



# Handbok för donationer av livsmedel

Del 2: Råd för producenter, grossister och leverantörer samt större matbanker

Maj 2024

Ett samarbetsprojekt mellan  
IVL Svenska Miljöinstitutet,  
Sveriges Stadsmissioner,  
Frigoscandia och Willys,  
finansierat av Vinnova



**WILLYS**

**SVERIGES  
STADSMISSIONER**



# Innehåll

Författare: Anne Lunde Dinesen och  
Jens Jonsson, Sveriges Stadsmissioner,  
samt Elvira Molin, Johan Hultén och  
Annelise de Jong, IVL Svenska Miljöinstitutet

Fotografier: Unsplash (sid 1),  
Sveriges Stadsmissioner och Frigoscandia

Layout: Ragnhild Berglund,  
IVL Svenska Miljöinstitutet

© IVL Svenska Miljöinstitutet 2024  
IVL Svenska Miljöinstitutet AB,  
Box 210 60, 100 31 Stockholm  
Tel 010-788 65 00  
www.ivl.se

<b>Därför är donationer av livsmedel viktiga . . . . .</b>	<b>3</b>	<b>Merkostnader vid donation . . . . .</b>	<b>12</b>
Om denna handbok . . . . .	4	Extra arbetstid . . . . .	12
<b>Producenter, grossister och leverantörer . . . . .</b>	<b>5</b>	Transportkostnader . . . . .	12
Varför uppkommer matsvinn? . . . . .	5	<b>Större matbanker . . . . .</b>	<b>13</b>
Motivation, strategi och mål . . . . .	6	Det ska vara säkert och enkelt att donera . . . . .	13
Mandat, organisation och arbetsprocess . . . . .	7	Investera i relationen . . . . .	14
Undvik interna hinder och målkonflikter . . . . .	7	Organisering och arbetsprocess . . . . .	14
Riskhantering . . . . .	8	Kommunikation och mätning av effekter . . . . .	15
<b>Resurshierarkin i relation till affären . . . . .</b>	<b>9</b>	<b>Norska framgångsfaktorer . . . . .</b>	<b>16</b>
<b>Affärsnytta vid donation . . . . .</b>	<b>10</b>	En nationell matbank . . . . .	16
Kunder och investerare kräver hållbarhet . . . . .	10	Branschavtal för minskat matsvinn . . . . .	16
Engagerad personal . . . . .	10	<b>Logistiken är nyckeln . . . . .</b>	<b>17</b>
Minskade kostnader . . . . .	10	Fem framgångsrika logistikexempel . . . . .	17
Att ligga i framkant kan minska risk för reglering . . . . .	11		
Bättre uppföljning ger mindre överproduktion . . . . .	11		



*Matsvinn och matdonationer är två nära sammankopplade frågor som har stor påverkan på miljön, ekonomin och människors välfärd. Här plockar en medlem en matkasse på Stadsmissionen.*

## Därför är donationer av livsmedel viktiga

Matsvinn är ett stort globalt problem som påverkar miljön, ekonomin och människors välfärd. Trots detta kastas årligen enorma mängder ätbar mat i Sverige, mat som skulle kunna användas för att föda människor i behov. Donationer av mat är en viktig del i att minska matsvinnet och samtidigt lindra situationen för ekonomiskt utsatta individer och familjer.

Enligt Naturvårdsverkets rapport Livsmedelsavfall i Sverige uppkommer cirka 1,2 miljoner ton livsmedelsavfall varje år. En stor del av det är svinn. Uppskattningsvis uppkommer mer än 400 000 ton livsmedelsavfall inom producent-, grossist-, leverantörs- och butiksleden årligen. Under 2023 donerades cirka 9 500 ton mat till matbanker som förmedlade den till människor i utsatthet. Det finns många organisationer inom civilsamhället som omfördelar överskottsmat till dem som behöver den mest. Och det finns en stor utvecklingspotential för att donera mer mat som i dag blir svinn.

Matfattigdom är ett verkligt och växande problem i Sverige, där många människor kämpar för att få tillräckligt med mat och näring, framför allt

på grund av ekonomiska begränsningar. Detta påverkar inte bara hälsan utan även utbildning, sociala relationer och livskvalitet. Ett matstöd lindrar i en utsatt situation.

Genom att utöka och förbättra samarbetet mellan företag i livsmedelsbranschen och organisationer som arbetar med att omfördela mat kan vi öka mängden matdonationer i Sverige och minska matsvinnet avsevärt. Ökad medvetenhet om matsvinn och politiska initiativ som stödjer matdonationer är viktiga för att nå detta mål.

Att donera mat skulle faktiskt kunna öka lönsamheten i livsmedelsföretag. Även om maten inte ger någon intäkt undviks framför allt personalkostnader som hade uppkommit för att prissänka och märka om produkter, eller för att sortera avfall.

Sammanfattningsvis: matsvinn och matdonationer är två nära sammankopplade frågor som har stor påverkan på miljön, ekonomin och människors välfärd. Genom att öka mängden matdonationer i Sverige kan vi tillsammans jobba för att nå FN:s hållbarhetsmål och bidra till social, ekologisk och ekonomisk hållbarhet.

## Om denna handbok

**Det här är del 2** av handboken. Den vänder sig till producenter, grossister och leverantörer som regelbundet står med ett överskott av förpackade livsmedel eller frukt och grönt som riskerar att bli matsvinn.

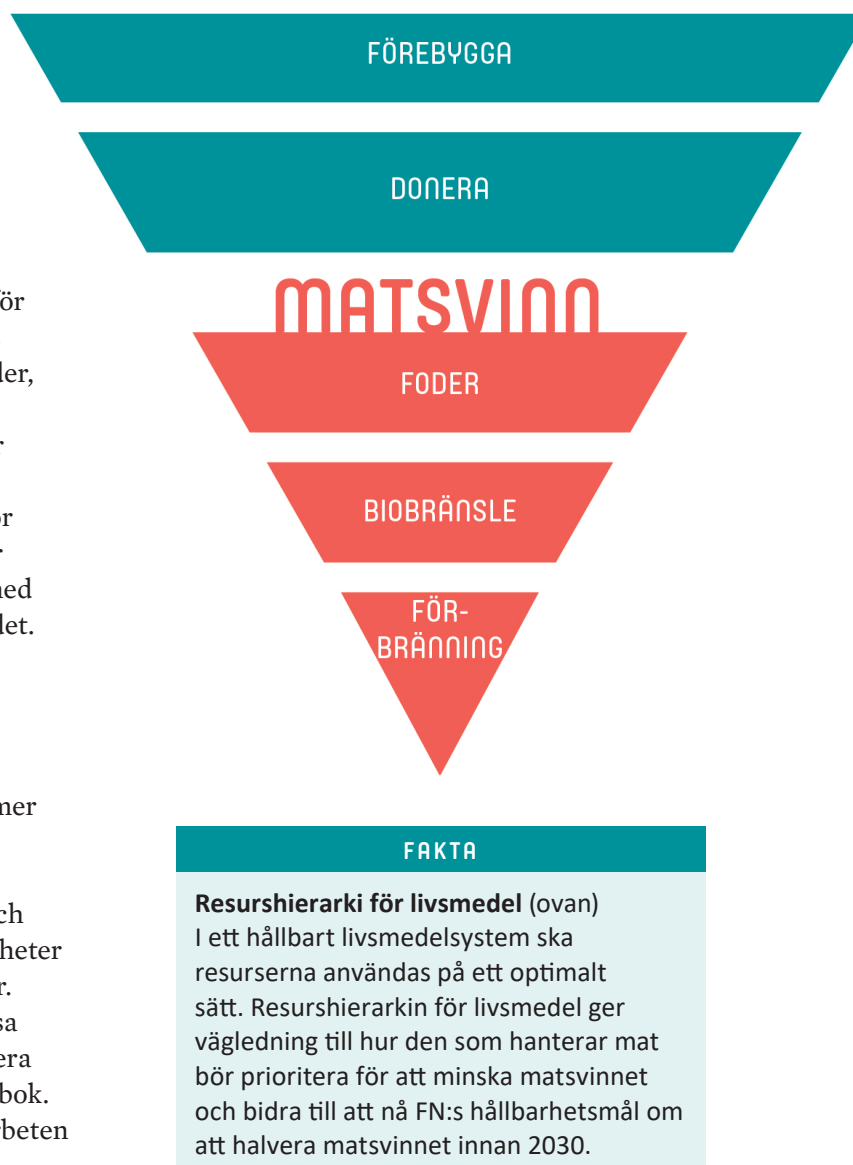
Vi beskriver hur företag kan jobba med sina interna rutiner och samarbeta med matbanker för att säkerställa att mat som inte längre kan säljas når människor i behov i stället för att bli djurfoder, biobränsle eller matsvinn.

Denna del riktar sig också till stora matbanker som har logistikkapacitet att snabbt omfördela stora volymer överskottslivsmedel till människor i behov. Vi beskriver vilka grundförutsättningar som ska vara på plats för att kunna samarbeta med aktörer i producent-, grossist- och leverantörsledet. Vi presenterar förslag på hur stora matbanker kan organisera sig för att bättre motsvara livsmedelsbranschens behov och önskemål.

Slutligen presenterar vi exempel på logistik-samarbeten som skapar förutsättningar för att mer mat kan doneras på ett effektivt sätt.

Handboken är framtagen under åren 2022 till 2024 genom intervjuer med större matbanker och företag inom livsmedelsbranschen samt erfarenheter från Stadsmissionens arbete med matdonationer. Antalet samarbeten har ökat kraftigt under dessa år och projektgruppen har kunnat identifiera flera framgångsfaktorer som finns med i denna handbok.

**Del 1 av handboken** handlar om lokala samarbeten mellan matbutiker och mindre matbanker.



### FAKTA

#### Vad är en matbank?

En matbank är en aktör som tar emot överskottslivsmedel från livsmedelsbranschen och förmedlar till verksamheter som jobbar med människor i utsatthet.

I de flesta europeiska länder är matbanker en egen organisation som bara jobbar med att förmedla överskottsmat. I Sverige drivs de däremot ofta av organisationer som både driver matbank och förmedlar maten till målgrupperna, på olika sätt och via olika verksamheter. Exempelvis som måltider i sociala verksamheter, genom matkassar eller via sociala matbutiker.

Matbanker kan vara stora och små. I vissa fall förser matbanken ett fåtal sociala verksamheter med mat. I andra fall handlar det om stora logistiksystem med egna bilar, lager och många mottagare. I vissa fall sker donationsarbeten direkt mellan en butik och en social verksamhet.

Sveriges stadsmissioner driver en nationell logistik för matdonationer som dagligen hanterar tonvis av överskottsmat och fördelar donationer mellan Stadsmissionens tio matcentraler i landet.

Ätbart driver Svenska matbanksnätverket och stödjer och kvalitetssäkrar mindre matbanker i hela landet.



# Producenter, grossister och leverantörer

I dag finns det stora matbanker som på ett säkert och effektivt sätt kan hantera donationer av överskottslivsmedel från producent-, grossist- och leverantörledet och förmedla maten till människor i behov i stora delar av landet (se karta sidan 13).

Ett enkelt sätt att inleda ett donationsarbete är helt enkelt att kontakta närmaste matbank som kan hjälpa er att skapa rutiner för donationsprocessen.

Att som företag jobba effektivt med att minska sitt matsvinn genom att donera den mat som inte går att sälja kräver ofta strategiska beslut, tydlig kommunikation och nya rutiner. Framför allt inom stora företag som har anläggningar på flera orter i landet.

Lika viktigt är det att förmedla besluten inom hela organisationen, särskilt till dem som jobbar operativt och med livsmedel som riskerar bli svinn, till exempel sälj- och orderläggning, logistik och kvalitet. Slutligen gäller det att följa upp effekterna av arbetet och på sikt använda resultaten i intern och extern kommunikation.

## Varför uppkommer matsvinn?

Aktörer i producent-, grossist- och leverantörsledet står regelbundet med förpackade produkter eller partier med frukt och grönsaker som riskerar att bli svinn. Det är livsmedel som går att äta, men inte att sälja. Orsakerna kan variera, ofta handlar det om överproduktion, överlager eller skadade produkter.

**Överproduktion och överlager** kan exempelvis uppkomma på grund av högtider, att en ny produkt inte gick så bra som väntat, att grillsäsongen blev kortare än beräknat eller att en säljprognos inte slog in.

En med ledningen förankrad rutin där sälj- och orderläggningsavdelningen på förhand vet när en produkt inte längre går att sälja och får doneras, kan leda till att mer mat doneras. Det kan vara när det är en viss tid kvar till bäst före-datum eller när försäljningspriset blir tillräckligt lågt.

Överproduktion och överlager uppkommer

*Överskott av frukt och grönt blir ofta matsvinn, men kan doneras i stället.*

frekvent inom de flesta livsmedelsföretag och det kan med fördel skapas en fast donationsrutin för detta.

I producent- och leverantörskedjan kan ett överskott ofta identifieras långt innan produkten når bäst före-datum.

I grossistledet handlar det ofta om ett mer regelbundet svinn där produkterna har kortare bäst före-datum. Här kan en fast och frekvent rutin med veckovisa donationer vara mest effektiv.

Det är en framgångsfaktor att jobba proaktivt och tänka in donation som möjligt alternativ tidigt i processen. Det ökar chansen att produkter som riskerar att bli svinn hinner doneras. Stora matbanker kan hämta flera gånger i veckan, vilket underlättar för företaget som snabbt får avsättning för sina överskottsprodukter och kan frigöra yta på lagret.

**Mindre kvalitetsavvikelser** kan innebära att produkter har fått fel förpackning (till exempel att tomatsoppa hamnade i sparrissoppans förpackning), fel märkning (exempelvis kaffe som saknar en hållbarhetsmärkning), fel datum-märkning, fel viktangivelse eller har någon miss i innehållsförteckningen.

Vid fel förpackning har matbanker möjlighet att märka om produkten eller på annat sätt se till att slutanvändaren får rätt information där det är relevant.

Kvalitetsavvikelser kopplat till smak eller konsistens, där det finns en varumärkesrisk i att slutanvändaren upplever att

#### EXEMPEL FRÅN VERKLIGHETEN

##### Integrera donation vid reklamationer i avtal mellan leverantör och kund

I reklamationens ärenden finns det en varuägare och en kund som reklamerar produkten. Reklamationer uppstår oftast på frukt och grönt, på kylda samt frysta produkter som inte håller rätt temperatur.

Även om produkterna inte klarar kvalitetskraven för försäljning i butik kan de ofta ätas och därmed doneras, om man agerar snabbt. Ofta vill leverantören inte ha tillbaka reklamerade produkter, de står kvar på kundens lager. Eftersom kunden inte har mandat att donera dem blir resultatet att de till slut slängs och att varuägaren betalar destruktionskostnaden.

Genom att skriva in en tydlig rutin i leverantörsavtalet som sätter en kort tidsram för när leverantören senast ska hämta de reklamerade produkterna och att de efter denna tidpunkt får doneras, säkerställer man en snabb och effektiv process för donation.

produkten inte lever upp till förväntningarna, kan matbanken hantera genom att produkten enbart förmedlas till sociala verksamheter där anställda kockar tillagar, kvalitetssäkrar och serverar maten.

#### Motivation, strategi och mål

Oberoende av vilken position man har inom företaget kan man bidra till att matsvinn doneras. Ofta kan man gräva där man står.

Jurister kan titta över leverantörsavtal och se om de tar höjd för donation vid reklamationer. Personer som jobbar med hållbarhet kan undersöka hur och var matsvinn uppstår inom organisationen. Om företaget har ett donationssamarbete kan man som kommunikatör skapa engagemang genom att sprida information om detta inom organisationen.

Alla kan ställa frågan hur matsvinnet hanteras i dag. Inte sällan har donationsarbeten initierats av eldsjälur inom företaget, ofta av en person som jobbar operativt på lager eller med försäljning och har insyn i att mat som går att äta kastas i onödan.

Om donationsarbetet ska bli långsiktigt och helhetsorienterat, framför allt inom stora företag, krävs det att ledningen tar ett aktivt beslut, skapar en strategi och sätter tydliga mål för hur matdonationer ska leda till minskat matsvinn.

Det är också viktigt att målen kommuniceras internt och externt samt att de följs upp på ledningsnivå i samband med övriga uppföljningsrutiner.

När beslutet är förankrat på ledningsnivå kan man skapa rätt förutsättningar och engagemang

inom alla berörda avdelningar och på operativ nivå. Börja med att identifiera var och när svinnet uppkommer, skapa processer för när olika typer av produkter kan doneras, identifiera alternativkostnaderna till donation (lagerkostnader, kassationskostnader) och sätt KPI:er och rutiner för att följa upp dem. Involvera gärna kommunikationsavdelningen och synliggör mål och resultat internt och på sikt också externt.

Att inleda ett donationssamarbete är som alla andra nya initiativ ett förändringsarbete. Det kan leda till nya arbetsrutiner och kan upplevas som merarbete för vissa funktioner. Men ofta är det de förändrade rutinerna som är den största utmaningen. Om man investerar tid vid starten och ser till att integrera donationer i företagets befintliga processer och rutiner blir arbetsbördan för de involverade parterna minimal.

Förutsättningar, engagemang och viljan att hitta nya lösningar hos dem som jobbar operativt och dagligen hanterar matsvinn är viktigt för att få det praktiska samarbetet med matbanken att fungera. Och när det väl fungerar kan donationsarbetet skapa stolthet över företagets hållbarhetsarbete och samhällsengagemang bland de anställda.

### Mandat, organisation och arbetsprocess

Ett sätt att skapa ett effektivt donationsarbete är att identifiera en roll med tydligt mandat att ansvara för donationer och utförsäljning av riskvolym. Skapa också en tydlig process vid svarbedömda fall och utse personer från marknad, sälj och kvalitet



*Reklamationer uppstår ofta på frukt och grönt. Avtala med leverantören när sådana produkter senast ska hämtas, så de kan doneras så snart som möjligt efter den tidpunkten.*

som snabbt kan göra en bedömning vid behov.

Integrera hanteringen av donationer i företagets befintliga processer i så stor utsträckning det går. Stora matbanker kan ofta hanteras som vilken kund som helst i affärssystemet. Genom att lägga in matbanken som kund i systemet blir donationsprocessen precis som en försäljningsprocess, med undantaget att priset på fakturan sätts nära 0 kr.

Be matbankerna om stöttning i att ta fram rutinerna, de är vana att hjälpa företag. Boka in periodiska avstämningar och besök varandras verksamheter. En tät dialog ger ett stort mervärde i smidigare rutiner så att mer mat kan doneras och komma fram i ett sådant skick att den gör störst nytta för mottagande verksamheter.

### Undvik interna hinder och målkonflikter

Det kan finnas interna rutiner som gör att matsvinn inte doneras. Det är viktigt att se över sina rutiner och undanröja eventuella interna hinder.

Ett exempel är att donationer inte blir av på grund av transportkostnaden, trots att det kanske kostar mera att slänga och destruera maten än att transportera den till närmaste matbank. Men på grund av att kostnader för logistik och avfall ofta ligger på olika budgeter kan det bli stopp för donationer trots att de kan gynna företaget ekonomiskt och bidra till ökad hållbarhet.

Det händer också att donationer inte sker eftersom de påverkar företagets försäljningsmål och säljarnas provisioner. Donationer registreras i vissa fall som försäljning utan intäkt vilket påverkar

försäljningsciffrorna negativt, medan kassationer inte ingår i försäljningsstatistiken och därmed inte påverkar säljarens eller avdelningens resultat alls.

## Riskhantering

Att börja donera produkter till en matbank kan inledningsvist kännas riskfyllt.

En oro kan vara om matbanken kan hantera maten säkert och garantera att den inte hamnar hos fel aktör. Se till att alltid samarbeta med en matbank som kan dokumentera rutiner för säker livsmedelshantering, obruten kylkedja, system för egenkontroll och rutiner vid produktalarm. Och som samtidigt kan garantera att maten hamnar där den är tänkt och behövs.

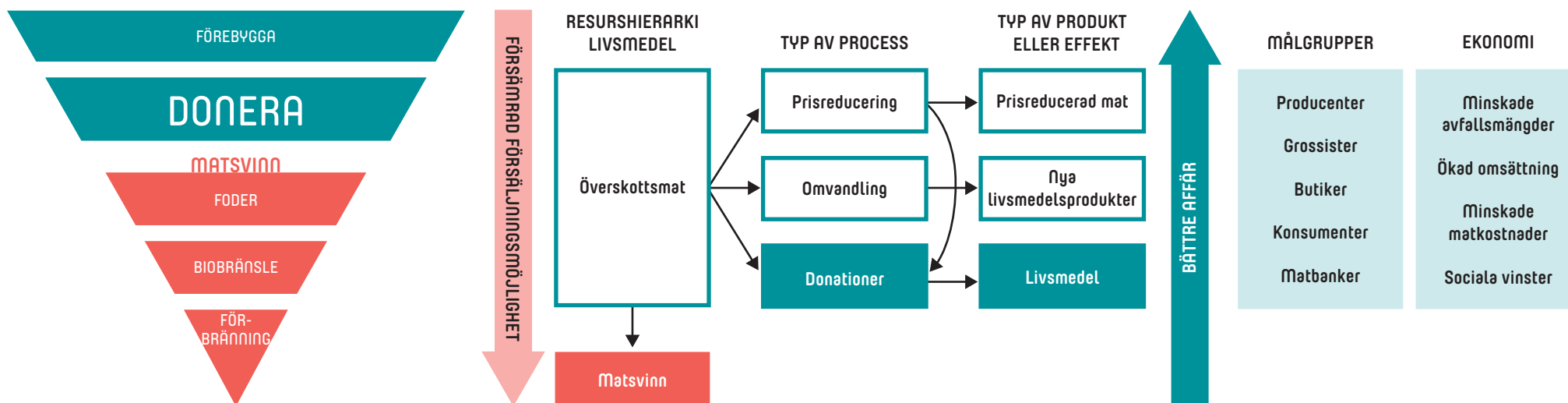
När det handlar om att donera produkter med kvalitetsavvikelser som handlar om smak eller konsistens är det viktigt att kvalitetsavdelningen är involverad i bedömningen. Som varumärkesägare kan man kräva att maten inte erbjuds direkt till en slutkonsument, utan enbart i sociala verksamheters kök där professionella kockar kvalitetssäkrar produkterna.

Att inte donera kan också innebära risker. Att slänga mat eller låta den bli djurmat kan få konsekvenser för företagets anseende. Allmänhetens ökade kännedom om matsvinn och matbanker gör att folk förväntar sig att överskottsmat i första hand doneras till matbanker framför att hamna längre ner i Resurshierarkin för livsmedel.



*Samarbete med matbanker kan stärka företagets varumärke. Här levereras mat till en social verksamhet i Stockholm.*





## Resurshierarkin i relation till affären

Överskottsmat riskerar alltid att bli matsvinn. Beroende på vilket parti livsmedel som blivit över skiljer sig möjligheterna att hantera det enligt resurshierarkin (ovan till vänster). Förpackade livsmedel kan i många fall säljas till reducerat pris. Om maten i stället blir matsvinn tillkommer en kostnad för transport och separering av mat och förpackning. Donation är då att föredra av ekonomiska skäl, men även för den sociala nyttan.

Om överskottet består av större mängder oförpackade livsmedel kan det gå att sälja till foder eller biobränsleproduktion, men med en transportkostnad. Omvandling till annan produkt kan i stället ge en ökad intäkt.

Målgrupperna skiljer sig åt för olika livsmedel

och processer. Prisreducering och donation är oftast möjligt för alla livsmedelsföretag, medan omvandling förmodligen är mer görbart hos producenter och viss mån i butikens delidiskar. Prisreducerad mat till konsumenter kan konkurrera med fullprisprodukter. Donerade livsmedel går till en annan målgrupp och undviker den konkurrensen.

Intäkter och kostnader påverkas av hur överskottsmat hanteras, men på olika sätt för olika målgrupper. Till exempel kan matdonationer förenkla vardagsekonomin för människor i matfattigdom betydligt mer än vad företag sparar i minskade avfallskostnader.

**”Det är en hygienfaktor att donera överskottsmat!  
I dagens samhälle kan vi inte längre förbise vikten av att använda fossilfria transporter eller kasta mat.  
Det är svårt att hävda att vi inte känner till dessa problem längre.”**

*Hållbarhetschef  
hos livsmedelsproducent*

## Affärsnytta vid donation

Att genom donation minska sitt matsvinn skapar på olika sätt värde och affärsnytta för företaget.

### Kunder och investerare kräver hållbarhet

Att donera mat som inte går att sälja är också ett sätt att möta dagens och framtida kunders krav på att företag ska agera hållbart. Matsvinn bidrar till 8 procent av världens klimatpåverkan och kommer att väcka känslor hos kunder under överskådlig framtid. Lägg därtill ett ökat intresse från investerare i att finansiera hållbara företag.

Genom att donera produkter som riskerar att bli svinn bidrar företaget till både social och miljömässig hållbarhet och påverkar flera av FN:s hållbarhetsmål positivt: 1. Ingen fattigdom, 2. Ingen hunger, 3. God hälsa och välbefinnande, 12. Hållbar konsumtion och produktion, samt 13. Bekämpa klimatförändringarna.

### Engagerad personal

Genom att donera överskottsmat för att lindra matfattigdom och undvika matsvinn bygger företaget en bild av sig som en attraktiv arbetsgivare. Detta kan öka personalens engagemang, väcka deras stolthet över sig själva och sin arbetsplats och förenkla rekryteringen av nya medarbetare.

För många företag är employer branding av stor betydelse för att rekrytera och behålla kompetent personal. Att känna stolthet över det



egna varumärket är samtidigt en central del av företagets kultur. Samarbeten med matbanker kan bidra till att stärka företagets varumärke genom att man visar engagemang och ansvarstagande för samhället, vilket i sin tur kan vara betydelsefullt och övertygande för konsumenterna.

### Minskade kostnader

Att donera överskottsmat kan vara billigare än att hantera det som avfall, beroende på hur donations-samarbetet och transportupplägget ser ut. Att som producent, grossist eller leverantör bli av med förpackat livsmedelsavfall innebär dels en transportkostnad till avfallsanläggningen, dels en hanteringskostnad.

Avfallsförordningen som trädde i kraft 1 januari 2024 innebär att maten ska skiljas från förpackningen så förpackningen kan återvinnas. Matavfallet skickas normalt sett till biogasproduktion. Att låta personalen tömma förpackningar tar extra tid och blir därmed en kostnad utöver avfallsbolagets eller kommunens avgifter för borttransport.

Det finns möjlighet att söka dispens från kommunen för att göra denna sortering på företaget, men i så fall måste de fulla förpackningarna transporteras till avfalls- eller återvinningsbolag som kan tömma dem och som i sin tur tar betalt för hantering och transport.

Oförpackade restprodukter kan ibland säljas för biogasproduktion, men det innebär nästan alltid en kostnad att lämna förpackade livsmedel som avfall.



Att donera mat som inte går att sälja är ett sätt att möta kundernas krav på att företag ska agera hållbart. Matcentralen i Göteborg är redo för en leverans.

### Att ligga i framkant kan minska risk för reglering

Klimatomställningen går för långsamt och om inte branschen agerar kan det leda till framtida regleringskrav och lagstiftning.

Risken för negativ publicitet och i förlängningen en finansiell risk för företaget ökar i och med EU:s nya lagstiftningar CSRD och ESRS. Lagarna ålägger större företag att göra detaljerade hållbarhetsredovisningar. Våren 2024 är sektorsspecifika standarder inte fastställda, men det är sannolikt

att särredovisning av matsvinn kommer att ingå. Donerade livsmedel kan även bli en datapunkt i rapporten, varpå det blir tydligt hur hållbart företaget agerar.

EU-parlamentet har lagt fram förslag på bindande mål för minskat matsvinn till medlemsländerna. Även det kan få stater att införa regleringar som branschen inte vill ha, om inte branschen kan visa att frivilliga initiativ är effektiva.

I exempelvis Norge har utvecklingen mot de nationella målen inte gått tillräckligt fort. Klimat- och miljöministern samt ministern för lant-

**”Den sociala nyttan är jätteviktig för personalen, de vill att varorna kommer fram på ett snyggt sätt. När vi får feedback om att det vi donerat nått fram till en mottagare blir personalen extra stolt och glad.”**

*Lagerchef  
hos grossist*

bruk och mat har tillsatt ett matsvinnskott som har föreslagit 33 åtgärder som ska leda till minskat matsvinn. Förslag på åtgärder är bland annat ett aktsamhetskrav som kräver att företag gör riskbedömningar och implementerar anpassade åtgärder för att minska matsvinn i egen verksamhet och över hela värdekedjan. Ett annat förslag är donationsplikt för livsmedelsindustri och grossister.

Att som bransch ligga i framkant kan leda till att lagstiftning inte alls behövs, men också att man är redo när nya direktiv och lagar träder kraft.

### Bättre uppföljning ger mindre överproduktion

När ett företag tar fram rutiner för att donera, rent praktiskt och i affärssystemen, blir det synligt vad som producerats men inte gått att sälja. Erfarenheter visar att donation av överskottsmat på sikt även kan minska överproduktionen och på så sätt öka lönsamheten.

***”Vi trodde länge att det var billigare att förstöra livsmedel än att donera, men när vi faktiskt gjorde en uträkning visade det sig att dessa antaganden var felaktiga.***

***För oss blev det billigare att donera.”***

*Hållbarhetschef  
hos livsmedelsproducent*

## Merkostnader vid donation

Donationer av livsmedel kan också vara förknippade med ökade kostnader eller resursbehov inom specifika avdelningar.

### Extra arbetstid

Att börja jobba med donation som prioriterad rutin för att minska sitt matsvinn kräver ett strategiskt arbete, en analys av var och hur svinn uppkommer inom organisationen och en utveckling av rutiner kopplade till företagets affärssystem.

Det behövs också ett förändringsarbete inom vissa delar av organisationen för att implementera rutinerna, följa upp samt koppla dem till intern och extern kommunikation och företagets hållbarhetsarbete. Detta kan inledningsvis kräva extra resurser av vissa medarbetare, men när rutinerna väl är på plats bör de inte kräva mer arbete än annan hantering av svinn och avfall.

### Transportkostnader

Livsmedelsföretag som befinner sig långt ifrån en matbank eller vill donera mycket stora volymer kan behöva betala för transporten av maten till matbanken, vilket är förknippad med en kostnad. Men ofta medför även alternativet en kostnad.

Det finns företag som rapporterar om en 95-procentig minskning av sitt matsvinn när de har börjat donera sitt överskott. Detta innebär även stora besparingar för avfallshantering.

### EXEMPEL FRÅN VERKLIGHETEN

#### **Maten kan doneras 40 mil bort i stället för att kastas**

Ett skånskt livsmedelsföretag har fått dispens från sorteringskravet och anlitar ett lokalt avfallsbolag för att hämta och separera förpackningar från innehåll. Transportkostnaden är cirka 800 kronor/timme medan hanteringen av avfallet kostar 1 000 kronor/ton.

Vi utgår från att företaget har 2 ton kylda livsmedel som hade kunnat doneras – ett mycket vanligt exempel.

Det tar två timmar att transportera lastpallarna från företaget till avfallsanläggningen. Då kostar destruktionen totalt cirka 3 600 kronor exklusive moms.

För samma pris kan man via ett transportnätverk frakta 2 ton (motsvarande fyra pallar) kylda livsmedel upp till 40 mil. Större matbanker finns ofta inom det avståndet.

## Större matbanker

I dag finns det matbanker som kan hantera stora volymer. De samarbetar med aktörer i producent-, grossist- och leverantörsledet i stora delar av landet, och finns framför allt i de större städerna där behoven är stora.

### Det ska vara säkert och enkelt att donera

Alla livsmedelsföretag är olika, säljer olika typer av produkter och har olika processer och sätt att hantera livsmedel som riskerar att bli svinn. För att vara en attraktiv samarbetspartner för livsmedelsföretagen ska matbanken kunna erbjuda företagsanpassade upplägg för donation, kunna hämta eller ta emot överskottslivsmedel regelbundet och vara flexibla och lösningsorienterade i akuta fall.

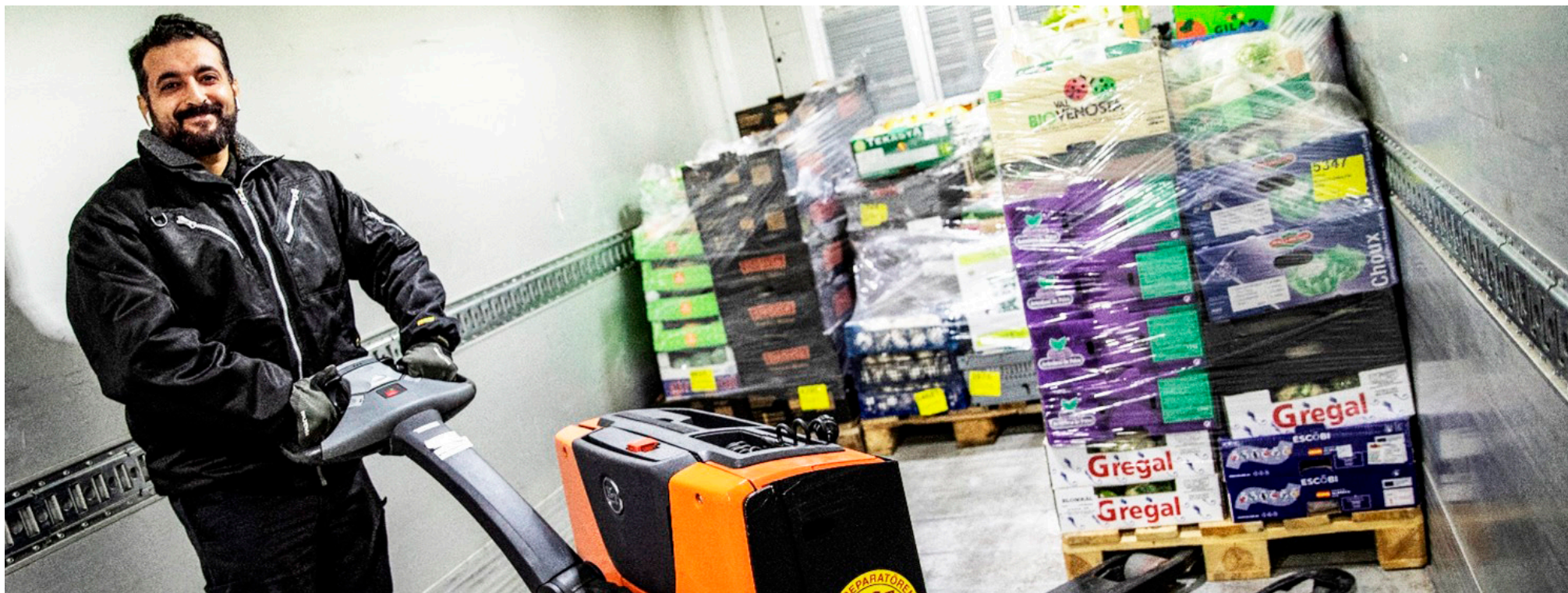
Vissa grundförutsättningar ska alltid vara på plats:

- **Säker livsmedelshantering** med obruten kylkedja, egenkontrollprogram och rutiner vid produktlarm, både i den egna verksamheten och hos organisationer som matbanken levererar till.
- **Maten ska hamna rätt**, den ska nå den tilltänkta målgruppen. Matbanken ska säkerställa kvaliteten i det sociala arbetet i sin verksamhet och hos övriga mottagare och vara transparent i kriterier och rutiner för hur maten når målgruppen.

- **Snabb och smidig dialog** med livsmedelsföretaget. Det ska finnas en självklar kontaktväg till matbanken och återkopplingen ska vara snabb. Kommunikationen ska inte vara personberoende och det ska finnas personal som svarar även under semestertider.
- **Logistikrutinen ska vara på plats.** Oavsett om företaget levererar till matbanken eller om matbanken ansvarar för upphämtningen ska transporten kunna planeras och bokas direkt. Det är även en fördel om matbanken är ansluten till ett retursystem för plastbackar, plastpallar och Europapallar (SRS och PÖS). Då finns det ingen risk att företaget faktureras för pallar eller backar som maten transporteras i och då fortsätter de att vara en del av det cirkulära systemet för plastbackar och lastbärare.

*Stora matbanker i Sverige 2024. De drivs av Hela Människan, Matakuten, Räddningsmissionen och Stadsmissionen och har möjlighet att ta emot stora donationer från aktörer i producent-, grossist- och leverantörsledet. Alla är fristående ideella organisationer, men majoriteten är medlemmar i Sveriges Stadsmissioner.*





Matmissionen i Stockholm tar emot en leverans.

## Investera i relationen

Som i alla samarbeten är det viktigt att bygga relationer. Precis som företagen bör matbanken utse en person som är ansvarig för dialogen och relationen med donerande företag, som kan hjälpa med att testa upplägg och jobba fram en donationsrutin utifrån företagets behov och förutsättningar.

För att skapa engagemang runt donationsarbetet hos företagen kan det vara värdefullt att matbanken lägger tid och resurser på att ta fram bra informationsmaterial, bjuda in till studiebesök och utveckla relationer med flera olika personer och roller inom företagen.

Att representanter från ledningen är väl insatta i samarbetet med matbanken kan skapa engagemang runt donationer inom hela företaget.

Att mer operativa personer inom livsmedelsföretag och matbank träffas kan skapa förståelse och utvecklingsmöjligheter i det praktiska genomförandet.

Att jurister, kvalitetsansvariga, lager- och logistikansvariga eller personer som jobbar med hållbarhet får möjlighet att besöka matbanken eller träffa matbankens personal i den egna verksamheten, kan också leda till att identifiera nya lösningar så att mer svinn kan doneras.

## Organisering och arbetsprocess

Det finns matbanker som har kapacitet att hantera stora volymer överskottsmat i stora delar av landet. Detta innebär att det i dag finns en utvecklad infrastruktur för donation som ger nästan alla livsmedelsföretag i hela Sverige möjligheter att hitta en partner för donation.

Matbankerna drivs av olika lokala organisationer och samverkar med varandra i en viss utsträckning. För större livsmedelsföretag som ofta finns på olika platser i landet skulle en mer samordnad organisering och drift av matbankerna dock vara önskvärd. Företagen efterfrågar större tydlighet i matbankernas

styrning och ledning och ett affärsmannamässigt arbetssätt. Det innebär till exempel en central kontaktperson, enhetliga arbetsprocesser och logistikupplägg, tydlig ansvarsfördelning och samma affärsupplägg i hela landet.

Att använda samma begrepp och ha en mer synkad och strategisk kommunikation på hemsidor, sociala medier och i samband med externa kommunikationsaktiviteter skulle också skapa tydlighet och göra det enklare och mera attraktivt för livsmedelsföretag att samarbeta med matbankerna.

Flera matbanker i Norden och Europa är organiserade på liknande sätt med en nationell matbanksorganisation med regionala matbanker som medlemmar.

### Kommunikation och mätning av effekter

Matbankernas huvuderbjudande till livsmedelsbranschen är att bidra till företagets sociala och miljömässiga hållbarhet genom att omfördela livsmedel, som annars hade blivit svinn, till människor i behov.

Genom att samtidigt erbjuda statistik, kommunikation och effektmätning kan matbankerna skapa ett mervärde som gör dem till en ännu mer attraktiv samarbetspartner för livsmedelsbranschen. Att kunna erbjuda ett kommunikationspaket till alla donatorer med information om matbankernas effekter och om hur företagets donationer bidrar till sociala och miljömässiga hållbarhet gör det ännu mer attraktivt för livsmedelsföretag att samarbeta med matbanken.



På Matcentralen i Göteborg omfördelar Stadsmissionen donerad mat.

### EXEMPEL FRÅN VERKLIGHETEN

#### Myndigheter kan göra donation möjlig

Ibland är svårtolkad lagstiftning ett hinder för donationer. Det var fallet vid donation av färsk frukt och grönt utan förpackning (och därför utan ursprungsmärkning) från grossistledet.

Handelsnormerna säger att frukt och grönsaker ska vara märkta med bland annat ursprungsland, både hos grossisten och på butikshyllorna. Det finns dock fall där man behöver ta bort originalförpackningen för att kunna rädda och donera produkter. Det kan handla om nät eller lådor med apelsiner där några är dåliga, men där man kan rädda och donera övriga genom att lägga dem i en annan förpackning. Detta var ett hinder för donation eftersom grossisten såg en risk i att förvara produkter på sitt lager ifall det skulle genomföras en inspektion.

Efter dialog mellan Jordbruksverket, Livsmedelsverket, grossisten och matbanken kom Jordbruksverket fram till att grossisten kan förvara icke förpackade produkter på sitt lager med syfte att donera dem, så länge det är tydligt märkt att de ska gå till matbanken och matbanken i sin tur förmedlar produkterna till sociala verksamheter eller via matkassar.

EXEMPEL FRÅN VERKLIGHETEN

## Norska framgångsfaktorer

I Norge doneras relativt sett nästan dubbelt så mycket matsvinn från producent-, grossist- och leverantörsledet jämfört med i Sverige.

Under 2023 omfördelade de större matbankerna i Norge 5 600 ton mat från denna del av livsmedelskedjan, ungefär lika mycket som i Sverige. Detta trots att Norge har hälften så många invånare som Sverige.

## En nationell matbank

Föreningen Matsentralen Norge är en paraplyorganisation för Norges åtta större matbanker. Den förmedlar överskottsmat från producent-, grossist- och leverantörsledet samt i mindre utsträckning primärproduktionen (jordbruk och fiske) till 480 ideella organisationer som möter människor i utsatthet.

Under 2023 hanterade Matsentralen Norge över 6 000 ton överskottslivsmedel där 92 procent kom från producent-, grossist- och leverantörsledet.

Matsentralen Norge sköter kommunikationen, dialogen med nationella livsmedelsföretag, förhandlar fram nationella donationsavtal och säkerställer gemensamma rutiner och arbetssätt i alla matcentraler.

Lokala matcentraler drivs av en eller flera ideella organisationer i samverkan. Den första etablerades i Oslo 2013 på initiativ av livsmedelsbranschen.

Styrelsen i Matsentralen Norge utgörs av representanter från lokala matsentraler,



organisationer som tar del av maten, Dagligvarehandelens Miljøforum samt Matvett som är livsmedels- och serveringsbranschens organisation för att förebygga och minska matsvinn. Livsmedelsbranschen och organisationer som tar emot och förmedlar maten till målgruppen har tillsammans framtagit och fortsätter utveckla matbankskonceptet Matsentralen.

## Branschavtal för minskat matsvinn

En annan framgångsfaktor för det norska donationsarbetet är branschavtalet mellan regeringen och livsmedelsbranschen om

reduktion av matsvinn. 133 företag från industri, dagligvaruhandel, hotell, restaurang och storkök är med i avtalet som ingicks 2017. Företagen som deltar representerar hälften av livsmedelsindustrin och 99 procent av butiksledet sett till omsättningen.

Genom avtalet förpliktar sig livsmedelsföretagen att:

- Kartlägga, mäta och rapportera sitt matsvinn (inte bara matavfall)
- Göra insatser för att minska matsvinnet
- Synliggöra orsaker till matsvinn samt besparingar vid matsvinnreduktion
- Bidra till donation av överskottsmat till sociala organisationer och matbanker



## Logistiken är nyckeln

Logistiken spelar en nyckelroll för att minska matsvinnet genom donationer.

Eftersom det ofta handlar om produkter med kort hållbarhet ska maten transporteras snabbt till mottagaren. Och om det handlar om stora volymer av samma produkt kan det finnas ett behov av lagerhållning eller transporter till flera matbanker, vilket både kostar pengar och påverkar miljön. Därför är det viktigt att utveckla effektiva logistiklösningar för matdonationer.

## Fem framgångsrika logistikexempel

### Stadsmissionens nationella logistiksamordning

Sveriges Stadsmissioner har byggt upp en nationell logistik för hantering av överskottslivsmedel. I Malmö, Göteborg, Kalmar, Linköping, Västerås, Stockholm och Umeå har Stadsmissionen kapacitet att ta emot stora volymer kylda, frysta och torra produkter. Genom transporter till landets tio Stadsmissioner når maten människor i behov via sociala verksamheter, Matmissionen-butiker och matkasseverksamheter.

### Grossistledet som omfördelningspunkt för donation

Det finns flera bra exempel på att restauranggrossister eller livsmedelskedjor använder sina lager som omlastningsplats för livsmedelsdonationer från sina leverantörer. Det kan till exempel handla om att en grönsaks-



*Donerad mat har ofta kort hållbarhet. Därför är det viktigt med snabba transporter. Sveriges Stadsmissioner har byggt upp en nationell logistik för transporter till bland annat Matmissionens butiker.*

producent som redan levererar sina produkter till grossisten även tar med ett par pallar överskottsgrönsaker till matbanken i samma leverans. Matbanken kan då hämta upp donationer från både grönsaksproducenten och grossisten på samma plats. Att nyttja grossisten som mellanlager medför färre och kortare transportsträckor. Grossister

och livsmedelskedjor kan i samarbete med matbanker uppmana sina leverantörer att donera sitt överskott och underlätta processen genom att erbjuda sitt lager som omfördelningspunkt. Och som leverantör kan man kontakta sin kund och undersöka möjligheten att nyttja deras lager som omlastningsplats.

### **Tredjepartslogistik kan möjliggöra donationer**

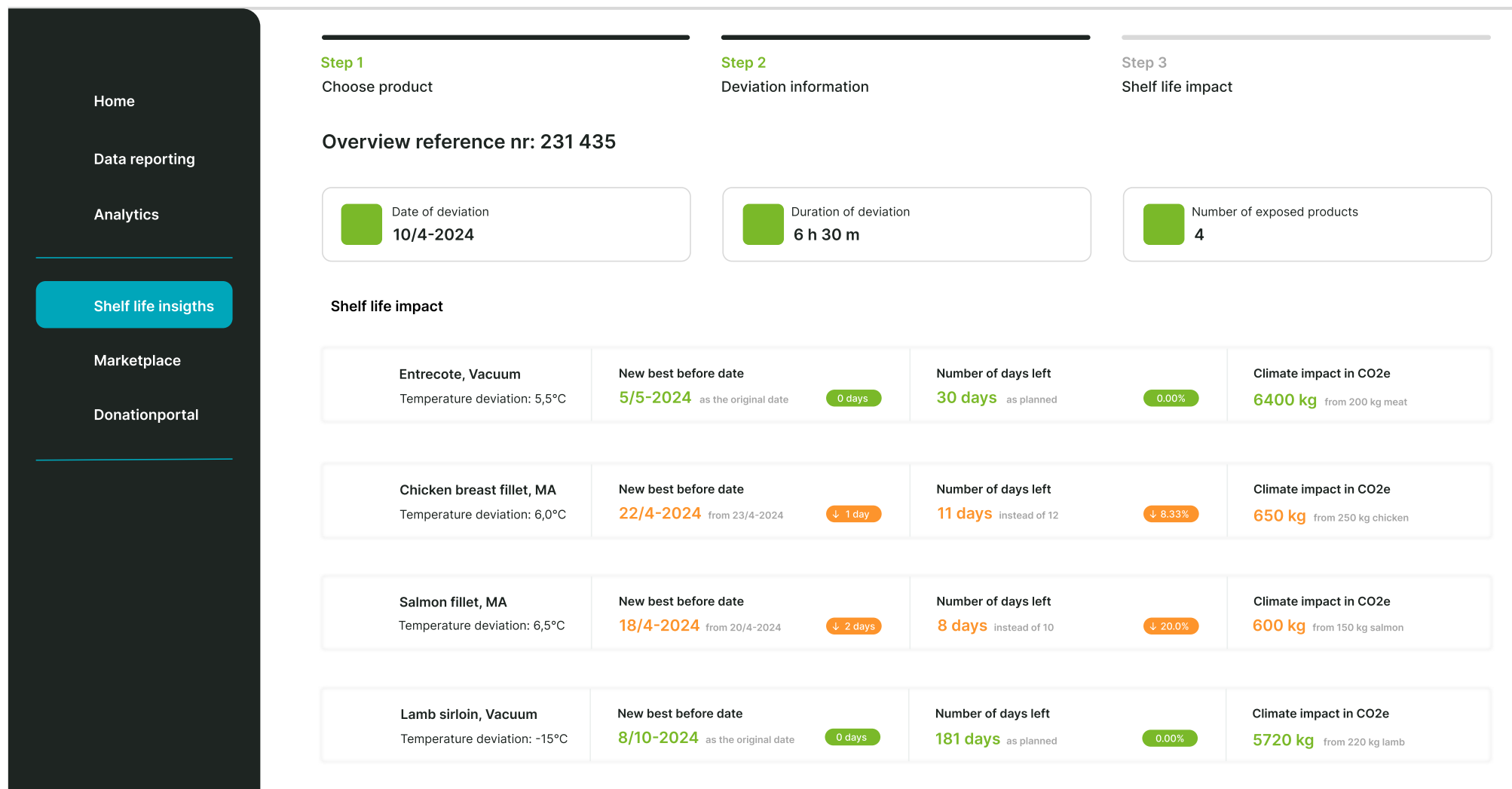
Det finns exempel på att tredjepartslogistik som förvarar och transporterar sina kunders produkter samtidigt kan vara en viktig möjliggörare för donation. Genom att ha koll på lagersaldo och produktens bäst före-datum kan logistikaktören meddela varuägaren när det finns produkter som är lämpliga för donation eftersom de närmar sig utgångsdatum. Än smidigare blir processen om logistikaktören och varuägaren har satt en tydlig process för när en produkt kan doneras, till exempel när det är X antal dagar kvar till bäst före-datum.

### **Samarbeten mellan matbanker och logistikaktörer**

Det finns många bra exempel på lokala samarbeten mellan logistikaktörer och matbanker. På flera orter i landet får matbanker låna en dedikerad yta hos en logistikaktör till förvaring av kylda och frysta produkter kostnadsfritt eller till mycket rabatterat pris. Detta underlättar både varumottagning och förvaring för matbankerna. Det finns också exempel på att logistikföretag kan hjälpa till att frysa in stora volymer färska produkter på ett säkert sätt genom snabb infrysning. Detta innebär att matbanken kan tacka ja till stora volymer färskt kött med mycket kort datum, eftersom hållbarheten kan förlängas genom snabbinfrysning.



*Frigoscandia är ett exempel på en logistikaktör som samarbetar med matbanker, bland annat genom att erbjuda lagerhållning och transporter till reducerat pris.*



### Snabb donation av produkter som utsatts för temperaturavvikelse

Företaget Foodtel har utvecklat en app som ger en snabb och enkel överblick över den mikrobiella säkerheten och hållbarheten i livsmedelsprodukter

som utsatts för en temperaturavvikelse, exempelvis under transporten. Denna information ligger sedan som grund för beslut om försäljning, donation eller destruktion. Kan produkten ätas men inte säljas kan varuägaren välja att donera den till Stadsmissionen via en donationsfunktion i appen.

Under 2023 räddades cirka 45 ton överskottsmat från att bli svinn via denna rutin. Exempelvis omfördelades 4 000 liter mjölk, 3 000 liter yoghurt, 39 pallar charkprodukter, 16 pallar korv, 250 kg kött och 150 kg falafel till Stadsmissionen.

Matsvinn är ett stort globalt problem som påverkar miljön, ekonomin och människors välfärd.  
Trots detta kastas årligen enorma mängder ätbar mat i Sverige.  
Donationer av mat kan minska matsvinnet och samtidigt lindra situationen för ekonomiskt utsatta människor.

Detta är del 2 av **Handbok för donationer av livsmedel**.  
Den handlar om donationer i producent-, grossist- och leverantörsledet  
samt om större matbanker.  
Del 1 av handboken vänder sig till livsmedelsbutiker som donerar mat  
och organisationer som tar emot den.

Handbok för donationer av livsmedel är resultatet av ett samarbetsprojekt mellan  
IVL Svenska Miljöinstitutet, Sveriges Stadsmissioner, Frigoscandia och Willys, finansierat av Vinnova.

