt produktions set-up for at kunne levere de nye mindre poser til Rema 1000.

Tal fra Miljøstyrelsens affaldsanalyser viser, at brød og kager med datomærkning tegner sig for 11 procent af det samlede madspild, forbrugeren har derhjemme.

I alt smider danskerne 29.000 tons brød ud om året ud af et samlet madspild i de danske husholdninger på 260.000 tons. Dermed ligger brød tredjeøverst i feltet af madvarer, som oftest ender som spild af mad.

Ifølge FN går omkring 1,3 millioner tons mad til spilde hvert år på verdensplan. Det er cirka en tredjedel af alt det mad, der produceres i verden.

I marts kunne Rema 1000 fejre en rekordomsætning på over 10 milliarder kroner, da kæden kom med regnskab for 2014. Med en vækst på 9,5 procent hed topplinen 10,4 milliarder kroner, hvilket var 900 millioner kroner bedre end året før.

Driftsresultatet for de 260 danske Rema 1000-butikker endte på 269 millioner kroner, hvilket er en forbedring på 19 millioner kroner i forhold til 2013.

# Vores smag for nedsatte datovarer nedsætter madspild

Vi elsker varer, der bliver sat ned, når dagen for »mindst holdbar til« nærmer sig. Men hvis madspildet for alvor skal i bund, skal butikkerne sælge mere single-venlig mad og grøntsager på vægt, lyder et forslag.

### FORBRUG

Af Amalie Frøkjær-Rubbås, Berlingske Nyhedsbureau

**MADSPILD:** Det gavner hverken butikkerne, forbrugerne eller miljøet, hvis madvarer når at blive dårlige og havne i skraldespanden, før de bliver købt.

Derfor klapper både butikker og forbrugere i hænderne over, at madspildet i Danmark de seneste fem år er mindsket med 4,4 milliarder kroner, svarende til 25 procent.

Det viser en beregning fra Landbrug & Fødevarer.

Hvor vi i 2010 smed mad for 16 milliarder kroner i skraldespanden, ryger der i dag kun mad ud for 11,6 milliarder kroner.

En af hovedkræfterne i kampen mod madspild er forbrugerorganisationen Stop Spild af Mad, som de seneste syv år har forsøgt at få forbrugere og butikker til at ændre holdning til madspild.

»Det er en rigtig positiv udvikling. Jeg ved godt, at det kun er 25 procent, så der er stadig en del tilbage, men det er stadig rigtig godt,« siger stifteren af organisationen, Selina Juul.

Hun forklarer, at det i første omgang har været lettest at få butikkerne til at ændre vaner, men at forbrugerne nu også er begyndt at komme efter det.

»Det er forbrugerne, der er de største madspildere, så hvis de virkelig begynder at have en ny holdning til mad og køber mad ind til sig selv i stedet for til skraldespanden, så er vi godt på vej,« siger Selina Juul og henviser til en undersøgelse, organisationen har fået lavet, der viser, at forbrugerne ændrer vaner, når de bliver oplyst om madspild.

»Når forbrugere bliver informeret om madspild og finder ud af, at det er et stort problem, begynder de lige pludselig at reagere. Det er efterhånden nærmest blevet en industri i sig selv at undgå

madspild - og det er blevet et konkurrenceparameter for flere butikker,« forklarer Selina Juul.

### Systematisk til værks

Hos dagligvarekoncernen Coop kan miljøchef Signe Frese også mærke, at danskerne er begyndt at tænke - og handle - på madspild.

»Vi tænker, at det er et udtryk for, at man er blevet mere bevidst omkring madspild. At man som forbruger for det første gerne vil gøre et godt køb, men at man også har fået øjnene op for, at man kan være med til at gøre noget godt for miljøet,« siger hun og fortæller, at Coops butikker i dag går mere systematisk til værks i kampen mod madspild.

»I dagligvarehandlen har man altid arbejdet med at undgå at smide mad ud, men vi har igennem de sidste par år sat et mere systematisk fokus på det. Blandt andet ved at sætte prisen ned, når varerne begynder at nærme sig dato-

mærkningen - og nogle af vores butikker har særlige monter til datovarerne,« fortæller Signe Frese.

Selv om Selina Juul fra Stop Spild af Mad er glad for udviklingen på området, påpeger hun, at det bedste middel mod madspild er at lade være med at producere så meget.

»Jeg vil meget gerne have, at der sker mere forebyggelse i stedet for symptombehandling. I øjeblikket er symptombehandlingen nærmest blevet sat i system, hvor der for eksempel bliver givet en helt masse mad til hjemløse, og det er selvfølgelig vigtigt, men det er også vigtigt at forebygge hele den store mængde af overskudsmad til at starte med,« siger hun.

En løsning kan ifølge forbrugerorganisationen være, at butikkerne indfører mere single-venlig mad med mindre portioner - og at grøntsager for eksempel bliver solgt ud fra vægt.

