



REGULATION (EU) No 1169/2011

A way towards reducing food waste?

Martin Manley Hansen, study no. 20120841

Camilla Andersen, study no. 20122542

Supervisor: Thorkild Nielsen

Master Thesis, 45 ECTS

MSc. Integrated Food Studies

Aalborg University – Copenhagen 4/6-2014

Characters: 154.281. Pages in total: 186. Printed reports: 2

Acknowledgements

First and foremost we would like to thank our supervisor Thorkild Nielsen for his constructive critical comments and for his kind guidance.

We would like to thank Signe Frese (Coop), Pernille Lundquist Madsen (Fødevarestyrelsen), Selina Juul (Stop Spild af Mad), Lars Henningsen (Arla), Ronni Sylvest (Fakta Quick), and Jacob Buch (Irma) for taking the time to participate in our interviews.

We would also like to thank all who participated in our focus group interviews and everyone who answered our questionnaire.

We appreciate your help.

Thank you.

Martin Manley Hansen

Camilla Andersen

The master thesis belongs to Martin Manley Hansen and Camilla Andersen.

This master thesis is written as part of our education at Integrated Food Studies, Aalborg University – Copenhagen.

With use of results, quotes, figures, etc., reference should be made to this master thesis.

Contact information for the authors of this master thesis:

Martin Manley Hansen: martinmanley85@gmail.com

Camilla Andersen: camilla.a.andersen@hotmail.com

Abstract

Introduction: FAO estimates that each year, one third of all food produced for human consumption in the world is wasted. The EU is responsible for 90 million tons of the environmental impact from total wastage in the world, and within the borders of Denmark, 540 thousand tons of food are wasted every year. Coop Danmark A/S is used as a case study due to their already existing work with food waste and their Food Waste Manifesto from 2013.

In December 2014 a new EU Regulation concerning the sale of expired food products, those exceeding the “mindst holdbar til” date, will be implemented in Denmark. In the EU and in Denmark, the discussion on food waste has pointed to date labels as a contribution to the unnecessary disposal of edible food.

Problem formulation: How will REGULATION (EU) No 1169/2011, in relation to the sales of food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date, be perceived by the food system, with a focus on Coop and Danish consumers, and can the EU Regulation help to reduce food waste Denmark?

Theories: To help answer the problem formulation, two theories have been used: social construction of technology and the concept of translation within actor–network theory.

Methods: A variety of methods have been used to assess the different perceptions of the EU Regulation among the relevant social groups within the food system. Data collection was done on both the primary level (interviews, questionnaire and focus group interviews) and on the secondary level (literature search, research papers, and official policy papers).

Results: Among consumers, the results show limited knowledge and understanding about elements within the date labels “mindst holdbar til” and “sidste anvendelsesdato.” The confusion was most evident in the area of food safety. Among the different social groups, analysis and research papers show different perceptions and translations of the EU Regulation and food waste, as well as ambiguous indications that the new EU Regulation can help to reduce food waste in Denmark and in Coop supermarkets.

Conclusion: Among the relevant social groups, there is a hesitant stance toward the implementation of the EU Regulation, and it seems like all social groups are waiting to see how other social groups will react to it. Forty percent of the questionnaire respondents thought that food products that had exceeded the “mindst holdbar til” date, would pose a health risk, and 12 % were unsure. This can be an obstacle in the implementation of the EU Regulation.

There are ambiguous indications that the EU Regulation can help to reduce food waste in Denmark and in Coop supermarkets. Analyses show that either the food products will be given to charity or they will be sold to the consumer. It is not likely that the supermarkets will continue to discard the food products.

Resume

Introduktion: FAO anslår, at hvert år bliver en tredjedel af alle spiselige fødevarer i verden smidt ud. EU landene er ansvarlige for 90 millioner ton af miljøbelastningen fra det totale madspild i verden. I Danmark bliver der hvert år smidt 540 tusinde ton fødevarer ud.

I dette speciale bruges Coop som en case, grundet deres allerede store arbejde med madspild og grundet deres Madspilds Manifest fra 2013. I december 2014 bliver en ny EU lovændring implementeret i Danmark, hvilket vil gøre det muligt for supermarkeder at sælge fødevarer, der har overskredet "mindst holdbar til" datoen. I EU og i Danmark har diskussionen om madspild peget på, at datomærkninger kan bidrage til det unødvendige spild af spiselige fødevarer.

Problemformulering: Hvordan vil FORORDNING (EU) Nr. 1169/2011, i relation til salg af fødevarer der har overskredet "mindst holdbar til" datoen, blive opfattet af fødevaresystemet, med særligt fokus på Coop og danske forbrugere, og kan EU forordningen være med til at mindske madspildet i Danmark?"

Teorier: Som hjælp til at svare på problemformuleringen, bliver der brugt to teorier; social construction of technology og begrebet translation indenfor teorien actor-network theory.

Metode: En række forskellige metoder er blevet brugt til at undersøge de forskellige opfattelser af EU lovændringen blandt de relevante sociale grupper indenfor fødevaresystemet. Dataindsamlingen er blevet udført ud fra både primærlitteratur (interviews, spørgeskema og fokusgruppeinterviews) samt sekundærlitteratur (litteratursøgning, forskningsundersøgelser og officielle politiske dokumenter)

Resultater: Blandt forbrugerne viser resultaterne en begrænset viden og forståelse omkring enkelte elementer af datomærkningerne "mindst holdbar til" og "sidste anvendelsesdato". Analysen viste, at forvirringen var størst i området for fødevaresikkerhed, og blandt de forskellige socialgrupper viste der sig forskellige opfattelser og oversættelser af madspild og EU lovændringen. Derudover viste analysen, at der var indikationer på, at EU lovændringen kan bidrage til at reducere madspildet i Danmark og i Coop supermarkeder.

Konklusion: Blandt de relevante socialgrupper hersker der en tøvende holdning til spørgsmålet om EU lovændringen, og det tyder på, at alle socialgrupper i fødevaresystemet, forholder sig afventende i forhold til, hvordan andre socialgrupper vil reagere på den. 40 % af forbrugerrespondenterne i spørgeskemaet troede, at fødevarer, der havde overskredet "mindst holdbar til" ville udgøre en sundhedsrisiko. 12 % var usikre. Dette kan være en hindring for implementeringen af EU lovændringen. Der er også tegn på, at den nye EU lovændring kan bidrage til, at reducere madspildet i Danmark og i Coop supermarkeder. Analysen viser, at enten vil fødevarerne blive givet til velgørenhed eller solgt til forbrugerne. Det tyder ikke på, at butikkerne vil fortsætte med at smide fødevarerne ud.

Table of content

1.0 Glossary/Abbreviations	9
2.0 Reader's guide	11
3.0 Introduction	11
4.0 Problem formulation	13
5.0 Delimitations	13
6.0 Aims	13
7.0 Coop Danmark A/S	14
8.0 Date labeling	17
9.0 Theory	21
9.1 Social construction of technology	21
9.1.1 Relevant social groups	24
9.1.2 Interpretive flexibility	27
9.1.3 Closure and stabilization	27
9.2 Translation	28
9.2.1 Four moments of translation	30
10.0 Methodology	31
10.1 Online questionnaire	31
10.2 Qualitative interviews	34
10.3 Focus group interviews	35
11.0 Analysis	38
11.1 EU	40
11.2 Danish Veterinary and Food Administration	42
11.3 Producers	45
11.4 Stop Spild af Mad	46
11.5 Coop Danmark A/S	48
11.6 Supermarkets	54
11.7 Consumers	56
11.7.1 The green consumer	58
11.7.2 The ignorant consumer	61
11.7.3 The economic consumer	64
11.8 Trying to reach the "OPP"	68
12.0 Method and source criticism	71

13.0 Discussion.....	73
14.0 Conclusion	78
15.0 Reflections	79
16.0 References.....	80
17.0 Appendix.....	84

Table of content - figures and pictures

List of figures

- **Figure 1:** Coop timeline
- **Figure 2:** Relevant social groups in connected to the artifact
- **Figure 3:** Relevant social groups connected to the new EU Regulation
- **Figure 4:** Problems each social group has with respect to the artifact
- **Figure 5:** EU problems connected to the EU Regulation
- **Figure 6:** DVFA problems connected to the EU Regulation
- **Figure 7:** Producer problems connected to the EU Regulation
- **Figure 8:** Stop Spild af Mad problems connected to the EU Regulation
- **Figure 9:** Coop problems connected to the EU Regulation
- **Figure 10:** Distribution of consumer responses in connection to, if supermarkets are doing enough to promote use-by-date products
- **Figure 11:** Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “mindst holdbar til” date label (own empirical data)
- **Figure 12:** Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “mindst holdbar til” date label (Aachmann et al., 2012)
- **Figure 13:** Supermarket problems connected to the EU Regulation
- **Figure 14:** Distribution of participants’ selections of food products in supermarket setting and home setting
- **Figure 15:** Distribution of responses in relation to how often consumers buy use-by-date products
- **Figure 16:** Distribution of consumer responses about own understanding about the meaning behind the different date labels on food products
- **Figure 17:** Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “sidste anvendelsesdato” date label
- **Figure 18:** Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “bedst før” date label
- **Figure 19:** Distribution of responses in relation to, what parameters could have an impact, if the consumers should buy more use-by-date food products

- **Figure 20:** Distribution of responses in relation to, if the consumer would buy food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date
- **Figure 21:** Subordinate consumer problem connected to the EU Regulation

List of pictures

- **Picture 1:** Frontpage: Frederik Kulager
Source: <http://www.vinkaarhus.com/articles/2582013232841>, accessed 26/05-2014
- **Picture 2:** Use-by-date products mixed with other food products in Fakta
Source: Own picture
- **Picture 3:** Use-by-date products in separate coolers in Irma
Source: Own picture

1.0 Glossary/Abbreviations

Terms and abbreviations used throughout the paper are explained in the words of the authors of this master thesis. The terms and abbreviations are based on the secondary literature used.

- **ANT** – actor–network theory
- **“Bedst før”/“Best before”** – same as “mindst holdbar til,” the date label that indicates when the quality of a food product may begin to deteriorate. It does not mean that the food product poses a health risk after the date.
Many countries in the EU use the term “Bedst før”/“Best before.” Denmark is one of the only countries that has translated it.
- **Blue water footprint** – the volume of surface water and ground water consumed during production processes
- **Carbon footprint** – the total amount of greenhouse gases produced to directly and indirectly support human activities, usually expressed in equivalent tons of carbon dioxide (CO₂).
- **DVFA** – Danish Veterinary and Food Administration
- **EU** – European Union
- **EU Regulation** – EU Regulation that will be implemented in Denmark on December 13, 2014.
The EU Regulation will make it possible for supermarkets to sell food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date.
- **FAO** – Food and Agriculture Organization of the United Nations
- **FDB** – Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger
- **Food system** – includes all processes and infrastructure involved in feeding a population
- **Food Waste Manifesto** – presented in May 2013 by Coop in cooperation with the consumer organization Stop Spild af Mad. Introduces three main goals for minimizing food waste in Coop supermarkets and ten ways to reach these goals.
- **GHG Emission** – greenhouse gas emission.
- **HB** – Hovedstadens Brugsforening
- **MFAF** – Ministry of Food, Agriculture, and Fisheries in Denmark
- **“mindst holdbar til”** – indicates when the quality of a food product may begin to deteriorate. It does not mean that the food product poses a health risk after the date.
- **NGO** – non-governmental organization
- **OPP** – obligatory passage point

- **Primary literature** – interviews with the food system, questionnaire and focus group interviews with Danish consumers
- **SCOT** – social construction of technology
- **Secondary literature/research** – various research reports, scientific and political journals and food waste and date labeling related sources, Danish, EU, and global sites
- **“sidste anvendelsesdato”** – applied to food products with limited shelf life and which are potentially unsafe to eat when spoiled
- **Social groups** – consist of all members who share the same set of meanings attached to a specific artifact. In this master thesis the social groups are viewed within the food system
- **Stop Spild af Mad** – NGO and consumer organization fighting to reduce food waste. Founded in 2008 by Selina Juul.
- **Supply chain** – a system of organizations, people, activities, information, and resources involved in moving a product from supplier to consumer
- **Use-by-date food products** – food products close to their expiration date and, in many supermarkets, sold at reduced price
- **§3 in the consolidation of the marketing act** – traders may not use misleading or false information or omit material information if this is likely to materially distort consumers’ or other economic conduct in the market.

The definitions below are based on the report from FAO (2013).

- **Food waste** – refers to discarded food that is appropriate for human consumption. Often, the reason is spoiled food, but it can also be for other reasons, such as oversupply due to markets or individual consumer shopping and eating habits.
- **Food loss** – refers to a decrease in mass (dry matter) or nutritional value (quality) of food that was originally intended for human consumption. These losses are mainly caused by inefficiencies in the food supply chains, such as poor infrastructure and logistics, lack of technology, insufficient skills, knowledge and management capacity of supply chain actors, and lack of access to markets. In addition, natural disasters play a role.
- **Food wastage** – refers to any food lost by deterioration or waste. Thus, the term “wastage” encompasses both food waste and food loss.

In this master thesis the terms **food waste** and **food wastage** will be used.

2.0 Reader's guide

This master thesis starts with an introduction to the issues of food waste and the size of the problem globally and nationally. The introduction also outlines why this topic was chosen.

Afterwards, an outline of Coop Danmark A/S and their work with food waste is explained. Furthermore, the term “date labeling” is explained and an introduction to the new EU Regulation described.

Theories and methods are used for investigating relevant social groups in connection to the topics of food waste, date labeling, and the EU Regulation. The analysis will give a thorough insight into the perceptions and understandings within the above topics among the relevant social groups.

To close this master thesis, a conclusion summarizes the results found. Furthermore, reflections for further investigations are outlined.

3.0 Introduction

FAO estimates that each year, one third of all food produced for human consumption in the world is wasted. The global volume of edible food wastage is estimated to be 1.3 Gtonnes. This amount can be weighed against total agricultural production (for food and non-food used), which is proximately 6 Gtonnes. Without accounting for GHG emission from land use change, the carbon footprint of food produced and not eaten is estimated to be 3.3 Gtonnes of CO₂-equivalent as such food wastage ranks as the third top emitter after the United States and China (FAO, 2013). Globally, the blue water footprint of food wastage is about 250 km³, which is equivalent to the annual water discharge of the Volga River, or three times the volume of Lake Geneva. Finally, produced but not eaten food occupies almost 1.4 billion ha. of land; this is close to 30 % of the world's agricultural land area (FAO, 2013).

The EU is responsible for approximately 90 million tonnes of the environmental impact from total wastage in the world (European Commission, 2014). Within the borders of Denmark, 540 thousand tons of food is wasted every year. This corresponds to approximately DKK 8.4 billion. Every Dane is responsible for 63 kg of food waste every year (Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri, 2011).

While it is difficult to estimate impacts on biodiversity at a global level, food wastage excessively compounds the negative externalities that monocropping and agriculture expansion into wild areas has on biodiversity loss including mammals, birds, and fish.

The loss of land, water, and biodiversity, as well as the negative impacts on climate changes, represents huge costs to society that are yet to be quantified. The direct economic cost of food wastage of

agricultural products (excluding fish and seafood), based on producer prices only, is approximately USD 750 billion (FAO, 2013).

With such figures, it seems clear that a reduction of food wastage at global, national, and regional scales would have a substantial positive effect on natural societal resources. Food wastage reduction would not only ease pressure on limited natural resources but also decrease the need to raise food production by 60 % in order to meet the 2050 population demand (FAO, 2013).

Loss and wastage occur in all steps in the supply chain from farm to fork: during food production on the farm, during processing, in distribution and retail, and when cooking and serving the food. In Denmark and other industrialized countries, food waste mainly occurs in the retail sector and in consumer homes (Stop Spil af Mad, 2014). In developing countries it is mainly food loss that occurs, primarily on the fields and in production and processing, due to a lack of infrastructure (FAO, 2013).

This master thesis focuses on one link in the food system: supermarkets, including their consumers.

In this master thesis, Coop is used as a case study due to their already existing focus on food waste. In May 2013 they presented their Food Waste Manifesto, where they, in cooperation with the consumer organization Stop Spild af Mad, introduced three main goals for minimizing food waste in their supermarkets and ten ways to reach these goals (appendix 00). One of the main goals is to reduce food waste in Coop supermarkets by 10 % each year until 2015. One of the solutions is the promotion and sale of use-by-date food products, instead of discarding them.

In December 13, 2014, a new EU Regulation will be implemented in Denmark that will make it possible for Danish supermarkets to sell food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. The EU Regulation is an EU initiative, which overrules any national rules concerning sales of "mindst holdbar til" food products.

In Denmark and other countries in the EU, the discussion on food waste has pointed to date labels as a contribution to the unnecessary disposal of edible food (Milne, 2012).

From the considerations of these topics, a problem formulation was developed.

4.0 Problem formulation

How will REGULATION (EU) No 1169/2011, in relation to the sales of food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date, be perceived by the food system, with a focus on Coop and Danish consumers, and can the EU Regulation help to reduce food waste Denmark?

5.0 Delimitations

- This master thesis focuses only on food waste, date labeling, and the EU Regulation within the borders of Denmark.
- This master thesis focuses mainly on food waste within the retail sector and consumers in the supermarkets.
- This master thesis does not go in depth with consumer upbringing and whether this can influence habits and behavior in relation to food waste.
- The authors of this master thesis do not give recommendations for future action plans but highlight the opportunities that the new EU regulation may provide. Recommendations for action plans are not possible since the EU Regulation is not implemented in Denmark yet.

6.0 Aims

- Explore the volume of food waste
- Investigate the development of Danish food control and understand date labels in Denmark
- Gain insight in the understandings, perceptions, and translations about the EU Regulation, date labeling, and food waste among relevant social groups in the food system
- Investigate the opportunities and barriers for retailers when working with use-by-date products, food waste, and, from December 2014, the EU Regulation
- Investigate consumer knowledge and understanding of the different date labels and explore consumer willingness to buy food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date.
- Investigate the opportunities and barriers of the new EU Regulation and its possibilities for reducing food waste in Denmark and in supermarkets

7.0 Coop Danmark A/S

In this master thesis Coop is used as a case study as they are currently working to reduce food waste in their supermarkets. In the following section, the initiatives of Coop are described as well as their objectives in relation to food waste with special focus on use-by-date products.

Coop Danmark A/S is the largest retailer in the Danish retail sector, with a market share of 42 %. Coop, together with the independent cooperatives, has annual sales of approximately DKK 50 billion and has 35,000 employees. Coop is owned by FDB (Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger), translated as the Danish Consumer Cooperatives, which has around 1.4 million members (Coop, 2013).

Coop dates back as far as 1896, when FDB was founded. Thirty years before, the general idea of cooperatives was begun. The aim was to provide the Danish population, who had limited resources, with better and cheaper groceries by creating cooperatives that the consumers co-owned. This resulted in a large number of dairy cooperatives, slaughterhouse cooperatives, community centers, and other cooperatives around Denmark. Later, the possibilities for cooperation between the various cooperatives were examined, which resulted in the founding of FDB. The goal of the collaboration was to provide the best products at the lowest price through joint purchasing, and thus do something positive for the association members. FDB saw opportunities to manufacture products, and up through the 1900s, FDB grew to become one of the largest companies in the production of groceries in their own factories and through wholesale sales to cooperatives (Børsen, 2013).

Throughout the 1960s, there was another large cooperative in addition to FDB called Hovedstadens Brugsforening (HB), translated as the Capital Cooperative, which was known for its great competence in conducting retail. Still, FDB remained specialized in wholesale and production. In 1971, the parties agreed to merge, after which FDB increasingly became a retail business and not wholesale. For this reason the FDB factories were sold.

Around 2000, both retailers and manufacturers of everyday food products became more and more international, and to stand strong in the competition, a cooperation with cooperatives in Norway and Sweden was initiated. This resulted in the formation of Coop Norden, where 38 % of Coop Danmark A/S, which was now subsidiary of Coop Norden, was owned by the Danish members of FDB (Coop, 2013). After five years, Coop Norden decided to concentrate its efforts exclusively on joint procurement, and Coop Norden formed Coop Trading, which currently purchases goods for Norway, Sweden, and Denmark.

Since January 1, 2008, the Danish retailers at Coop Denmark have again been 100 % Danish owned by

FDB. Today, Coop Denmark is one of the largest companies in terms of turnover, sales, and number of jobs in Denmark and consists of the following retail chains (Coop, 2014):

- Kvikly
- SuperBrugsen
- Dagli'Brugsen
- Irma
 - Irma City
 - Irmatorvet – Irma's e-commerce store
- Fakta
 - Fakta Quick
- Coop.dk – Coop Denmark's e-commerce store

To illustrate the development of Coop, a timeline has been created. This can be seen in figure 1.

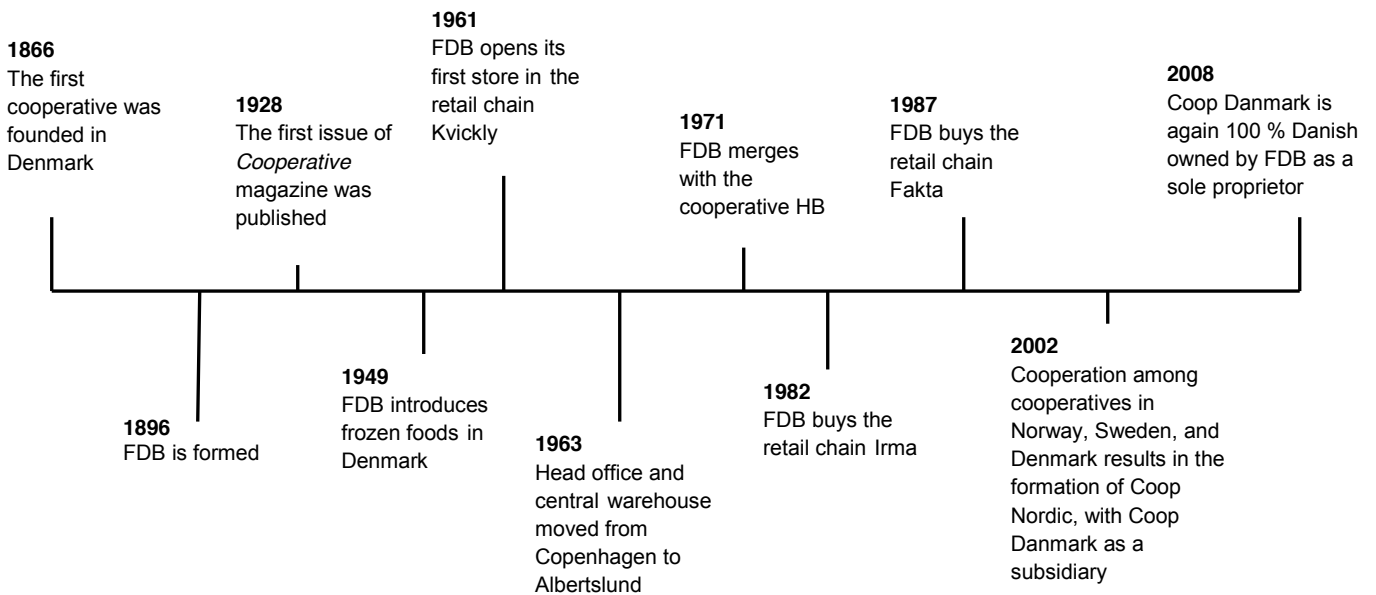


Figure 1: Timeline illustrating the development of Coop

Coop's mission addresses issues such as innovation and accountability in relation to, among other things, environmental protection. This is one of the reasons why Coop is a frontier in the fight against food waste. As the first food retailer, Coop has announced official goals of how they will reduce their food waste.

In cooperation with the Danish consumer organization Stop Spild af Mad, Coop has created a Food Waste Manifesto describing the goals of Coop's food waste mission and how they will achieve these goals (appendix 00).

The main goals of the Food Waste Manifesto are set to be completed in the period from 2013–2015 and apply to all Coop supermarket chains. Within this period of time the main goals are:

- To reduce food waste in 2013 and 2014 in all stores across the country, as well as storage facilities, by a total of 10 % per year measured in relation to 2012 (appendix 00)
- To disseminate information and solutions for food waste to Coop's 1.3 million members and customers through available channels (appendix 00)
- To develop at least two actions plans over the period that could help to reduce food waste among consumers and suppliers (appendix 00)

To achieve these goals, Coop will focus on all its supermarkets and storehouses around Denmark. The supermarkets must report their results to the management, who will later publish these results. Supermarkets must also focus on use-by-date food products by selling these products at reduced prices and developing visual concepts for increasing sales. Knowledge about food waste is also a sub-target to achieve the goals. Coop has a great focus on their consumers in terms of achieving their food waste goals. Their collaboration with Stop Spild af Mad will help to educate consumers with the use of campaigns, food waste activities, and development of food products and thus provide them with knowledge about food waste (appendix 00).

In recent debates the meaning and use of date labels have become more important when talking about food waste. Not only in Denmark but in other countries in the EU as well, the discussion on the topic of food waste has identified date labels as a possible contribution to the unnecessary waste of edible food (Nielsen, 2014).

8.0 Date labeling

In the following section the history of food control and Danish date labeling is outlined. The section further discusses the topic of food safety in Denmark. Subsequently, the new EU Regulation, which will be implemented in Denmark in December 2014, is explained.

Food safety control as we know it dates back as far as 400 years. In the 1600s, butchers, bakers, millers, and others were faced with demands requiring them to provide fresh and unadulterated food to consumers. Back then, it was the police who kept an eye on these craftsmen. A Regulation from 1701 put the police in Denmark in charge of also ensuring that no contaminated food that could cause diseases was sold to consumers.

Food safety control developed through the 1900s, where its primary purpose was to ensure a good basis for Danish export of animal food products. With the implementation of the Danish Food Law in 1973, the different municipalities oversaw the domestic market, and the state was responsible for controlling the export of animal food products.

In 1996 the Ministry of Food, Agriculture, and Fisheries (MFAF) was established and centralized all food control (Skibsted, 2014).

In 1998 the Danish Parliament adopted a new law that addressed both the organizational and the scientific basis for food control. The aim of the law was to ensure healthy food of high quality to consumers and to protect them against wrong information on food. The aim was also to promote healthy diets, contribute to fair terms for food producers, and support the Danish export of food.

The law covered all food, beverage, tobacco, and other products intended for human consumption. The law included rules for food safety, nutrition information, and marketing and labeling of food, among others. The basic principal of the law was that the producers and retailers were responsible for ensuring that food products were safe for consumers (Skibsted, 2014). The law from 1998 is still in use.

Modern date labels on food date back to 1979 (Kruse, 2011). Date labels can be understood as innovations to fill gaps of trust, delimit responsibilities, and maintain control in increasingly extended food production chains (Milne, 2012). Over time, Danish date labels have become stabilized, with “sidste anvendelsesdato” applied to foods with limited shelf life that are potentially unsafe to health when spoiled and “mindst holdbar til” indicating when the quality of a food product may begin to deteriorate. These two date labels can redistribute responsibility away from consumers and their capacity to assess

the safety of food through direct sensory engagement. Responsibility is instead assumed by institutional processes of risk assessment and knowledge production (Watson and Meah, 2012).

Date labels have shifted away from being a consumer-oriented tool primarily concerned with ensuring food quality and are now at the heart of the regulation of food safety throughout the systems of food production and consumption. Founder of Kostkompagniet Birgitte Escherich explains her concerns:

Danes live in fear when it comes to food. We are afraid of bacteria and shelf life of food, and we don't learn anything about it, so we don't have any confidence in our own capacity of sensory engagement. (Kristensen, 2014)

She further explains:

There is a lot of money involved in putting a shorter "mindst holdbar til" date on a product. There is nothing wrong with the food; it is the date that is wrong. (Kristensen, 2014)

Date labeling is a key instrument of food policy and is positioned between production, retailing, and consumption. Date labeling is where the roles and responsibilities of governments, the food industry, and consumers in contemporary food systems are defined and distributed. However, date labels exist in diverse and rapidly evolving displays of forms (Milne, 2012).

Recently, the terms under which date labels are discussed have undergone a further change, moving away from quality and safety to focus more on food waste. This has resulted in new understandings of the role of the consumer and their knowledge and expertise associated with defining the "end of food." The use and meanings of date labels have become more important in the Danish debates about food waste and the power and responsibility of consumers, retailers, and government (Milne, 2012). In Denmark and other countries in the EU, the discussion on food waste has pointed to date labels as a contribution to the unnecessary disposal of edible food by consumers (Milne, 2012).

Date labels are obligatory in Denmark and everywhere else in EU (Milne, 2012). As mentioned earlier, the date labels in Denmark currently take the form of "mindst holdbar til" and "sidste anvendelsesdato." "Sidste anvendelsesdato" communicates food safety risk and risk management practices to the consumer. It represents the last date that the food may be used safely if it has been stored correctly. "Mindst holdbar til" labels on food refer to the predicted duration of quality characteristics, such as

flavor, appearance, and texture (Kruse, 2011).

As mentioned earlier, date labels on food products date back to 1979. The Labeling Directive was made the same for all EU countries, but some countries translated the terms differently. A number of countries, such as England and Sweden, translated date label as “bedst før”/“best before,” whereas the former government in Denmark decided to translate the date label as “mindst holdbar til.” This translation has probably caused confusion among Danish consumers during the past 30 years (Fødevarestyrelsen, 2014). Denmark is the only country in the EU where supermarkets are not allowed to sell food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date. In other countries these food products can be purchased at reduced prices. In England there are even online supermarkets that sell only food products that have exceeded the date (Milne, 2012). The former government chose in 1979 to maintain a national ban on selling these expired food products. For many consumers, this national ban was a verification of that “mindst holdbar til” was the date after which a food product was no longer suitable for human consumption (Kruse, 2011).

In an interview with Pernille Lundquist from the DVFA, she explains why the former government maintained a national ban on selling food after exceeded ‘mindst holdbar til’ date:

It was a principle of insurance. There was a concern that the consumers could get sick because they bought a product after the expiration date. So it was a case of protecting the consumers.

(Pernille Lundquist, appendix 06, p. 1)

In 2011 a new EU Regulation on the provision of food information to consumers was made in cooperation between the European Council and the European Parliament (European Parliament and The Council, 2011). The constitution of the EU Regulation was made so all member states could have the same rules for date labeling. This is possible because an EU Regulation is the most direct form of EU governance and has a legally binding force throughout every member state, on par with national laws (European Commission, 2012). In the 2011 EU Directive on date labeling it is stated:

While the original objectives and the core components of the current labeling legislation are still valid, it is necessary to streamline it in order to ensure easier compliance and greater clarity for stakeholders and to modernize it in order to take account of new developments in the field of food information. This Regulation will both serve the interests of the internal market by

simplifying the law, ensuring legal certainty and reducing administrative burdens, and benefit citizens by requiring clear, comprehensible and legible labeling of foods. (European Parliament and The Council, 2011)

The new EU Regulation will be implemented in Denmark on December 13, 2014. This means that the Danish supermarkets can sell food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date.

Supermarkets are not forced to sell these products; it is up to the individual store. It is not a direct legal requirement that consumers are informed that the product they are buying has a short/exceeded expiration date, or that these food products be separately displayed (Politiken, 2013; appendix 06). Even though it is not a requirement, the MFAF sees this as misleading marketing to the consumers, which is a legal violation of §3 in the consolidation of the marketing act (Erhvervs- og Vækstministeriet, 2013).

The EU Regulation is an EU initiative, which overrules any national law concerning sales of food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. Although these initiatives are new, MFAF states that they have been working to change the national law for some years:

The Regulation is coming because we are forced to. We actually tried to change the national law a couple of years ago, but there was no political support. But now the change is coming from the EU, and then we have to do it. When it is a Regulation we [Denmark] are not allowed to have national rules. So you can say that we are forced to make this change now. (Pernille Lundquist, appendix 06, p. 1)

During the past ten years a bigger focus on food waste and its environmental side effects has occurred, and the EU has shown interest in reducing food waste in the EU. EU Commissioner for Environment Janez Potočnik said in 2013,

The EU has set a goal of minimizing the food waste in EU by half by 2020, and virtually eliminate landfill waste by 2020. The Commission plans to submit ideas next year concerning food system sustainability, which will have a strong focus on food waste. (Unric, 2013)

The new EU Regulation coming in December 2014, where all member states will have the same rules, has a good possibility of reducing food waste in supermarkets in Denmark since expired food products can be sold instead of discarded.

How retailers and consumers will react to the EU Regulation is still unknown, but this master thesis will try to investigate it.

To investigate the perceptions and understandings of the EU Regulation among consumers and the food system, relevant theories are outlined in the following section.

9.0 Theory

In the following section, two theories are explained that were found relevant in relation to the topics of EU Regulation, date labeling, and food waste. The theory of social construction of technology is used to identify relevant social groups and problems related to the EU Regulation. Furthermore, it is used to argue how the EU Regulation can be seen as a technology. The concept of translation within of actor–network theory is used to investigate how relevant social groups interpret the elements of food waste and the EU Regulation. Through the concept of translation it is investigated whether a common obligatory passage point is possible to reach.

9.1 Social construction of technology

Social construction of technology, abbreviated SCOT, is a social constructivist approach to the study of technology and is a way to examine the social context of innovation (Pinch and Bijker, 1987). In the early 1980s a number of Dutch and English technology sociologists developed a new approach to the history of technology, which they called SCOT. SCOT draws on work done in the constructivist school of the sociology of scientific knowledge, and its subtopics include actor–network theory (a branch of the sociology of science and technology) and historical analysis of socio-technical systems (Pinch and Bijker, 1987).

An important area of this scholarship traces its origins back to an article by Trevor Pinch and Wiebe Bijker (1984), “The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other.” They looked at what impacts and influence various social groups in society had on the development of the bicycle throughout history, where many other social factors (e.g., the contemporary state of urbanism and transport, women’s clothing habits, and feminism) had influence as well. SCOT demonstrates technology history’s sociological relevance by highlighting various social groups that attach specific meanings to an artifact. An artifact can be either a physical object or a non-physical object. From a SCOT perspective, it is therefore not merely engineers

and scientists who are in focus but users and non-users of the technology. SCOT is based on developed and complex concepts with roots in the British sociology of knowledge from the 1970s (Pinch and Bijker, 1987).

SCOT argues that technology does not determine human action, but rather, human action shapes technology (Pinch and Bijker, 1987). SCOT argues that historical development in terms of technology and innovation is intermixed: it is based not only on basic science but on input from various social groups. SCOT also argues that the ways a technology is used cannot be understood without understanding how that technology is embedded in its social context. Those who seek to understand the reasons for acceptance or rejection of a technology should look to the social world (Pinch and Bijker, 1987). The theory holds that successful innovation cannot be explained by claiming that it works better than non-successful innovations. Researchers must look at how the criteria for being “the best” is defined and which groups and stakeholders participate in defining them. The point is which social context it is that underlies a successful innovation (Pinch and Bijker, 1987). As Bijker and Pinch claim,

The success of an artifact is precisely what needs to be explained. For a sociological theory of technology it should be the explanandum, not the explanans. (Pinch and Bijker, 1987, p. 24)

Here SCOT questions what lies behind a successful innovation. The answer is not success itself but what is behind it. The success is what requires explanation.

Technological systems contain many complex components, which are all socially constructed and society shaping. Among the components of technological systems are physical artifacts, such as transformers and power systems. Technological systems also include organizations such as firms, companies, and investment banks, and they incorporate components, usually called scientific, such as books, articles, or research programs (Hughes, 1987).

But technological systems can also be legislative artifacts, such as regulatory laws. Legislative artifacts are socially constructed and adapted in order to function in systems (Hughes, 1987).

In this master thesis the new EU Regulation is viewed from a SCOT perspective as a technological system and artifact. An artifact, either physical or non-physical, functions as a component in a system where it interacts with other artifacts and where all artifacts contribute directly or through other components to the common system goal. If a component is removed from a system or changed, the other artifacts in the system will change accordingly. Because the components of a technological system interact, their

characteristics derive from the system (Pinch and Bijker, 1987).

Concerning sales of food products with exceeded “mindst holdbar til” date products, consumers and retailers must choose, in relation to SCOT, to reject or accept this “change.” This means that the EU Regulation may be either a success or a failure among retailers and consumers. SCOT can be a tool to understand the reasons for acceptance or rejection of a technology – in this master thesis, an acceptance or rejection of the EU Regulation.

An element in SCOT is to reconstruct the alternative interpretations of the technology and analyze the problems and conflicts these interpretations give rise to. This is one of the reasons for the choice of this theory, as the primary empirical data and secondary literature collected could underlie the understandings of the interpretations of the new EU Regulation and the food waste area among relevant social groups.

In the text from Pinch and Bijker (1987), they recommend that scholars interested in the development of technology choose controversy as one important site for research. They see controversy as questioning the truth or falsity of belief about the success or failure of a technology to solve problems (Pinch and Bijker, 1987). SCOT states that different social groups can define not only the problem differently but also success or failure (Pinch and Bijker, 1987). Looking into different social groups in the food system can create the awareness needed for understanding how this EU Regulation will be perceived and understood among retailers and consumers, as well as the rest of the food system.

By looking deeper into the theory of SCOT, basic principles are described to get a better understanding of the EU Regulation and how this will be perceived among the social groups in the food system. The basic principles of SCOT are *relevant social groups*, *interpretive flexibility*, and *closure and stabilization* (Pinch and Bijker, 1987).

9.1.1 Relevant social groups

According to SCOT, a relevant social group consists of all members of a certain social group who share the same set of meanings attached to a specific artifact. As Pinch and Bijker (1987) explain,

We need to have a detailed description of the relevant social groups in order to define better the function of the artifact with respect to each group. Without this, one could not hope to be able to give any explanation of the developmental process. (Pinch and Bijker, 1987, p. 34)

In deciding which social groups are relevant, it is important to get a more detailed description of these social groups. By describing the social groups, this master thesis is interested in identifying groups that may conflict with each other upon the success of the EU Regulation and what problems or concerns the identified social groups have in connection to this. It is important to have all social groups in mind.

The relevant social groups are the users and the producers of the technological artifact, but most often many subgroups can also be considered. Many social groups can be at stake, but the groups can be distinguished based on their shared or diverging interpretations of the technology or artifact (Pinch and Bijker, 1987).

From SCOT a model was developed. The model illustrates the relevant social groups in relation to the artifact (Pinch and Bijker, 1987, p. 35). This model can be seen below in figure 2.

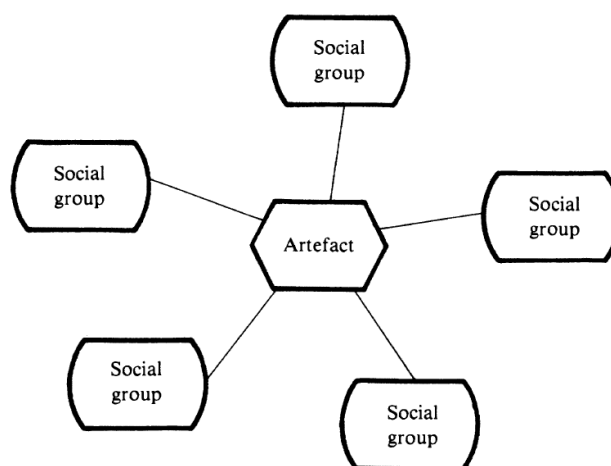


Figure 2: Relevant social groups in relation to the artifact (Pinch and Bijker, 1987, p. 35).

Below, in figure 3, the identified relevant social groups connected to the EU Regulation are graphically shown.

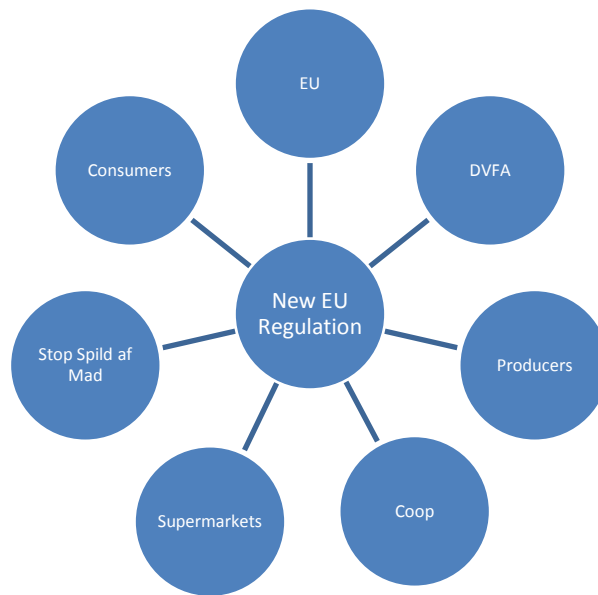


Figure 3: Relevant social groups connected to the new EU regulation.

The underlying reason for choosing these social groups as most relevant is their connection to the implementation of the EU Regulation. To get an insight into their stance toward the new EU Regulation the social groups illustrated in figure 3 were interviewed.

Below, a short description of the relevant social groups is explained.

- The *EU* is seen as a relevant social group but was the only one not interviewed. The EU Regulation coming in December 2014 is an EU initiative, which also overrules any national rules on the area. Furthermore, the EU has set a goal of minimizing food waste by half by 2020. In analyzing the role of the EU, public legal documents were used (European Parliament and The Council, 2011).
- *Ministry of Food, Agriculture, and Fisheries, Danish Veterinary and Food Administration (DVFA)* was interviewed because they implement the EU Regulation in Denmark. Furthermore, the DVFA is developing and providing information and events to consumers about food waste. The interview was conducted with Deputy Manager Pernille Lundquist Madsen from Chemistry and

Food Quality Division, DVFA (appendix 06).

- *Arla* was chosen to represent the producers. The interview was done to investigate how the EU Regulation could affect Arla, and other producers, and what stance they had toward the EU Regulation. The interview was conducted by email with Lars Henningsen, senior QEHS engineer in Arla Foods (appendix 11).
- *Stop Spild af Mad* is a consumer organization and a relevant social group due to their focus on reducing food waste in Denmark. Their goal is to create awareness about food waste through events and campaigns (Stop Spild af Mad, 2014). Stop Spild af Mad is an important social group in future work to create information and knowledge about date labels, food waste, and the EU Regulation. The interview was conducted by phone with the founder of Stop Spild af Mad, Selina Juul (appendix 08).
- *Coop* was interviewed because of their exciting work with food waste and use-by-date products, and for that reason, they were also used as a case study. Coop is a relevant social group because it is up to Coop if they want to accept the EU Regulation and sell products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. The interview was conducted with Head of Program Climate and Environment at Coop, Signe Frese (appendix 04).
- *Supermarkets* were identified as a social group due to their role with sales of use-by-date food products and possible future work with the EU Regulation. The supermarkets are also relevant due to their close link to the consumers. Ronni Sylvest from FaktaQ and Jacob Buch from Irma were interviewed and used as an example (appendix 10, 12).
- The *consumers* are the last link in the food system and are one of the most relevant social groups. Research shows that Danish consumers have little knowledge about some of the elements in the date labels on food products (Mejdahl et al., 2011; Tænk-forbrugerrådet et al., 2012; Jensen, 2011; Aachmann et al., 2012), and thus they may have an important role in the success of the EU Regulation. The consumers were investigated through questionnaire and focus group interviews (appendix 02, 19a–d).

A thorough description and analysis of the retailers, consumers, and other relevant social groups within the food system can be seen in section 11.0.

9.1.2 Interpretive flexibility

The term “interpretive flexibility” refers to the importance of using sociology within scientific knowledge. The fact is that different kinds of science are not given by nature or by mythical men who introduce new “technologies” and release them into “society” but are rather created by intergroup negotiations. SCOT claims that there is no “one best way” to create a new technological artifact, but each participating social group has its own unique view of how the artifact should be made based on its interpretation of the problem that the artifact is supposed to solve (Pinch and Bijker, 1987, p. 40).

The principle of interpretive flexibility will give an insight into different perceptions and understandings among the food system concerning food waste, date labeling and the EU Regulation. It can also be used to understand what effects these different interpretations can have on the choice of acceptance or rejection.

9.1.3 Closure and stabilization

Within the term of “closure and stabilization” are two underlying terms: rhetorical closure and redefinition of the problem.

Rhetorical closure in technology involves the stabilization of an artifact and the “disappearance” of the problems. When the different social groups see the problem as being solved, they subsequently start talking about the problem as solved (Pinch and Bijker, 1987).

According to Bijker and Pinch (1987) through *redefinition of the problem*, often flexibility, the problem is eliminated by redefining it in terms of the solution provided by the artifact so closure can be reached (Pinch and Bijker, 1987).

Technological systems try to solve problems or fulfill goals. The problems mostly have to do with reordering the physical world in ways considered useful or desirable (Hughes, 1987).

The EU Regulation was made so all EU member states could have the same rules for selling food products with exceeded “mindst holdbar til” date. Furthermore, the EU Commissioner for Environment has set a goal to reduce food waste by 50 % by 2020 (Potocnik, n.d.). From the EU’s point of view, this EU Regulation could be a possible and desirable way to solve problems and fulfill the goal of reducing food waste by 2020. These actions could also be viewed as positive toward meeting the goals set by Coop in their Food Waste Manifesto, wishing to reduce food waste in Coop supermarkets by 10 % each

year until 2015.

As mentioned earlier, the concept of translation within ANT is used to investigate how the relevant social groups translate the elements of food waste and the EU Regulation. Through the concept of translation, it is investigated whether a common obligatory passage point is possible to reach.

9.2 Translation

The obligatory passage point (OPP) within the concept of translation was developed by Michel Callon and can be seen as the narrow end of a funnel that forces social groups to engage with a certain topic, purpose, or question (Rhodes, 2009). This means that the OPP is a necessary element in the formation of a network and, in this case, necessary for the successful implementation of the new EU Regulation. If a social group is unable to impose itself as a strong OPP between other social groups in the network, it is not possible to have any control over the big decisions and take credit for the successes achieved. Translation is a term used in sociology within actor–network theory (ANT). As mentioned earlier, ANT was originally developed within the study of technology and science in the late 1970s and early 1980s. The dominant theorists are Bruno Latour and Michel Callon (Rhodes, 2009). An important area of the scholarship in relation to translation traces back to an article by Michel Callon (1986), “Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay.” This article was an investigation into the declining scallop population in St Brieuc bay and looked into how translations can give an account of how power relationships are constructed, maintained, or destroyed within the network, and how certain actors go about getting other actors to comply (Callon, 1986).

The concept of translation can give a better perspective on what is actually occurring during the process of technical innovation. Technologies contain a variety of political, social, and economic elements, as well as science, engineering, and history of these practices. It also includes actors or social groups of a network, and it follows that technologies represent actions of all social groups. Social groups in these networks come with different motives and agendas, trying to bend the spaces around them and translate their wishes and goals into a language of their own. Translation is one of the key elements in ANT and appears as the process of making connections and establishing communication (Callon, 1986).

Callon speaks of translation as a triangular operation where it involves “a translator”, “something that is translated,” and “a medium in which that translation is inscribed”. Callon wants to show how the framework of translation can be well adapted to the study of the role played by science and technology

in structuring power relationships. There are many different ways of working with translation, but common to them all are the entities that draw them from one context into new roles in the actor–network. The translation process is dynamic, and different social groups compete to establish their self-interested problem. The translation of the interests of diverse social groups with their enrollment into secure networks requires constant chains of translation. Different social groups have different value systems, and translation among these social groups is important for the network to succeed (Callon, 1986).

The concept of translation is used in this master thesis to describe the perceptions of what is occurring during the process of technical innovation – in this case, the implementation of the EU regulation. The identified social groups are the “translator,” where their interests and values are identified for the purpose of reaching the OPP. The EU regulation is “something that is translated” and food waste is “the medium in which that translation is inscribed.”

Technologies contain a variety of political, social, and economic elements, and the social groups involved in the EU Regulation, also within the context of date labeling and food waste, will have different perceptions of “what is the best.” But as SCOT argues, a successful innovation cannot be explained by claiming that it works better than non-successful innovations. It is important to look at how the criteria for being “the best” are defined and what social groups participate in defining them (Pinch and Bijker, 1987).

The different social groups identified in this master thesis have the ability to translate words and meanings differently within the context of date labeling, food waste, and the EU Regulation. Different perceptions and interpretations among the different social groups can occur. This means that the different social groups come with different motives and agendas, trying to bend the spaces around them and translate their wishes and goals into a language of their own (Callon, 1986). With the use of translation, it is possible to describe how the different social groups are capable of translating interests and views to reach the OPP, which can be seen as the solution to a problem.

The translation of a social group into a network is achieved through the perception of “four moments of translation” (Callon, 1986), which is described further in the next section.

9.2.1 Four moments of translation

The four moments of translation constitute the different phases of a general process called translation, during which the identity of social groups, the possibility of interaction, and the margins of maneuver are negotiated and delimited.

The first moment of translation is *problematization*, where the identities and interests of the different social groups are known and where interests of the other social groups can be identified. In this way the OPP can be established, and the social groups can make themselves indispensable. Other actors with common interests can join together in solving the problem by forming an alliance (Callon, 1986).

The second moment of translation is *interessement*, the process whereby social groups assemble around an issue to intensify their determination toward moving past the OPP. It is the process where social groups try to convince other social groups to accept an alliance. It also entails translation of strategic compromises and persuasion of different social groups (Callon, 1986).

The third moment of translation is *enrollment*, a successful outcome of the problematization and interessement processes. Social group networks develop by enrolling other entities and where other allies are attached to the network (Callon, 1986).

The fourth and last moment of translation is *mobilization*, where the commitment to the problem is maintained and where the persistent position of the OPP is ensured. The crux of this moment is establishing the legitimacy of the “translator” (Callon, 1986).

The four moments of translation will be used to describe the different phases of the translation process by which the identified social groups will translate food waste, date labeling, and the EU Regulation (Callon, 1986).

10.0 Methodology

For collecting primary empirical data, three different methods were used. The following section contains a description of these methods and how they were used.

Data collection was done on both primary and secondary levels, as well as qualitatively and quantitatively. Investigation methods included the use of various research reports, as well as scientific and political journals and food waste– and date labeling–related sources on both Danish and EU sites. The various investigation methods for collecting data also included a quantitative online questionnaire, interviews with the relevant social groups within the food system, and focus group interviews with Danish consumers. All data were collected in Danish, but quotes used were translated into English. The reason for using Danish in the questions was to avoid linguistic misunderstandings and so the participants understood the questions as well as possible.

The reason for collecting empirical data through three different methods was so the different types of data concerning the same subject could support and strengthen the results (Halkier, 2008).

10.1 Online questionnaire

A self-completed, online questionnaire is a good instrument for generating and gathering a large amount of data. The aim is to give the interviewees the exact same context of questions so the replies can be aggregated easily and converted into numbers that can be presented in simple tables or visualized in various figures and diagrams. The self-completed, online questionnaire was chosen as a method because it is easy for the researcher to administer and is a good instrument to see tendencies within a larger population (Bryman, 2012).

To generate quantitative data central to the attitudes toward food waste, date labeling, and the new EU Regulation among Danish consumers, primary data were collected. This data collection was based on an online questionnaire consisting of self-completed questions with closed-ended questions, in which the respondent had to choose an answer from a given number of options (appendix 01). This ensured the same context of questions for the interviewees and made it easy to answer so that a large amount of data could be generated. The questionnaire was conducted using the web-based program surveyXact (surveyXact, 2013). The online questionnaire was distributed through various communication channels, including different public networks and communities such as Facebook (Facebook, n.d.), various consumer forums within Facebook, and by email.

The aim of the questionnaire was to generate reliable data that could be generalized to a larger part of

the population (Bryman, 2012). Questionnaire participants were collected using random and open criteria. The participants were not selected from a particular segment of the population, since the interest was about general consumers. The only restriction in the survey was that participants be within the borders of Denmark (Bryman, 2012).

Since Coop was used as a case study, the population this questionnaire sought to investigate was calculated based on the members of Coop, which number around 1.4 million (Coop, 2013). The whole population number was not possible to study and a sample size was therefore calculated. The sample-size calculation was based on these numbers:

- Coop member population: 1.4 million
- Confidence level: 95 %
- Confidence interval: 5

Confidence interval is also called margin of error. In this master thesis the allowed margin of error was 5 % = 5, which is often used. The confidence interval can tell whether or not the result was obtained by chance. In the case of this master thesis, it may say something about the results obtained from the studied sample size, and whether they can show tendencies in the overall population. The confidence interval can be calculated for each question in the questionnaire based on the percentage distribution of the responses, number of respondents, and the population size. A result with a confidence interval above five is not a certain or useful result for this master thesis (Lund and Røgind, 2007; Bryman, 2012; The Survey System, 2014).

The *confidence level* refers to the percentage of all possible samples that can be expected to include the true population parameter and is equal to the probability that the response selected has an impact on the results. For example, suppose all possible samples were selected from the same population, and a confidence interval were calculated for each sample. A 95 % confidence level implies that 95 % of the confidence intervals would include the true population parameter. A confidence level of 95 % is used in this calculation because this means that the result would be the same 95 % of the time (Lund and Røgind, 2007; Bryman, 2012; The Survey System, 2014).

By using an online sample-size calculator, the response goal for the online questionnaire was 384 (The Survey System, 2014). The period of data collection was 1 month and was closed with 405 responses. As the number of participants exceeded the goal, the results obtained from the questionnaire can show

tendencies within the overall population.

In using the quantitative method, it was desired to create a representative questionnaire and generate data that could be outlined graphically, which may have presentational advantages as well as show tendencies among the population (Rasmussen, 2008). The survey was distributed within the network of the authors of this master thesis, which suggests a certain trend in relation to age and demographics. Sharing the questionnaire in various consumer forums could have affected the responses, in relation to the opinions and views on the subject. This way of distribution was chosen to get as many answers as possible and to reach the calculated sample size to make the answers of the questionnaire as valid as possible. To analyze the collected data and view the distribution of responses, surveyXact was used (surveyXact, 2013).

The questions in the questionnaire were divided into themes covering four different areas, with a total of 19 questions. The themes were:

- Participant background questions
- Date labels on food products
- Use-by-date food products
- The EU Regulation

In the last question, the participants had the ability to write comments related to the EU Regulation. These comments were used to divide the consumers into subordinate social groups. The most relevant comments were color coded to get an overview of the subordinate consumer social groups (appendix 02, pp. 9-17):

Green: Green consumer

Red: Ignorant consumer

Blue: Economic consumer

Some of the questions were based on questions from a survey conducted by Aachmann et al. (2013) investigating understanding and perceived relevance among consumers about different labels on food products. This was done so the results of Aachmann et al.'s questionnaire could be compared to the results of this master thesis.

A survey by Forbrugerrådet et al. (2013) was used as inspiration for analyzing the answers in the questionnaire. To analyze the data collected from the questionnaire, percentage distributions of the responses were measured in the form of graphic figures and diagrams, with comments linked to each one.

The use of diagrams in the form of both bar charts and pie charts was chosen because they are relatively easy to interpret and understand and provide a graphic image of the different tendencies. Comments were linked to each figure to further illustrate the key findings in each figure (Bryman, 2012).

Research shows little knowledge among Danish consumers about some elements of the different date labels (Mejdahl et al., 2011; Tænk-forbrugerrådet et al., 2012; Jensen, 2011; Aachmann et al., 2013; Forbrugerrådet et al., 2013). This research was also compared to the analysis of this master thesis, as it could show tendencies in the area of food waste and date labeling.

Another method used in this master thesis was qualitative interviews, used to understand the position toward date labeling, food waste, and the EU Regulation within the food system.

10.2 Qualitative interviews

The qualitative interview method was conducted using a semi-structured interview guide with open-ended questions to gain insight in the interviewees' own perspectives, with a focus on and interest in the interviewees' point of view and what they saw as important and relevant. By using this method, it was possible to follow up on the interviewees' replies, and it is flexible in terms of responding to the direction in which the interviewees take the interview. This gives the researcher the ability to get more detailed answers to accommodate the research (Bryman, 2012).

Interviews were conducted to gain insight into the deeper understandings and meanings in the central themes of food waste, date labeling, and the EU Regulation within the food system.

Six social groups were interviewed:

- Coop (appendix 04)
- DVFA (appendix 06)
- Stop Spild af Mad (appendix 08)
- Arla (appendix 11)
- FaktaQ (appendix 10)
- Irma (appendix 12)

The social groups were asked questions about themes in relation to food waste in Denmark, date labeling on food products, and the EU Regulation. Three of the interviews were in person, two were by email, and one was conducted by phone. All interviews were conducted using the same procedure, but with individual questions for each social group, all based on the same themes and using a semi-structured interview guide (appendix 03, 05, 07, 09, 11, 12).

Audio was recorded and transcribed (appendix 04, 06, 08, 10, 11, 12). The transcriptions were used for analysis, and relevant quotes were found and used in this master thesis.

The qualitative research interview sought to elicit the meanings of the central themes within the topics of this master thesis, while also understanding the meaning of the interviewees' replies (Bryman, 2012). The purpose of the interviews was to capture the different social groups' perspectives within the topics. Qualitative interviews can provide data consisting of the interviewees' descriptions and representations in the subject, which can be used for further analysis and understanding in relation to this master thesis (Fog, 2004). The qualitative method also allows for going deeper into the subject, with the opinions and attitudes of the social groups as the most significant focus. This approach can pave the way for new unknown information usable for the analysis (Rasmussen, 2008).

Interaction between interviewer and interviewee is central to eliciting the perspective of the different social groups. For this reason, a semi-structured interview guide was necessary (Hviid Jacobsen et al., 2002). The use of a semi-structured interview guide ensures that information within the same themes was collected from each interviewee. This provided focus about the general themes but still allowed for a degree of freedom and adaptability for the interviewer in getting information from the interviewees. A guide with open-ended questions was chosen as a method so the participants would partly be answering within their own fields of interest and career, but also within the framework of themes linked to food waste, date labeling, and the EU Regulation (Bryman, 2012).

The last method used in this master thesis was focus group interviews. The purpose of this method was to get a deeper understanding among general consumers about the central themes of this master thesis.

10.3 Focus group interviews

Similar to individual interviews, many semi-structured group interviews involve a high degree of interaction between interviewer and interviewee, with many direct questions and answers. This is very

different compared to focus group interviews where most interaction happens between the interviewees (Halkier, 2008).

Bente Halkier (2008) refers to focus group interviews as a research method where data are produced through group interaction in relation to a certain topic, which the researcher has decided. Focus group interviews are a combination of group interaction and a specific research area (Halkier, 2008).

Focus group interviews are suitable if a researcher wants to investigate and collect data on interpretations, interactions, and tendencies in social groups (Halkier, 2008).

The purpose of the focus group interviews was to investigate general consumer knowledge about food waste, date labels, and stances toward the EU Regulation and to investigate how consumers use their senses and instincts to decide whether a food product has gone bad and is not suitable for eating or whether the product is still good for human consumption. The focus group interviews were also used to gain insight into general consumer opinions and views on issues such as waste in their own homes, food waste in general, and use-by-date products. At the same time, interaction with different food products provided insight into the understanding of the use of senses associated with food, both in supermarkets and at home.

The focus group interviews consisted of two different interviews over a period of two days, with five and seven participants. Each interview lasted for about 1.5 hours and took place at Aalborg University Copenhagen, in relaxing conditions with food and drinks to the participants. The participants were randomly selected and placed into groups based on voluntary registration.

The two interviews consisted of two parts:

- In the first part, participants were asked about opinions, attitudes, and experiences in relation to food waste in general, food waste at home, and use-by-date food products (appendix 19a, 19c).
- The second part was a more practical approach to food in which participants would interact with food of different categories, durability, odor, and appearance (appendix 19b, 19d). During this session, participants, using only their senses, had to decide if the various food products were something they would purchase in the supermarket and eat it at home (appendix 17, 18).

Each interview was filmed with audio to generate data for further analysis. During the process, two interviewers served as moderators, controlling the process (Halkier, 2008). The interviews were guided

by a semi-structured interview guide with open-ended questions (appendix 13), with a lower degree of structuring to prevent the authors' own view from affecting the interviewees (Rieper and Amternes og Kommunernes Forskningsinstitut, 1993). The interview guide was a common thread through the interviews, with the opportunity to go deeper into the different responses from the participants with narrower questions.

Focus group interviews generate more authentic data through group-based dynamic processes. The premise is that in social contexts, people form opinions, perceptions, judgments, and attitudes that can therefore be better captured in group contexts (Rieper and Amternes og Kommunernes Forskningsinstitut, 1993). This master thesis identified general consumers as an important social group and seeks to look into their attitudes toward the topics in the interview guide (appendix 13). The focus group interview seeks to provide a dynamic group discussion where opinions and attitudes are considered and formed by interaction and collective interpretation, and where creative ideas and input can be generated from the group. Different opinions from the participants can be validated by other participants with comments and expressions about their position toward the topics. Focus group interviews are a method to obtain data and insight into the social group's formation of opinion and attitudes (Rasmussen, 2008). To analyze the data from the focus group interviews, the most relevant themes and quotes were transcribed.

With the use of these three methods, it was possible to generate data for the use of further analysis. The three methods provided different insights within the same topic and themes. The three methods provided the possibility to obtain the different data in different ways, which is useful to understand the different perceptions and interpretations of the social groups toward the general themes of this master thesis.

11.0 Analysis

On the basis of the data collected and the research done in the areas concerning food waste, date labeling, and the EU Regulation it is possible to analyze how the EU Regulation can be perceived by the food system and whether it can help to reduce food waste in Coop supermarkets. It would be too extensive to present everything that emerged from the data collection, so the most relevant results linked to the above topics are emphasized in the following analysis. In the following section, the relevant social groups are analyzed using SCOT and the concept of translation from ANT. By identifying the relevant social groups, this master thesis is interested in the perceptions and translations of the problems regarding the EU Regulation that each social group has. These problems will be viewed through one of the three principles of SCOT, namely interpretive flexibility, where each of the relevant social groups has its own unique view of the artifact.

In analyzing which problems are relevant, the social groups concerned with the artifact and the meanings that those groups give to the artifact play an important role. A problem is defined as such only when there is a social group for which it constitutes a “problem” (Pinch and Bijker, 1987). The concept “relevant social group” is quite simple. The phrase is used to signify institutions and organizations, as well as organized or unorganized groups of individuals. The key requirement is that all members of the social group share the same set of meanings attached to the specific artifact (Pinch and Bijker, 1987). The EU Regulation has come to life on the basis of the participation of various stakeholders with different interests in the topic. This can be associated with SCOT as these actors can be seen as relevant social groups with influence on the EU Regulation. All the identified social groups are involved in the EU Regulation and can both affect it and be affected by it (Pinch and Bijker, 1987).

By identifying the relevant social groups, this master thesis is interested in the problems regarding the EU Regulation that each social group has.

In the early work done by Pinch and Bijker (1987), they presented technological development as a non-determined, multi-directional flux that involved constant negotiation and renegotiation among and between the groups shaping the technology. As showed in section 9.1.1, p. 24, Pinch and Bijker (1987) developed a model showing how they see various social groups shaping a technology or artifact, and the relations between social groups and the artifact. Their model is very different from earlier rigid, categorized linear models that are often presented for technological development (Pinch and Bijker, 1987).

Figure 3 in section 9.1.1, p. 25, shows the identified relevant social groups in connection to the artifact, the EU Regulation.

In extension to this, Bijker and Pinch (1987) developed a model showing the problems each social group has with respect to the artifact. This can be seen in figure 4 (Bijker and Pinch, 1987, p. 36).

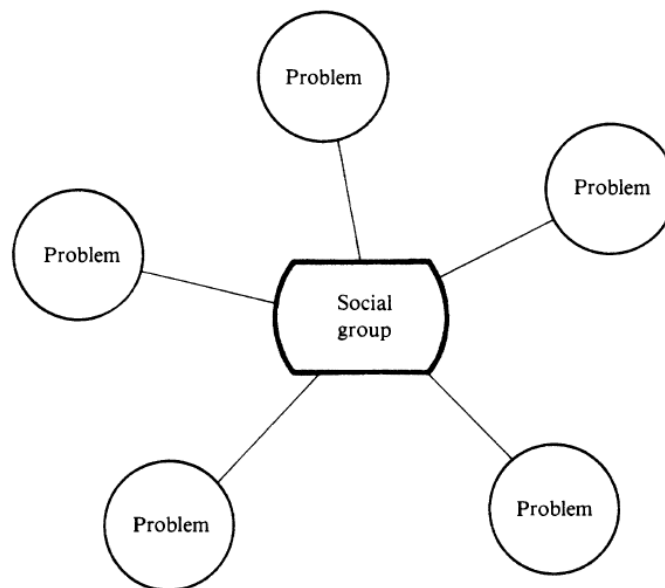


Figure 4: Problems each social group has with respect to the artifact (Pinch and Bijker, 1987, p. 36).

In the next section, each of the social groups is analyzed in light of the data collected and research in the area. The social groups are analyzed with the purpose of identifying problems in relation to the implementation of the EU Regulation. The analysis is rooted in SCOT and translation.

Due to the focus on Coop and the consumers, these sections are more in depth.

Further, each of the relevant social groups is displayed using the model of Bijker and Pinch (1987), illustrating the problems that each social group has in relation to the artifact, the EU Regulation.

11.1 EU

EU problems connected to the EU Regulation are illustrated in figure 5.



Figure 5: EU problems connected to the EU Regulation.

Every year approximately 90 million tonnes of edible food is wasted within the EU member states. The waste of food happens at every stage of the supply chain, from farm to fork. A reduction of food waste has been high on the EU agenda for many years; the European Parliament has called for collective action and set a goal of reducing food waste in the EU by half by 2020. This ambition requires an effort from the whole food system. EU Commissioner for Environment Janez Potočnik said in a speech,

Less food waste would lead to a more efficient land use, better water resource management, more sustainable use of phosphorus, and it would have positive repercussions on climate change. From an ethical point of view, there is simply no place for avoidable waste in a resource constrained world, a world where we still have a billion hungry mouths.

In the EU we have set ourselves a target to half edible food waste by 2020, and to virtually eliminate landfilling by 2020, the Commission is planning to present ideas next year on the sustainability of the food system which will have a strong focus on food waste. Our upcoming EU Communication on Sustainable Food will not only look at food waste, but at how we can tackle resource inefficiencies across the food chain. Ultimately, this will help the food system to become more resilient and competitive. (Potocnik, n.d.)

Across the EU there are many initiatives to reduce food waste (European Commission, 2014). Many of these initiatives include raising awareness through campaigns, information, training, measuring waste, and improving logistics (European Commission, 2014). However, research in the area is still limited, and there is still a way to go.

Although EU focuses on food waste, the underlying agenda for the basis of the EU Regulation is changing the existing EU rules on food labeling (European Parliament and The Council, 2011). These changes aim to enable consumers to make informed choices and secure food safety, securing the freedom of movement of food within the borders of EU and ensuring that the food is legally produced and marketed (Europa Kommissionen, 2013).

As mentioned earlier, it is also in the EU's interest to streamline food information in order to ensure easier compliance and greater clarity for stakeholders. The EU Regulation seeks to simplify the law and ensure legal certainty while reducing administrative burdens, which also benefits citizens by clear, comprehensible, and legible labeling on food products (European Parliament and The Council, 2011).

While the focus on food waste is increasing in the EU, the reasons identified behind the EU Regulation are to make common rules and laws across the borders of the member states, create a more transparent market, and lower costs related to administrative tasks. Consequently, the EU has economic interests concerning common guidelines on food products. It can be argued whether the EU Regulation will have a positive side effect on food waste in Denmark and, in the long term, positively affect food waste in the EU.

11.2 Danish Veterinary and Food Administration

DVFA problems connected to the EU Regulation are illustrated in figure 6.

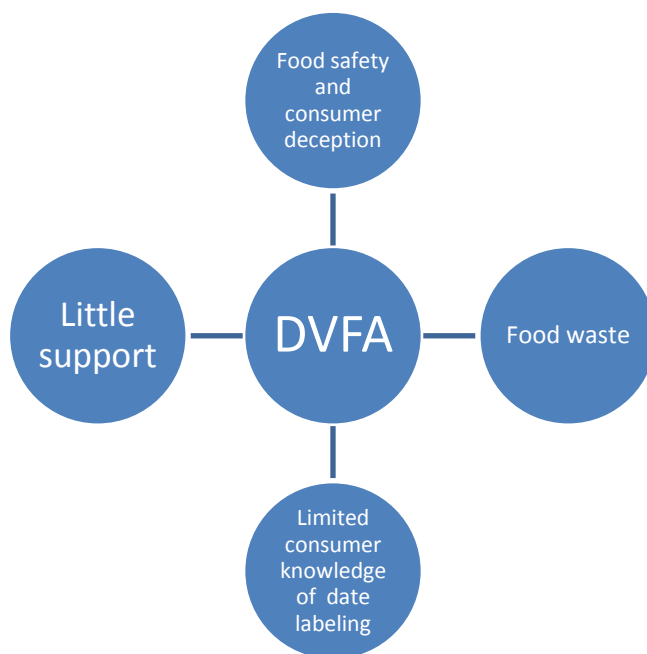


Figure 6: DVFA problems connected to the EU Regulation.

DVFA is implementing the EU Regulation in Denmark, which overrules any national law on the area. One of their main problems analyzed through interviews was the lack of knowledge from consumers about the meaning of the different date labels.

What makes it extra challenging for us is that it was not important to know the difference between the two date labels, and it is only in the past years that there has been a focus on food waste, so it is a little challenging. (Pernille Lundquist, appendix 06, p. 1)

As Pernille Lundquist mentions, it can be extra challenging because the EU Regulation cannot be a complete success if consumers are not aware of the meaning of the date labels. Data from focus groups also showed that the consumers have very little confidence in their own sensory skills and do not trust the exceeded "mindst holdbar til" date (appendix 15, 16, 19a–d). Three participants answered,

It is difficult to use your common sense, because why would I be better at assessing whether a product is good or bad than those who work with food safety? (appendix 19d, 19:25 min.)

I rely on date labeling rather than my own senses. (appendix 19d, 19:34 min.)

I assume that they [food products that have exceeded "mindst holdbar til"] pose a health risk. (appendix 02, p. 16)

From the empirical analysis, there is still a lot of anxiety about getting sick from food products. For centuries these issues on food safety and consumer deception have also been a highly important area for the DVFA. But due to Danish law, it has not been important for Danish consumers to know the meaning of the different date labels on food products. Danish consumers trust the authorities, and with fresh food at the supermarket, where food never exceeds the "mindst holdbar til" date, it has been very easy for the consumers to feel safe and not fear getting sick.

When the participants in the focus group interviews (appendix 19a–d) were asked about their confidence in the existing date labels, many agreed that they trusted the date labels. One of the participants quickly answered,

Yes, I have to. If I didn't trust it, I wouldn't have anything else to rely on. (appendix 19c, 28:30 min.)

Another participant said:

Yes, I do. I actually rely a lot on the date labels. I look at them a lot and trust them. Maybe I don't understand the different date labels completely, but I always look on how long they can last in the fridge. I do not eat it if it has exceeded the expiration date. (appendix 19a, 11:35 min)

From the interview with Pernille Lundquist, it seems the DVFA is positive toward the EU Regulation. At the moment, the DVFA is providing information to supermarkets on food waste and to consumers on food waste and date labeling. The DVFA is awaiting on Coop to resolve how they will act upon the EU Regulation.

If Coop decides to implement the EU Regulation, the DVFA will have different roles in connection to different social groups in the food system. In the interview with Pernille Lundquist from DVFA (appendix 06), these different roles were explained:

- Give the consumers information and awareness about the different date labels and their meaning. This will be done through their homepage.
- Inform Coop on marketing law and make sure that there is no consumer deception.
- Inform and create guidelines for producers on the different date labels and their meaning and make sure that the producers use the date labels correctly and in compliance with the EU Regulation.

DVFA is currently working on guidelines targeting the producers that include information about the two different date labels and their use. However, it is still the producer's responsibility to use the right date labels. It is unclear when these guidelines will be official.

In SCOT it is argued that a technology is intermixed and cannot be a success without inputs from various social groups (Pinch and Bijker, 1987). In the interview with Pernille Lundquist, she explains that there is no existing joint support toward the EU Regulation among the relevant social groups. This could be a bump on the road toward a successful implementation. When asked about the support of the implementation of the EU regulation, Pernille Lundquist explains,

No one other than Stop Spild af Mad. We have not been contacted by people who think we should repeal the national ban. There might have been some single consumer requests... But no, I can't think of anyone who thinks that this EU regulation is a good idea. Apart from ourselves.

(Pernille Lundquist, appendix 06, p. 2)

From this it can be argued that broader knowledge sharing through different communication channels is needed to reach social groups other than consumers, including retailers, producers, and other links in the food system. Since Stop Spild af Mad is positive toward the EU Regulation they can be seen as a partner for future communication collaboration with the DVFA.

11.3 Producers

The producer problems connected to the EU Regulation are illustrated in figure 7.

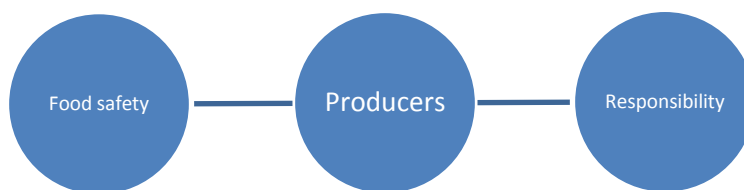


Figure 7: Producer problems connected to the EU Regulation.

As a producer, Arla is seen as an important social group as they are one of the first links in the supply chain: Arla sets the date on the label and thus decides the shelf life of their products. Date labels on food products are something both supermarkets and consumers relate to. One can imagine how the new EU Regulation could have an impact on how Arla sets its shelf-life dates.

In an email interview with Arla (appendix 11), the company was asked about their opinion on the EU Regulation and how this may affect them. Arla currently has no official position toward the EU Regulation and has therefore not taken a position on whether it is something that will affect the company positively or negatively. Lars Henningsen from Arla explains that quality, freshness, and high food safety are the most important propositions for Arla. These are also demanded by consumers and are something Arla will not compromise on. When it comes to responsibility, it is, again, food safety that takes priority. Arla is responsible for providing fresh products to consumers, while it is the retailer that is responsible for selling the food products to consumers within the limits defined in the rules on date labeling.

It was difficult to get a concrete answer on Arla's position regarding the EU Regulation. However, Pernille Lundquist from the DVFA (appendix 06) believes that many producers could be against it. She explains that many producers are interested in selling as many products as possible while still having high standards of quality, freshness, and food safety. Making it possible to sell food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date, can result in lower income since the food products can last longer. Brand image regarding quality and freshness could also be at stake. Subsequently, Pernille Lundquist states that it is the producers that are responsible for using the correct date label and

understanding the different date labels and their correct meaning. As stated earlier, the DVFA is in the process of creating guidelines for the producers, which will give concrete information on the different date labels and their meaning. This could help the producers.

How Arla and other producers will receive the EU Regulation is difficult to predict. Producers have very little influence in this matter because it is the supermarket that has to sell the food products. One could imagine that producers like Arla could set the “mindst holdbar til” date later so the product could be sold at the original price for one or two days longer than it is now. But this is just a hypothesis.

11.4 Stop Spild af Mad

Stop Spild af Mad problems connected to the EU Regulation are illustrated in figure 8.

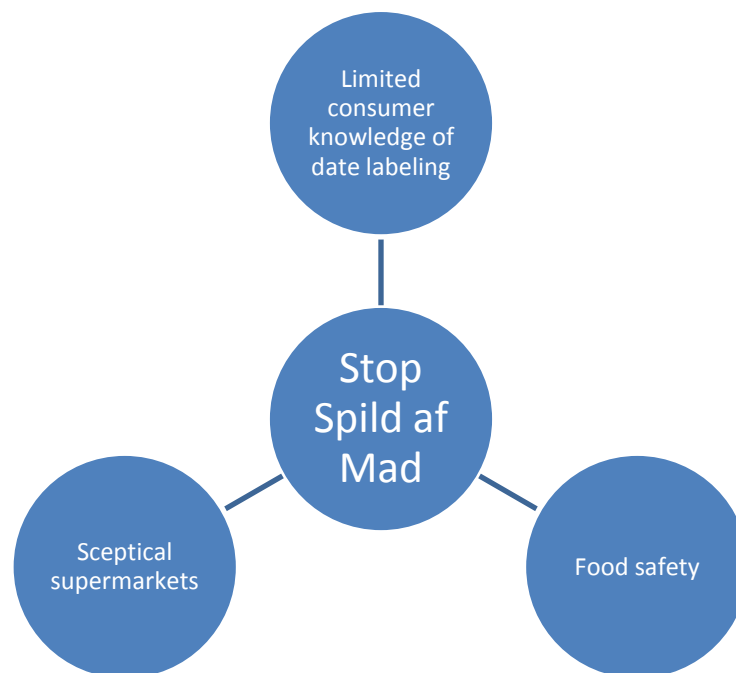


Figure 8: Stop Spild af Mad problems connected to the EU Regulation.

Stop Spild af Mad, founded by Selina Juul, is an NGO and consumer organization with a focus on and interest in decreasing food waste in Denmark. Their focus on food waste is very broad, with a desire to decrease food waste in all links of the supply chain (Stop Spild af Mad, 2014).

Stop Spild af Mad cooperates with multiple private and public organizations, politicians, retailers, and consumers. The interview with Stop Spild af Mad was conducted to gain insight into their thoughts, interests, and initiatives with food waste, date labeling, and the EU Regulation. In relation to food waste,

Stop Spild af Mad has an interest in all initiatives regarding food waste and is very positive toward all work done by various partners, which is evident from the interview (appendix 08), as well as from the organization's homepage (Stop Spild af Mad, 2014). Even though secondary analysis shows that food waste is not the direct reason for the EU Regulation, Selina Juul is still positive toward the idea of food waste being one of the reasons behind it (appendix 08).

Selina Juul is very aware of the lack of knowledge and awareness about the different date labels among consumers and thinks that this is one of the main problems in the implementation of the EU Regulation. She also believes that supermarkets can make a big difference by making more information available in the supermarkets. Selina Juul explains the importance of cooperation with retailers:

It is in the supermarkets you can reach the consumers, and it is here we need to have focus. You can say that this is only one area of the problem – it is important also to reach the farmers, producers, etc. (Selina Juul, appendix 08, p. 3)

Selina Juul doubts the success of the future implementation of the EU Regulation in the supermarkets, including Coop, and thinks that the different retailers will find it too difficult to implement when it comes to control and responsibility. This can be an obstacle regarding sales of food products with exceeded "mindst holdbar til" date. As Selina Juul explains,

I think they [supermarkets] will say it is too difficult. And who is there to control it? . . . I think they will say no. (Selina Juul, appendix 08, pp. 6-7)

She explains that even though it is an EU Regulation, and the supermarkets are allowed to sell these exceeded food products, it does not mean that they actually will.

As mentioned earlier, the fear among consumers in relation to getting sick from food that have exceeded the "mindst holdbar til" date and the knowledge behind Danish date labels are two of the most important areas on the Stop Spild af Mad agenda. These areas are something that the organization will work on by creating information that will explain the difference between the date labels. Selina Juul states,

In cooperation with the DVFA, Coop, and other partners, we can do massive information campaigns and create knowledge about the meaning of the date labels. (Selina Juul, appendix 08, p. 8)

Due to the already existing cooperation between Stop Spild af Mad and Coop, through the Food Waste Manifesto, future development regarding consumer information about the different date labels can be evolved.

11.5 Coop Danmark A/S

Coop problems connected to the EU Regulation are illustrated in figure 9.

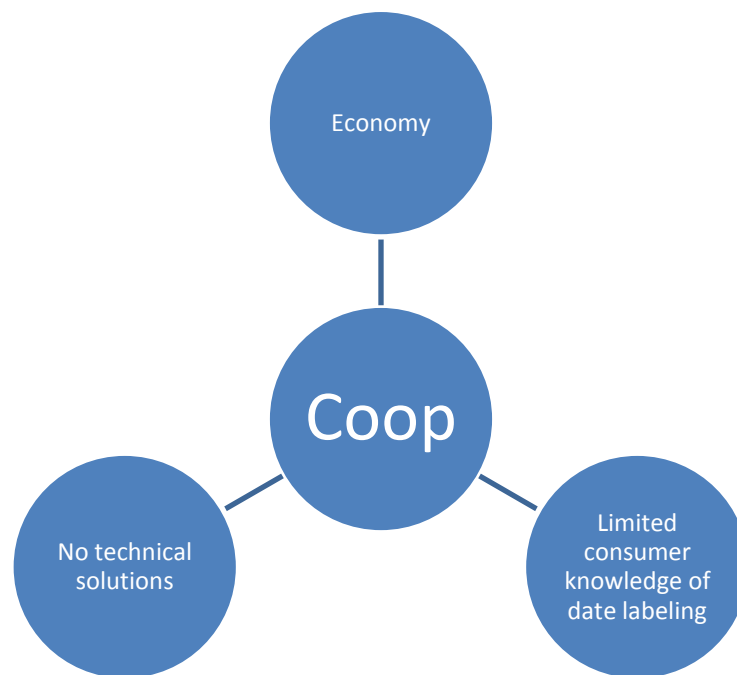


Figure 9: Coop problems connected to the EU Regulation.

Coop is used as a case study in this Master Thesis in relation to food waste, date labeling, and the EU Regulation. The new EU Regulation will be implemented in Denmark in December 2014. This makes it possible for the retailers, including Coop, to sell food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. As it is optional for supermarkets to put these items up for sale, Coop has to decide whether this is something they want to work with. As already described, Coop has developed a Food Waste Manifesto with objectives on how food waste can be reduced in their supermarkets. Coop has no official

response to this EU Regulation but shows both interest in and skepticism about the subject. When asked about the company's position on the forthcoming EU Regulation, Signe Frese from Coop explained,

I do not really know yet. It could in fact be interesting. The fact is that I think we will be a little skeptical about selling food that, in the eyes of consumers, is too old. Also, because there is something about who has the legal responsibility if there is something wrong with the food. So I'm actually not quite clear about it. (Signe Frese, appendix 04, p. 5)

At the same time, Coop is looking at their competitors and other social groups and has great interest in how other social groups will relate to this EU Regulation. Signe Frese says,

I think at least it would be good with a nuanced look, taking the different actors' views into account. (Signe Frese, appendix 04, p. 5)

From the interview with Coop, it seems that different subjects underlie their skeptical and hesitant attitude toward the EU Regulation. One of the key factors is that there is no official position from Coop yet. They are interested in how other social groups act upon it. This may apply to other supermarket chains and producers, but also consumers. There is no obvious reason for this hesitant attitude Coop holds, but the stiff competition in the retail sector may be one reason, along with the lack of research on the subject.

Coop has a great interest in their consumers, and selling food products that has exceeded the "mindst holdbar til" date, can create the impression that Coop sells old food products. Therefore, Coop is also interested in consumer attitudes toward this change. Coop is already working with food waste in their supermarkets, and that could be one of the reasons why they look at the EU Regulation with some interest, since there is the possibility to meet their objectives to reduce food waste in their supermarkets. However, studies show that there is a lack of knowledge among consumers in relation to the different kinds of date labeling. Coop sees this knowledge as very important in relation to a successful implementation. Signe Frese mentions in the interview,

Yes, that's interesting. How will consumers react to it [the EU Regulation]? The consumer understanding? What are they thinking? Are the stores now selling old food? And what initiatives are needed to change these understandings of date labels? That might change

consumer behavior in the supermarkets so consumers are more aware of the meaning of the date labels when they take a certain food product and what kind of consequences it has. (Signe Frese, appendix 04, pp. 12-13)

Before Coop can make an official statement about their work with the EU Regulation, it requires an understanding of Coop's consumers in relation to the implementation and use of the EU Regulation, questioning whether it can be successful or not. Together with other social groups' attitudes and work within this topic, Coop can decide their future work.

A factor that plays an important role in Coop's work with food waste and, at the moment, sales of use-by-date products is economy. Like many other retailers, it is in Coop's interest to have a positive turnover, which means they have to sell as much as possible. One of the sub-objectives in Coop's Food Waste Manifesto is to increase sales of use-by-date products and increase sales of these to avoid discards. The way Coop can sell these food products is by lowering the price, which may affect the earnings. From Coop's point of view, none of the reduced products have any economic benefits, and they would rather sell their food products before they reach their "mindst holdbar til" date. Coop states that they have no trouble with selling their use-by-date products. This, however, is not consistent with FaktaQ's experiences. FaktaQ's representative, Ronni Sylvest, states that the company does not sell all of their use-by-date products and that economy is very important:

No, we don't sell them all. But some consumers are starting to look for these reduced food products. We would rather sell the food product at the original price than reduce it. But reducing the price also helps us to minimize our discards. If there are two or three food items left, I just throw them away to make room for the new food products... In connection to both food waste and profit, it pays off to discard the use-by-date products and focus on selling products with a newer date label; otherwise these newer food products will reach the use-by-date before we have time to sell them. (Ronni Sylvest, appendix 10, p. 2)

From FaktaQ's point of view, sales of use-by-date products can be seen as an obstacle in relation to sales of fresher products. FaktaQ's representative mentions that the sale of use-by-date products can be affected by how they are displayed. He mentions Irma as an example, and explains how that company promotes its use-by-date products by displaying them in separate coolers with clear information signs.

Signe Frese from Coop agrees with Ronni and mentions,

Irma is the frontrunner in the food waste area and has for many years promoted use-by-date food products. They have success by clear information signs, employee education, and knowledge sharing across other supermarkets so the different supermarkets can learn from each other. (Signe Frese, appendix 04, p. 2)

In connection, the data show that there is a bigger need for promoting these use-by-date products, which could decrease the discard of these products.

In the questionnaire, the consumers were asked whether they thought the supermarkets were doing enough to promote use-by-date food products. The answer can be seen in figure 10.

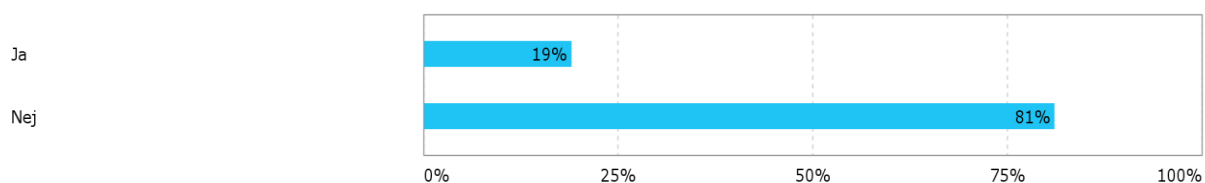


Figure 10: Distribution of consumer responses in connection to whether supermarkets are doing enough to promote use-by-date products (appendix 02, figure 17, p. 8).

The analysis shows that the promotion of use-by-date products could be accomplished by improving signage and display of these products (appendix 02, figure 15, p. 7).

The answers are based on where consumers do their grocery shopping. This distribution can be seen in the analysis (appendix 02, figure 18, p. 8).

Even though promotion of use-by-date products can be one opportunity to reduce food waste and reduce the discard of use-date-date products, it was mentioned earlier that a lack of knowledge about date labels among consumers may be an obstacle in efforts to reduce food waste. Coop has, in different ways, been working with information targeted their consumers by creating awareness about food waste and the meaning of date labels. Coop has developed consumer analyses, a food waste application to smart phones, and informative material (Coop, 2014). Coop is also focusing on food waste in their weekly mail-offer catalogue, but this only happens about once a year.

Though a lot of work has been done in the area, the empirical analysis and other research papers show

that there is still a lack of knowledge among consumers.

In figure 11 and 12, one from own empirical data and one from Aachmann et al. (2012), consumer knowledge about food safety in connection to the date label “mindst holdbar til” is displayed. The two different studies are comparative and show a tendency, that people think, that that the food product can pose a health risk if consumed after the expiration date.

The question was whether the consumers thought that food products with exceeded “mindst holdbar til” date, could pose a health risk. The answers are shown below.

- Figure 11: 40 % answered true, 48 % false, and 12 % do not know. The correct answer is false.
- Figure 12: 47.2 % answered true, 35.8 % false, and 17 % do not know. The correct answer is false.

Hvad betyder “Mindst holdbar til”? -
Fødevarer kan efter overskridelse af
datoen udgøre en sundhedsrisiko?



Figure 11: Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “mindst holdbar til” date label. Here, 40 % answered true, 48 % false, and 12 % do not know. The correct answer is false (appendix 02, figure 11, p. 5).

Fødevarer kan efter overskridelse af datoen udgøre en
sundhedsrisiko.

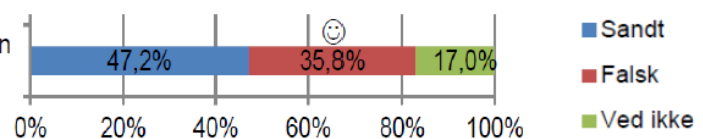


Figure 12: Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “mindst holdbar til” date label. Here, 47.2 % answered true, 35.8 % false and 17 % do not know. The correct answer is false (Aachmann et al., 2012).

To create more awareness, further campaigns could be useful. Coop’s weekly mail-offer catalogue could be used more extensively to inform consumers. But this has some economic consequences, as Coop describes:

You could do that, you could pretty much have it every week. But there is competition and each page in such a newspaper has to obtain a certain amount of money. So the more products you take out of such a page, the fewer items you can then sell. So it is good that it [food waste] has

its own page once a year, but then you can of course argue whether it should be more often. (Signe Frese, appendix 04, p. 11)

Coop's work with the EU Regulation is a little hesitant and their future economic resources in connection to food waste campaigns are unknown. The objectives in Coop's Food Waste Manifesto may be difficult to comprehend due to the lack of knowledge among consumers.

Another problem analyzed from the data was the technical aspects of controlling the sale of use-by-date products. From the interview with Signe Frese, it was obvious that Coop has no concrete guidelines or technical solutions for this control. She states,

There are no technical solutions. It is just good leadership and good business acumen in the supermarkets. (Signe Frese, appendix 04, p. 2)

Every chain has some kind of guidance on how to approach such a task [sales of use-by-date products]... But each store has, in principle, a fairly large degree of freedom as to how they will display it. (Signe Frese, appendix 04, p. 3)

When Coop concludes on how the supermarkets meet their goals set in the Food Waste Manifesto, they look at the various outlets' discard numbers. These figures provide a picture of how much the supermarkets sell and how much they discard. Coop use these figures to measure and compare, giving a picture of whether they are on their way to their target.

The supermarkets are responsible for checking the dates on the food products and reporting the discard numbers to the management of Coop. But the control is not done every day; it depends on what kind of food product it is and when the supermarkets are doing their inventory. Ronni Sylvest explains,

We run date checks on our fresh products every day, and on our dry goods, it is done by random check. With 4,000 food item numbers, it is not possible to check everything. So when we do inventory, which is two times a year, we check everything. Otherwise we use random checks. Then we share knowledge with other supermarkets on the internet so if we find a batch of Nutella that expires, they can do the same in other stores, because we get the goods from the same place. Then we write a message that we found this food item that expires in ten days.

(Ronni Sylvest, appendix 10, p. 1)

When the new EU Regulation comes in force in December 2014, the supermarkets will be allowed to sell food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. But in the absence of a system where Coop can control and keep track of their use-by-date and exceeded food products, it can be a challenge for the supermarkets in relation to how these products can be sold and presented and how they can keep track of the discarded food.

At the moment there is a date label that consumers can relate to. However, after December 13, 2014, issues such as quality, appearance, and food safety are issues that will be discussed.

Food products with the label "mindst holdbar til" can also reach a point where they are inedible and may pose a health risk. It is therefore necessary for the stores to find a system to help the employees control and keep track of their use-by-date food products and thereby minimize the risk for misleading consumers. This control system could beneficially be developed in cooperation with producers, as they know their food products and their shelf lives.

11.6 Supermarkets

Supermarket problems connected to the EU Regulation are illustrated in figure 13.



Figure 13: Supermarket problems connected to the EU Regulation.

By interviewing FaktaQ and Irma, it became clear that economy aspects were the underlying agenda in relation to sales of use-by date products and future sales of food products with exceeded "mindst holdbar til" date. By analyzing the two interviews, it was obvious that there was a big difference between FaktaQ and Irma and their way of presenting and selling use-by-date food products. Whereas Irma presents these products in separate coolers with information signs, FaktaQ displays them with a single label mixed with other, fresher food products. An example of this can be seen in picture 1 and 2.



Picture 2: Use-by-date products mixed with other food products in Fakta.



Picture 3: Use-by-date products in separate coolers in Irma.

Neither of the two supermarkets believes in the sale of products that have exceeded the “mindst holdbar til” date, after December 2014, when the EU Regulation comes into force. The analysis shows that reputation and image is important for the two supermarkets, and neither of them are willing to risk this by selling food products that has exceeded ‘the mindst holdbar’ date.

Jacob Buch from Irma says,

I could imagine that Irma will choose not to sell food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date and instead discard them. (Jacob Buch, appendix 12, p. 2)

In connection to that, Ronni Sylvest from FaktaQ explains,

I don’t think we would make use of it [food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date]. In connection to our image, I think that the head of Coop will say that it is something we will not make use of. (Ronni Sylvest, appendix 10, pp. 4-5)

It is important for the two supermarkets that the consumers can buy fresh food products and that they do not compromise on food safety. Coop has already published information targeting consumers with a focus on food waste and use-by-date products. In the interview, Signe Frese doubts that more can be done in the supermarkets than what has already been carried out (appendix 04). When consumers do their grocery shopping in the supermarkets, they only want to purchase their groceries and go home again. They do not spend time on anything else. This could be one of reasons why the supermarkets

could have difficulties being the direct link for knowledge sharing with consumers. Ronni Sylvest from FaktaQ agrees and believes that information regarding food safety, date labeling, and the meaning of these should not come from the supermarkets but instead from interest groups like Stop Spild af Mad and from the authorities like the DVFA (appendix 10).

From both the supermarkets and the head of Coop, there is a broad agreement that the best way of realizing the implementation of the EU Regulation is by including the whole food system.

11.7 Consumers

Consumers can be seen generally as a social group. But within the concept of general consumers, they can be divided into subordinate social groups in relation to the type of consumer in the supermarkets based on the data. This classification, in terms of SCOT, is relevant as it can provide a picture of how the implementation of the new EU Regulation will be received by Danish consumers. The classification of the various underlying social groups can help to reveal which social groups are more able to accept the new EU Regulation and which could reject it.

Before relevant consumer social groups can be identified, it is important to clarify the general stance toward the concept of “the consumer.” When economists talk about consumers, they talk about people who spend cash; nutritionists, however, talk of those who ingest food and the like (Gabriel and Lang, 2006). Consumers can be seen either as knowledgeable and powerful or as ignorant and manipulated, or either as individualistic or as collective- (and perhaps ethically) oriented (Gabriel and Lang, 2006). At the same time, the analysis of the two focus group interviews indicates that a person’s upbringing can influence habits and behaviors in relation to food waste (appendix 19a–d).

In this master thesis consumers are seen as people going to the supermarket purchasing groceries for consumption, and general consumers’ knowledge and awareness concerning date labeling and food waste and their attitudes toward the new EU Regulation are investigated.

Together with the above aspects of the consumer, the analysis showed that the physical ability to use the body’s senses is an important element in consumers’ interaction with food. As part of the focus group interviews, the participants were presented with a variety of food products (appendix 18). The participants had to evaluate whether they would buy the food products in a shopping situation and whether they would use the food products at home. This was done by using their senses (smell, taste, look, feel). The results of the sensory session showed very different results in how the participants used

their senses when interacting with food.

In the first interview (appendix 19b), the participants opened, looked, smelled, and even tasted the food products. Some of the participants were very hesitant and unsure of using their senses. In the second focus group interview (appendix 19d), all the participants started to look at the date label. After a while, they slowly started to interact more with the food products. Even though many of the participants were hesitant about trusting their ability to use their own senses, some of these participants were afterwards amazed that some of the products that had exceeded the “mindst holdbar til date”, were still fresh and edible.

However, many of the participants in the focus group interviews expressed their concern about the difficulties in using their senses in the supermarkets due to the packaging of many food products.

While presented with the food products, the participants in the sensory sessions were first asked whether they would purchase the presented food products. Second, they were asked whether they would eat the food products at home if they found them in the refrigerator.

The results are shown graphically in figure 14, illustrating that the participants tended to deselect the food products in the shopping situation (shown as Nej, Indkøb), but were more willing to use the food products at home (shown as Ja, I hjemmet). These answers can be seen as an obstacle in the implementation of the EU Regulation in supermarkets. This concern is discussed further in section 13.0.

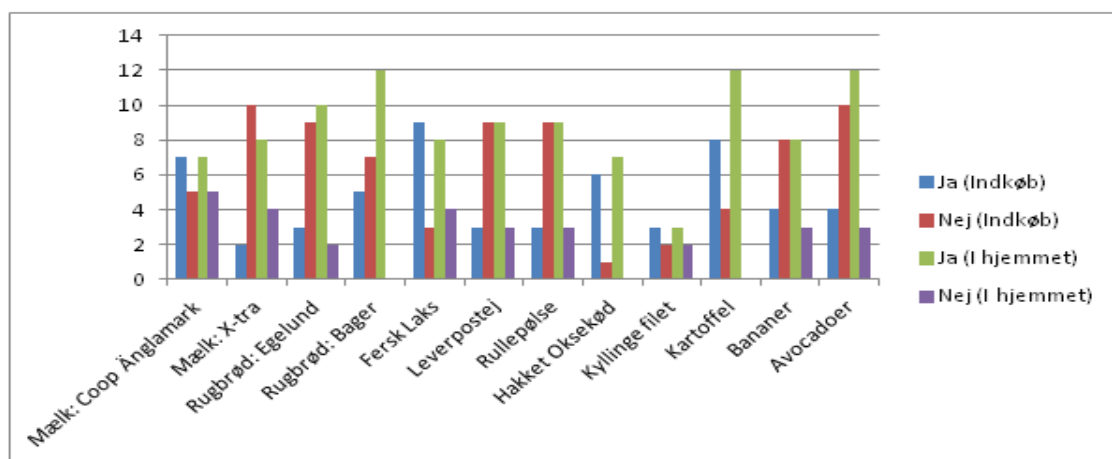


Figure 14: Distribution of participants' selections of food products in supermarket setting and home setting (appendix 17).

Through the analysis of the data, three subordinate consumer social groups were identified: *the green consumer*, *the ignorant consumer*, and *the economic consumer*. “The ignorant consumer” and “the

economic consumer” are terms created in connection to this master thesis.

Below is a more thorough description of the three subordinate social groups.

11.7.1 The green consumer

The green consumer movement began in Europe and quickly spread west to North America. The green consumer movement forced companies to listen to consumers and offer a new range of products, such as phosphate-free detergents and cars with recyclable components, which gave consumers the option of choosing “green.” These products did not have great success. One lasting effect, however, was that companies started to undertake environmental and recycling assessment as a way of gaining competitive advantage over their competitors (Gabriel and Lang, 2006, pp. 164-166).

Green consumer behavior has traditionally been viewed as a form of ethically oriented consumer behavior that is motivated not only by personal needs but also by a concern for the welfare and environment of a society in general (Moisander and Pesonen, 2002).

In past years, a stronger focus from the media on waste, recycling, and organic food and its health and environmental effects has also created a greater interest from these consumers.

To understand the term “green consumer” in relation to food waste and stance toward the EU Regulation, it is important to understand that individuals interpret the term “food waste” differently and in a multitude of contexts. Moisander and Pesonen (2002) argue that green consumers are conceptualized as goal-oriented individuals and influential market actors who use their purchasing power to bring about social change by taking into account the public environmental consequences of their private consumption.

From the data, this type of consumer was identified through quotes, statements, and answers in both in focus group interviews and the questionnaire in relation to food waste, use-by-date products, and the EU Regulation. One participant who answered the questionnaire was thinking about more than just food waste and was able to put food waste in other contexts:

I think it is a shame that we throw so much food away when, for example, the animals have had such a bad life lived in vain when their life ended in the trash. And in developing countries and disaster areas, people are starving. (appendix 02, p. 16)

Green consumer behavior can be expressed in many different ways and in many different contexts. It can be expressed in the public sphere through voting or shopping in certain stores for certain brands or

by engaging in it in one's personal life, for example, by minimizing food waste as a personal environmental action. One participant from the focus group interview was concerned about the ethics of food waste and explained,

I think a lot about the ethics of food waste when I am at home. Of course, I think about the money I could save, but I also think about how spoiled we are that we can just throw a package of meat out and forget that we have something in the fridge. It is all about using the resources that we have in the most responsible way. (appendix 19b, 44:02 min.)

But there is a long way to go, another participant explained:

If we have to consider the ethics, it means that we all have to buy the milk that is closest [with the shortest shelf life]. And no one does. So there is a long way to go before our attitude changes. (appendix 19b, 43:36 min)

This participant further compares food waste to organic products and explains that it took many years to change consumer behavior and reach the level of awareness about organics that we have today (appendix 19b, 43:50 min). The participant thinks it is possible to change consumer behavior with more focus on food waste, but it requires effort:

As a consumer, we need to change our behavior, if food waste should be reduced. Otherwise, nothing will happen. (appendix 19b, 50:35 min)

In a study by Mejdahl et al. (2011), approximately 80 % of consumers in their survey saw themselves as conscious consumers who actively try to reduce their personal food waste by, for example, saving all leftovers from meals.

In figure 15, 56 % of the participants from the questionnaire in this master thesis answered that they "very often" or "often" buy use-by-date products. Here, it also shows a tendency for choosing consciously.

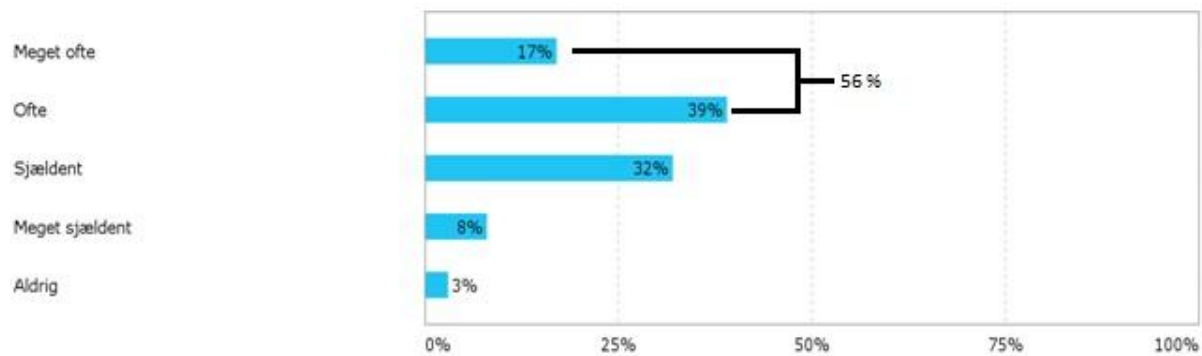


Figure 15: Distribution of responses in relation to how often consumers buy use-by-date products (appendix 02, figure 14, p. 6).

What is difficult to know from the questionnaire and from the study done by Mejdahl et al. (2011) is whether these food products will actually be used or just be discarded after a few days. The study done by Mejdahl et al. (2011) shows, that approximately four days after we put the leftovers in the fridge, we discard them again. In the study it is explained thusly:

After a few days the guilt disappears, and it is easier to discard the leftovers. They [food products] have already been giving a second chance a few more days. (Mejdahl et al., 2011, p. 6)

It is also difficult to know whether these use-by-date products are purchased because of the price or whether the consumers are conscious about food waste, ethics, etc.

An element in SCOT is to look into different interpretations of a technology and analyze conflicts and problems these interpretations can give rise to.

The green consumers are, in relation to SCOT, interpreting food waste, date labeling, and the EU Regulation in a more ethical matter, and they are in the position of taking environmental consequences into account. The green consumers are in the position of accepting the EU Regulation and aware that purchasing use-by-date products can minimize food waste in the supermarkets and, through that, have purchasing power. It is unlikely that this purchasing power is enough for supermarkets to accept the EU Regulation and sell food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. This acceptance from the supermarkets requires that other consumer social groups have the same knowledge and understand that they have purchasing power.

The analysis of own data and the study done by Mejdahl et al. (2011) indicates that the green consumers are a minority social group. This is also evident in the study from FDB, where 64 % of the consumers who participated did not connect food waste with climate change (Mejdahl et al., 2011).

One of the social groups that could be represented in these 64 % and may be in need of more knowledge and awareness is identified as “the ignorant consumer”.

11.7.2 The ignorant consumer

Many consumers are aware of or familiar with the experience of throwing away food that has not been opened or still looks fine. These consumers may, consciously or unconsciously, fill their baskets in the supermarket with food products that they might throw away (Stuart, 2009).

Product availability and low prices in the supermarkets have led to consumer ignorance about food waste, and many consumers do not see a connection between their personal food waste and the environmental issues that the world is facing (Stuart, 2009).

Research concerning consumer behavior has shown that people not only are capable of making decisions based on personal profit but are generous human beings willing to sacrifice money, time, and happiness for the well-being of others, putting the welfare of future generations above their own personal needs (Nielsen, 2012). In a study by Nielsen (2012), 66 % of global consumers (28,000 online respondents in 56 countries) answered that they prefer to buy products and services from companies that give back to society. However, in spite of our ability to think of ourselves as eco-friendly consumers, our actions often fail to match the standards of our intentions. Consumers do care about the environment and others, but they have difficulties aligning their behaviors with their intentions (Nielsen, 2012). In the study by Mejdahl et al. (2011), it was shown that 50 % of Danish consumers do not know how food waste can be reduced.

In relation to date labeling, the questionnaire participants were asked to rate their understanding of the meaning of the different date labels on food products. The analysis shows that the consumers think they have a high understanding (“understand fully” or “understand almost fully”) of the meaning. These answers are shown in figure 16:

- 86 % think they understand the “mindst holdbar til” date label
- 87 % think they understand the “sidste anvendelsesdato” date label

- 74 % think they understand the “bedst før” date label



Figure 16: Distribution of consumer responses about own understanding about the meaning of different date labels on food products (appendix 02, figure 10, p. 4)

The questionnaire was followed by another test to investigate whether there was consistency between what the consumers thought they knew and what they actually knew (appendix 02, figure 11–13).

Many of the responses were consistent with what the consumers thought they knew, but some elements were deviant and showed that there were more specific areas about each date label that the respondents did not know. This was especially in the area concerning food safety, which suffered the greatest doubt. This can be seen in figures 11, 17, and 18, which show that there were different opinions when it came to the meaning of the different date labels in relation to food safety.

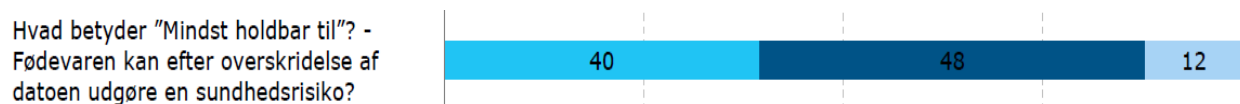


Figure 11: Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “mindst holdbar til” date label. Here, 40 % answered true, 48 % false, and 12 % do not know. The correct answer is false (appendix 02, figure 11, p. 5).

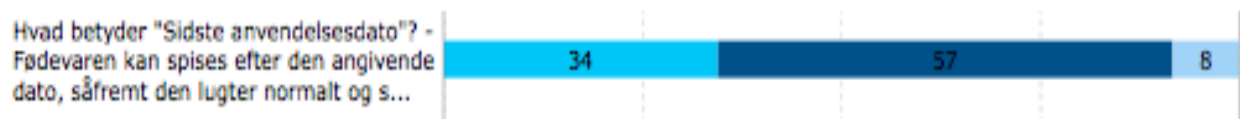


Figure 17: Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “sidste anvendelsesdato” date label. Here, 34 % answered true, 57 % false, and 8 % do not know. The correct answer is false (appendix 02, figure 12, p. 5).

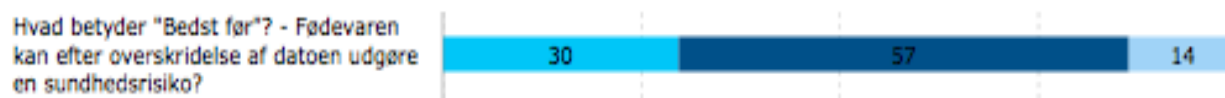


Figure 18: Distribution of consumer knowledge about food safety in relation to the “bedst før” date label. Here, 30 % answered true, 57 % false, and 14 % do not know. The correct answer is false (appendix 02, figure 13, p. 6).

The three figures above show that there is a higher percentage of wrong answers when it comes to elements involving food safety. Among the participants, there was a better understanding of the other elements of the different date labels.

The analysis shows that in some areas, consumer ignorance is present and, as mentioned earlier, ignorant consumers may have knowledge about date labeling and food waste to some extent. The problem is the complexity of these issues and how to target information toward this social group. Food waste issues are very complex and can be overwhelming for many, and it is hard for the ignorant consumer to see how individual actions can help minimize food waste (Ariely, 2013). Very few consumers will change their attitudes when they are presented with statistics. These consumers often react when they are confronted with clear examples of the negative effects often presented by authorities (Ariely, 2013).

As previously written, Coop has already published a lot of information targeting consumers with a focus on food waste and use-by-date products, and Signe Frese from Coop is not sure whether the supermarkets can do more to target consumers than what has already been carried out. When consumers do their grocery shopping in the supermarkets, they only want to purchase their groceries fast and get home; they do not spend time on anything else (appendix 04).

In the study by Nielsen (2012), it is also argued that the information available is not the problem. The consumers are already overwhelmed with information on climate change, food waste, and other environmental concerns, and this information is already available in supermarkets. The problem might be where the source of information is coming from (Nielsen, 2012).

In the focus group interview, one participant said that information in the supermarkets is a good idea for some consumers, but all the participants agreed that a more trustworthy communication channel could be authorities like the DVFA. The DVFA as a communication channel could also have a connection to the issue on food safety and the trust that the consumers have in the DVFA, which can be seen throughout the analysis. When the participants were asked about how they could get the necessary information

about date labels and use-by-date products, they answered,

We trust more or less in the authorities in Denmark. If the DVFA say it is good enough, we believe it. (appendix 19d, 35:39 min.)

In both focus group interviews, one of the questions was whether the participants trust the date labels on food products. All twelve participants answered that they trust the date labels (appendix 19a, 11:30 min.; appendix 19c, 28:15 min.). This existing trust in the DVFA about date labels could be used advantageously by the DVFA to develop information concerning the new rules about the sale of food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. This information could also provide consumers with the necessary information about the high degree of safety of food products that has exceeded "mindst holdbar til".

In terms of SCOT, ignorant consumers interpret food waste, date labeling, and the EU Regulation as important, but these consumers do not have the knowledge or tools needed to make changes regarding the above topics in their everyday life. Ignorant consumers think they know the meaning of the different date labels, but this is not consistent with reality. In relation to SCOT, ignorant consumers could reject the EU regulation because of their lack of knowledge and awareness.

From the analysis, another dominant social group was identified as the economic consumer.

11.7.3 The economic consumer

Consumers are part of the market society and are exposed to different consumer choices in their everyday lives. These consumer choices are often constructed and practiced in a variety of ways on the basis of the individual consumer. Some of these choices internalize values other than money and quantity, but the term "economic consumer" suggests that money and quantity overrule other values concerning purchases of food products. This may be put together with the idea that in Western societies, consumers are often seen as playing a positive economic role (Sassatelli, 2008). Consumers buy food products for their own personal use while playing an important role in keeping the economy going and are seen as the "wheel of the market" (Sassatelli, 2008). In the context of this master thesis, consumers are exposed to making choices when buying food products in supermarkets.

From the data analysis, it is clear that economy plays an important role in relation to consumers purchasing use-by-date food products. This is also the reason for choosing economic consumers as a

subordinated social group. From the questionnaire, figure 19 shows that 61 % of the participants think that a cheaper price on use-by-date products could make them purchase more of these products.

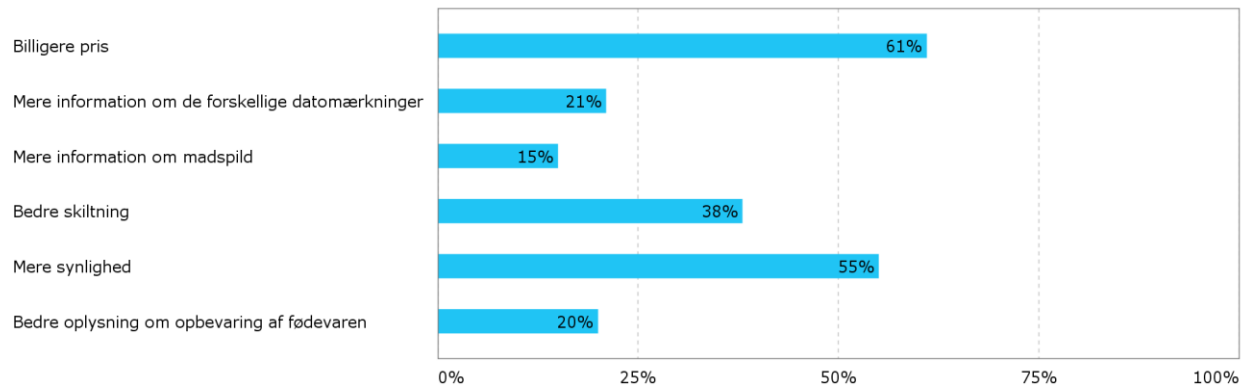


Figure 19: Distribution of responses in relation to what parameters could have an impact on whether the consumers buy more use-by-date food products (appendix 02, figure 15, p. 7).

The questionnaire participants were also asked whether they wanted to buy food products, that have exceeded "mindst holdbar til", when the new EU Regulation is implemented. Figure 20 illustrates that 61 % of the participants answered that they could imagine themselves buying such products that have exceeded the "mindst holdbar til" date.

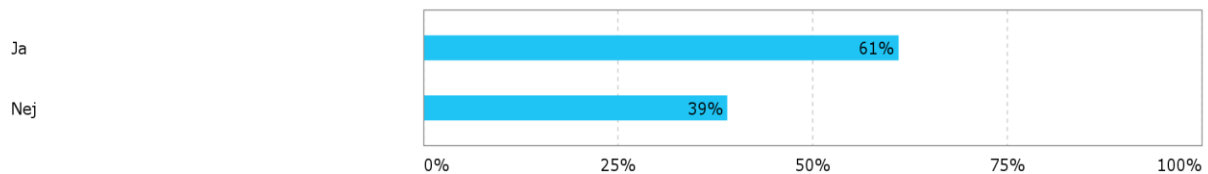


Figure 20: Distribution of responses in relation to whether the consumer would buy food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date (appendix 02, figure 19, p. 9)

The participants could write comments linked to the above question. Many of these comments addressed economic aspects that can be linked to the term “economic consumer.” One participant wrote,

I would not mind buying products that have exceeded “mindst holdbar til” if the supermarket has reduced it to a reasonable price. A reduction in price is necessary; otherwise you might as well buy a “newer” product with a longer shelf life. (appendix 02, p. 11)

Another participant stated,

Maybe the quality isn’t the best, but if the product is still good – and cheaper, then I would buy it. (appendix 02, p. 12)

These comments show that the price of the food products is an important subject linked to consumer purchases of food products that have exceeded “mindst holdbar til”. For the economic consumer, a reduced price of these food products is necessary for them to buy such products.

The supermarkets are also aware of the presence of the economic consumer. Ronni Sylvest from FaktaQ mentions,

There are several consumers that go directly after them [use-by-date products] and organize their shopping according to what they can get cheap. (Ronni Sylvest, appendix 10, pp. 2-3)

From the data, it is difficult to know what the background for economic choice is; it can be caused by many different reasons. One of the reasons identified in the analysis of the questionnaire is limited consumer resources, such as income. The analysis shows that the majority of the participants are between 20 and 30 years old (appendix 02, figure 2, p. 1), which could mean that many of the participants are students and have limited economic resources available.

In the focus group interviews, one participant says that the sale of food products that have exceeded “mindst holdbar til” is a kind of “service” for those who have limited economic resources available, and could be an alternative to the expensive food prices in Denmark (appendix 19b, 40:19 min.).

In relation to SCOT, it is difficult to analyze how the economic consumers interpret food waste, date

labeling, and the EU Regulation. The analysis shows that the economic consumers are in a position to both reject and accept the EU Regulation. One reason for acceptance is that a reduction in the price on the food products with exceeded "mindst holdbar til" date, could make this social group purchase these food products. But economic consumers can also be ignorant, with limited knowledge about elements in date labeling, and, like the other subordinate consumer social groups, will not compromise on food safety. This could be a reason for rejection.

By dividing the consumers into subordinate social groups, it was possible to analyze common problems in relation to the artifact - the EU Regulation.

One common issue was most evident throughout the analysis. This problem was food safety.

The common issue among the consumers can be seen in figure 21.

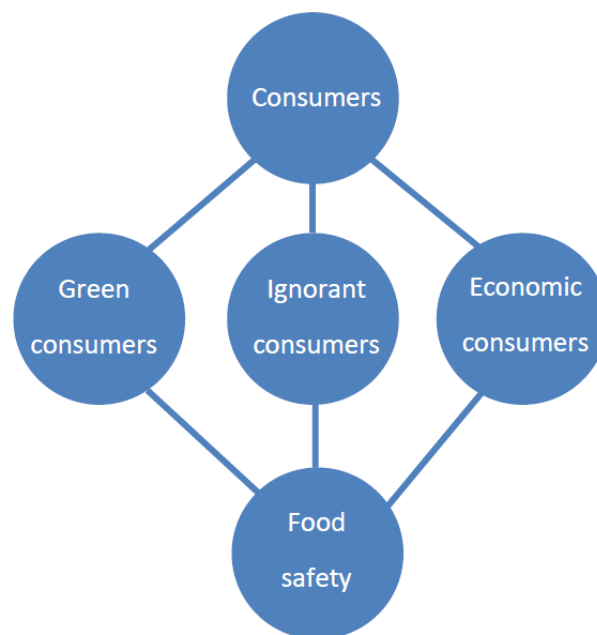


Figure 21: Subordinate consumer problem connected to the EU Regulation.

11.8 Trying to reach the “OPP”

Through the analysis of this master thesis, the different social groups were identified and described. Furthermore, their different perceptions and interpretations of food waste, date labeling, and the EU Regulation were identified. This is the stage of *problematization* from the concept of “four moments of translation.” From this problematization, the OPP can be reached. Callon argues that the OPP is a necessary element in the formation of a network (Callon, 1986), which means that an OPP is necessary for the successful implementation of the new EU Regulation.

By dividing the consumers into subordinate social groups, it was possible to focus on each group and their identified problems in relation to the EU Regulation. From that, it was feasible to find a common OPP for all three groups. Though the three consumer groups are very different, it is important that they become part of the same discourse. It is as important to reach the OPP for all social groups as it is for the subordinate consumer social groups.

Even though the consumers had very different interpretations about the above topics, they all translated the most important area as being food safety. From the analysis, it was clear that an OPP among the three subordinate consumer social groups was the concern of food safety. The analysis of the consumers showed that they are afraid of getting sick food from products, that has exceeded the “mindst holdbar til” date. This concern may stem from the lack of knowledge about elements of the different date labels.

While it was possible to reach an OPP among the consumers, it was more difficult to reach an OPP among the other relevant social groups. Through the analysis, the stance toward the EU Regulation among the other social groups was not clear. They were all hesitant and awaiting to see how the other social groups would react to the EU Regulation. The different social groups have different interpretations of what the problem is now and can be in the future.

By analyzing the social groups, it was clear that they believe that consumers could benefit from information on the meaning of the different date labels. If the EU Regulation is accepted by Coop, it is in Coop’s interest for consumers to have the knowledge needed to make a considered decision when buying food products that has exceeded the “mindst holdbar til” date.

However, the analysis of the subordinate consumer social groups shows that the implementation can only be a success if consumers are confident that they will not get sick from the food products they buy

and consume. The other social groups could use this knowledge about the consumers advantageously to focus their information on food safety and, in this way, inform the consumers. In addition, the analysis showed that when it comes to food safety and date labeling, consumers have a high trust in the authorities and will more or less rely on the information from these. The analysis also showed that one trusted authority is the DVFA.

From the concept of translation, the different social groups translate the words and meaning differently within the context of food waste, date labeling, and the EU Regulation. The analysis showed that different perceptions and interpretations among the different social groups did occur and the social groups had different motives and agendas toward the new EU Regulation and its possible impacts on reducing food waste. This means that the translation process of the EU Regulation among the social groups is not stable, which made the identification of a common OPP and the remaining moments of translation hard to reach. This is also consistent with Callon's (1986) argument on how reality is seen as a process and is formed and adjusted only during action (Callon, 1986, p. 8).

Even though it was difficult for the social groups, except for the consumers, to reach an OPP, the use of translation and OPP is still relevant. The knowledge about consumers and their reasons for a possible rejection of the EU Regulation can be used to reach a common understanding of consumers. This understanding can be a way to reach a future OPP. Based on the interviews conducted with the food system, it is clear that these social groups must work together and make use of their different expertise and knowledge to increase consumer confidence in the high food safety in Denmark.

Reaching a common OPP was difficult, and the translation process is very unstable. Through the analysis, the problems among the relevant social groups in relation to the EU Regulation were identified. This was the first moment in the concept of "four moments of translation – **problematization**.

Among all the relevant social groups, a common interest in minimizing food waste and in the EU Regulation was identified. Depending on the social group, the translation of these areas was different, and there is a certain degree of instability with respect to the various social groups' perceptions of these issues. It is therefore difficult to reach the second moment of translation – **interessement**, where different social groups assemble together around an issue to intensify a determination toward moving past the OPP and creating acceptance and alliance with the other relevant social groups. The stage of interessement could be the stage where each of the relevant social groups attempts to impose and

stabilize the identity of the other social groups within the network. This could lead to a common understanding of each other's interpretations and perceptions of the topics of food waste, date labeling, and the EU Regulation within the network of the relevant social groups and the construction of a system of alliances and cooperation (Callon, 1986, p. 9).

Since it was not possible to reach a common OPP among all the social groups and, by that, achieve a successful outcome of the problematization and intersement processes, the third moment of translation, - **enrollment**, was difficult to achieve. This is the stage where the relevant social group networks develop by enrolling other entities and where other allies are attached. In relation to the topics of this master thesis, the stage of enrollment could be the stage where the roles of the social groups are defined and coordinated. However, enrollment does not imply, nor does it exclude, pre-established roles (Callon, 1986, p. 10). Enrollment, in connection to this master thesis, is where the relevant social groups could enter various negotiations that accompany the intersement and enable them to succeed.

To reach the last moment in translation, it is necessary to achieve success in the three other stages. In this last stage, the commitment to the problem is maintained, and here the persistent position of the OPP is ensured. The crux of this moment is establishing the legitimacy of the "translator." For this reason, the stage of - **mobilization** cannot be reached.

Mobilization can be the stage where the social groups in the network all represent relevant elements within the topic of food waste, date labeling, and the EU Regulation. Questions like "Who speaks in the name of whom?" and "Who represents whom?" are important to ask (Callon, 1986, p. 12). Since the moment of mobilization has not been reached, it is therefore not possible to answer such questions.

The problematization identified the problems among the relevant social groups in relation to the topic of this master thesis. While it was difficult to work beyond this first moment of translation, it can still paint a picture of how the four moments of translation can be used to create a successful outcome related to the EU Regulation. The concept of translation has been useful to understand where obstacles can occur due to the different interpretations and translations among the social groups of what the problem is now and can be in the future.

12.0 Method and source criticism

In this chapter, the theories, methods, sources, and findings are evaluated.

The issue of food waste is a fairly new discussion all over the world, and the environmental consequences have been a topic internationally as well as nationally. Since the issue on food waste is rather new, investigations and research in the area are still limited, and anthropological studies of food waste in consumer homes has been a more popular topic to investigate than food waste in supermarkets and the legislation regarding it have been.

This master thesis focused on the new EU Regulation that will be implemented in Denmark in December 2014 and brought attention to a rather unexamined topic. For this reason, previous research is limited and almost impossible to find. Thus, it has also been difficult to compare the investigation and findings of this master thesis to other findings and research in the area.

The methods used have given insight into the perceptions, understandings, and translations of the different topics. The questionnaire was distributed within the network of the authors of this master thesis, as well as shared on different consumer forums. The latter method could have created a bias, since these networks might have more understanding and knowledge about the subject. As Coop was used as a case study, it would have been beneficial to distribute the questionnaire only among Coop consumers in the supermarkets. This could have given a clearer picture of the choices and perceptions among these consumers. In addition, 75 % of the respondents were women, and participants were therefore not equally divided between men and women. However, a reason for this could be that women are more conscious about the topic of food waste than men are and care more about the environmental consequences (Landbrug & Fødevarer, 2009).

After the distribution of the questionnaire, feedback from a few of the participants showed a bias in some of the answers. "Økologisk"/"Organic" was one option that was missing in the question "Hvilke faktorer er de vigtigste, når du køber en fødevarer?"/"What factors are most important when you buy a food product?" Some of the participants were also unwilling to answer the question concerning income and left the questionnaire without finishing it. Even though it was stated that all answers were anonymous, it could have been made clearer in this question. There also could have been an answer option of "Ønsker ikke at oplyse"/"I'd rather not say."

The main limitation of the focus group interviews is whether two interviews were enough to get broad

knowledge about the consumers. Because of limited resources, it was not possible to give any of the participants a thank-you gesture. Whether this was the reason for the few number of participants is unknown, but it is a possibility. In addition to posting the invitation to the focus group interviews on social media, the authors could have approached more people face-to-face. This could have been done in supermarkets, for example, since general consumers were the target group.

SCOT is criticized for disregarding any possible deeper cultural, intellectual, or economic origins of social choices concerning technology (Winner, 1993). Looking deeper into these aspects of the consumer could have given a deeper understanding about the background of consumer choices and perceptions of the different date labels.

The choice of relevant social groups was made based on who was seen as relevant to the implementation of the EU Regulation. There are many social groups existing in the food system in Denmark; SCOT can be criticized for only including social groups that are seen as relevant and thus excluding other groups that could have an effect on the development of a technology (Winner, 1993). Arla was chosen to represent all producers, which can be seen as a bias. The results could have been different if more producers had been represented.

Since the EU Regulation has not been implemented in Denmark yet, it is difficult to know which other relevant social groups will play a role in the implementation and how. As the EU Regulation is seen as unstable, the importance of the different social groups can change as well. This means that other, maybe unknown social groups might become relevant. For this reason, the results of this master thesis could have been different if the study had been done at a later time.

In this master thesis, the concept of OPP was used more creatively, with a different approach than usual for the reaching the OPP. Normally, a common OPP is necessary to reach among all the relevant social groups (Callon, 1986). It is possible that the term “OPP” is used differently, since it is not standard to divide social groups into more subordinate groups to reach the OPP. However, the authors see the importance of reaching this OPP among the subordinate consumer social groups, since this understanding was used to give a deeper understanding of the underlying issues in relation to food waste, date labeling, and the new EU Regulation.

13.0 Discussion

The issues of food waste have created great concern among various social groups in the food system. One of these social groups is Coop, which is used as a case in this master thesis due to its work to reduce food waste in all Coop supermarkets. In May 2013 Coop presented their Food Waste Manifesto, in which they, in cooperation with the consumer organization Stop Spild af Mad, introduced three main goals and ten ways to reach these goals (appendix 00). One of the main goals is to reduce food waste in Coop supermarkets by 10 % each year until 2015. One of the solutions is the promotion and sale of use-by-date food products, instead of discarding them.

Coop is one of the leading retailers in Denmark focusing on minimizing food waste in their supermarkets. Furthermore, Coop has a high interest in involving their consumers and using their help to reduce food waste in supermarkets. Own data and other research have shown that there are many different factors to take into account when it comes to consumers' willingness to buy use-by-date products and, after December 13, 2014, food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date (Mejdahl et al., 2011; Tænk-forbrugerrådet et al., 2012; Jensen, 2011; Aachmann et al., 2013; Forbrugerrådet et al., 2013).

The analysis showed that consumers are interested in reducing food waste. However, there is great doubt among consumers about the term "food waste," how they can minimize food waste, and what negative effects food waste has on the environment (Tænk-forbrugerrådet et al., 2012). This doubt was also evident in the focus group interviews, where one participant explained her interpretation – what Callon (1986) calls "translation" – of the term "food waste" and her difficulties relating to the term,

Animal welfare is more tangible. Food waste, the term itself, it is not real. It is a dead term. You don't see pictures or words in your head that will make you think. (appendix 19b, 45:36 min.)

Throughout the analysis of own the empirical data and other research, it was clear that many consumers are willing to buy food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date, but are skeptical when it comes to food safety. In the questionnaire, one participant explained the skepticism toward buying food products with exceeded "mindst holdbar til" date,

I don't find it responsible, since I don't know enough about what "mindst holdbar til" actually means, and what consequences there might be for my health. (appendix 02, p. 12)

This quote shows that consumers are not willing to compromise on food safety and the risk of getting sick from something they have eaten. Denmark has a long tradition of high food safety, which may be a reason for the skepticism among many consumers. With fresh food in the supermarkets, where food never exceeds the "mindst holdbar til" date, it is very easy for consumers to trust the date labels, feel safe, and not fear getting sick. When the new EU Regulation is implemented in Denmark in December 2014, the human action of skepticism might be an obstacle in relation to selling food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date.

SCOT argues that technology does not determine human action, but rather, human action shapes technology (Pinch and Bijker, 1987). In the case of this master thesis, the EU Regulation is seen as a technology, since legislative artifacts are socially constructed and adapted in order to function in systems (Hughes, 1987). The reason for using SCOT is not to try to understand the reasons behind the genesis of the EU Regulation, but to learn more about how the relevant social groups perceive the EU Regulation and what effect it may have in relation to the implementation in the Coop supermarkets and reducing food waste in Denmark. The perceptions and translations of the EU Regulation and elements in date labeling are very different among the relevant social groups. This created a picture of how the technology could be embedded in social contexts. This social context includes a wide range of social groups that are relevant in the food system. One of the relevant social groups was the consumers, whose perception of the different date labels is central to the acceptance or rejection of the sale of food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date.

The consumers participating in the questionnaire and in the focus group interviews, as well as those in the study by Aachmann et al. (2013), show a fairly high knowledge and understanding of the various date labels. However, some elements of the date label concept create great doubt among consumers. These elements included the issue of food safety.

In the questionnaire, consumers were asked about their understanding of the date label "mindst holdbar til." A large proportion (40 %) of the respondents, thought that food products that had exceeded this date would pose a health risk, and 12 % were unsure. (appendix 02, figure 11, p. 5). It is important that consumers know that they can eat food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date, without it posing a risk to their health. This is important for the acceptance of the EU Regulation. To reach this acceptance, the analysis showed that the use of senses can be an approach

when interacting with food. The use of senses can have an impact both in a shopping situation and when interacting with food at home (appendix 02, 19b, 19d).

As mentioned earlier, products, that have exceeded the "mindst holdbar til" date, do not pose a health risk unless they smell and taste wrong or look bad. Depending on the food, different changes can appear: texture, appearance, color, smell, flavor, etc. These are factors that the individual consumer must assess in relation to eating the food product or not. Since food products sold after December 2014 can exceed the "mindst holdbar til" date, there might not be a concrete date label to trust, so consumers will assess other aspects when purchasing such food products.

The analysis has shown that consumers often rely on the different date labels and are skeptical when food products have exceeded the date. From this perspective it is a challenge to implement the new EU Regulation if it is to be accepted by the consumers.

At the homes of consumers, it is up to the individual consumer to evaluate food products, and the analysis has shown that consumers are more willing to eat a food product if they can open and interact with it. Interacting with food and using senses is a bit more difficult in the supermarkets due to packaging (appendix 17).

Consumers could benefit from information on different food groups and how long after the "mindst holdbar til" date food products can be eaten.

Information could also include what changes (texture, appearance, color, smell, flavor, etc.) consumers must look for when assessing a food product with exceeded "mindst holdbar til" at home.

As the analysis has shown, when it comes to date labeling, many consumers rely on authorities like the DVFA, which could be one of the main communication channels targeting consumers. Where and how this information should be presented was not a topic in this master thesis and needs further investigation. However, a hypothesis is that the consumer organization Stop Spild af Mad is a good way to spread the word due to their passion for minimizing food waste and their high commitment to the subject.

The commitment toward minimizing food waste is also present at Coop and takes form in their Food Waste Manifesto. The Food Waste Manifesto contains objectives that accommodate the sale of use-by-date products to minimize food waste in Coop's supermarkets.

From the interview with Coop and the supermarkets, it is clear that supermarkets do not want to sell food that has gone bad. They are responsible until the food products leave the supermarkets (appendix

10, p. 8), and they will not compromise on consumer health and consumer safety. At the same time, image is important and consumers have very high expectations for the supermarkets. At the moment, there is no official position from Coop, which is very hesitant about how they will react to the new EU Regulation and the sale of food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date.

From the data analysis, there are also ambiguous indications that the new EU regulation can help to reduce food waste in Denmark and in Coop supermarkets. The supermarkets do not believe in selling food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date. They see it as a hassle and will not take the risk when it comes to food safety and image. At the same time the supermarkets do not see any economic benefit in selling these products.

The DVFA, Coop, and the supermarkets mention that giving the food products, with exceeded "mindst holdbar til", to charity and thus minimizing discard could be an option instead of selling them to consumers. The organization Fødevarebanken (Fødevarebanken, 2014) could be a potential recipient. Pernille Lundquist from the DVFA mentions,

No matter what, we will be able to use a lot of the food products for charity. (Pernille Lundquist, appendix 06, p. 4)

The analysis indicates that there are two directions that this EU regulation can take,

- The food products will be giving to charity.
- The food products will be sold to consumers.

It is not likely that the supermarkets will discard the food products.

It is possible to reduce food waste in Coop supermarkets, but the hypothesis of this master thesis is that results will not be seen next year or even in five years. Minimizing food waste in one small link of the supply chain, the retail sector, may take many years but is possible. If the supermarkets decide to sell the food products, the information given to consumers needs to be in focus.

Giving the food products to charity might have a positive effect on the supermarkets' image and at the same time show consumers that other people will not get sick from food products that have exceeded the "mindst holdbar til" date so they will eventually feel safer buying the food products themselves.

From SCOT and the principle of closure and stabilization, it is not possible to draw any conclusions.

Closure and stabilization is the principle where the identified problems of the technology “disappears” or is being “solved” (Pinch and Bijker, 1987).

The implementation of the EU Regulation may be important for reducing food waste in Coop supermarkets, but since Coop has no official position toward the EU Regulation, which has not been implemented in Denmark yet, it is not possible to see any solutions or effects. For this reason it is not possible to reach the element of closure and stabilization, as among the relevant social groups there is doubt about how the EU Regulation should be approached and used in relation to minimizing food waste. This may complicate the final process of defining a common solution and understanding among all the relevant social groups.

14.0 Conclusion

In December 13, 2014 the REGULATION (EU) No 1169/2011, concerning sales of food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date will be implemented in Denmark. Within the food system in Denmark, there are a number of social groups it may affect and be affected by. These social groups perceive and understand the EU Regulation differently.

Generally there is a high consumer knowledge about the different date labels. But there are certain elements of ignorance and fear among the consumers, and food safety is not an element that will be compromised on. Forty percent of the questionnaire respondents thought that food products that had exceeded the “mindst holdbar til” date, would pose a health risk, and 12 % were unsure. This lack of knowledge among consumers can be seen as an obstacle to the sale of food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date, in supermarkets.

Among the relevant social groups, there is a hesitant stance toward the implementation of the EU Regulation, and it seems like all social groups are waiting to see how others will react to it. Even though the Food Waste Manifesto presented by Coop focuses largely on minimizing food waste in its supermarkets, the analysis has shown that they are a little skeptical when it comes to selling these food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date. Image, economy, and responsibility to the consumers seem to be of great importance and are not something Coop will compromise on.

There are ambiguous indications that the EU Regulation can help to reduce food waste in Denmark and in Coop supermarkets, and it may take many years but is possible.

If the supermarkets decide to sell these food products, information given to consumers about food safety needs to be in focus. When it comes to date labeling, the analysis showed that consumers have great trust in the authorities, like the DVFA. For this reason the DVFA could be a suitable communication channel.

There is also the option to give food products with exceeded “mindst holdbar til” date to charity. This might have positive effect on the supermarkets’ image and at the same time show consumers that other people will not get sick from food products that have exceeded the “mindst holdbar til” date, so that eventually they will feel safer buying the food products themselves.

15.0 Reflections

In this section reflections for further research and investigations will briefly be described.

This master thesis wished to investigate how the REGULATION (EU) No 1169/2011 concerning the sales of food products with exceeded “mindst holdbar til” dates, would be perceived and translated by the food system, and whether the EU Regulation could help to reduce food waste Denmark and in Coop supermarkets.

Even though this master thesis has investigated many areas, the EU Regulation is very new and has not been investigated before. From this it is clear that more research needs to be done in order to explore the area fully and in depth.

A deeper understanding of the food system could be sought in order to pursue broader knowledge about “forgotten” or “emerging” social groups that could have an impact on the EU Regulation in Denmark. After the implementation of the EU Regulation, investigations concerning its positive and negative effects on food waste in Denmark could be conducted.

The newest development in the area of food waste and date labeling is a statement from Danish Minister of Food, Dan Jørgensen, who wants to abolish the “mindst holdbar til” date label on many food products, as the date labels have a possible negative effect on food waste (Glerup, 2014). Investigations into this area could be beneficial for examine if abolishing “mindst holdbar til” can help to reduce food waste further.

16.0 References

- Aachmann, K., Grunert, K.G., DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, 2012. Mærkningselementer på fødevarer: forståelse og oplevet relevans blandt forbrugere. DCA - Nationalt Center for Fødevarer og Jordbrug, Tjele.
- Ariely, D., 2013. How to turn consumers green. McKinsey on Society Voices.
- Børsen, 2013. Coop Danmark - Organisation - Ledige stillinger og virksomhedsprofil [WWW Document]. Top1000. URL <http://top1000.borsen.dk/virksomheder/coop-danmark/organisation> (accessed 12.17.13).
- Bryman, A., 2012. Social research methods, 4th ed. ed. Oxford University Press, Oxford ; New York.
- Callon, M., 1986. Some elements of a sociology of translation: domestication of the scallops and the fishermen of St Brieuc Bay.
- Coop, 2013. Historie om Coop [WWW Document]. <https://om.coop.dk/koncern/historie/2013.aspx>. URL <https://om.coop.dk/koncern/historie/2013.aspx> (accessed 5.5.14).
- Coop, 2014. Coop-familien [WWW Document]. URL <https://om.coop.dk/koncern/Coop%2Dfamilien.aspx> (accessed 3.26.14).
- Erhvervs- og Vækstministeriet, 2013. Bekendtgørelse af lov om markedsføring - retsinformation.dk [WWW Document]. retsinformation.dk. URL <https://www.retsinformation.dk/Forms/r0710.aspx?id=158302> (accessed 2.26.14).
- Europa Kommissionen, 2013. Spørgsmål og svar vedrørende anvendelsen af forordning (EU) nr. 1169/2011 om fødevareinformation til forbrugerne.
- European Commission, 2012. Application of EU law - European Commission [WWW Document]. URL http://ec.europa.eu/eu_law/introduction/what_regulation_en.htm (accessed 4.7.14).
- European Commission, 2014. EUROPA - Food Safety - Sustainability of the Food Chain [WWW Document]. URL http://ec.europa.eu/food/food/sustainability/index_en.htm (accessed 5.19.14).
- European Parliament, The Council, 2011. REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL.

- Facebook, n.d. Welcome to Facebook - Log In, Sign Up or Learn More [WWW Document]. URL https://www.facebook.com/index.php?stype=lo&jlou=AfcZEX0Ta7B_eYdp5lkxNR8vxjwMtGbSjgO2qEUwYCPITpurhDrsF6aTJzJHrJ-8SVX2r58QfiFiYUg13NJK0845&smuh=13760&lh=Ac8DC8FuYA7SQJJd (accessed 6.6.13).
- FAO, 2013. Food wastage footprint: impacts on natural resources : summary report.
- Fødevarebanken, 2014. fødevareBanken | fra madspild til måltid [WWW Document]. URL <http://www.foedevarebanken.dk/> (accessed 4.9.14).
- Fødevarestyrelsen, 2014. Mærkning af færdigpakkede fødevarer [WWW Document]. www.foedevarestyrelsen.dk. URL <https://www.foedevarestyrelsen.dk/Leksikon/Sider/M%C3%A6rkning-af-f%C3%A6rdigpakkede-f%C3%B8devarer.aspx> (accessed 2.26.14).
- Fog, J., 2004. Med samtalen som udgangspunkt: det kvalitative forskningsinterview. Akademisk Forlag, [Kbh.].
- Forbrugerrådet, Stop Spil af Mad, Landbrug & Fødevarer, 2013. Forbrugerpanelet om lukkelovens og forskellige tiltag i dagligvarebutikkers indflydelse på madspild.
- Gabriel, Y., Lang, T., 2006. The Unmanageable Consumer. SAGE.
- Glerup, M.R., 2014. Minister: "Mindst holdbar til"-mærket kasserer tonsvis af gode madvarer | Politik | DR [WWW Document]. [politiken.dk](http://www.dr.dk/Nyheder/Politik/2014/05/18/130435.htm). URL <http://www.dr.dk/Nyheder/Politik/2014/05/18/130435.htm> (accessed 5.19.14).
- Halkier, B., 2008. Fokusgrupper. Samfundslitteratur, København.
- Hughes, T.P., 1987. The evolution of large technological systems. The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology 51–82.
- Hviid Jacobsen, M., Kristiansen, S., Prieur, A., 2002. Liv, fortælling, tekst: strejftog i kvalitativ sociologi. Aalborg Universitetsforlag, Aalborg.
- Jensen, J., Dejgård, 2011. Vurdering af det økonomiske omfang af madspild i Danmark.
- Kristensen, C.L., 2014. Opskrifter: Sådan laver du lækker mad ud af rester [WWW Document]. go.tv2.dk. URL <http://go.tv2.dk/2014-03-27-opskrifter-s%C3%A5dan-laver-du-l%C3%A6kker-mad-ud-af-rester> (accessed 3.27.14).

- Kruse, I., 2011. Mindst holdbar til-mærkningen skaber madspild [WWW Document]. Samvirke.dk. URL <http://samvirke.dk/forbrug/artikler/mindst-holdbar-maerkningen-skaber-madspild.html> (accessed 2.26.14).
- Landbrug & Fødevarer, 2009. FoodCulture Magasin om fødevarer og andelsvirksomheder nr. 18:09.
- Lund, H., Røgind, H., 2007. Statistik i ord. Munksgaard Danmark.
- Mejdahl, J., Beck, C., Frese, D., S., 2011. FDB Forbrugere: Vi smider ikke mad ud! - En antropologisk undersøgelse af, hvordan madspild opstår og opleves af forbrugerne.
- Milne, R., 2012. Arbiters of waste: date labels, the consumer and knowing good, safe food. *The Sociological Review* 60, 84–101. doi:10.1111/1467-954X.12039
- Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri, 2011. Madspild i Danmark.
- Moisander, J., Pesonen, S., 2002. Narratives of sustainable ways of living: constructing the self and the other as a green consumer. *Management Decision* 40, 329–342. doi:10.1108/00251740210426321
- Nielsen, 2012. The Global, Socially-Conscious Consumer.
- Nielsen, N.S., 2014. Fødevareminister vil reducere mærkning med “mindst holdbar til” [WWW Document]. URL <http://www.dr.dk/Nyheder/Politik/2014/05/17/230520.htm> (accessed 5.18.14).
- Pinch, T.J., Bijker, W.E., 1987. The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of. *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology* 17.
- Politiken, 2013. Fødevarer må snart sælges efter sidste salgsdato - Politiken.dk [WWW Document]. politiken.dk. URL <http://politiken.dk/forbrugogliv/livsstil/forbrugersikkerhed/ECE2043715/foedevarer-maa-snaert-saelges-efter-sidste-salgsdato/> (accessed 2.26.14).
- Potocnik, J., n.d. Speech by Janez Potočnik - European Commissioner for the Environment at the launch of UNEP's Food Waste Campaign [WWW Document]. Think.Eat.Save. Reduce Your Footprint Campaign. URL <http://www.thinkeatsave.org/index.php/speech-by-janez-potocnik> (accessed 4.7.14).
- Rasmussen, C.V., Fischer, Louise Harder, 2008. Målgruppeanalyse: lær din målgruppe at kende. Nyt Teknisk Forlag, Kbh.

- Rhodes, J., 2009. Using Actor-Network Theory to Trace an ICT (Telecenter) Implementation Trajectory in an African Women's Micro-Enterprise Development Organization. *Information Technologies & International Development* 5.
- Rieper, O., Amternes og Kommunernes Forskningsinstitut, 1993. Gruppeinterview i praksis: brug af fokusgruppeinterview i evalueringsforskning. AKF Forlaget, København.
- Sassatelli, R., 2008. Representing Consumers : Contesting Claims and Agendas 25–42.
- Skibsted, L., 2014. fødevarekontrol | Gyldendal - Den Store Danske [WWW Document]. URL http://www.denstoredanske.dk/Mad_og_bolig/Levnedsmidler/Levnedsmiddelvidenskab/f%C3%B8devarekontrol (accessed 3.26.14).
- Stop Spil af Mad, 2014. Madspild i tal [WWW Document]. URL <http://www.stopspildafmad.dk/madspildital.html> (accessed 5.23.14).
- Stop Spild af mad, 2014. Stop Spild Af Mad - Danmarks største bevægelse mod madspild [WWW Document]. URL <http://www.stopspildafmad.dk/> (accessed 3.18.14).
- Stuart, T., 2009. Waste: uncovering the global food scandal, 1st American ed. ed. W.W. Norton & Co, New York.
- surveyXact, 2013. SurveyXact | et komplet system til spørgeskemaundersøgelser [WWW Document]. URL <http://www.surveyxact.dk/> (accessed 3.16.14).
- Tænk - forbrugerrådet, Stop spild af mad, Landbrug & Fødevarer, 2012. Undersøgelse af danskernes madspildsadfærd, forandringspotentialer og anbefalinger til tiltag.
- The Survey System, 2014. Sample Size Calculator - Confidence Level, Confidence Interval, Sample Size, Population Size, Relevant Population - Creative Research Systems [WWW Document]. URL <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm#one> (accessed 4.9.14).
- Unric, 2013. Kampagne skal reducere 1,3 milliarder tons årligt madspild [WWW Document]. unric.org. URL <http://www.unric.org/da/aktuelt/26534-kampagne-skal-reducere-13-milliarder-tons-arligt-madspild> (accessed 2.26.14).
- Watson, M., Meah, A., 2012. Food, waste and safety: negotiating conflicting social anxieties into the practices of domestic provisioning: Food, waste and safety. *The Sociological Review* 60, 102–120. doi:10.1111/1467-954X.12040
- Winner, L., 1993. Upon Opening the Black Box and Finding It Empty: Social Constructivism and the Philosophy of Technology. *Science, Technology, & Human Values* 18, 362–378.

17.0 Appendix

- **Appendix 00:** Coops Food Waste Manifesto
- **Appendix 01:** Online survey
- **Appendix 02:** Survey analysis
- **Appendix 03:** Interview guide, Signe Frese, Coop
- **Appendix 04:** Interview transcription, Signe D. Frese, Coop
- **Appendix 05:** Interview guide, Pernille Lundquist, Danish Veterinary and Food Administration
- **Appendix 06:** Interview transcription, Pernille Lundquist Madsen, Danish Veterinary and Food Administration
- **Appendix 07:** Interview guide, Selina Juul, Stop Spild af Mad
- **Appendix 08:** Interview transcription, Selina Juul, Stop Spild af Mad
- **Appendix 09:** Interview guide, Ronni Sylvest, FaktaQ
- **Appendix 10:** Interview transcription, Ronni Sylvest , FaktaQ
- **Appendix 11:** Interview by mail, with Arla Foods
- **Appendix 12:** Interview by mail, Jacob Buch, Irma
- **Appendix 13:** Interview guide, focusgroup interview
- **Appendix 14:** Participant information, focusgroup interviews
- **Appendix 15:** Summary, analysis of focusgroup interview, 28/01-2014.
- **Appendix 16:** Summary, analysis of focusgroup interview, 29/01-2014.
- **Appendix 17:** Analysis of food schemes answers from focusgroup interviews
- **Appendix 18:** Food items used in focusgroup interviews
- **Appendix 19 a, b, c, d:** Digital version of focus group interviews
- **Appendix 20:** Digital version of master thesis

COOP'S MADSPILDS- MANIFEST

Madspild lægger et unødigt pres på jordens ressourcer, klimaet og miljøet og i en verden med begrænsede ressourcer er det afgørende, at madspild begrænses så meget som muligt. I Coop definerer vi madspild, som mad der kunne have været spist af mennesker, men som af den ene eller anden grund ender med at blive smidt ud.

Som landets største dagligvarehandel tager vi problemet alvorligt. Vi er klar over, at der sker et madspild ude i vores butikker – og det vil vi først og fremmest gøre noget ved. Vi er også optagede af, at den mad som forbrugerne køber i vores butikker, ikke bare ender i skraldespanden. Vi ved, at dagligvarehandlen som helhed også har indflydelse på det madspild, der sker hos producenterne, og vi vil indgå i dialog med vores interessenter om, hvordan vi kan nedbringe dette spild.

VORES MÅL

Vi kan ikke undgå al madspild, men som landets største dagligvarehandel vil vi gøre, hvad vi kan. Det giver god mening for forretningen, for forbrugerne og for miljøet.

Derfor forpligter vi os i dette manifest til i perioden 2013-2015 at følge denne indsats, der gælder for alle Coops kæder, herunder Kvickly, SuperBrugsen, Dagli'Brugsen, Irma og Fakta, samt lagre:

- At reducere vores madspild i 2013 og 2014 fra alle vores butikker landet over, samt fra lagre landet over med sammenlagt 10 pct. per år målt i forhold til 2012.
- At udbrede kendskabet og løsninger til madspild blandt vores 1,3 mio. medlemmer og kunder igennem vores tilgængelige kanaler.
- At udvikle mindst to tiltag i perioden, der er med til at reducere madspild hos forbrugerne eller hos leverandørerne.

SÅDAN VIL VI NÅ VORES MÅL

I butikken og på lagre:

- Alle 1200 butikker får et konkret reduktionsmål for madspild, og resultaterne indrapporteres månedligt til den øverste direktion i Coop. Resultaterne offentliggøres en gang om året.
- Alle kæder udvikler og implementerer et visuelt koncept

for madspild, herunder særlige madspildslogoer, der bl.a. sættes på såkaldte datovarer.

- Alle kæder og alle butikker sætter systematisk datovarer ned i pris for at sikre, at de bliver solgt frem for at blive smidt ud.
- Alle kæder sætter fokus på viden om madspild og viden-delning om madspild blandt Coops 40.000 medarbejdere.
- Mindst én kæde eller lign. udover Irma/Brugsen igangsætter samarbejde med f.eks. fødevarerBanken.

Hos vores 1,3 mio. medlemmer:

- Vi indleder et samarbejde med forbrugerbevægelsen Stop Spild Af Mad med henblik på i fællesskab at udbrede kendskab og viden om madspild til forbrugerne. Mindst én gang årligt vil vi i tilbudsaviser have information om madspild med gode resteråd, tips eller andet.
- Der gennemføres mindst en tværgående kampagne årligt i medlemsejede butikker.
- Der udvikles mindst en forbrugerrettet madspildsaktivitet, der afholdes mindst 10 steder i landet i 2014.
- Vi lancerer mindst et produkt i perioden, der er med til at reducere madspild hos forbrugerne.
- Vi deltager aktivt i den offentlige debat om madspild samt i forskningsprojekter, der har til formål at øge viden om madspild.

I rollen som uafhængig observatør og rådgiver engageres forbrugerbevægelsen Stop Spild af Mad til at følge op på de opnåede resultater og tiltag.

D. 23. maj 2013

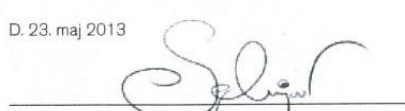


Niels Karstensen, direktør i Coop



VI GØR NOGET VED MADSPILD.
VIL DU VÆRE MED?

D. 23. maj 2013



Selina Juul, stifter af forbrugerbevægelsen
Stop Spild Af Mad



Undersøgelse om viden og holdninger til datomærkninger på fødevarer

Formålet med dette spørgeskema er at undersøge forbrugernes

forståelse af datomærkninger og deres holdning til disse.

Spørgeskemaet har 19 spørgsmål og tager ca. 8 minutter at
besvare.

Køn?

- (1) ☐ Mand
- (2) ☐ Kvinde

Alder?

- (1) ☐ 20-30
- (2) ☐ 31-40
- (3) ☐ 41-50
- (4) ☐ 51-60
- (5) ☐ 61-70
- (6) ☐ 71+

Hvor mange bor der i din husstand?

- (1) ☐ 1
- (2) ☐ 2
- (3) ☐ 3
- (4) ☐ 4
- (5) ☐ 5+

Hvor mange hjemmeboende børn bor der i din husstand?

- (1) ☐ 0
- (2) ☐ 1
- (3) ☐ 2
- (4) ☐ 3+

Din husstands årlige indkomst før skat?

- (1) ☐ 0 - 100.000 kr.
- (2) ☐ 101.000 - 200.000 kr.
- (3) ☐ 201.000 - 300.000 kr.
- (4) ☐ 301.000 - 400.000 kr.
- (5) ☐ 401.000 - 500.000 kr.
- (6) ☐ 501.000 - 600.0000 kr.
- (7) ☐ 601.000 kr. +

Hvad er din højest gennemførte uddannelse?

- (1) ☐ Folkeskole
- (2) ☐ Teknisk skole
- (3) ☐ Gymnasial udd.
- (4) ☐ Kort videregående udd.
- (5) ☐ Mellemlang videregående udd.
- (6) ☐ Lang videregående udd.

Hvad er dit postnummer?

Hvor ofte køber din husstand dagligvarer?

- (1) ☐ Hver dag
(2) ☐ Hver anden dag
(3) ☐ 2 gange om ugen
(4) ☐ 1 gang om ugen
(5) ☐ Færre

Hvilke faktorer er de vigtigste, når du køber en fødevare?

Vælg max 3

- (1) ☐ Udseende
(2) ☐ Duft
(3) ☐ Pris
(4) ☐ Oprindelse (Land)
(5) ☐ Producent (eks. Arla, Pålækker, Kohberg osv.)
(6) ☐ Holdbarhed
(7) ☐ Andet

På en skala fra 1-7: I hvor høj grad mener du, at du forstår betydningen af følgende informationer på fødevarer?

(1= forstår slet ikke, 7= forstår fuldt ud)

	1	2	3	4	5	6	7
"Mindst holdbar til"	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(6) ☐	(7) ☐
"Sidste anvendelsesdato"	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(6) ☐	(7) ☐
"Bedst før"	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐	(4) ☐	(5) ☐	(6) ☐	(7) ☐

Hvad betyder "Mindst holdbar til"?

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevaren skal være anvendt senest denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Kvaliteten af fødevaren er i orden til og med denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Fødevaren kan spises efter den angivende dato, såfremt den lugter normalt og ser fin ud?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Det betyder det samme som "Sidste anvendelsesdato"?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Fødevaren kan efter overskridelse af datoen udgøre en sundhedsrisiko?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Uanset om fødevarens emballage åbnes, kan fødevaren altid spises efter denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐

Hvad betyder "Sidste anvendelsesdato"?

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevarer skal være anvendt senest denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Kvaliteten af fødevarer er i orden til og med denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Fødevarer kan spises efter den angivende dato, såfremt den lugter normalt og ser fin ud?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Det betyder det samme som "Mindst holdbar til"?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Fødevarer kan efter overskridelse af datoen udgøre en sundhedsrisiko?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Uanset om fødevarers emballage åbnes, kan fødevarer altid spises efter denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐

Hvad betyder "Bedst før"?

	Sandt	Falsk	Ved ikke
Fødevaren skal være anvendt senest denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Kvaliteten af fødevaren er i orden til og med denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Fødevaren kan spises efter den angivende dato, såfremt den lugter normalt og ser fin ud?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Det betyder det samme som "Mindst holdbar til"?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Fødevaren kan efter overskridelse af datoen udgøre en sundhedsrisiko?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐
Uanset om fødevarens emballage åbnes, kan fødevaren altid spises efter denne dato?	(1) ☐	(2) ☐	(3) ☐

Datovarer

Datovarer er varer, der er tæt på udløbsdato, og derfor sættes ned i pris

Hvor ofte køber du datovarer?

- (1) ☐ Meget ofte
- (2) ☐ Ofte
- (3) ☐ Sjældent
- (4) ☐ Meget sjældent
- (5) ☐ Aldrig

Hvad kunne få dig til at købe flere datovarer?

Vælg de 2 vigtigste for dig

- (1) ☐ Billigere pris
- (2) ☐ Mere information om de forskellige datomærkninger
- (3) ☐ Mere information om madspild
- (4) ☐ Bedre skiltning
- (5) ☐ Mere synlighed
- (6) ☐ Bedre oplysning om opbevaring af fødevaren

Er der nogen fødevaregrupper, som du ikke ville købe, fordi de var tæt på udløbsdatoen?

Mulighed for flere svar

- (1) ☐ Nej, ingen fødevaregrupper
- (2) ☐ Frugt og grønt
- (3) ☐ Kød og produkter af disse
- (4) ☐ Mejeriprodukter
- (5) ☐ Fisk og produkter af disse

- (6) ☐ Mel og gryn (herunder ris og pasta)
- (7) ☐ Konserves
- (8) ☐ Brød
- (9) ☐ Andet

Synes du, at butikkerne gør nok ud af at fremhæve datovarer?

- (1) ☐ Ja
- (2) ☐ Nej

Hvilke supermarkeder handler du oftest i?

Vælg max 2

- (1) ☐ Netto
- (2) ☐ Døgnetto
- (3) ☐ Aldi
- (4) ☐ Irma
- (5) ☐ Fakta
- (6) ☐ Fakta Q
- (7) ☐ Kvickly
- (8) ☐ Føtex
- (9) ☐ Bilka
- (10) ☐ Super Brugsen
- (11) ☐ Super Best
- (12) ☐ Rema 1000
- (13) ☐ Euro Spar
- (14) ☐ Kiwi Minipris
- (15) ☐ Lidl
- (16) ☐ Dagli'Brugsen
- (17) ☐ Jeg køber mine dagligvarer på nettet
- (18) ☐ Andet

Ny lovændring

I december 2014 kommer der en ny lovændring, der gør det muligt for butikkerne at sælge varer, der har overskredet datomærkningen

"Mindst holdbar til"

Vil du købe fødevarer, der har overskredet "Mindst holdbar til"?

(1) ☐ Ja

(2) ☐ Nej

Skriv gerne hvorfor

HUSK at trykke afslut og dine svar vil blive registreret.

Mange tak for dine svar. Det sætter vi stor pris på.

Hilsen Martin og Camilla

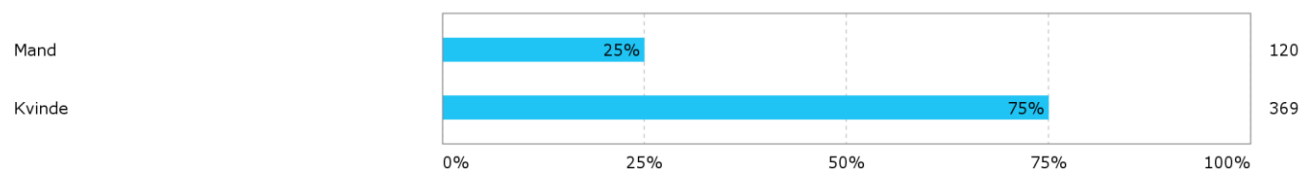
Stud.Cand.Scient.Techn. Integrated Food Studies. Aalborg Universitet

Analyse of spørgeskema

Baggrundsspørgsmål

Figur 1

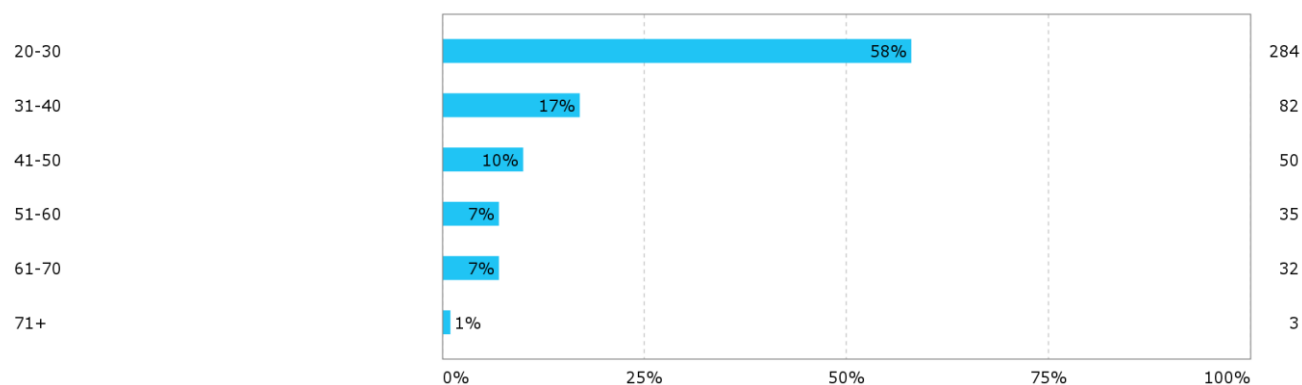
Køn?



The majority of the respondents were women (75 %).

Figur 2

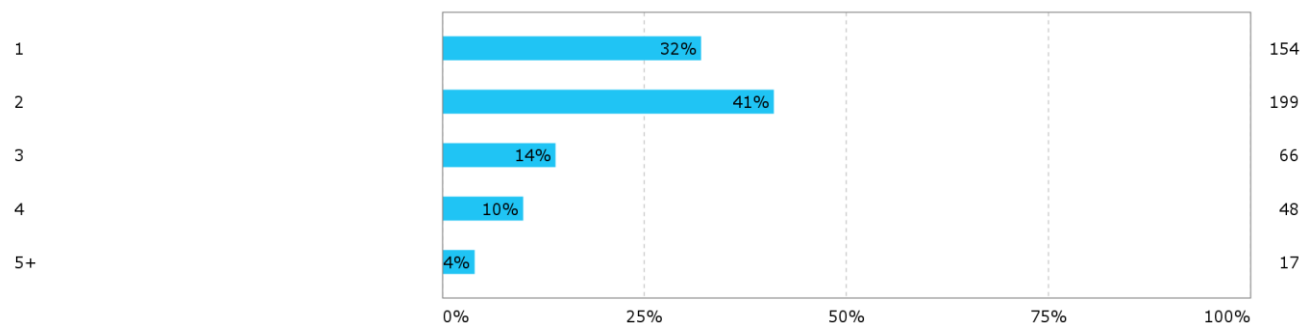
Alder?



The respondents' age range from 20-71 +. The majority of respondents are within the age group 20-30 years.

Figur 3

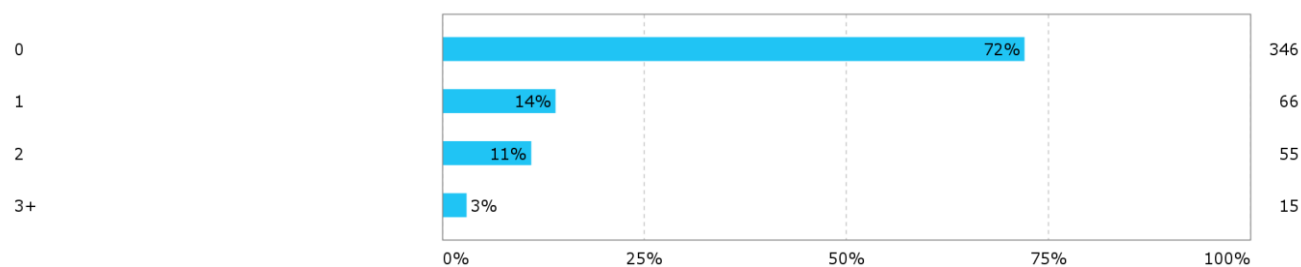
Hvor mange bor der i din husstand?



The majority of respondents indicate that they are living 1 and 2 people in their household. Respectively 32% and 41%.

Figur 4

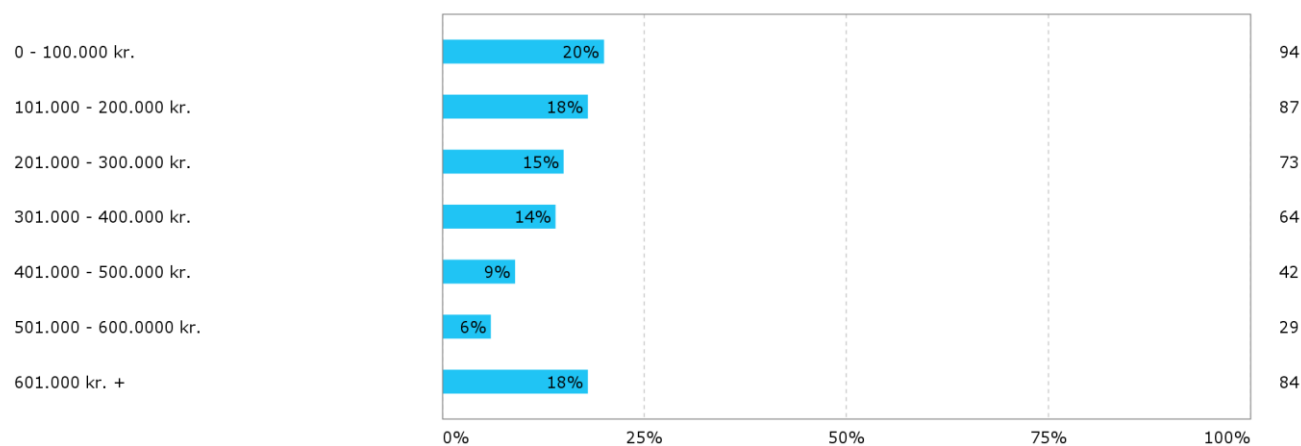
Hvor mange hjemmeboende børn bor der i din husstand?



Most of the respondents have no children living at home (72%).

Figur 5

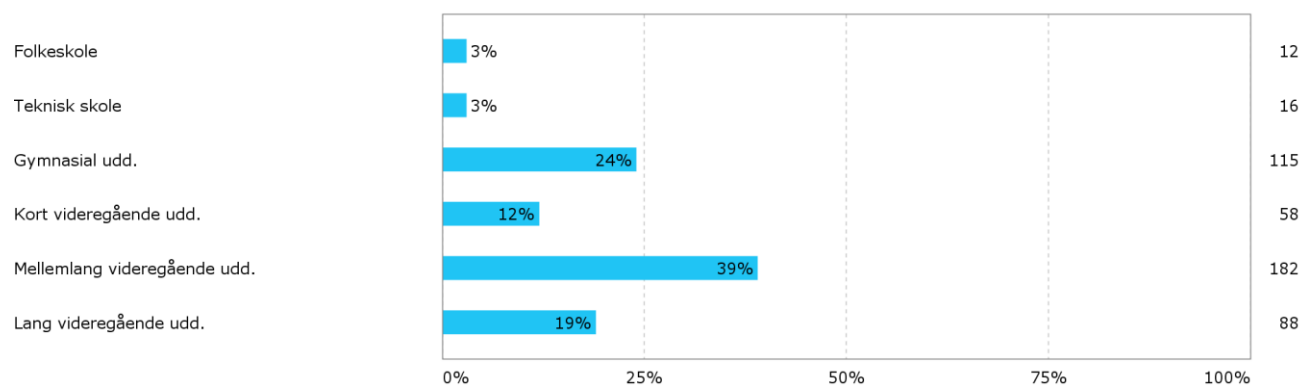
Din husstands årlige indkomst før skat?



The respondents' answers, regarding annual household income is very varied. The 3 most common answers from respondents' annual household income are respectively; 0-100.00 kr. = 20%, 101.000 - 200.000 kr. = 18%, 601.000+ kr. = 18%.

Figur 6

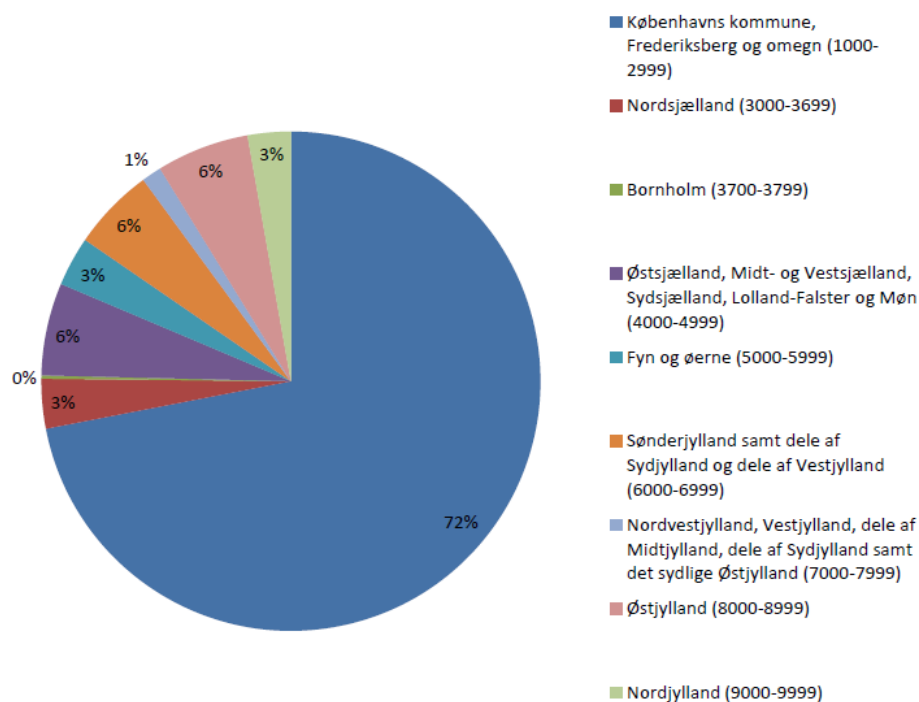
Hvad er din højest gennemførte uddannelse?



The majority of respondents have a medium of higher education. Here are the 39% of respondents who have a higher education.

Figur 7

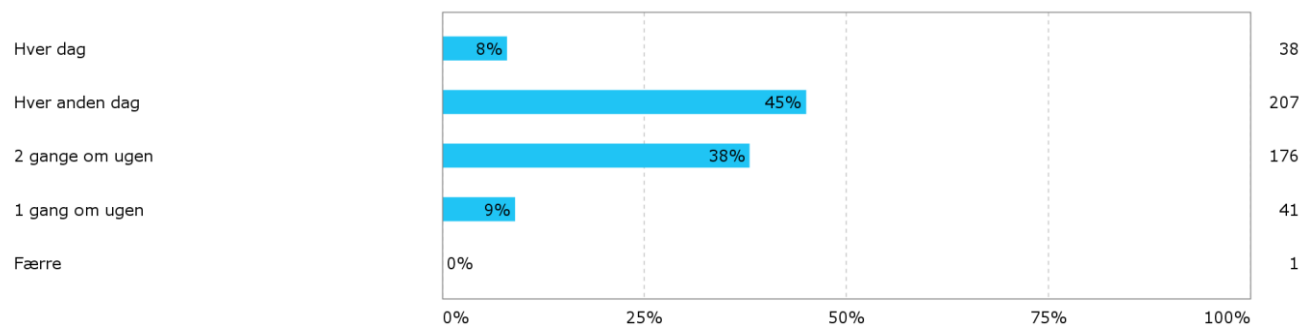
Procentfordeling af postnumre fra respondenterne



The majority of respondents (72%), are residents of the municipality of Copenhagen, Frederiksberg and region, zip code (1000-2999).

Figur 8

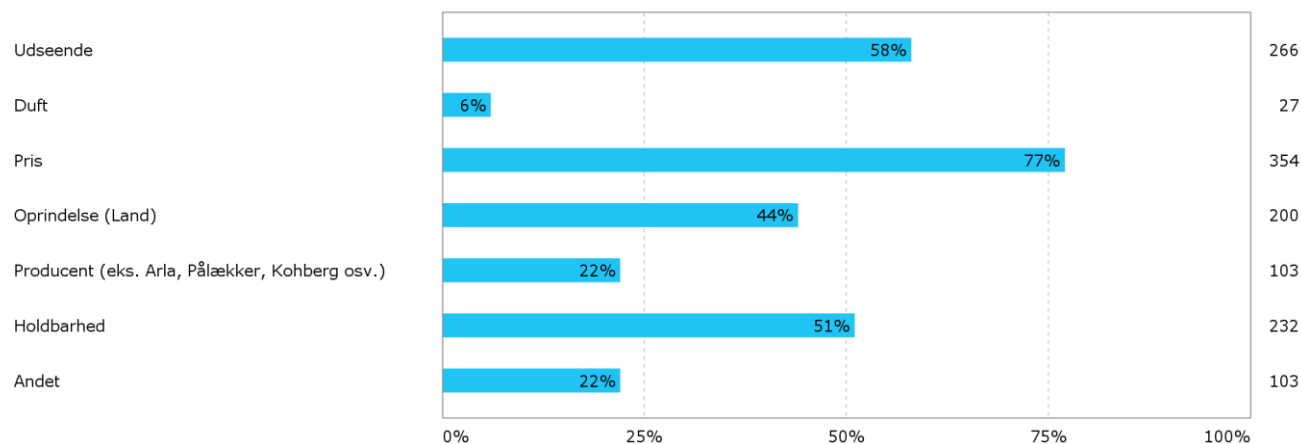
Hvor ofte køber din husstand dagligvarer?



The majority of respondents do their grocery shopping every other day (45 %) or 2 times a week (38 %).

Figur 9

Hvilke faktorer er de vigtigste, når du køber en fødevarer?
Vælg max 3

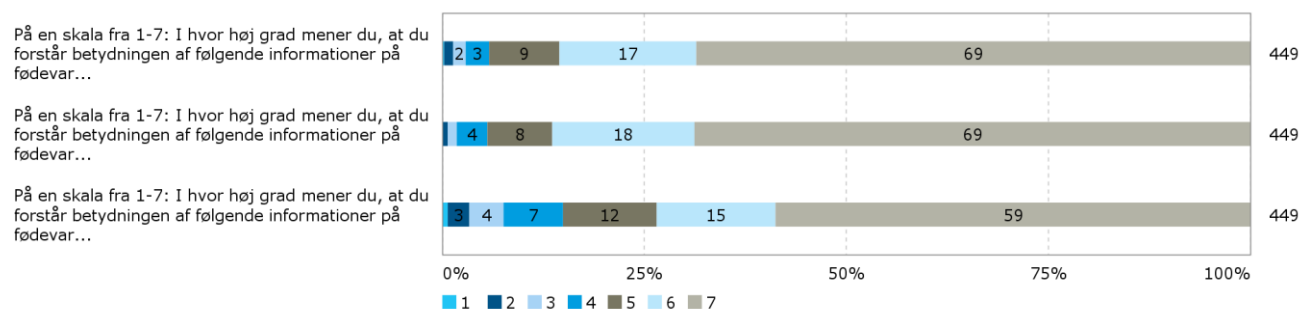


The 2 main factors that come into play when respondents shop foods is; Appearance (58 %) and price (77 %).

Datomærkning af fødevarer

Figur 10

På en skala fra 1-7: I hvor høj grad mener du, at du forstår betydningen af følgende informationer på fødevarer? ("Mindst holdbar til", "Sidste anvendelsesdato", "Bedst før")
(1= forstår slet ikke, 7= forstår fuldt ud)



The respondents were quite convinced that they understood the importance of all three date labels on food. In all 3 date labels, most of the responses were 6 and 7 on the graduated scale.

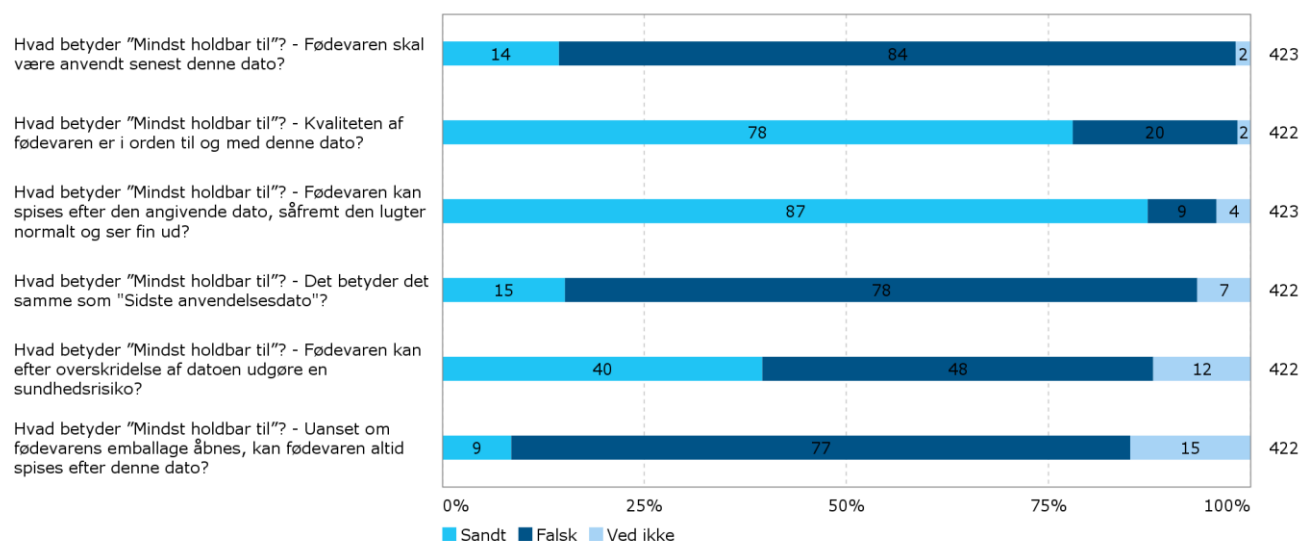
'Mindst holdbar til': 6 and 7, respectively, 17% and 69%.

'Sidste anvendelsesdato': 6 and 7, respectively, 18% and 69%

'Bedst før': 6 and 7, respectively, 15% and 59%.

Figur 11

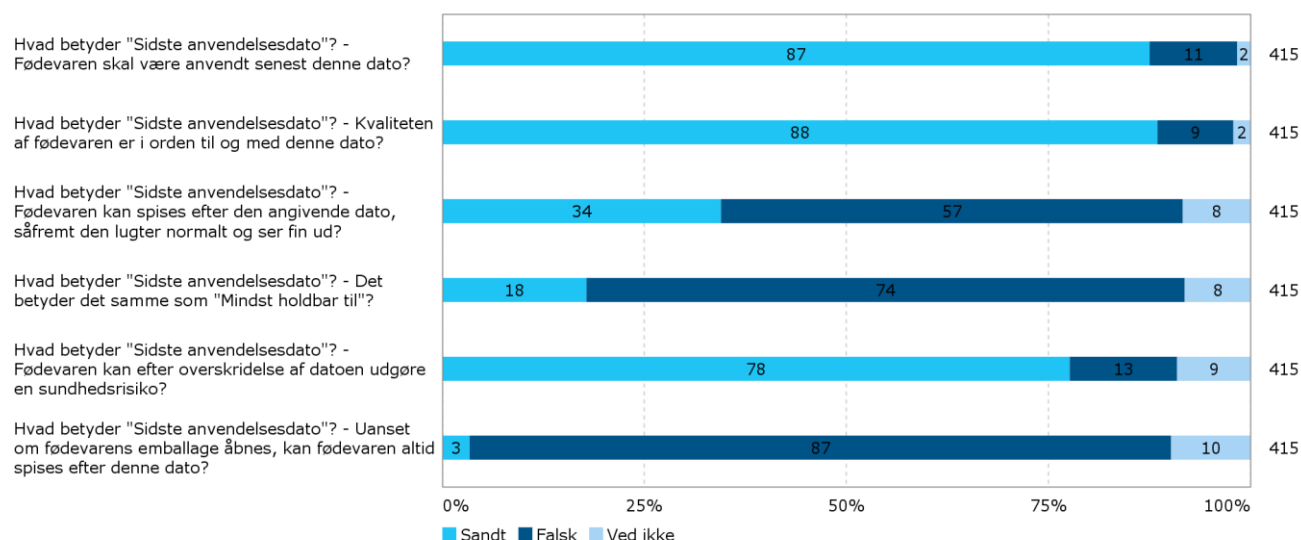
Hvad betyder "Mindst holdbar til"?



Respondents knew generally most about the meaning of 'Mindst holdbar til' where the majority have answered correctly. There were, however, doubts about the meaning of the date labels in terms of food safety (Question 5). Here, 40% answered true, 48% false and 12% do not know. The correct answer is false.

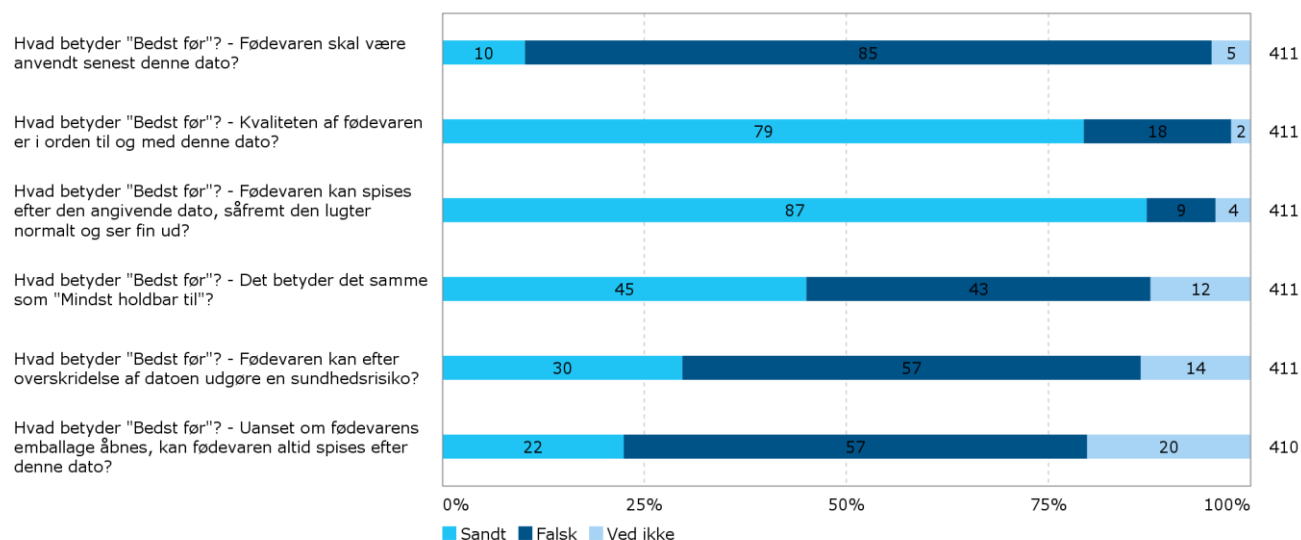
Figur 12

Hvad betyder "Sidste anvendelsesdato"?



Respondents had a good understanding on the concepts associated with the 'Sidste anvendelsesdato' where most of the respondents answered right. However, there was again one of the questions there was concerns about (Question 3). Here the respondents were unsure about whether a food product could be eaten after the indicated date. 34% said true, 57% said false and 8% said that they didn't know. The correct answer is false.

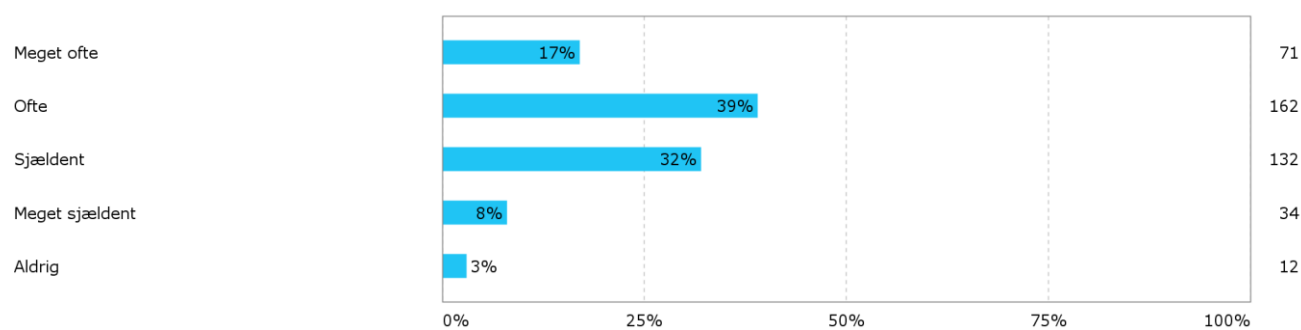
Figur 13
Hvad betyder "Bedst før"?



'Bedst før', was the label were the respondents was most in doubt. There was most doubt in questions 3, 4 and 5. In question 3, there were differing opinions about, if 'Bedst før', was synonymous with 'Mindst holdbar til'. 45% said true, 43% false and 12% do not know. The correct answer is true. In question 4, the respondents were in doubt as well, where 30% answered true, 57% false and 14% do not know. The correct answer is false. The same applies to question 5, where 22% answered true, 57% false and 20% do not know. The correct answer is false.

Datovarer

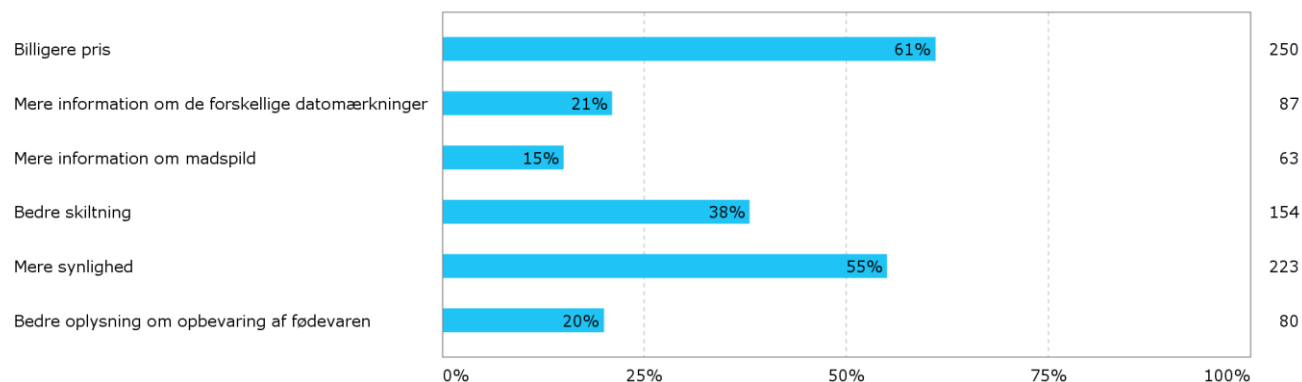
Figur 14
Hvor ofte køber du datovarer?



The majority of the respondents purchase use-by-date food products frequently (39 %) or infrequently (32 %).

Figur 15

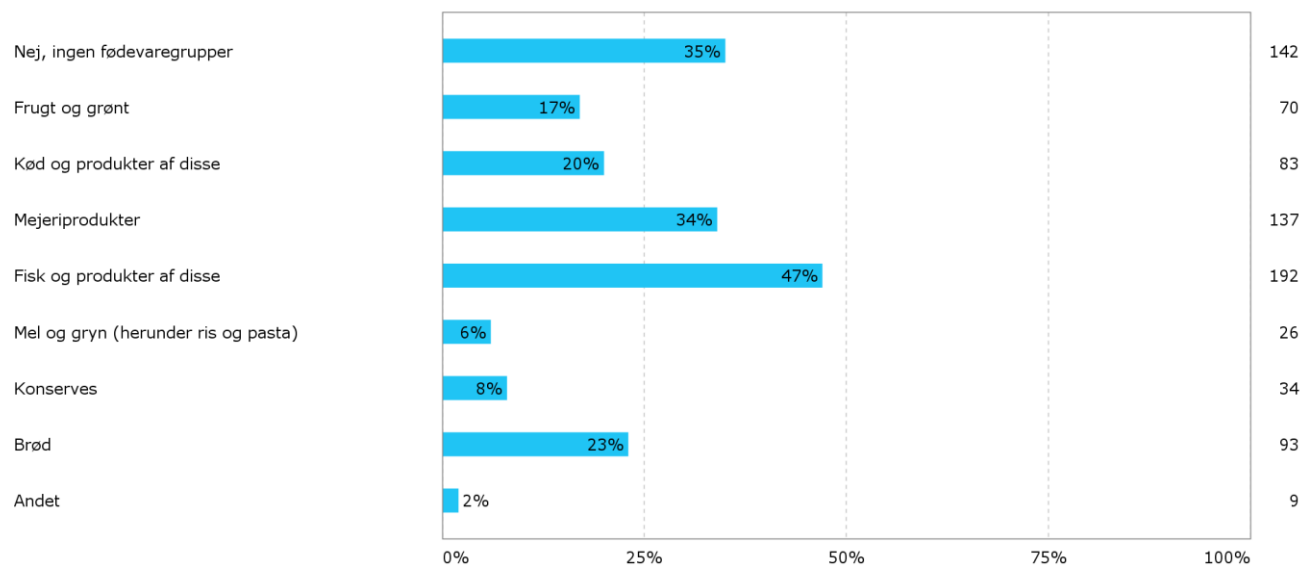
Hvad kunne få dig til at købe flere datovarer?
Vælg de 2 vigtigste for dig



The 2 most important factors that would make the respondents buy more use-by-date food products are; cheaper price (61 %) and more visibility (55%) of use-by-date products.

Figur 16

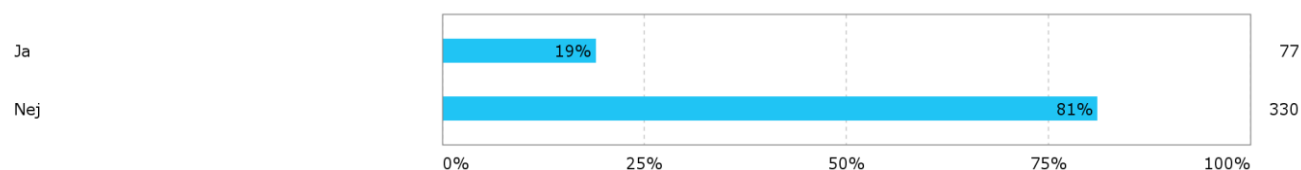
Er der nogen fødevaregrupper, som du ikke ville købe, fordi de var tæt på udløbsdatoen?
Mulighed for flere svar



In the question on, if there were food products that the consumer would not buy, if it was close to the expiration date, there were two categories that stand out: Dairy products (34 %) and fish and products of these (47 %). However, there are still 35% of the respondents that are willing to buy use-by-date products in all categories.

Figur 17

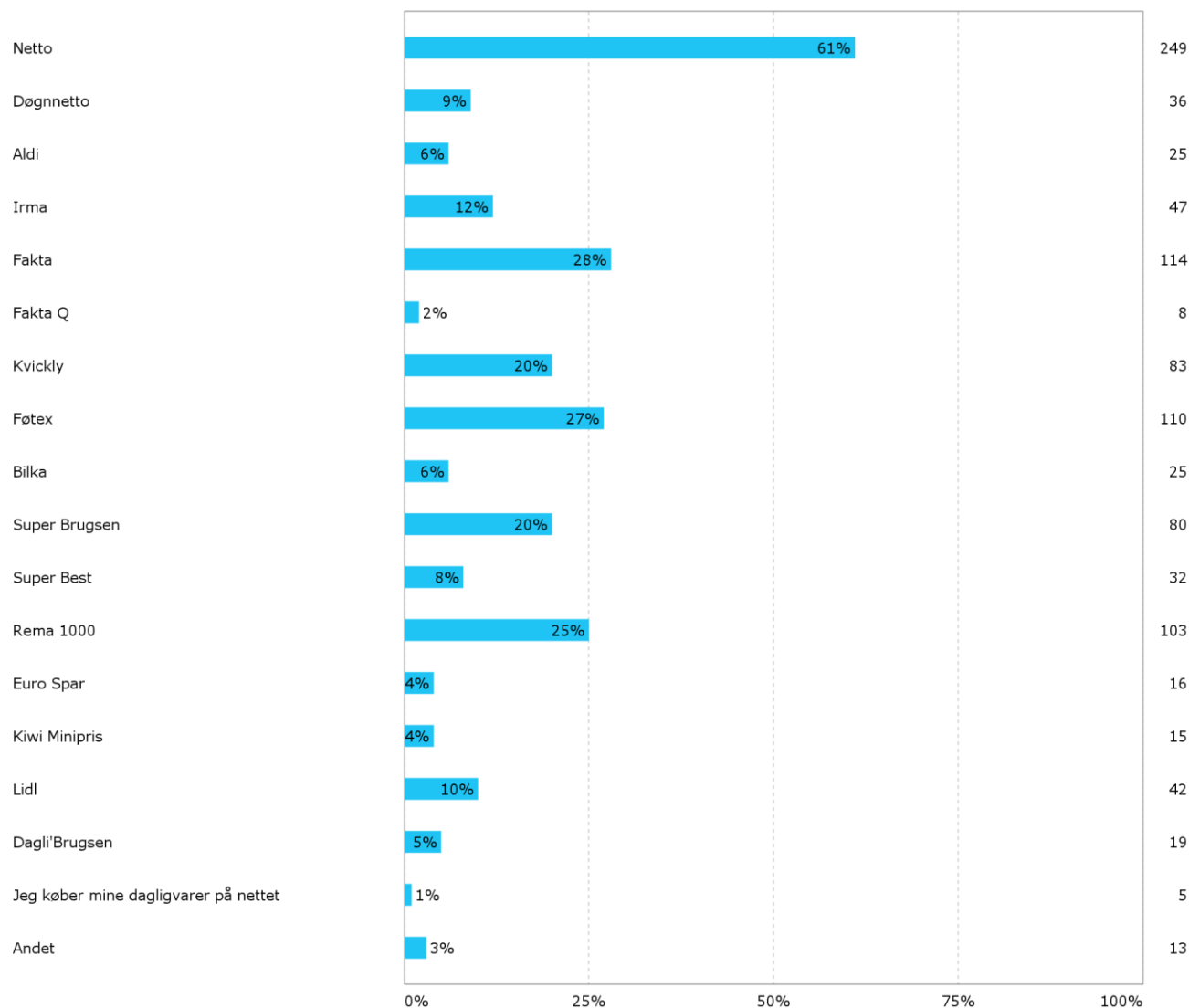
Synes du, at butikkerne gør nok ud af at fremhæve datovarer?



Here the respondents reasonably agree that the supermarkets are not doing enough to highlight their use-by-date products. These represents 81 %.

Figur 18

Hvilke supermarkeder handler du oftest i?
Vælg max 2

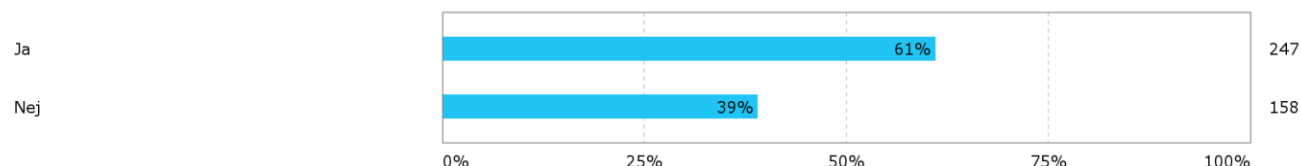


The respondents are mostly shopping in; Netto (61 %), Fakta (28%), Føtex (27%), Rema1000 (25 %), Kvickly (20%), Super Brugsen (20%). It is mostly in discount supermarkets, that the respondents are doing their shopping (Netto and Fakta).

EU lovændring

Figur 19

Vil du købe fødevarer, der har overskredet "Mindst holdbar til"?



The majority of the respondents (61 %) would like to buy food that has exceeded the 'Mindst holdbar til' date. Most respondents, however, associated their answer with a comment. These comments can be seen below.

In relation to the consumer subordinate groups, color coding has been done to illustrate comments linked to each consumer subordinate group. Color coding has been done on the most relevant.

Green: Green consumers

Red: Ignorant consumers

Blue: Economic consumers

Skriv gerne hvorfor

- Hvis fødevarerne ser ok ud, vil det ikke røre mig. Jeg ville nok undgå brød og kød/fisk (brød bliver tørt, og kød er jeg bare sippet med). Men alle andre fødevarer vil jeg købe uden forbehold, hvis prisen ellers er fordelagtig.
- Hvis prisen er rigtig, og varen ser ud til at være i fin stand.
- Kommer helt an på hvad det er og om det er noget jeg virkelig skal bruge eller føler ser helt fint ud.
- Fordi de stadig kan bruges, er billigere, og det føles godt at være med til at nedsætte madspild i DK
- Kommer an på hvilke varer og hvor meget de har overskredet datoen med.
- Hvis de ser pæne ud og ikke lugter.
- Jeg forstår ikke helt betydningen af det. Måske er det fint nok, og så bidrager jeg jo til en omgang madspild - øv, det er ingen rar tanke!
- Fordi de oftest er i orden, da der er en markant marginen mellem 'mht' og forventede forældelsesdato
- Fordi jeg mener at virksomheder i høj grad bruger holdbarhedsdatoer for at sælge flere varer, og dette er forkert. Jeg bruger min sunde fornuft og mine sanser ifm indkøb og brug af madvarer. Jeg er meget imod madspild.
- Hvis de ikke er fordærvede så er der ingen grund til at smide dem ud. Der står jo mindst holdbar til, ikke maksimalt holdbar til. Madspild er spild af tid, spild af liv.
- Jeg mener selv jeg er istand til at afgøre hvornår maden ikke kan spises længere.
- Fordi jeg er imod madspild, og fordi jeg stoler på mine egne sanser til at vurderer om en fødevarer er god eller ikke god. Derfor har jeg intet problem med at købe varer der er datomærkede eller har overskredet "mindst holdbar til"
- Det bliver forhåbentlig billigere. Og så for at nedsætte madspildet.
- I don't do it now so I don't see why I would suddenly start doing it. I also believe there is quite a lot of stigma involved with food that has gone past the best before date. I'm okay with eating a yoghurt that is past it's date at home, but I wouldn't buy it.
- Hvis jeg skal betale fuld pris for en vare der har overskredet datoen, vil jeg da hellere købe et tilsvarende produkt som holder længere..
- Hvis det er vare der ikke kan have taget skade af at datoen er overskredet ser jeg intet problem i det. Det er alligevel noget svineri at så meget smides ud, det kender jeg fra mit arbejde i et supermarked.
- Så længe en vare er frisk kan jeg ikke forstå hvorfor man skal rette sig efter et mærke der er sat på fødevaren!

Jeg køber ofte kød som er tæt på udløbsdatoen eller har sidste udløbsdag, dette fordi det er billigere! Jeg fryser det ned og sørger for at bruge det inden for en rimelig tid!

Jeg synes vi alle har mistet følelsen med madvarer! Mange går mere op i et stempel på fødevaren

end at bruge deres sanser! Hvis en føde vare ser, lugter og smager frisk ja så er den det jo nok! samtidig hvis en mælk lugter surt er den nok dårlig selvom den har 3 dage tilbage ifølge stemplet! Det er jo sund fornuft, bare ikke for alle :(

- Hvis de er sat nok ned vil jeg gerne dvs ca 50 %
- Jeg har lært, at selv om dato for sidste anvendelse er udløbet, er fødevaren stadig i orden, da det ifi loven skal kunne holde sig ud over sidste dato.
Men er da ikke 100%
- Jeg stoler blankt og naivt på at mærkningen "Mindst holbar til", er sat af kompetente mennesker der ved mere om emnet end mig.
At andre gerne vil købe varer der har overskrevet den dato, vær så god.
- Jeg vile købr dem om de var meget nedsæt i pris.
- Er en smule sippet med varer der er for gamle
- Hvis de ikke fejler noget kunne jeg godt finde på at købe varer efter mindst holdbar datoen. For nogle føddvaregrupper er det ret generiske regler som ikke nødvendigvis betyder at en vare er dårlig efter mht
- Er bange for at blive syg
- Tørvarer, konserveres osv vil jeg helt sikkert købe, da jeg ikke mener det har den store betydning om det har overskrevet datoen med et par dage
- Så længe det ser ud til at være spiseligt/drikkeligt kan jeg ligeså godt købe det. Især hvis prisen også er sat ned. Og så kan vi også undgå madspild.
- Mindskning af madspild ligger mig meget på sinde.
- Jeg vil gerne købe konserveres, som har overskrevet "mindst holdbar til", men hverken kød, grønt, brød, mejeriprodukter eller lignende.
- Nogen gange - hvis det er noget der kan fryses ned.
Køber til en uge af gangen. Vil gerne være sikker på varen holder den periode
- Fordi varen ikke nødvendigvis er uspiselig af den grund. Det vil altid afhænge af en konkret vurdering, om varen skal i kurven.
- JA :))
- Hvis jeg ved at jeg skal bruge varen samme dag/aften
- Fordi jeg er sippet...
- fordi jeg hellere vil vurdere varen end forholde slavisk til datoer
- Billigere pris
- Kommer meget an på hvilken fødevaregruppe
- Fordi jeg ikke kan vide om varen er nået at blive dårlig eller om den stadig er okay. Når der står mindst holdbar til ved jeg, at varen stadig er fin og kan proppes i fryseren.
- Hvis prisnedsættelsen er tilstrækkelig og det passer ind i mine madplaner for de kommende dage eller jeg mener det kan fryses ned, så ser jeg ikke noget problem i det.
- Lavere pris formodningscis
- Jeg mener, at producenten har fastsat en MHT-dato fordi vedkommende har en viden om fødevarens kvalitet, og så megn kendskab til, at smag, udseende og ikke mindst mikrobiologisk status kan garanteres indenfor den givne periode ved korrekt opbevaring. Hvis andre end producenten begynder at fifle med disse principper, kan forbrugernes tillid til MHT-dato blive udvandet.
- Nej, da der gennem de senere år har været så mange fødevareskandaler i form af f.eks. ompakning af gammelt kød og marineret. Jeg har ikke nok tiltro til, at de fødevareinstanser vi har i DK på nuværende tidspunkt er rustet til at kunne varetage en sådan lovændring.
- Umiddelbart ja, da der er mange fødevarer der er fine efter udløb, men det vil afhænge meget af hvilke fødevarer der er tale om - og evt. hvornår de skal bruges. Det vil nok også afhænge af hvordan det er præsenteret i butikken.
- Formoder ikke det må sælges, hvis det udgør en direkte sundhedsrisiko.
- For at være med til at mindske den samlede mængde af spild af mad, og fordi jeg ikke er bange få at få fordærvede fødevarer.
- Afhængig af hvilke fødevarer. Nogle fødevarer bliver faktisk bedre af at overskride sidste salgsdato (oste, hele stykker kød eks.).
Der går ikke mange timer fra jeg har købt mine friske fødevarer, til de bliver tilberedt, så det er helt fint med "tilpas modne råvarer".
- Hvis jeg lige står og mangler det og kan se det se/lugte det ser fint ud.
- For at undgå madspil og i håb om at varen så er billigere
- Hvis det er varer der vitterligt ikke fejler noget efter den dato vil jeg gerne købe den biligt
- Altså, det kommer jo an på hvornår jeg skal bruge varen. Jeg ville jo aldrig købe en vare der muligvis ville ligge og rådne i mit køkken. Så ja, jeg ville en datovare eller MHT vare, hvis jeg skulle

bruge den i løbet af et par dage. Men ikke hvis jeg køber ind mandag og skal bruge mælken søndag. Og ja, jeg laver madplan, så jeg kan købe gode tilbud såfremt der er nogen til resten af ugens menu, men det er spild af penge at købe for gamle varer, hvis jeg ikke er sikker på jeg kan nå at bruge dem. Det ville være en langt bedre ide hvis butikkerne købte mindre ind. Mange køber måske 4 pakker hamburgerryg fordi de bliver usælgelige lige om lidt, men hvis de bare ender med at smide dem ud eller spise mere end de normalt ville have gjort er det hverken en god eller klimavenlig løsning. Vi skal skære ned i forbruget, ikke bare flytte det et andet sted hen.

- Jeg stoler dels på min egen evne til at vurdere, om noget fejler noget. Dels ved jeg, at fx chips, krydderier kager har holdbarhedsdatoer helt hen i vejret og kan holde sig MEGET længere.
- Hvis det er billigt, gør jeg gerne en god forretning med gode råvare.
- Hvis det er produkter, der ikke umiddelbart fejler noget og de skulle bruges med det samme, ville det være en mulighed.
Dog ikke produkter, der kan være for gamle på trods af at de overholder datomærkningen fx harskne nødder og mandler, nogle kornprodukter, som perlekorn og nudler.
- Jeg vil ikke have noget imod at købe vare der har overskredet mindst holdbar til, såfremt butikken har nedsat den til en rimelig pris. En reduktion er nødvendig, ellers kan man ligeså godt købe en "nyere" vare med længere holdbarhed.
- Afhængig af produktet vil jeg spise det samme dag eller fryse det ned. Aldrig opbevare det i køleskabet, hvis det har overskredet "mindst holdbar til".
- Fordi det er en indikator (tror jeg) for at kvaliteten af varen er forringet efter denne dato, og eventuelt kan være sundhedsskadelige.
- Det vil helt sikkert komme an på hvilken type varer det er og om man har mulighed for selv at vurdere varens friskhed.
- Hvis der er mulighed for at se og lugte til varen ville jeg ikke have noget imod det. Mælk og æg er typisk også fine efter mindst holdbar til, men jeg ser det som lidt mere af et sats.
- Fordi vi herhjemme har øjne og næse og kan vurdere om maden er spiselig.

vi spiser tit ting der er overskredet den påtrykte dato uden problemer, mens vi også oplever at noget, der burde kunne holde sig, ikke kan.

Desuden læser vi "mindst holdbar til" som en minimumsgrænse, dvs. en dato hvor producenten kan garantere for, at maden er spiselig. Det er jo ikke ensbetydende med at den bliver dårlig på klokkeslet dagen efter ;)

- Ja hvis jeg kan vurderer påtrods af indpakningen (etiketter og at produktet nok er dækket til af plastik/deklaration) at produktet ikke fejler noget, eller man kan lugte/føle sig frem, og så længe produktet er opbevaret korrekt (køl/frys/tørt osv)
- Hvis det er billigt nok
- Jeg synes som forbruger ikke jeg selv har en fornemmelse af hvornår varen så nærmer sig en fornuftig "holdbarhedsdato"
- Hvis jeg kan lugte og se varen er ok og skal bruge den straks
- Jeg troede at dette betød, at produktet er for gammelt til at blive spist.
- Hvis de er meget billige og hvis varerne ser godt nok ud.
- Hvis jeg kan spare penge og samtidigt hjælpe mod madspild mener jeg, at det er en win win situation.
- Jeg bruger ikke penge på noget hvor jeg fornemmer kvaliteten ikke er i orden.
- Hvis jeg kan se varen er ok og jeg kan bruge den snart.
- Jeg kan selv vurdere om maden er ok eller ej
- fordi man ikke er sikker på hvad skiltningen præcis betyder - så slaget skal være sammenhængende med at der bliver lavet en bedre information om hvad "mindst holdbar til" indebærer.
- Hvis jeg kan få varen til en god pris og ved at jeg kan få den brugt hurtigt, kan jeg ikke se problemer med det.
- det kommer helt an på hvad det er og hvordan det ser ud
- Man skal græde over spildt mælk!
- Hvis det f.eks. er varer som er pakket i små pakker eller mad som i forvejen har en lang (over en måned) holdbarhed, vil det ikke genere mig at købe det, selvom datoen er overskredet. Det gør jeg i forvejen, hvis butikkerne har glemt at fjerne "for gamle" varer.
- Vil gerne købe dem, hvis de ikke fejler noget
- Jeg køber for det meste kun varer, der kan holde sig meget længe fordi jeg lever temmelig spontant og ikke altid ved om jeg kan nå at anvende de varer jeg køber. -Med mindre altså det er noget, jeg skal spise nu og her. Så har jeg til gengæld intet imod datovarer, så længe de er sat ned.

- Jeg ville være bange for at jeg betalte for noget, der ikke var i orden.
- Hvis det er min klare opfattelse at varen ikke fejler noget og jeg f.eks. skal bruge den samme dag, vil jeg gerne købe den - meget billigt, vel at mærke.
Fisk og kød køber jeg kun helt frisk - og kød kun økologisk.
- Fordi de ofres ikke fejler noget.
- De fødevarer vi køber er normalt i emballage der kan indeholde skadelige stoffer, jeg foretrækker at fødevarer opbevares så kort som muligt i emballage.
Samme med konserver, der er det problematisk med epoxy korrosionsbeskyttelse af emballage. Jeg ville aldrig anvende/købe overskredet konserver.
- Fordi jeg er en fattig pensionist, og sparer gerne, hvor jeg kan. Og jeg bruger min sunde fornuft og vurderer, om tingene er i orden. Og når jeg enten kan fryse varen ned, eller spise og tilberede maden samme dag.
- Nogle varegrupper har så lang en holdbarhed, at en mindre overskridelse er Ok.
- Jeg vil tro at fødevaren er for gammel da den har overskredet datoen. Men da jeg er oplyst omkring det kunne jeg måske godt finde på at købe en "for gammel mælk".
- Men kun hvis jeg kan blive forsikret om, at jeg ikke vil blive syg af at spise fødevaren. Jeg har svært ved at afgøre selv, om varen stadig er god. Hvis jeg vælger at spise den, så er jeg bange for, at jeg bliver dårlig af alligevel, fordi jeg tænker, at jeg vil blive dårlig.
- Hvis varen intet fejler kan man lige så godt spare de penge
- Hvis det ser ordentlig ud, og jeg ved jeg får det spist, kan jeg ikke se nogen grund til at lade være.
- Hvis der ikke er synlige tegn på fordærv, ser jeg ingen problemer. Mange ting, ex. kød og pålæg er pakket i beskyttet atmosfære - køber som regel ikke varer hvor vakuum er væk, eller pakken buler unaturligt.
- kun hvis der er prisnedslag som følge af overskridelse.
- billig og synes det er smækærgeligt dyr har levet under kummerlige forhold og blevet pint og plaget forgæves
- Kvaliteten er måske ikke i top, men er varen stadig god - OG billigere, så ja, så køber jeg det!
- hvis indpakning er fin og ellers ser fint ud ingen problemer..
- Fordi jeg vil være sikker på det ikke er sundhedsfarligt og det skal være af en god kvalitet og smage frisk og godt.
- Fordi disse fødevarers anvendelighed kan vurderes ved selvsyn.
- Der er ingen fare i det og så bliver det spist i stedet for at blive smidt ud.
- Hvis varen ser ok ud og ikke fejler noget er den jo lige så god som den der ikke har overskredet dato. Tænker især på grøntsager
- er en gammel husmor, der stoler fuldt ud på min evne til at vurdere om en vare er ok. Dog også lidt afhængig af butikken, f.eks. er Irma meget hurtig til at nedsætte f.eks. kødvarer lang tid før de ikke kan bruges mere, i andre butikker bør man tjekke grundigt
- Hvis jeg ved mere om hvad det betyder for varen at datoen er overskredet og prisen er betydeligt nedsat.
- Fordi nogle varer ofte intet fejler
- Fordi jeg ikke ville være sikker på kvaliteten af varen. Jeg ville spise mad fra mit eget køleskab som var overskredet "mindst holdbar til" som i øvrigt lugter, smager ok, men det check er ikke muligt i butikkerne hvor emballagen ikke er brudt.
- Ja - så vi kan bidrage til at stoppe madspild. Og hvis jeg alligevel skal bruge madvarerne samme dag, så kan man lige så godt spare de penge, hvis det er muligt.
- Nok fordi jeg ikke ved om det kan være sundheds skadeligt
- Måske, det kommer an på hvad det er. Hvis det er noget jeg selv har en klar overbevisning om ikke fejler noget, selvom det har overskredet datoen, så ville jeg købe det.
- Så længe de sælges til nedsat pris, og jeg har mulighed for at vurdere om de stadig kan anvendes er det en god idé. Jeg mener at en butik enten må vælge at godkende at folk tager mad fra deres affaldskontainere, eller at de selv sælger det til en billig pris. Det er simpelthen for dumt at det skal blive til madspild.
- Jeg finder det ikke forsvarligt, da jeg ikke ved nok om hvad "mindst holdbar til" egentlig betyder, og hvilke konsekvenser det kan have for mit helbred.
- hvis jeg er ligeglad med datomærkning i fødevare kategori så som tørkaffe, ris og pasta.

jeg ville aldrig gøre det med kødpålæg, mejeri, eller andet frisk vare som kunne give alvorlige sygdomsfølger hvis det var fordærvet!

- Afhængig af produktet. Aldrig mælk og fisk, men meget andet
- Det kan være svært at vide om fødevaren stadig er ok. Kommer jo også an på hvordan den pågældende forretning har opbevaret varen.

- Mener godt selv jeg kan vurdere om maden er egnet til menneskeføde
- Anmærkningen er vejledende
- Jeg bor alene og spiser ikke så meget mad, så det når at forgå. Ellers skulle det være noget jeg akut mangler, eller som er holdbart længe efter mht-datoen og sat ned.
Btw. Godt I researcher og interesserer jer på emnet :-)) der er sgu uhyggeligt med alt det madspild!
- Så længe de smager godt og ikke er farlige, er det ok med mig
- Det afhænger af, hvilke varegrupper vi taler om
- Ja når jeg netop står og skal bruge denne vare, kan jeg godt købe den med overskredet datomærkning
- Jeg synes at mange fødevarer er fine selvom de ender med at overskride datomærkningen i mit køleskab, så vil ikke have noget problem med at købe det fra butikken heller. Sålænge pris og kvalitet hænger sammen.
- Kan sagtens anvendes.
- Det er svært at se gennem emballagen om en fødevarer er dårlig eller god - lugt, farve osv kan være svær at bedømme!
- Hvis jeg kan bruge det nu her, det skal ikke være produkter det skal stå på hospicehylden
- Da mindst holdbar til, dækker over ikke letfordærlige fødevarer som pasta og gryn, kan de sagtens spise efter. Kvaliteten forringes men det kan stadig spises.
- Hvis varen skal bruges "her og nu" og er i orden.
- Madspild. Hvis intet er galt med varen, ser jeg intet problem i det, såfremt jeg kan nå at få den spist indenfor en vis tid.
- Rigtig mange varer kan sagtens bruges efter dato, hvis de er opbevaret rigtigt. Det er dog lidt et problem at man ikke kan snuse til f.eks. Fisk, der lugter før de er synligt dårlige, og en af dem man kan blive rigtig syg af. Jeg benytter allerede dato varer og bruger varer jeg har købt der er gået over, så længe de virker okay, og jeg har aldrig haft problemer med det.
- Fordi kravene til datomærkning er stramme og varene for det meste kan holde sig længere
- Vil kun købe mindst holdbar til hvis det skal bruges samme dag
- Hvis jeg kan bruge det samme dag og det stadig ser friskt ud.
- Hvis jeg ved at jeg skal bruge varen i nærmeste fremtid.
- Når jeg køber nedsatte varer, der er tæt på sidste dato, er det typisk kød, som vi så spiser samme dag, eller lægger i fryseren til den dag, det skal spises. Jeg vil ikke spise mad, der er for gammelt.
- Hvis "mindst holdbar til" - datoen er overskredet vil jeg ikke købe varen.
Jeg ville overveje det, hvis der var 1 dag eller 2 til "mindst holdbar til" - datoen.
- Ofte mere end 50% besparelse
- Det kommer helt an på, om jeg vurderer at vi når at få det spist inden det bliver dårligt og at varen ellers ser frisk nok ud
- Brød-nej, kød-nej, mejerivarer-nej. Slik-måske, generelt-nej
- Fødevarer der ikke fejler noget, bør ikke gå til spilde pga. stupid lovgivning og administrativ "vi ved bedst". Der er mennesker der sultar.
- Hvis jeg alligevel spiser varen samme dag og den ikke ser manky ud, så er det for mig samme vare, men til en mindre pris
- Jeg ville ikke gøre det med fisk - kød og mejeriprodukter - her synes jeg det kræver lidt mere info omkring sundhedsfarer inden jeg kaster mig ud i det
- Kommer nok an på hvad det er for fødevarer, men f.eks. mel, gryn, andre tørvarer, konserves osv. kan for det meste sagtens holde sig langt længere end hvad der står. Og jeg synes jeg ved nok om fødevarer til at kunne vurdere om de udgør en sundhedsrisiko. Vil være en måde at spare penge, samt mindske mad- og resourcespild
- Hvis prisen er god, jeg kan se at maden stadig er god og jeg skal bruge den med det samme.
- Fordi varen stadig er sundhedsmæssig forsvarlig at indtage og er anvendelig frem for destruktion.
- Ja, hvis der kommer bedre information om hvad "Mindst holdbar til" indebærer.
- Fordi der ikke er en sundhedsmæssig risiko
- Det lyder ulækkert
- Måske, kommer an på hvilken vare og pris
- Food companies set the expiration date quit early, so that they are sure the food product is not spoiled by that date.
So, if the product looked OK and was cheaper I would buy it.
- Det er billige og gør ingen forskel hvis det alligevel er noget jeg skal bruge samme dag. Har dog endnu ikke set det i nogle butikker.
- Hvis jeg er sikker på at f.eks. fisk er ok efter mindst holdbar til
- Hvis de er sat meget ned og skal anvendes med det samme og det desuden er muligt at se varen.
- Fordi varen sagtens kan være god selvom datoen er overskredet

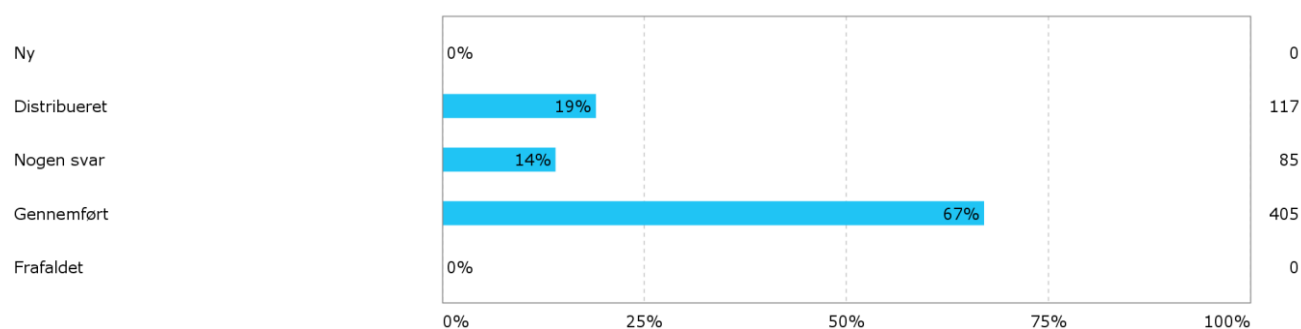
- hvis prisen er tilstrækkeligt langt nede, varen stadig ser god ud og jeg kan se at jeg skal anvende det samme dag eller dagen efter.
- Nedbringe mængden af madspil
Spare penge på indkøb af madvarer
Ændre danskernes syn på og holdning til hvornår mad er "gammelt" og ikke kan spises
- man ved ikke noget om risiko
- Fordi der vel er en grund til der står mindst holdbar.
Hvis jeg
Vidste det var ok og kunne stole på butikken ikke gjorde det for profittens skyld, men fordi
madvaren var ok, ville jeg måske ændre mening
- Jeg er i stand til at vurdere indhold. Fx en yoghurt der ikke er åbnet kan faktisk have bedre konsistens når dato er overskredet. Man skal bare være opmærksom på at når emballagen først er brudt og varen taget i brug kan den ikke holde så længe
- I min verden er vareren for gammel og bør ikke spises.
- Vi kan godt vurdere hvad der er for gammelt og omvendt
- Gammel vane og ville være i tvivl om kvaliteten af varen.
- Forstå ikke helt hvad det dækker over
- billigere, og vi gør en indsats for at undgå madspil
- Hvis de stadig virker spiselige, er billige nok og jeg ved at jeg selv kan nå at spise det uden jeg skal smide det ud
- Fordi de ikke udfører en sundhedsrisiko, og hvis det ser fint ud, ser jeg intet problem med det.
- I langt de fleste tilfælde fejler varen ikke noget. Især hvis der er brugt konserveringmidler er det næsten altid muligt at spise varen længe efter "mindst holdbar til" (det er så i sig selv en lidt ulækker tanke - fx kan en leverpostej sagtens holde sig i en måned i mit køleskab, men det burde den måske ikke kunne).
I realiteten ville jeg foretrække at fødevarerproducenterne lavede mindre mængder, som havde samme eller marginalt højere kilopris end større mængder - det ville eliminere behovet for at købe alt for store mængder for at 'få mere for pengene'.
Men den lovændring har manglet længe! Jeg tror dog i lige så høj grad, der skal en
holdningsændring til hos forbrugerne.
- Det ville kræve mental tilvending
- hvis varen ser fin ud og jeg kan/skal bruge den alligevel. Naturligvis et plus at den er billig
- Jeg har ikke meget viden omkring holdbarhed og optimal opbevaring af fødevarer, og kender ikke til retningslinjer skrevet af forfattere, som jeg har nok tillid til, til at ville lægge mit helbred i hænderne på. Hvis jeg blev tilbudt en fisk som havde overskredet mindst holdbar til-datoen, skulle det være en højt fagligt uddannet person som kunne overtale mig til, at tro på, at den fisk er fin at spise.
- JA - MAN KUN HVIS DER ER SUPPLERET MED HVORNÅR PRODUKTET SENEST BØR ANVENDES - EVT OM DET KAN OPBEVARES FROSSET
- Hvis fødevarerne ser ordentlige ud, prisen er rigtig og hvis det kan fryses, ser jeg ingen grund til ikke at købe det
- Ja, som regel kan fødevarer holde sig længere end emballagen indikerer, forudsat at de har været opbevaret på fornuftig vis (kølekæden, osv)
- Er ofte billigere. Er ofte stadig i god stand. Er miljørigtigt.
- Afhængig af hvilken vare det er. Da jeg bor alene har jeg oftest svært ved at nå at bruge f.eks. ris, mel, eller andet inden mindst holdbar til...
- Fordi det vil være svært for mig at holde styr på hvornår varen er for dårligt..
- Hvis jeg vurderer at der ingen kvalitetsændring og sundhedsrisiko vil jeg godt købt fødevarer med overskredet dato
- Fordi de er billigere og for det meste nemt kan spises flere dage efter "mindst holdbar til". Og ellers kan det meste mad fryses ned, så man først tager det op når det skal bruges, og kvaliteten derved kun forringes ganske lidt
- Hvis varen er i orden vil jeg da gerne købe den!!
- Alt afhængig af hvilke varer det er, hvis det er varer hvor jeg ikke mener det har betydning så vil jeg godt købe det, hvis bare jeg ved det.
- Det kommer an på varen, men langt de fleste kolonialvarer er helt fine efter MHT.
- Hvis de i butikken stadig er opbevaret forsvarligt på rette temp, og at butikken selv har taget stilling til at udseendet af varen stadig er ok, så der kun ligger varer som ser fine ud.
Hvis der ligger enkelte varer imellem, eks kød som begynder at se gammelt ud, så ville jeg nok heller ikke købe de pakker der ligger ved siden af.

- For det første er jeg bange for at blive syg af gammel mad. For det andet tænker jeg at maden mister noget så snart den er over mindst holdbar til datoen. F.x at et brød bliver tørt, at mælken er sur eller klumpet, at krydderier mister smag osv.
- Varen vil almindeligvis stadig være okay. Dog skal det mærkes tydeligt at der er tale om en overskredet datomærkning
- Ofte er det blot for at sætte en dato, men hvis der står det har kunnet holde sig i 7 måneder så er det sikkert også fint i 8 måned. Jeg regner med en stor fejlmargen i bestemmelsen om holdbarhedsdatoer.
- Fordi de ofte ikke fejler noget, andet end de ikke må sælges mere. Og hvis man alligevel regner med at bruge det inden for få dage og tjekker fødevaren om den er okay. ser jeg ingen problemer med det.
- Kommer an på, hvilken emballage det er, da det ikke altid er muligt at se, hvordan indholdet ser ud i lukket emballage
- Udvalgte varer, hvor man kan se produktet. Ikke mælkeprodukter og fisk. Tror primært pålæg.
- Hvis jeg skal betale fuld pris, kan jeg ligeså godt købe en vare som også har mulighed for at overleve lidt i mit eget køleskab. Hvis det er til nedsat pris, saa kunne jeg sagtens overveje det.
- Jeg har en forståelse om, at mad der har mærket "mindst holdbar til" har dette fordi, det ikke skal spises efter denne dato. Såfremt man ønsker at sælge varer, der har overskrevet denne dato i danske supermarkeder og skal have mig til at købe disse produkter, burde man nok ændre navnet på mærkningen til noget andet end "mindst holdbar til". For mig virker det ikke sundhedsmæssigt ansvarligt at spise til der har overskredet denne mærkning (hvert fald ikke kød-, mejeri- eller fiskeprodukter)
- Hvis jeg kan spare nogle penge, og jeg skal hjem og bruge det med det samme, og jeg kan se at det ikke fejler noget, så kan jeg lige så godt.
Hvis emballagen skjuler fødevaren vil jeg vil ikke gøre det, da jeg helst ikke vil komme hjem med noget med mug på.
- Hvis varen ser ordentlig ud og prisen er billig, ville jeg gerne købe det. Varen skal dog være synlig, altså ikke alt for meget dækkende emballage.
- På trods af, at fødevarens kvalitet kan være fin, er risikoen for, at kvaliteten er dårligere stor. Jeg vil ikke købe et produkt der er dårligt den næste dag, så jeg alligevel smider det ud - på den måde vil maden stadig gå til spilde, og det samme gælder de penge jeg har brugt på det.
- Hvis der ikke er noget galt med produktet. Fx konserver og pasta, ris
- Da jeg i forvejen selv vurderer om produktet virkelig er for gammelt før jeg smider det ud, så hvis det var noget jeg lige stod og manglede og kunne bruge til aftenens mad ser jeg intet problem i det
- Fordi selvom produktet oftest er i orden er der ingen garanti for at jeg kommer hjem med et der er, derudover skal meget af det jeg løber kunne holde ugen ud
- Nærmere et måske. Det vil afhænge af hvilken type vare der er tale om. Tør-varer ville godt kunne være ne mulighed. Men altid en opvejelse af HVOR MEGET mindst holdbar til er overskredet.
- Hvis prisen sættes ned, og det fremgår tydeligt, at der ikke er noget galt/sundhedsfarligt med varen.
- Fordi de fint kan spises. Og nok bliver billigere.
- Hvis jeg bruger varen samme sag eller vurderer at den kan holde sig til den skal bruges, vil jeg hellere betale mindre og være med til at mindste madsvineri.
- Hvis der er ordentlig Info og skiltning, samt at varen ser i orden ud
- Hvis varen ser fin ud og prisen er billig
- Hvis varen ser fin ud ville jeg gerne købe det, hvis jeg vidste at jeg skulle bruge det med det samme og hvis prisen var tilsvarende billig.
- Fordi jeg synes ikke om det, jeg købe kun det jeg har brug for.
- Jeg ville helt klart overveje det, hvis jeg havde mulighed, men jeg er paa nuvaerende ikke bossiddende i Danmark. Jeg ville overveje hvis det er billigere, men det skulle være betragteligt billigere og jeg vil være helt sikker paa kvaliteten af produktet, ville ikke risikere at blive syg som følge af det.
- Jeg stoler ikke nok på at de behandles forsvarligt af butikkerne (ingen brud på kølekæden osv.). Derved er producentens anvisninger, efter min mening, ikke holdbare, da de er lavet ud fra en korrekt håndtering af fødevarerne.
- Vis det er sat væsentligt ned i pris (under en 1/4 af ny pris) og kun ikke ferske vare.
- Fordi det ikke behøver være noget galt med varen af den grund, mindske madspild og få en god vare til en billigere pris
- men formentlig ikke fisk
- Det kommer meget an på hvad det er. Jeg tror ikke jeg vil købe let fordærvelige varer efter "mindst holdbar til"

- Det synes jeg ikke er særlig lækkert.
Er imod madspild, men synes ikke man skal sælge "for gammel" mad. Så hellere dagen før, så man kan lave det samme dag.
 - Hvis jeg står og mangler noget her og nu, så kunne jeg sagtens finde på at købe datovarer til en billigere pris. Men nu handler jeg gerne en gang om ugen, så nogle ting skal kunne holde sig hele ugen. Derfor vil mit forbrug nok ikke være så stort af datovarer, men en super god idé.
 - Køber datovare der skal bruges med det samme. Hvordan det ser ud og dufter er vigtigere end datoen uanset om det er lige ved og næsten eller allerede overskredet. Sådan er det også med de vare i mine egne skabe der når at overskride en dato. Det giver mening både at skåne miljøet for spild og min egen økonomi.
 - Manglende oplysning om, i hvilket omfang fødevarer kan holde sig efter den oplyste datomærkning.
 - Hvis overskridelsen er få dage, og prisen er betydeligt lavere.
 - Hvis de er markant billigere, kan de være interessante. fx øl og konserver har jeg ingen problemer med.
 - Eller måske.. det kommer an på om jeg kan være sikker på at det bliver spist i løbet af to dage, hvis at der er nok efterspørgeles på det her hjemme, ville jeg ikke købe det...
 - Forudsat angivelse af sidste anvendelsesdato
 - Jeg ville købe dem hvis der stod "bedst før"
 - Fordi de ikke fejler noget. Det er fjollet, at Danmark ikke må bruge "best before" som andre lande.
 - Så længe jeg ved at varen ikke fejler noget, så ser jeg ingen problemer for at købe dem.
 - Ja, for at reducere madspild hos butikkerne, og gør mine indkøb billigere
 - Jeg ville være for usikker på, på om varen er god nok, og hvor længe jeg kan regne med, at den kan holde sig.
 - Jeg ville være bange for de er dårlige..
 - Men ikke ferskvarer som kød, pålæg, fisk og mejeri
 - Jeg vil kun have friske varer, køber gerne kød og pålæg hos slagteren.
- Jeg var nød til at svare på hvad der kunne få mig til at købe datovarer for at gå videre, men jeg vil aldrig købe sådanne varer.
- Jeg ville spise det hvis det var noget jeg havde købt tidligere, og som så havde overskredet "mindst holdbar til" i mit eget hjem. Men jeg synes det vil være spild af penge og måske også lidt ulækkert at købe en varer som allerede er for gammel når jeg køber den.
 - Vil hellere have friske råvarer
 - Der er jo ikke noget i vejen med maden og hvis jeg skal bruge den hurtigt/fryse den ned
 - Jeg vil købe, såfremt varen ser sund og ubeskadiget ud. Holdbarhedsdatoen er sat for at være 100% sikker, hvilket betyder at få dages overskridelse oftest ikke har negativ indflydelse på varens kvalitet (forudsat varen er korrekt opbevaret).
 - Synes ikke det lyder så lækkert
 - Sandsynligvis ikke :-)
 - synes , det er synd og skam at smide mad, når dyrene har rent ud sagt haft et lorteliv og derefter har levet forgæves og endt sit liv i skraldespanden samt mange i udlandene og katastrofeområder sulter
 - Fordi betegnelsen for mig betyder, at varen kan holde sig længere. Forretningen vil blot ikke garantere ud over datoen.
 - Jeg vil købe set hvis jet kan se eller duff at den er i orden. Noget varer er nemmere at skøn kvaliteten på end andre. e.g. dåse varer er rimeligt sikkert selv om man ikke kan se hvad er in den i.
 - Når producenten oplyser en holdbarhedsdato er det vel ud fra nogle dokumenterede data som viser at produktet best kan holde sig til netop den oplyste dato.
 - Kun hvis jeg har mulighed for at snuse til varen.
 - Hvis varene ser godt ud og skal bruges samme dag eller dagen efter
 - Bange for at blive syg.
 - det er for dyrt at købe vare der måske er lige til at smide ud
 - Jeg formoder, at de da udgør en sundhedsrisiko.
 - Kun hvis de er meget billigere.
- Hvis det ser fint ud og ikke har tydelige tegn på at det er for gammelt (fx mug) så kunne jrg sagtens finde på at købe det.
 - Hvis det ligner at tingene er okay, så vil jeg selvfølgelig gerne spise dem. Forudsat at prisen er nedsat, da man har mindre tid til at spise madvaren.

- Jeg er ikke så bange for det, jeg tror vi er temmelig hysteriske omkring datomærkning og smider alt for meget mad ud.
- Een ting er, hvad jeg beslutter at spise fra mit eget køleskab, men det, jeg køber i en forretning, skal overholde "mindst holdbar til".
- Fordi de sikkert er billigere
- hvis jeg kan spare penge, mener at kunne se at varen er ok og jeg samtidig påtænker at anvende varen samme dag.
- Lyder klammo
- Det er svært at vurdere, hvorvidt maden er ok, når den endnu er indpakket.
- Fordi varerne oftest ikke fejler noget efter datoen og "mindst holdbar til" blot er en rette snor ift. Hvor længe varen bevarer den bedste kvalitet.
- Mindst holdbar til betyder ikke, at fødevaren nødvendigvis er forringet. Jeg bruger også mine egne fødevarer, når datomærkningen er overskredet. Hvis jeg kan spare penge på at købe en fødevare, som har overskredet datomærkningen, vil jeg gerne det. Desuden medvirker man derved til mindre madspild.
- måske. det afhænger af udeende, lugt. Jeg ville undersøge det grundigt
- Da man jo ikke kan dufte/se varen rigtigt når den er emballeret, kan jeg ikke selv vurdere, om den stadig er ok
- Jeg syntes der smides alt for meget mad ud som er godt nok
- Man kan ikke i butikken tjekke fx lugt m.m. som man kan derhjemme. Nogle produkter fordærves osse hurtigere end andre, fx mælk og fx rullepølse
- Såfremt der er prisnedsættelse
- Jeg vil hellere have "friske varer", medmindre der er en markant forskel i prisen og jeg skal bruge produktet med det samme.
- I en lille husholdning som vores skal varene helst kunne ligge et stykke tid, da vi ikke spiser så store mængder ad gangen
- Det er sikkert billigere og mindsker madspild
- Har dårlig erfaring med det.
- Hvis datoen først er overskredet, ville jeg nok bare ikke købe det, selvom der ikke nødvendigvis er noget i vejen med fødevaren. Jeg vil kun bruge det, hvis jeg havde noget hjemme, som er overskredet.
- Det kommer selvfølgelig an på hvilken type fødevare det er, altså om jeg vurderer at der kan være sundhedsfare forbundet med produktet. Jeg vil nok ikke købe fisk og fiskeprodukter samt hakket kød og kødpålæg der har overskredet mindst holdbar til - men andre produkter kunne jeg godt finde på at købe. Det kommer også an på hvilken pris de bliver udbudt til, men jeg går op i at vi ikke skal smide så mange fødevarer ud, så jeg synes det er et godt tiltag!
- Hvis ikke de fejler noget kan man lige så godt spare nogle penge
- Jeg kan godt spise en vare fra mit køleskab, hvor 'Mindst holdbar til' er overskredet, men jeg vil aldrig købe en vare hvor datoen er overskredet. Jeg risikere at varen ikke lugter godt og den ikke er spiselig, når jeg åbner den.

Samlet status



405 respondents completed the survey

Interview guide

Interviewer:	Martin Manley Hansen Camilla Andersen
Interview person:	Signe Frese Programchef for Miljø- og klima Coop
Date for interview:	25/11-2013
Other relevant information:	

Briefing and presentations:

- Who is the interviewer, their study and thesis
- What is the purpose of the interview/survey
- How long does the interview take
- How will the answers be used
- Data security (being interviewed on tape, how the data is stored, prepared interviewee anonymously in the final data presentation)

Theme 1:	
Question 1: Hvor langt er i nået med målene i jeres madspildsmanifest? Opnå målsætning, kan målene nås, osv.	
Question 2: Vi har valgt at fokusere på datovarer, i manifestet er et af jeres mål at have fokus på nedsætning af prisen på datovarer. Hvordan måler i salg/udsmidning af disse datovare?	
Question 3: Har i erfaring med at der er nogle butikskæder der klare sig bedre end andre i forhold til salg/arbejdet med datovarer? Hvis ja, hvad kan være årsagen til dette?	
Question 4: Har i brugt nogle kommunikative redskaber/koncepter i forhold til at gøre jeres forbrugere opmærksomme på arbejdet med datovarer i de enkelte butikker?	
Question 5: Mener du at et bredere kendskab hos forbrugeren, omkring datomærkning, kan være med til at mindske madspild?	
Question 6: Mener du at COOP gør nok for at oplyse forbrugeren omkring datovarer og datomærkning og madspild generelt. Hvor kunne der ske forbedringer?	
Question 7: Fra d. 13 december 2014 må de danske dagligvarebutikker sælge fødevarer efter udløb af (mindst holdbar til). Hvilke positive og negative effekter mener du dette kan have? Og hvordan vil i forholde jer til denne ændring? Har i taget stilling til hvordan i gør forbrugeren klar over denne ændring?	

Appendix 03

Interviewguide for Signe Frese, Coop

Debriefing:

- Summary of the main points
- Ask if there is anything relevant that the interviewee has not ask about
- Thank you for your contribution

Interview 25/11-2013

Signe D. Frese

Ansvarlighedschef for Irma og Programchef for miljø og Klima i Coop

M = Martin

C = Camilla

S = Signe

Vi beskriver kort hvem vi er, og hvad vores ideer er til vores speciale. Vi forklarer kort om vores opfattelse af datovarer og vi kommer hurtigt ind på den nye lovgivning i 2014

S: Det (lovgivningen) er interessant for os!

Det er ikke interessant for Coop eller for madspild, om hvordan vi bliver bedre til at sælge datovarer. For ideen er, at vi gerne skulle sælge dem, inden de bliver datovarer. Det er i virkeligheden der, der skal sættes ind. Det er selvfølgelig bedre for os, at sælge datovarerne inden de udløber, men kunsten er selvfølgelig, at få det solgt til normal pris. Vi har overhovedet ingen problemer med at sælge de her varer. Kunderne er faktisk meget opmærksomme på datoer i hele taget. Vi ved at kunderne kigger på datoerne. Når de er ude og handle. Vi kalder dem også datojægere eller datosortere – de tager altid den bageste mælk, fordi den kan holde lidt længere. De er meget opmærksomme på datoen, men de er også meget opmærksomme på prisen. Og hvis prisen er nedsat med 50 %, kan man pludselig godt finde noget at bruge mælken eller osten til. Så det er altså slet ingen problemer for os, at komme af med de her varer.

C: Hvordan registrere i, at de her datovarer bliver solgt?

S: Det ved vi, fordi det er den melding butikkerne kommer med. Fakta er den eneste kæde der decideret kan gå ind og se om det er en datovare. Hvis der er to mælk, den ene sat ned i pris, så kan scanneren gå ind og se at de er en dato-pris. Det kan de andre kæder ikke fordi det har noget med IT-systemer at gøre. Men vi ved fra butikkerne og dem der står der ude med det hver eneste dag, at køleboksen med datovarer er tom hver eneste dag. Hver dag.

M: Grunden til vi spørger om dette, er også på grund af jeres madspildsmanifest, der har en målsætning om at reducere madspildet med 10 %. Hvordan kan i måle på det?

S: Vi måler på det via noget der hedder kassesioner. Vi ved hvor mange varer der kommer ind i butikken, og vi ved hvor mange der bliver solgt. Hvis man trækker de to tal fra hinanden plus en helt masse andre faktorer, så har man kassesions-tallet. Og det er det vi arbejder rigtig rigtig meget med her i Coop, at få nedbragt de her kassesioner. Derfor er der også samlet en styregruppe tværs af alle kæder, fakta, Kvickly, Irma, Super Brugsen osv., hvor vi hver måned løber i gennem og kigger på hvordan det går med de her

kassesioner, og hvilke tiltag er der sat i værk i de enkelte kæder. Og det er på baggrund af det, at det her madspildsmanifest er kommet i stand, og hver kæde har commitet sig til, at de skal gøre noget ekstra for at synliggøre datovarer, og der sker jo en helt masse ting bagudrettet, som ingen kunder ved noget om, for at få nedbragt de her kassesioner. Og ja, så holder vi så øje med dem. Og vi kan jo se på tallene, og det går den rigtige eller forkerte vej.

Men der er mange faktorer der spiller ind. Ikke kun den synlige del for kunden, at der kommer en mærkat på, det er også med, hvordan bestiller man varer hjem, hvilket vejr er det, hvor længe skal det stå på lageret, hvor længe skal det stå i butikken osv. osv. Hvor meget assistance har man i butikken – der er jo nogle der kun arbejder der en gang i mellem, og de har ikke de samme rutiner og rytmer, så det har også en indflydelse på, hvilke systemer man har sat i værk.

F.eks. Irma og Kvickly, de har sådan et liga-system, hvor de simpelthen inddeler butikkerne hver måned; Hvem ligger i Champions League, hvem ligger i Europa League og hvem ligger i Super Liga. Og dem der ligger i Super Liga er selvfølgelig dem der ikke klare sig ligeså godt som dem i Champions League, og så har man sådan nogle erfa-grupper, hvor dem der er rigtig dygtige til det, sætter sig sammen med dem der er knap så dygtige til det, og finder ud af, hvad er det i gør som lykkes for jer, og hvad er det, vi skal blive bedre til.

C: Ved du hvilke kæder der har større succes eller gør nogle andre ting end de andre kæder?

S: Irma har været frontløber på hele det her madspilds-område, og har i mange år, gjort det her med datoservice. Det de har haft succes med er; tydelig skiltning ude i butikken, uddannelse af medarbejderne og så de her vidensdeling - grupper på tværs, så de gode og de dårlige butikker sætter sig sammen og lærer fra hinanden. Opmærksomhed fra ledelsens side om at de her kassesioner skal nedbringes. Det er det der er nøglen til det.

Der er ikke nogle tekniske løsninger sådan set. Der er bare god ledelse og godt købmandskab ude i butikken. Det er også meget afgørende, hvor tit man får leveret varer. Hvis du får leveret varer hver dag, er det lettere at holde styr på, end hvis det er hver anden eller hver tredje dag. Men det kommer an på, hvor mange varer butikken sælger.

M: Vi er især interesseret i linket fra jer som butik til forbrugere, og hvordan i kommunikerer jeres arbejde med madspild ud til forbrugeren. Gør i brug af nogle kommunikative redskaber eller visuelle koncepter eller noget, for at gøre kunderne opmærksom på f.eks. datovarer?

S: Ja, altså i Irma er der kølemontre, hvor der står datoservice, hvor alle datovarerne ligger i. Super Brugsen har et andet koncept, der går ud på det samme. Det ser du også nede i butikken. Fakta har også det

samme, de kalder det bare alle sammen noget forskelligt, fordi de gerne vil have deres eget udtryk. Men både Kvickly, Super Brugsen, Fakta og Irma arbejder meget med det, Dagli' Brugsen knap så meget, men det er der ude. Der er skiltning der ude.

C: I min lokale Kvickly syntes jeg ikke, at datovarer bliver fremhævet særlig attraktivt. F.eks. brød eller kager, bliver lagt i en indkøbsvogn i hjørnet med et rødt skilt der siger 10 kr. Jeg synes ikke det er særlig attraktivt at røde i en indkøbsvogn, for at finde en varer, jeg gerne vil have.

S: Nej, men man kan jo sige at en butik tjener jo ikke særlig mange penge på den der vare, så det er jo begrænset, hvor meget tid de vil bruge på at lave flotte opstillinger og alt muligt andet, og for det andet så kommer de af med varerne. Det er overhovedet ikke noget problem. Så man behøver ikke, at gøre sig specielt umage. Prisen er meget meget vigtig for det her salg, så de føler ikke behovet for det. Man kan jo snakke om det æstetisk er pænt. Det kan man jo måske godt være uenig i. Men for en købmand er det ikke det, der er det væsentlige. Han ville gøre meget mere ud af det, hvis han havde svært ved, at komme af med det.

M: Så det er faktisk op til hver butik, hvordan de vil fremstille varerne?

S: Nej ikke helt. Hver kæde har nogle former for retningslinjer for, hvordan man vil gribe sådan en opgave an. I Irma er der en køleboks, hvor der står datoservice og datoservice klistermærker på varerne. I Super Brugsen gør de det på en lidt anden måde. Men der er nogle retningslinjer men ikke for Coop bestemt. Og den enkelte butik kan i princippet også en ret stor frihedsgrad til, hvordan de vil vise det.

Man skal også huske på, at ikke alle butikker er vilde med det her datovarer. Overhovedet. En butik vil gerne udstråle, at når du går ind i min butik, så er der friske varer. Der er ikke gamle varer. Så der er ikke altid ellevilde med, at de skal have datoservice eller det de i gåseøjne kalder gamle varer, fordi der er bange for at skræmme kunderne væk. Og det er der jo måske også nogle kunder der tænker. Så det skal man også lige have i tankerne.

M: Nu siger du f.eks. at skræmme kunderne væk, det er jo måske også fordi, der ikke er nogen viden omkring datovarer blandt kunder.

S: Klart. Der er et stort problem med kunderne også.

M: Tror du, at man den vej i gennem, altså at øge kendskabet, at man kunne fjerne denne her skræmme-væk-faktor om datovarer?

S: Ja altså, vi har jo prøvet på det.

M: Hvad har i gjort?

S: Da vi lancerede vores madspildsmanifest i maj måned, holdte vi et stort event på Rådhuspladsen, med denne her "single-banan", og havde faktisk eventet ude i alle vores butikker over hele landet den dag også, som netop er en fortælling om at, hvis vi skal løse det her madspildsproblem, for det vil gerne, så er det altså en fælles indsats mellem butikkerne og kunderne. For der er jo nogle af de valg som vi fortager os som forbruger, som ikke er speciel hensigtsmæssig, men vi gør det jo måske ikke med vilje. Vi tager ikke den der single-banan. Der er ikke nogen logisk årsag til det, vi gør det bare ikke.

Vi datasorterer selvom vi udmærket godt ved, at vi måske skal bruge hele mælken i morgen. Vi kigger på rugbrødet, og gør det samme. Når man gør sådan nogle slags ting, er man med til at forskyde eller hvert fald øge madspildet i en butik. Så det er noget vi prøver at talesætte.

C: På frugt og grønt er der jo ikke datomærkninger

S: ... Nej, der er noget det hedder LOT-kode

C: Men det er der ikke mange kunder, der ved hvad er

S: Nej, det er rigtigt.

C: Men er det noget i arbejder med, eller kunne se, kunne mindske madspildet endnu mere?

S: Ja, altså frugt og grønt er jo noget af det, der ryger meget af. Og Brød og mejeri.

C: Vi syntes nemlig at problemet med frugt og grønt, er meget interessant, nemlig fordi der ikke er datomærkninger på.

S: Men vi er heller ikke interesseret i en datomærkning på frugt og grønt, fordi man så kan komme ud i nogle meget mærkelige datoer. En banan har jo været meget længe undervejs, så hvor længe kan den holde sig afgang meget, hvordan du opbevarer den. I det hele taget, frugt og grønt er et sted hvor der er store kassesioner, og bananer også meget, men det er fordi, at det er meget store varer. Vi sælger jo 5 millioner bananer om ugen. Så når man siger, at man smider 40.000 ud om ugen, så er det stadig en meget lille bitte bitte procent-del. Men stadigvæk for meget.

Så hvordan kan vi bliver bedre til det? Det har vi ikke helt fundet ud af endnu. Umiddelbart så er butikkerne heller ikke ellevilde med, at gøre noget ved det, og det er måske fordi, de ikke helt ved hvordan de skal gribe det an. Så det er noget der kunne være interessant.

Så hvordan kan vi sætte mere fokus på det? Men man skal også være opmærksom på, at der er noget der hedder EU handels nummer, der siger, at hvis et æble er stødt, så må vi i princippet ikke sælge det. Så hvis det ligger i en pose sammen med en masse andre æbler, så skal man faktisk smide hele posen ud. Så der er mange absurde regler på det her område, men som også hører med til, at udsmidet er så stort.

M: Hvad vil du så mene om den nye lovændring? Hvordan vil i forholde jer til det?

S: Jeg ved det ikke rigtig endnu. Det kunne nemlig også være interessant.

Sagen er jo, at jeg tror vi vil være lidt skeptiske over at sælge mad, som i forbrugernes øjne, er for gamle. Også fordi der ligger noget med, hvem der har det juridiske ansvar, hvis der nu er noget i vejen med fødevaren. Så det er jeg faktisk ikke helt afklaret med. Men det er nok også fordi, jeg ikke har fået tænkt mig ordentligt om endnu.

Det der kunne være interessant er; Hvordan ville forbrugeren tage i mod sådan noget her, Hvor ligger det juridiske ansvar og i givet fald, hvordan skulle man så gøre det. Skulle man ikke sælge det, men give det til fødevarebanken eller hvad skulle man.

C: Vi har et interview med Fødevarestyrelsen i morgen og dem der sidder med datomærkninger, og der vil jo spørge en masse ind til den nye lovgivning der kommer. Og så har vi også et interview med Selina Juul i morgen. Så det bliver utrolig interessant.

M: Hun (Selina Juul) har nemlig også interesse i det her med den nye lovgivning. Hun siger f.eks. at det er selvfølelig forbrugerens ansvar, men nogle gange er det også butikkernes ansvar. De skal jo tage stilling til, hvordan de vil gribe den nye lovgivning an. Og det syntes vi, er rigtig interessant, fordi det både kan være en fordel og en ulempe for dem.

S: Jeg tror hvert fald at det vil være godt med et nuanceret blik, og som tager de forskellige aktørers forskellige holdninger i betragtning. Og jeg forstår godt hvorfor Selina Juul siger det, det skal hun jo, men der ligger også en anden virkelighed, og hvad er det juridiske ansvar og så er der det moralske – og det er jo en anden ting. Jeg tror ikke at Coop vil kunne leve med, vi er jo i forvejen kendt for, at have meget meget store krav til fødevarer sikkerhed, kunne leve med, at en eller anden forbruger blev syg fordi, at de havde fået noget mad, fra en af vores butikker.

Så det er meget interessant at undersøge. I kunne jo være med til, at lave noget grundforskning.

S: Nå i nu skal snakke med Fødevarestyrelsen i morgen, kan i jo også spørge dem, hvordan det kan være, at man som butik ikke kan have et samarbejde med f.eks. Fødevarebanken, og give dem nogle af de varer, som vi ikke må sælge i butikken. F.eks. posen med æbler, hvor det ene er stødt – vi skal jo smide det ud. Vi må ikke give det væk. Og det er nemlig Fødevarelovgivningen der siger det. Vi er det eneste land i EU, hvor det ikke er tilladt. Det har vi været i dialog med dem om mange gange. Så jo flere der sætter fokus på det. Både i Norge og Sverige har fødevarestyrelserne der, udarbejdet nogle retningslinjer for, hvordan retailers skal forholde sig, hvis de vil give mad til Fødevarebanken. Så vi er faktisk virkelig bagud.

M: Vi er stadig i design-fasen, men vi vil lave en forbrugerundersøgelse både omkring kendskab til datomærkning og den nye lovgivning. Så f.eks. hvordan forbrugeren kunne forstille sig, at forholde sig, til sådan en ny lovgivning og om der er interesse for at købe varer, der har overskredet "mindst holdbar til". Og så har vi også i tankerne at lave fokusgruppeinterviews. Vi har ikke helt fundet ud af præcis hvordan vi gør, men med en gruppe af forbrugere og få nogle flere kvalitative svar ud af det.

S: Det syntes jeg, lyder rigtig spændende.

C: Men du kunne se det største potentielle i, at fokusere mere på den nye lovgivning?

S: Ja, helt klart. Det ville give os værd. Så kunne det gå hen og blive en ret spændende projekt Og vi har jo også lavet nogle undersøgelser, der viser, at det kun er ca. Halvdelen af danskerne der kender forskellen på de forskellige datomærkninger.

Og i kunne jo lige sende spørgeskemaet af sted til de fødevarepolitikere i Folketinget, for der er der også mange, der ikke kender forskellen. Og det er et kæmpe problem.

C: Og når denne nye lovgivning kommer, så er det jo også på sin plads, at forbrugerne skal vide forskellen og selv kan tage stilling til, om de vil vide noget om det og købe de her varer. På en eller anden måde, komme vi jo stadig til at arbejde med forbrugeradfærd.

S: Det lyder rigtig spændende. Så kunne i også tage fat i nogle producenter, og spørge dem, hvordan de egentlig fastsætter den "mindst holdbar til" dato.

Nu ved jeg, at der findes noget yoghurt, som typisk kan holde sig en uge, men den samme yoghurt, der bliver solgt i Grønland, kan holde sig en måned. Så der ligger måske også nogle økonomiske overvejelser, om hvordan man fastsætter den der "mindst holdbar til" dato, som måske ikke er så hensigtsmæssige ud fra et madspilds perspektiv. Jeg ved at der er rigtig mange af vores butikker, som er rigtig trætte af det. Dem der arbejder i butikkerne, ved noget om fødevarer, og de ved at en yoghurt og en mælk for den sags skyld, kan holde sig meget længere, en til "mindst holdbar til". Og det samme gælder jo ost og mange andre ting.

Så det ville faktisk være lidt interessant.

C: Det er ikke så lang tid siden, at vi fandt ud af, at den her nye lovgivning kom. Og så skulle vi jo finde ud af, hvad vi kunne bruge det til.

M: Og vi synes jo, at det er spændende fordi, at alle butikker skal tage stilling til det på en eller anden måde.

C: Og der er ikke blevet lavet så mange undersøgelser omkring datomærkninger. Der er blevet lavet mange om madspild i husholdningen, men vi syntes ikke, at der er blevet lavet så meget om datoer.

S: Det syntes jeg heller ikke. Og der har jo været en masse diskussioner om hvorvidt det skal hedder "mindst holdbar til" eller "bedst før"

M: Der har været lidt snak om, om man skulle ændre begrebet "mindst holdbar til" til "bedst før", og hvordan det vil påvirke forbrugeren. Vi ved ikke om det er noget der vil ske, eller om det bare er snak.

S: Jeg har også hørt, at det er noget man har overvejet. Men jeg har også hørt, at man er gået bort fra det igen.

Men det er nemlig også et interessant spørgsmål, hvordan man i det hele taget navngiver sådan nogle ting.

C: Ja for i England der bruger de jo "bedst før"

S: Ja og i Sverige også.

C: Og der har forbrugerne en meget bedre forståelse af det. Men i nogle af de undersøgelser vi har læst, der er der blevet spurgt til de 3 forskellige begreber altså; "sidste anvendelses dato", "mindst holdbar til" og "bedst før", og der forstår forbrugerne "mindst holdbar til" og "bedst før" på samme måde.

S: Ja, så der vil nødvendigvis ikke være nogen forskel hvis man ændre til. Men vi ved jo der er mange forbrugere der ændrer "mindst holdbar til" til toxis efter dato.

C: Jeg tænker mere, når der kommer en lovgivning. Altså mange forbrugere har jo en tillid til lovgivningen, det kunne være interessant at finde ud af om der kommer en ændring når det netop er en lovændring i forhold til hele den her forbruger adfærd

M: Jeg tænker netop også at det er her supermarkedskæderne kan træde ind, da der måske ikke er så mange forbrugere der kommer til at kende til den her lovgivning, men igennem supermarkedskæder kan de måske komme til at kende til den her lovændring og få et andet syn på at "mindst holdbar til" faktisk ikke betyder det er giftigt at spise fødevarer efter dato. Det syntes jeg er interessant, at man som supermarkeds kæde kunne formidle det og gå foran.

S: Ja, måske. Bortset fra at der er butikker der helst vil sælge så friske varer som muligt, men jeg vil ikke udelukke noget.

C: Men altså vi vil gerne lave et produkt. Vi skriver jo forlænget speciale over 2 semestre så vi har en stor opgave.

S: altså hvad, en pjece eller?

C: det kunne det være, altså et eller andet visuelt, omkring emnet i butikkerne. Det kunne vi rigtig godt tænke os. Vi havde snakket om at lave sådan et eller andet med hvad betyder "mindst holdbar til", hvordan kan du opbevare dine varer bedst muligt. Og hvad kan fryses. Der er f.eks. mange der ikke ved brød kan fryses osv.

S: Men vi har allerede lavet det. Det er den her app (viser en app på tlf.) Det kan selvfølgelig være i kan gøre den lidt mere smart. Vi har lavet den her app som hedder holdbarhed, hvor vi faktisk har 680 råvarer. Den viser en varer, hvor lang tid den kan holde sig osv. Der står altså hvordan man skal opbevare det. Og det kan man gøre med en lang række varer. Men den er meget omfattende.

C: Så tænker jeg bare, ekskluderer man en forbrugergruppe eller hvad? Jeg synes bare, man skal stadig tage hensyn til de ældre som ikke har de her smartphones. Jeg synes det skal ramme alle forbrugere og det var derfor vi tænkte på sådan en oversigt man kunne hænge op på køleskabet.

S: Der er jo noget med... Man ved nødvendigvis ikke man har et behov, man ved nødvendigt hvis ikke hvordan man skal opbevarer det. Og det er derfor man smider agurken i køleskabet og tomaterne også. Det er det man skal opdage man har et behov, så kan man bruge den her app.

C: Vi vidste ikke engang den var der.

S: Men ældre de ved en del mere.

C: De smider ikke bare ud.

S: nej det siger de.

C: Der var en undersøgelse fra stop spild af mad eller noget. Denne viser at de ældre smider ikke så meget mad ud.

M: Ja det der ligger til grund er måske deres baggrund og der hvor de kommer fra der smider man ikke ud og man spiser måske rester osv. det er måske mere det. Men der var nogle der sagde at hvis man skulle skabe en holdningsændring, skulle det være hos de unge

S: Det er måske nok noget med at de ældre også ved mere om at lave mad så på det punkt er de lidt længere fremme i skoene. Mens de unge er lidt mere dato forskrækket og måske ikke lige ved hvad de skal gøre med den der sjat fløde.

C: Ja sådan nogle ting. Men f.eks. undersøgelser viste at hvis man kunne spare penge så var de unge helt klart frontløbere til at købe de her varer. Det er måske en gruppe som er svære at få fat i.

S: Ja men altså som sagt, de der datovarer de flyver altså af sted, så der er overhovedet ikke nogen problemer i at få dem solgt og jeg har indtryk af at det både er ældre og yngre uden at have noget konkret fakta.

C: Dem vi har snakket med der er både nogle der køber det og ikke køber det. Og dem der ikke køber det der betyder begrebet friske råvarer en del og det er dem vi gerne vil have fat i.

S: Ja, det er bare i forhold til at forstå datomærkninger så er jeg ikke bekymret for om de vil købe vores datovarer, for der er rigtig mange der gerne vil købe det og så mange datovarer har vi trods alt ikke. Og heldigvis for det det handler jo om at have spå lidt som muligt. Jeg kom til at tænke på, måske man kunne lave en challenge en madspilds challenge. Nu tænker jeg bare højt i forhold til at man ikke ved man har

behovet for den her app. Så kunne man tilmelde sig et eller andet og så sige du kan tage den her madspilds challenge og så for du et tip hver dag og så se om man lære et eller andet af det.

M: Så ja i form af man rent kommunikativt kan melde ud at der rent faktisk findes redskaber til at..

S: Ja vi har jo masser af data og alt muligt med det her inde i appen, som man måske godt kunne gøre, ja altså dem som vil tage en madspilds challenge er nok nogen der er optaget af madspild i forvejen, men det kan jo godt være vi kan lave noget.

C: Ja, men der er selvfølgelig også de andre vi også gerne vil henvende os til. Det er jo ikke fordi de behøver at ændre fuldstændig holdning og sige nu går vi kun op i madspild, men det at de har en idé om det og det at der nogle der får noget viden, det tror jeg er rigtig vigtigt.

S: Jeg kan i hvert fald sige så meget, at det er nok en meget god ide at i vælger en målgruppe for hvem det er i ønsker at oplyse med de konkrete ting i skal lave. Og en pjece ude i butikken, det er sådan set næsten ligegyldig.

C: Vi havde også snakket omkring vores målgruppe og med vores vejleder og været i tvivl om vi skulle fokuserer på forbrugere generelt, hvor vi ud fra spørgeskema kan se hvor er det der mangler, hvor er det der er en faldgruppe og så måske bruge den gruppe som fokusgruppe.

S: Vi har jo lavet nogle undersøgelser. Dem kan i godt få sådan set. Så kan det være i kan se noget der, jeg kan nemlig ikke lige huske i hovedet om der er en specifik gruppe som er specielt dårlige.

M: Det kunne være interessant også i forhold til hvis vi vil lave et produkt. Så bør man jo næsten finde en specificeret målgruppe, da man ellers kunne forestille sig det blev for bredt i forhold til forbrugeren.

C: Vi snakkede jo om at lave noget man kunne vise i butikkerne, altså ikke en reklame film men noget der viser konsekvenserne af madspild. Det ved vi også ud fra undersøgelser, at der er mange der ved der findes madspild, men de ved faktisk ikke hvad konsekvenserne er, det havde vi også overvejet lidt, om det kunne være en idé.

S: Vi er ikke så vilde med dommedagsbudskaber i vores butikker. Der vil jeg nok vælge den helt modsatte vej og sige hvis man gør noget med madspild, så er man faktisk med til at mindske belastning og gøre noget godt for miljøet og hvad man nu gør. Og spare penge.

I må selvfølgelig selvom hvad i gerne vil, men det er mere i forhold til hvis vi skulle lege det var noget virksomheden skulle bruge. For helt klart vil vi ikke have film i vores butik eller det er kun kvickly der har sådan nogle info skærme, mest med tilbud. Men man kan jo gøre så meget.

C: Et event kunne også være en idé.

M: Ja det er interessant at forbrugeren ligesom ved de rent faktisk kan gøre en forskel. Ud fra det vi har læst har vi forstået at der er mange forbrugere der gerne vil gøre en forskel, men måske er de ikke helt

klar over hvorfor de gør en forskel og så ser de måske ikke noget positivt i de skal gøre det fordi de ved ikke hvorfor de skal gøre det.

S: Jeg tror faktisk vores undersøgelser viste at stort set alle danskere tager afstand fra mad spild, altså man har en eller anden intuitiv fornemmelse af at det simpelthen bare er forkert at smide mad ud. Enten om det er af økonomiske årsager, naturen eller sultne børn i Afrika, men de fleste mennesker synes, det kan man alligevel ikke, men det sker trods alt alligevel. Men det er den rapport i har læst, det var sådan en mere antropologisk tilgang, ikke var så interesseret i hvad der bliver smidt ud, men hvorfor mad bliver smidt ud, når nu vi ved alle tager afstand fra det. Og der fandt vi jo faktisk ud af at grunden til det sker er at folk oplever ikke mad spild som mad spild, men de oplever det som affald. Det er ikke mad mere, det er blevet til affald og det skal præcis i skralderen jo. Så rester og ting der har været i køleskabet nogle dage det er ikke længere mad men affald. Det undergår en status forandring det her mad. Det samme med at der er forskellige grupper af fødevarer der er lettere at smide ud end andre, pasta, ris og grøntsager og sådan noget. Det har bare lavere status end kød for eksempel, som vi er meget dygtige til at portionsanrette og i det hele taget vide, hvor meget skal man bruge til 4 personer, hvor meget skal man bruge til 6 og så hælder man ligesom op på slum når det gælder ris og pasta. Det har vel også noget med prisen at gøre men også noget med det er kulturelt bestemt at disse varer ikke har så høj status som kød. Det hedder også tilbehør, altså tilbehør til noget andet.

C: Vi sidder jo også lige i øjeblikket og læser noget teori, vi skal jo have noget teori og metode ind i vores opgave og der er vi faldet over marketing teori, der går op i hvordan forbrugeren vælger den varer de gør og hvilket vej de går i supermarkedet og alt så noget. Helt planlagt, de går den samme vej i supermarkedet, de tager en indkøbsvogn i stedet for en kurv og så kommer der flere varer ned i. Og måske er det noget forbrugerne er klar over men de tænker ikke over det.

S: Der er jo mange faktorer der er på spil, en butik er jo indrettet på en bestemt måde. Altså selvfølgelig står mælken bagerst, for det er det alle folk skal bruge så de skal gennem hele butikken, så der er en masse ting omkring space. Og naturligvis har butikkerne også et ansvar i forhold til mængde tilbud, pakke størrelser og alt muligt andet. Men det er et ikke tveægget men treægget sværd. Det er både producenterne, supermarkederne og forbrugerne, som skal blive lidt mere bevidste omkring hvordan man løser den her knude.

Men størstedelen af spildet ligger sådan set ude hos forbrugerne, det er jo 5-10 gange større end i butikkerne. Vi vil altid sælge varen i stedet for at smide den ud, så det er op til butikkerne at sørge for at komme af med varerne, de har ikke lyst til at smide dem ud, det er helt sikkert.

M: men det er også det vi har forstået det er forbrugeren der er problemet, men det er også interessant, ved ikke om man kan kalde det samarbejde, men det der link mellem forbruger og butik. Nu har i jo det

her madspilds manifest og i går forrest i forhold til at mindske det her problem som butik og udadtil sender det jo også et signal til forbrugeren. Og igennem noget videns deling og noget information omkring mad spild, at man der igennem kunne ramme forbrugeren.

S: Ja, og det prøver vi jo også, for eksempel køre hver kæde.. Kvikly har sådan en funktion der hedder tøm køleskabet, hvor man taster ind hvad man har i køleskabet og så finder den nogle retter til dig man kan lave, super brugsen har et andet koncept og vi har en reste kokebog og en app og så videre. Vi har sådan forsøgt at komme hele vejen rundt.. i tilbudsaviserne er der jo også fokus på madspild, øhhh 41.

C: Ja, vi læste det var der sådan ca. en gang om året, kunne det være en idé at sætte mere fokus på tilbudsaviserner også?

S: Det kunne man godt, man kunne sådan set have det hver uge. Men der er jo kamp om pladserne, hver side i sådan en avis skal omsætte for x antal 100.000 kr. Så jo mere du tager af sådan en side der, jo mindre varer kan man så sælge. Så derfor er det jo rigtig fint det har fået sin egen side en gang om året, så kan man så argumentere for om det ikke skulle være oftere. Så er det jo godt vi har sådan en organisation som Stop Spild af Mad der virkelig er med til at sætte fokus på det, på forskellige tidspunkter. Men ja det er svært som supermarked altid at nå helt ud i hårgården hos forbrugerne, for som du siger, når de er nede at handle så er det sådan set det, det handler ikke om alle mulige andre ting... Det skal gå stærkt og det skal gå hurtigt og de vil gerne hjem igen. Så det er svært at gøre andet nede i butikken end det der bliver gjort i forvejen. Men man kan sagtens lave nogle flere aktiviteter, det er jeg helt sikker på. I COOP der har vi jo... Vi er en andels forening, det vil sige, vi giver overskuddet tilbage til medlemmerne i form af point f.eks. Og så bruger vi også mange penge på projekter, blandt andet mad spild. På netop at gøre forbrugerne opmærksom på det, eksempelvis ved at få penge til den rapport som i har læst og på app og events. Så det er lidt ligesom det vi prøver at gøre. Men altså hvis i har nogle andre idéer til hvordan man kan nå længere ud så er det godt. Vi vil jo rigtig gerne være med til at uddanne forbrugerne til at kunne bruge deres sanser meget mere, vi er interesseret i at have nogle kompetente og kritiske forbrugere.

C: Det er faktisk meget interessant det der med sanserne især når den nye lovændring kommer, så er det helt sikkert at det er sanserne der kommer i spil, så det er ret interessant.

S: Jo ældre gør det, tror jeg helt sikkert, men ellers så tror jeg faktisk at man ikke bruger det så meget, men det er også fordi vi ikke er så gode til at lave mad her hjemme længere. Men er blevet sådan lidt fremmedgjort for sin mad og så tør man ikke sådan spise og vi hører om frygtelige mad skandaler, kød skandaler, salmonella og alt muligt andet som i pressen i hvert fald har fået en utrolig stor fokus, meget større end hvad det i virkeligheden berettiger. Og det gør jo at man nærmest bliver bange for maden og det skal man jo ikke være. Og det er jo lidt det, vi vil give forbrugerne trygheden tilbage, turde eksperimenter, smage, røre osv.

M: Det er jo lidt det her med de stoler blindt på datomærkningen, hvilket de også skal kunne. F.eks. når lovændringen kommer med 'mindst holdbar til' hvis man netop begynder at bruge sine sanser.

C: Ja det er utrolig interessant det med sanserne. Det kunne der godt være noget i.

S: Sagtens.

C: Altså et eller andet event...kom og duft.. Hvor forbrugerne kan komme og dufte, rører og se.

M: Det er sjov, der findes jo faktisk en metode til børn, hvordan de lærer at smage og bruge deres sanser i forhold til fødevarer. Det er med tilknytning til fødevarer og de derigennem opnår viden igennem deres sanser omkring fødevarer. Det er ret interessant.

S: Nå? Det vidste jeg ikke. Vi har jo sådan et skoleprogram, det hedder go cook. Formålet med det projekt er at uddanne børn til at blive bedre til at lave mad end deres forældre.

M: Så ville den der metode måske være interessant.

S: Ja, jeg vil egentlig gerne se den. Det kan godt være de kender det i forvejen.

M: Ja, SAPERE metoden.

C: Så står man selvfølgelig bare med det, når kød er pakket ind. Det er lidt svært at åbne en pakke kød og dufte.

S: Det kan man indføre i hjemkundskabsundervisningen, det er der vi går ind med vores projekt og siger til hjemkundskabs lærerne; vi har lavet et rigtig godt undervisnings materiale i hvordan man kan lave sund mad med børn, og de siger ikke det er sundt til børnene så gider de slet ikke. Men det er smart det er sjovt og det på TV det er alt muligt og så kan de komme ned i vores butik og hente gratis sådan en smagekasse, hvor de ingredienser der skal bruges til maden er i. Fordi i hjemkundskab der har de kun 8 kr. pr. elev til at lave mad. Så det er begrænset hvor meget man kan lave. Så man kunne sagtens introducere sådan noget som det der med at duft til kødet, se på det, rør ved det. Husk at vaske hænder bagefter, hvad med mælken, hvordan finder man ud af om den er frisk eller ej.

C: Jeg tænker bare hvis det er voksne, voksne forbrugere der går ned og handler. Der er det svært. Der har vi selvfølgelig frugt og grønt, man kan mærke og dufte til, men det sætter jo lidt begrænsninger med pakkerne med kødet.

S: Ja, det kan man bestemt ikke, det går nok ikke.

M: Men det kunne være interessant for jer hvis det havde noget med den lovgivning at gøre?

S: Ja, det er det interessante. Altså hvordan reagere forbrugerne på det, i det hele taget den der forbruger forståelse, hvad tænker de? Begynder butikkerne nu at sælge gammel mad og hvad skal der egentlig til og hvad er det for nogle greb der skal til for at ændre den her forståelse af de her datomærkninger, så de måske også ændrer en lille smule forbruger adfærd nede i butikken, så det er mere bevidste om hvad det

Appendix 04

Interview transcription, Signe Frese, Coop

er når de tager en bestemt varer, hvad er det så for konsekvenser. Det synes jeg kunne være spændende. Så kan i jo kigge lidt i vores holdbarheds app.

Vi takker af.....

Interview guide

Interviewer:	Martin Manley Hansen Camilla Andersen
Interview person:	Pernille Lundquist Madsen Fødevarestyrelsen Kontoret for Kemi og Fødevarekvalitet
Date for interview:	26/11-2013
Other relevant information:	

Briefing and presentations:

- Who is the interviewer, their study and thesis
- What is the purpose of the interview/survey
- How long does the interview take
- How will the answers be used
- Data security (being interviewed on tape, how the data is stored, prepared interviewee anonymously in the final data presentation)

Theme 1:	
Question 1: Kan du kort skitsere den nye lovændring vedr. datomærkning på fødevarer? Og Hvordan den er blevet til? Og hvem har fremlagt det?	
Question 2: Hvad ligger til grund for at DK's mærkning af fødevarer er anderledes end mange andre EU lande og hvad ligger til grund for at en lovændring først forekommer nu?	
Question 3: Hvilke aktører har været indblandet i processen? Hvem har været for og imod?	
Question 4: Hvilke effekter ønskes der at se med denne lovændring i forhold til detailbutikkerne?	
Question 5: Bestemmer butikkerne selv, om de vil sælge datovarer billigere?	
Question 6: Hvordan tror I, at forbrugerne vil reagere på den nye lovgivning?	
Theme 2: Madspild	
Question 7: Tror du denne lovændring har en betydning for madspild i DK?	
Question 8: Undersøgelser har vist, at mange forbrugere ikke kender betydningen af "mindst holdbar til" og "sidste anvendelse". Dette kunne b.la. betyde, at butikkerne kan komme til at opleve et større madspild, da kunderne ikke vil købe "for gamle" varer. Hvad er der blevet gjort af tanker om dette?	
Question 9: I det tilsendte link viste rapporten der herskede tvivl omkring betydningen af de	

forskellige datomærkninger, hvad er jeres tanker omkring brugen af bedst før? Hvorfor har det ikke været brugt i forhold til andre EU lande? Og overvejes der en ændring?	
--	--

Debriefing:

- Summary of the main points
- Ask if there is anything relevant that the interviewee has not ask about
- Thank you for your contribution

Interview 26/11-2013

Pernille Lundquist Madsen

Fødevarestyrelsen, Kemi og Fødevarer

M = Martin

C = Camilla

P = Pernille

C: Kan du kort skitsere hvad denne nye lovændring går ud på?

P: Ja, det kan jeg. Det der gør, at den bliver ændret er fordi vi går fra mærkningsdirektiv til en forordning, og det træder i kraft til December 2014, og i Danmark har vi på baggrund af direktivet haft nationalt forbud mod salg efter udløbet holdbarhed, som så både har været efter "mindst holdbar til" og "sidste anvendelses dato", og det har der været nogle få andre europæiske lande der også har haft, men det har vi i Danmark, og forordningen gør det så mere tydeligt, at de varer der er forbudt mod at sælge er de varer der har sidste anvendelses dato på, og de andre kan man godt sælge. Det er derfor der kommer nogle ændringer. Det der gør det ekstra udfordrende for os er at det ikke har været vigtigt at kende forskellen på de to datoer, og det er jo først her de seneste par år, der er kommet fokus på madspild, så derfor er det lidt udfordrende.

M: Hvad ligger til grund for, at Danmarks lovgivning var anderledes end mange andre EU lande?

P: Det har været forsikrings-princip vil jeg tro. Man har været bekymret for, om forbrugerne kunne få et dårligere produkt, fordi de har købt noget efter udløbet/mindst holdbar til. Og ja, det har jo været forbrugerbeskyttelse der har lagt til grund.

M: Hvorfor tror du så ændringen kommer nu?

P: Jamen ændringen kommer, fordi vi er tvunget til det. Vi prøvede faktisk for nogle år siden, at få lov til at ophæve den, men det var der ikke politisk villighed til, men så kom ændringen så fra EU's side. Og så er det ligesom sådan det er, for når der er en forordning, må vi ikke have nationale regler oveni, så man kan sige, at vi er tvunget til det.

M: Så man kan faktisk sige, at det er en trumf fra EU's side?

P: Ja, det kan man.

C: Vi havde faktisk også troet, at det var fra producenternes side, at der var blevet lagt dette pres

P: Nej, jeg ville netop sige at mange producenter kan jo være i mod det, for de vil jo hellere have solgt flere

varer, så på den måde kan man sige, at der nogle der ikke er interesserede i at deres varer med "mindst holdbar til" stadig bliver solgt, fordi kvaliteten ikke er, som de gerne vil have deres produkt bliver kendt for og andre årsager.

M: Så EU har været en af de helt store aktører i denne proces?

P: Jo det kan man sige, men der er jo ikke rigtig andre lande der har set det som en proces, på den måde. Der er Danmark og nogle få andre lande der har haft nogle lignende regler, men grundlæggende har andre lande ikke haft forbud mod salg af udløbet/"mindst holdbar til". Så det er ligesom bare noget der er sket fordi vi går fra et direktiv, hvor man kan lave nationale fortolkninger til en forordning, og forordninger gælder umiddelbar, så dem må vi ikke bare gå ind og skrive om på. Så det er ligesom det der er sket.

M: Du siger at nogle producenter har været i mod, og der har været lidt politisk modstand. Er der andre der har været en hindring for det, og som ikke har været vilde med denne lovændring?

P: Ja, blandt andet forbrugerrådet var ikke særlig begejstret for det i sin tid, da vi diskuterede det. Så på det tidspunkt var Camilla Hersum der kom fra Forbrugerrådet ind i Folketinget som Radikal, hun var hvert fald ikke så glad for det. Og det er jo, hvis man er bekymret for, at varen ikke er i orden eller at forbrugerne bliver vildledt. Der var faktisk på et tidspunkt, jeg mener faktisk at det var de radikale, der engang foreslog, at vi skulle ophæve forbuddet, men kun så man måtte give det væk til velgørenhed, og det har vi herfra ikke været så glade for, fordi vi syntes at enten skal varen i orden ellers skal den ikke. Men det er sådan nogle ting der bliver diskuteret.

C: Der er mange der har været i mod denne lovændring, men er der også nogle der har presset på, og været meget positive omkring det?

P: Nej, det syntes jeg faktisk ikke. Ikke andre end Stop Spild Af Mad. Vi er ikke blevet ringet ned af folk, der syntes at vi skulle ophæve forbuddet. Der har måske været nogle enkeltstående forbrugerhenvendelser, hvor de gerne vil have lov til, at købe et eller andet billigere eller i den dur, men nej ellers kan jeg ikke lige komme i tanke om mange der syntes, at det var en fantastisk idé. Bortset fra os selv.

M: Hvilke effekter ønskes der af denne lovgivning, fra Fødevarestyrelsens side? Er det madspild som i vil prøve at mindske?

P: Ja, det er det. Det er helt klart madspild. Det er jo ærgerligt, at der er gode varer, der bliver smidt ud. Det giver jo ingen mening. Det kan være en pakke knækbrød eller ris, pasta eller hvad ved jeg. Alt muligt. Det giver jo ingen mening, at folk smider det ud. Og jeg syntes også, at det er ærgerligt, at folk ikke har

mulighed for at købe det og det bare bliver smidt ud, men der er også mange der bare smider det ud, som de har derhjemme, som de har købt fordi sidste holdbarhedsdato er overskredet. Og det har de indgroet, og så duer det ikke. Så ja, det er helt klart madspild.

M: Er det også det fra EU's side?

P: Altså, det ved jeg ikke. Det har jo ikke været diskuteret på den måde i EU, fordi de andre lande ikke har haft en forbud. Men madspild er jo også stort i EU, så jeg er sikker på, at der også skulle have fokus.

M: Ved du, om det er butikkerne selv, der vælger, om de vil sætte datovarer ned i pris? Hvilken måde kan de forholde sig til denne lovændring?

P: Det er dem selv. Der er ikke nogle der tvinger dem til at sælge de her varer, så det er fuldstændigt op til dem selv om de vil. Det som vi gør er, at holde øje med om forbrugeren er oplyst om, at det er en vare, der har overskredet dato, og se på, om der er nogle der kan blive vildledt. Så det er det vi vil gå op i. Om det er tydeligt for forbrugeren, at denne vare har overskredet dato. Man må ikke bare have varer stående på hylderne blandet med de andre varer med overskredet dato.

C: Så de skal bare være oplyst. De behøver faktisk slet ikke at sælge varerne, men kan vælge bare at smide dem ud?

P: Ja, det er helt op til dem selv. Det kan vi ikke bestemme. Det er ikke længere forbudt at sælge dem efter udløbsdatoen, men om butikkerne vil gøre det eller ej, kan vi ikke bestemme.

Det er ligesom om de vil markedsføre knækbrød eller ikke markedsfører knækbrød. Det kan vi ikke bestemme.

Så der er op til dem selv. Så vi kan ikke vide hvor stort det er. Vi har f.eks. set i Sverige, hvor det er tilladt i dag, der er nogle butikker der slet ikke gør det, og der er andre butikker der gør det. Det er meget forskelligt. Det kan også komme an på hvilket image man vil have. Sådan er det jo.

M: Vil i gøre noget for at opfordre butikkerne til at sælge dem?

P: Vi vil nok ikke sige at vi opfordre butikkerne til at sælge. Vi vil gerne have at de er bevidste omkring madspild. Udover det, er det butikernes eget valg. Det som vi vil gøre noget ud af, er at gøre forbrugerne opmærksomme på, at de kan efterspørge det. Det kan også være det. Hvis de efterspørge de her varer. Det som vi også vil, det er en proces vi er i gang med er, at producenterne har fuldstændig styr på de to forskellige datoer. Det er jo også afgørende

C: Det er lidt i forlængelse, men hvordan tror du, at forbrugerne vil reagere på denne lovændring?

P: Det som vi har haft indtil nu, har faktisk være positivt i forhold til forbrugeren. Jeg har ikke omlevet det modsatte. Jeg ved jo ikke om det varer ved, nå det (lovændringen) sker, men det er jo meget med oplysning, og vi har også på vores hjemmeside skrevet om, hvad der er af forskel på de to datoer og forskellig produkter. Vi har også været med i forskellige radioprogrammer, hvor forbrugerne kan blive oplyst om, hvad det betyder. Så jeg forventer, at dem som er lidt ressource bevidste, vil være glade for, at de har den mulighed. Men det er klart, at det kræver at de kender forskel på de to begreber

C: Ja, og de skal have tillid til det. Forbrugerne har jo en tillid til myndighederne, og vi håber jo, at når myndighederne går ind og laver sådan en lovændring, at det kan skabe lidt tillid omkring de her datomærkninger. Men igen, der skal jo noget viden til. Man kan jo ikke bare forvente, at de ændre holdning til det.

P: Da vi i sin tid prøvede at ophæve denne her nationale regel, det er et par år siden, vi prøvede at gøre det, der efterspurgte virksomhederne meget, at de havde brug for mere vejledning. De var bekymrede for ansvar hvis der var nogle der blev syge, og havde brug for vejledning i forhold til, hvornår de skulle bruge den ene dato frem for den anden. Så det arbejder vi stadig med. Vi har haft DTU til at hjælpe os, med at se på en bedre vejledning om, hvilke produkter der skal have hvilken dato. Så det bliver klar snart. Man kan sige, at det kan være en rette snor. Men det er en balance gang. Det er jo virksomhederne/producenterne der kender deres produkter bedst og det er deres ansvar at sætte den rigtige dato og bruge det rigtige begreb. Men derfor prøver vi at lave sådan en overordnet vejledning over hvilke produkter der typisk ville høre hjemme i hvilken kategori.

M: Tror du detailbutikkerne kan være linket til forbrugeren og rådgive om den nye lovgivning?

P: Ja, det kunne det sagtens. Men spørgsmålet er, om de er interesseret i det.

M: Tror du at denne lovændring kan have betydning for madspildet i Danmark?

P: Personligt tror jeg, at der er personer der vil bruge de her varer. Om ikke andet så vil vi kunne bruge en masse af de varer, der ville blive smidt ud, til velgørenhed.

C: Og det bliver lovligt nu?

P: Ja, det gør det. Så på den måde forventer jeg, at det vil kunne opsluge noget mere. Og jeg kan da ikke forstille mig at butikker eller producenter kan være i mod det. Det kan også være spejdere eller organisationer, der kan få noget cornflakes eller hvad ved jeg, alt muligt. På den måde tror jeg helt klart, at

der er mere der vil blive brugt frem for at blive smidt ud. Og jeg tror også, at der er nogle butikker, der vil vælge at sælge det. Men jeg tror ikke, at det er alle butikker der vil. Det er ligesom i dag; der er nogle der ligger det til salg, når det er tæt på datoen og sætter det ned, og det er der da mange der køber. Jeg gør det da selv. Hvis jeg ser noget kød der er blevet sat ned, fordi det er tæt på udløbsdatoen, køber jeg det og ligger det i fryseren. Så det tror jeg, at folk gerne vil.

C: Som vi snakkede med Coop om i går, så er der mange forbrugere, der ikke ved hvad der kan fryses. Det handler om viden.

M: det kræver jo forbruger viden, at købe et produkt der har overskredet holdbarhedsdatoen

P: Ja, helt sikkert

M: I mange lande hedder "mindst holdbar til" "bedst før", har i snakket om at ændre det?

P: Ja, det har vi. "Mindst holdbar til" er den rigtige oversættelse. Men ja, det har vi snakket om, fordi der er nogle der syntes ""bedst før" virker mere tilgængeligt.

Det eneste vi har, er den undersøgelse, som i også har set, og der tyder det lidt på at folk forstår ikke "bedst før" bedre end "mindst holdbar til", så vores beslutning ligger på, at det er den korrekte danske oversættelse, og hvis vi skal have det ændret, er det ændring af EU regler og få ændret oversættelsen. Og sådan er det . Det er et begreb der står i anførselstegn, og det betyder at det skal være sådan det står. Så det er ikke noget man bare sådan kan beslutte og vælge at det skal hedde noget andet.

Men udover det, kunne vi selvfølgelig godt tænke os, at der var flere forbrugere der kendte forskellen på de to datoer, men der er faktisk en del der godt kender forskellen, så vi syntes ikke rigtig tiden er til at vi også skulle kaste et nyt begreb ind. Vi vil hellere anstrenge os på, at oplyse om de begreber som vi allerede har, og som en del allerede kender

C: Ja, det kan jo altid komme på et andet tidspunkt.

P: Ja, hvis det er relevant

M: Men helt kortsigtet, så tror du at gennem formidling og oplysning til forbrugeren, så kan lovændringen blive en succes?

P: Ja, det er det vi kan. Jeg er glad for at arbejdet som Stop Spild Af Mad gør, for de skal nok sørger for, at trække til, så det der kan komme til velgørenhed, nok skal komme det. Så lige meget hvad, er der noget der bliver opslugt den vej.

Men det vi kan, det er at oplyse forbrugeren, og så er det op til de enkelte butikker om det er noget de har lyst til eller ej.

Interview guide

Interviewer:	Martin Manley Hansen Camilla Andersen
Interview person:	Selina Juul 31150464 Stifter af forbrugerbevægelsen Stop Spild Af Mad
Date for interview:	26/11-2013
Other relevant information:	

Briefing and presentations:

- Who is the interviewer, their study and thesis
- What is the purpose of the interview/survey
- How long does the interview take
- How will the answers be used
- Data security (being interviewed on tape, how the data is stored, prepared interviewee anonymously in the final data presentation)

Theme 1:	
Question 1: Hvad ligger til grund for dit valg af samarbejde med COOP i forhold til deres madspildsmanifest?	
Question 2: Hvor vigtig mener du detailsektoren er for arbejdet med madspild?	
Question 3: Hvorfor er datovarer et vigtigt område at fokusere på i forhold til madspild?	
Question 4: Hvad er dit synspunkt i forhold til de nuværende datomærkninger på fødevarer?	
Question 5: Hvad er din holding ift. Den nye kommende lovændring	
Question 6: Har stop spild af mad haft indflydelse for den nye ændring af lovgivningen? Hvis ja hvordan?	
Question 7: Undersøgelser viser at der mangler viden fra forbrugernes side ift. Datomærkning. Tror du øget kendskab til disse kan være med til at mindske madspild?	
Question 8: Tror du lovændringen vedr. datovarer kan have en positiv effekt i forhold til madspild? Og hvordan tror du detailbranchen tager imod denne lovændring, da de selv må bestemme i forhold til salg? Og hvor kan detailbranchen sætte ind i forhold til oplysning af forbrugeren?	
Question 9:	

Vil i som organisation gøre noget for at oplyse forbrugerne om denne lovændring?	
--	--

Debriefing:

- Summary of the main points
- Ask if there is anything relevant that the interviewee has not ask about
- Thank you for your contribution

Telefon interview med Selina Juul

Selina Juul: S

Martin: M

Camilla: C

S: Det er Selina Juul

M: Hej Selina, du snakker med Martin fra Aalborg Universitet

S: Hej Martin

M: Hej. Vi har snakket om at vi måtte lave et lille interview med dig her over telefonen ?

S: Åh ja det er sgu da rigtigt. Yes, yes, yes. Det er rigtigt. jamen jo, i dag har jeg tid. Der er jo meget få dage hvor jeg rent faktisk har tid.

M: Ja okay, så passer det jo.

S: Er det okay jeg lige tygger om munden? Jeg har slet ikke fået morgenmad endnu, for jeg har så travlt, så jeg har lige mad i munden..(Griner)

M: Det er fint, så kan jeg jo lige fortælle lidt om hvad vi ville og hvad vi vil snakke om imens, måske?

S: Mmhmm, ja.

M: Det skal lige siges, Camilla her, min studie makker, sidder også med på medhør her så hun kan også sige lidt hvis det er.

C: Hej Selina

S: Hej Camilla (griner)

M: Ja men som sagt, vi mailede jo lidt til dig og vi er jo i gang med at skrive speciale. Og vi er studerende på Aalborg Universitet på en kandidat linie der hedder integrated food studies. Og vi har jo valgt at beskæftige os lidt med emnet madspild, med tilknytning til detailbranchen.

S: (afbryder) Uh, i øvrigt apropos madspild. Det er sjovt jeg har nemlig lige fået en henvendelse fra nogen i, nu skal vi lige se her, det er faktisk meget interessant.. Matheuskirke? Og så sagde de nemlig at øh en af de studerende fra Aalborg universitet, en pige, lavede et speciale om madspild, er det dig Camilla?

C: Hvem var det du havde hørt fra siger du?

S: Øhm jeg har hørt det fra en der hedder Rasmus Whist, han står for et matheuskirke arrangement her i... Inde på nørrebro.

C: Det siger mig ikke lige så meget, så det er nok ikke mig.

S: Okay.

M: Jeg tror måske også der er et par stykker andre der beskæftiger sig med emnet egentlig.

S: Okay, så i skal bare vide der også er andre der gør det, fordi han sagde nemlig lige inden på Aalborg Universitet er der også andre der beskæftiger sig med madspild.

C: Okay

M: Okay

S: I må lige finde ud af hvem der gør det så i ikke laver dobbelt arbejde

(Alle griner)

M: Jeg tror nemlig ikke vi beskæftiger os med samme indgangsvinkel til det, vi har jo detailbranchen som emne.

S: selvfølgelig, det er jo et kæmpe område.

M: Ja, det er de nemlig. Vi kunne jo godt tænke os at dykke lidt mere ned og snak om linket mellem detail og forbruger..Øhm.. Og så har vi jo beskæftiget os lidt med de her forskellige datomærkninger der findes, og ligesom prøve at lave en forbrugerundersøgelse, som omhandler hvordan forbrugerne øhh. Altså hvad ved de om de her datomærkninger og hvad har det af betydning for deres indkøb og for madspild generelt. Og så kommer den her nye lovændring som vi har fundet ud af, hvilket....

S: Ja, i 2014

M: Lige præcis.. Og det synes vi jo også er interessant, for det er jo også noget som alle detailbutikkerne skal forholde sig til på den ene eller anden måde, og det kunne vi jo godt tænke os og...

S: Ved du hvad det er sjovt med den der lov fordi... Jeg er jo med i, du alle mulige store samarbejder i EU, jeg har lige været i Amsterdam, hvor en af vores partnere, de er fra England, de har kontakt med Tesco.

M: Okay

S: Og jeg spørger dem, for i England har de faktisk den der lov der hedder, man må faktisk godt sælge mad der har overskredet "mindst holdbar til"

M: Ja, ligepræcis.

S: Men de sagde så der er ikke nogen af dem der gør det, fordi de er bange for folk bliver syge..Simpelthen. Så man må godt, der er bare ikke nogen af dem der gør det, og det tror jeg er det samme der vil ske i Danmark i 2014.

M: Ja. Og det er jo det vi synes kunne være interessant at beskæftige os med, fordi vi mener jo også som, som, at detailbranchen har et ansvar og de skal jo forholde sig til om de vil sælge de her varer eller ej. Og det handler jo sådan lidt om, vi mener at oplysning og lære forbrugerne at det faktisk ikke er farligt at spise de her fødevarer.

S: Nej nej nej, det er jo det. Men lad os gå i gang, som sagt jeg har lidt tid men den løber også ud.

M: Ja selvfølgelig, men lad os komme i gang så. Men måske lidt kort om, hvad dit valg er for at det her samarbejde med COOP, det her madspildsmanifest som vi jo tager udgangspunkt i?

S: Jamen altså først og fremmest. Jeg ved ikke om i har læst politikken her i søndags? Der har været en gigantisk artikel om

M: Nej okay?

S: En forsideartikel faktisk, hvis i er hurtige så skal i tage fat på Alt for Damerne fordi jeg har lige fået alt for damernes kvindepris.

C: Ja, og tillykke med det.

S: Der står en glimrende artikel om vores arbejde og alt det der og hvordan det hele er begyndt osv. Så det vil jeg ikke bruge tid på. Men jeg vil bare sige omkring COOP. Først i første butik der er kommet ind på banen det var Rema 1000 og COOP kom først på banen 5 år efter. Og jeg har jo holdt møde med deres direktion og de synes det var en god idé at komme ind i madspildskampen og det synes jeg jo også, og så har vi lavet et madspildsmanifest. Jeg ved ikke, 10 % lyder måske ikke af meget, men det er en start.

M: Ja, lige præcis.

S: Ja altså. De laver jo meget, du ved de laver alt muligt med gode råd i kvicklys tilbudsaviser osv. osv. Ligesom Rema gør og med os osv. Så der er sket en del, der er sket en del.

M: Præcis.. For vi havde et interview med netop COOP I går faktisk, og snakkede lidt med dem om det.

S: Hvem, med Signe?

M: Det var Signe ja. Signe Frese... Hvad hedder det, så kan du måske fortælle hvorfor synes du det er vigtigt at have detailsektoren med ind over arbejdet omkring madspild?

S: Først og fremmest, det er en sektor der kan rykkes..Øhm.. Og jeg laver lige et sidespring fordi vi har jo lige udkommet med endnu en undersøgelse. I kan gå ind på stopspildafmad.dk, vi har en undersektion der hedder madspildsrapporter. En af de nederste madspildsrapporter, den er lige udkommet.

M: Ja, jeg tror faktisk du sendte den til os.

S: Nååh ja de var den, så har i fået den? Fint, fint, fint. Jamen det er jo lige præcis det, fordi folk har faktisk lidt kendskab til forskellige..du ved... datomærkninger eller ikke datomærkninger men de her forskellige tiltag, og det der med man sælger datovarer til nedsat pris osv. osv. Så man kan sige, der hvor man virkelig kan nå forbrugerne det er ude i detailhandlen, det er simpelthen ude i der hvor den der handling, hvor de handler ind. Og det er lige præcis der man skal tage fat. Og selvfølgelig kan man sige, det kun en del af problemet, for man skal også tage fat i selve forbrugeren, man skal også tage fat i producente osv. osv.

M: Lige præcis.

S: Men jeg vil sige, detailhandelen har jo meget meget stor berøringsflade med forbrugeren, fordi vi handler ind når vi køber ind til skraldespanden som man siger.

M: Lige præcis. Hvad er så dit synspunkt i forhold til de nuværende datomærkninger der er på fødevarer?

S: Jeg synes fortsat, og det har jeg altid sagt og det vil jeg altid sige indtil det bliver lavet om. Jeg synes fortsat at "mindst holdbar til" bør lavet om til "bedst før"

M: Ja?

S: Fordidet er mest forståeligt, og jeg har lige mødtes med fødevarministeren og har sådan prikket til hende og sagt: Hvaa Karen Hækkerup skulle vi ikke lave "bedst før"? Nej, men de mener forbrugere har forstand på "mindst holdbar til"

M & C: Ja

S: Ja, men det mener jeg altså ikke og det mener Altinget fødevarer heller ikke. For de har også lavet en undersøgelse om endnu flere forbrugere de fatter ikke hvad "mindst holdbar til" betyder

M: Nej.

S: Og derfor bliver maden smidt d

M: Ja

S: Altså i Norge, der er en norsk producent, Thiele, som er en norsk mælkeproducent, de har faktisk lavet om til "bedst før" i stedet for "mindst holdbar til"

M: Okay

S: Og det betyder faktisk at folk smider mindre mad ud simpelthen

M: Nå? Spændende.

S: Så det skal i lige have tjekket op på, det hedder Thiese det er sådan en mælkeproducent.

M: Okay. Interessant

C: Vi havde faktisk et interview med fødevarestyrelsen i dag, og så spurgte vi faktisk dem hvad deres holdning var til "bedst før" og "mindst holdbar til", fordi de havde også udgivet en rapport, det var så sidste år, hvor undersøgelse viste at de havde samme forståelse for de 2 begreber. Så det kunne ikke give nogen mening for dem at ændre til "bedst før" fordi der var ikke...altså de forstod de på samme måde.

S: Det er jo den der rapport fra Århus universitet, og det var lige præcis det som fødevareministeren sagde til mig. Men sagen er, når man spørger ud i befolkningen og når man spørger Altinget fødevarer som der har lavet flere undersøgelser, viser altså folk ikke fatter de her datoer. Så det kan godt være man skal lave endnu en rapport og endnu en analyse, for ligesom at kunne få fastsat, forstå i det her? Eller er det bare noget som Århus universitet er nået frem til.

M: Ja.. Og det er jo blandt andet noget som vi vil arbejde videre med. Det er jo den her forståelse blandt befolkningen om.. altså forstår folk begreberne og hvad forstår de ved dem? Og så bringe den her nye lovændring ind over

S: Hmm. Det er en rigtig god idé. Og så må i huske at vise jeres rapport til fødevarerstyrelsen og sige prøv lige at se her..(griner).

M: Ja selvfølgelig.

S: Nej men seriøst, det bør i gøre. De har brug for noget ny viden på det område. De kan ikke bare gå ind og sige: arh men vores gamle rapport fra Århus universitet viser at... Ja men der er kommet ny viden siden da.

M: Ja lige præcis... Nu er der kommet... kommer der den her lovændring. Hvad er din holdning til at Danmark ændrer det?

S:Uhhh, altså præcis den samme holdning som til krumme agurker. Fordi de krummede agurker der er jo, der var jo et direktiv der sagde: dem må man ikke sælge i butikker fordi de må ikke krumme. Men de direktiver blev jo afskaffet i 98? Så nu må man faktisk godt sælge agurker der krummer, men der er ikke nogen af dem der gør det. Hvorfor gør de ikke det? Fordi de er lettere at pakke agurker der er lige. Og for forbrugere, det er også en anden ting. Forbrugere er også meget vandt til at se frugt og grønt der er perfekte. Nu har Signe garanteret sagt vi sammen har introduceret de her skæve gulerødder.

M: Ja.

S: Men det er jo så også... Altså forbrugere er ikke vandt til noget der er skævt eller har en anden form osv. osv. Så der skal også arbejdes en del med forbrugere og sige: hey det er okay at købe måske kiks der har overskredet datoen med en dag, for du bliver ikke syg af det, eller det er i orden at købe en agurk der krummer osv. osv. Forbrugere er også utrolige kræsne. Og det er sådan en slags, en ond cirkel at industrien ikke gider have det i butikkerne og forbrugerne gider ikke rigtig at købe det og så står man der med der er en hel masse mad der bliver smidt ud.

M: Mmhmm bestemt.

S: Så igen, det er jo ikke det at der kommer et EU direktiv og siger: nu må i godt sælge "mindst holdbar til" der er overskredet, så er det ikke ens betydning med at de gør det.

M: Nej, lige præcis.

S: Og faktisk vil jeg sige, for at fuldende hele billedet så bør i tage fat i dem der hedder de samvirkende købmænd, det er COOP's konkurrent. De samvirkende købmænd, det er dem der har Rema og super bedst osv. osv. Fordi jeg ved de har udtalt sig negativt om lige præcis det her og det er meget interessant også at få deres vinkel på problemet. Jeg tror hun hedder Lisbeth, det er i hvert fald de samvirkende købmænd. Prøv lige at tage fat i dem.

M: Okay, ja..Spændende.. Hvad er jeres..altså som organisation, har i haft indflydelse på denne her ændring fra EU's side?

S: Nej, ved du hvad. Vi har haft indflydelse på EU er begyndt at rykke sig med madspild, men ikke direkte på det her område. Det er faktisk EU selv har fundet på agtigt, eller presset på. Men altså sagen er vi har jo møde i fusion som er sådan et stort EU samarbejde osv. osv. Vi har også lavet sådan en joint deklaration against foodwaste (siger noget uforståeligt) så det er begyndt at rykke sig en lille smule, så jeg ved ikke om

det lige direkte er affødt af det her, men det kan godt være det har medvirket på en eller anden led. Men altså uanset hvad, så er det positivt at se EU omsider er begyndt at gøre noget.

C og M: Mmhm, præcis.

M: Så du tror faktisk det er, altså nu er det jo EU der har lavet det om til en forordning så det sådan overskyggede de nationale regler, men du mener at det er EU som ser positiv på madspild det måske ligger til grund for den her ændring bliver lavet?

S: Det tror jeg.. For også det der med at EU.. Janez Potočnik?? Som er deres miljø kommisær, de er begyndt at sætte fokus på madspild. Og Connie Hedegaard som jeg har talt med på nogle konferencer her i løbet af året, hun siger jo også at der vil komme større fokus fra EU omkring madspild...Øhm...Men så det næste skridt er selvfølgelig det er jo typisk klassisk hvis der kommer en eller anden ting fra EU så er det jo altid eu der forventer at medlemslandene gør noget. Så siger de bare, vi synes at i skal gøre. Og så skal man sige gør vi det? Eller gider vi gøre det? Så det er sådan lidt, nu må vi se om det også bliver gjort.

M: ja.. Tror du at denne her lovændring vedr. datovarer kan have en positiv effekt på madspild?

S: Det er sjovt du spørger fordi, jeg har præcist spurgt det samme spørgsmål til mine samarbejdspartnere i England, fordi jeg spørger: hvaa er der overhovedet ændret noget? Og så sagde de der er 2 ting... Der er nogle netbutikker i England der er begyndt at sælge lige præcis sådan nogle varer der har overskredet. Og det er er dem der hedder, jeg tror de hedder approved foods.com eller et eller andet, men det er netbutikker. Men de sagde at ude i reelle butikker kan man næsten ikke finde det.

M: Nej okay..

S: Og derfor så ved de ikke rigtig hvor meget det overhovedet mindsker madspild på den måde..Øhm.. fordi også en anden ting, producenterne og detailhandelen de ved jo ikke rigtig. Lad os sige du har en dåse tun der er "mindst holdbar til" og den er overskredet, hvor meget kan den så holde sig efter? Kan den holde sig i 5år? I 10år? I 8 år? Det ved man jo ikke, så derfor er de sådan lidt påpasselig. Så jeg vil sige sådan, jeg tror for at sige det rent ud det er sådan en lille smule symptombehandling. .. Jeg tror det vi skal arbejde med, vi skal arbejde med før maden bliver gammel, så lige det der stadie der hedder, har du nogle datovarer du ikke kan få solgt, jamen så sæt dem ned i pris og sælg dem i dag. Og du ved..køb i dag og spis i dag. Det er meget bedre. Og faktisk i en artikel i politikken i søndags der var det en skralder der blev interviewet og han sagde: det som der var en hel 3 ting, der er færre varer man kan finde i skraldespandene.

M: Ja okay.

S: Fordi de er begyndt at få styr på deres madspild

M: Ja, okay.. Det er da positivt..Hvad hedder det.. Nu kom du sådan lidt ind på med detailbranchen og sådan noget, men hvordan tror du de vil tage imod det her... Den nye lovændring, for de skal jo sådan lidt selv forholde sig til om de vil sælge de her varer eller ikke vil sælge. Og de må jo sådan set selv bestemme. Hvordan tror du de vil tage imod det?

S: Jeg tror de vil sige nej tak.

M: Okay?

S: For at sige det rent ud.. Jeg tror de vil sige det er besværligt og hvem er det der skal kontrollere det? Har de sådan en flaskedreng der skal bestemme om det kan sælges eller det ikke kan sælges osv. osv. Jeg tror dybest set at de vil sige nu har vi påduttet den der lov, nu må man godt sælge dem, men det gør vi ikke alligevel.

M: okay.

S: Det tror jeg.. Jeg tror måske COOP vil gøre det i en hvis omfang, men jeg tror de... og jeg kender dem alle sammen, jeg tror ikke Dansk supermarked vil gøre det, jeg tror heller ikke Super bedst, Rema vil gøre det. Jeg er meget i tvivl vil jeg sige.. Men så tror jeg til gengæld at sådan nogle steder som butikssiden.dk, jeg ved ikke om i kender det? Det er sådan et projekt, sådan en netbutik, det tror jeg til gengæld vil sælge sådan nogle.. Så har man en eller anden netbutik der vil sælge billigere mad, lige præcis sådan noget der er overskredet. Kiks der er overskredet, pasta og ris og sådan noget. Jeg tror vi vil kunne se en opblomstring af lige præcis sådan noget som aprooved foods, bare i Danmark.

M: Ja okay.. Så du tror ikke at, hvad hedder det, hvis nu man, kunne man sige man lavede nogle undersøgelser som viste at forbrugerne måske manglede noget viden omkring det og den her viden måske kunne være med til at øge salget af de her overskredet datovarer her, "mindst holdbar til". Tror du der er nogle detail butikker som vil gå forrest og være forgangs butik i forhold til at videregive viden omkring de her datovarer?

S: Jamen så ved jeg der er kun en svar og det er Rema, de vil gøre det.

M: De vil gøre det?

S: Hvis der er nogen der vil rykke sig på det område, så er det Rema. Fordi øhm altså så må man da sige hvis det er sådan at forbrugerne mangler viden så skal detailhandelen lige netop sponsorerer nogle kampagner som kører og går hen og siger: prøv lige at hør her altså, det kan være brød, det kan være knækbrød osv. osv. det kan sagtens spises selvom det har overskredet med en uge, fordi i sidste ende så tjener de jo penge på det og det er jo sådan set fint nok hvis de kan gøre det. Men så skal de stå frem og sige nu vil vi gøre det. Fordi der er også konkurrence ved det. Fordi hvis der er nogle der stiller jeg frem og siger vi vil gøre det og lige pludselig kan man se et par måneder efter at de tjener penge på det, så begynder de andre at sige: hov, det er da interessant det må vi lige kigge på. Det kan også godt være at vi ender med de kun vil sælge en bestemt typer varer, som de ved er allermest ufarlige, så det kunne sagtens være.

M: Men hvad du tror ikke COOP ville, nu har de jo i madspildsmanifestet står der jo noget om at fremme salget af datovarer?

S: Ja måske...Jeg har et møde med COOP's direktør her i januar og jeg vil klart bringe det på banen. Og jeg har faktisk også møde med Dansk supermarkeds chef også i januar hvor jeg også vil bringe det her på banen, så må vi se hvad de siger.

M: okay, interessant. Fordi det er jo også det vi vil arbejde med, ja, vi mener jo at måske kunne det være en mulighed i forhold til at alle butikkerne skal forholde sig til det ligesom. Så vil i som...

S: Du skal også tænke på at... hov undskyld hvad siger du?

M: Jeg vil bare spørge jer i forhold til jer som organisation om i netop vil gøre noget for at oplyse forbrugerne omkring den her lovændring?

S: Jamen altså, jeg tror helt klart dem man skal oplyse først og fremmest, og det er det som jeg allerede har snakket med Karen Hækkerup om, vores fødevareminister. Det er at fødevareministeriet eller fødevarestyrelse går sammen, måske med os og et par andre til at lave massive oplysningskampagner, måske også fortælle hvad er forskellen på de to datoer... Men igen, som i lige også har snakket med fødevarestyrelsen om, de mener ikke at danskerne har nogle problemer med det, så det er sådan lidt nå hvad gør vi så? (griner) Det andet er jo så at gå sammen med Rema eller COOP og sige, nu går vi sammen og oplyser forbrugerne om hvad det betyder og man kan sagtens spise maden efter osv. osv. Men det er jo også en balancegang for de skal jo hele tiden agere reklame vindue for COOP eller Rema 1000 osv. osv. det er jo en meget meget fin balancegang, det er frivilligt og om de tjener penge på det.

M: Præcis..Vi snakkede jo netop også med COOP om det her aspekt af lovændringen og de sagde jo faktisk det kunne være interessant at arbejde med, men de havde faktisk ikke gjort sig særlig mange overvejelser omkring det, hvilket undrede os lidt i forhold til at...

S: Vi skal nok få dem til at gøre sig nogle overvejelser, bare rolig. (alle griner) Jeg har det på min to do liste.

M: Ja, nåh det er godt. Fordi at ja, det var også det vi tænkte vi laver jo et produkt og meningen var jodet skulle være et samarbejde med COOP men de har sådan trukket lidt i land i forhold til de har meget travlt og sådan noget.

S: Ja hende der Signe hun har meget travlt.

M: Det har hun nemlig har vi fundet ud af så det.. ehm men ja det kunne jo være en mulighed og ligesom oplyse dem om det igennem nogle undersøgelser.

S: Hvad du hvad?

M: Nej?

S: Jeg synes klart..hvilket kunne være meget interessant, når i laver jeres projekt færdigt så synes jeg næsten at i skal huske at skrive til mig og cc Signe på, og cc fødevarestyrelsen på. Det er de mennesker i har snakket med og sige nu skal i høre søde venner, nu har vi faktisk en rapport, en opgave, der viser at der faktisk er behov for at få lavet nogle kampagner omkring lige præcis den del. Fordi så kan jeg tage den rapport videre til mit møde med COOP's bestyrelse eller COOP's direktør og dansk supermarked's direktion og så kan jeg sige: hey nu skal du høre det her det er de allernyeste tal der faktisk viser at der mangler noget lige her..Kunne vi ikke gøre det?

M: Det kunne være meget interessant.

S: Det er jo også noget vi kan bruge til lige præcis at få sparket det her i gang. Fordi der er manglende viden og mangler konkret lige præcis holdningsændring på det her område. Så hvis i gider gøre det?

M: Altså det vil vi jo meget gerne. Vi arbejder jo på at få den her. Vi tænkte jo på først og fremmest at lave en spørgeundersøgelse som var en generel spørgeundersøgelse til befolkningen omkring holdninger vedr. datovarer og vedr. ny lovændring og så ville vi måske mere specificeret ud fra analyser af den her spørgeundersøgelse lave et fokusgruppeinterview som måske dykkede lidt mere ned i en mere specificeret målgruppe som der måske er et resultat af vores spørgeundersøgelse. Vi ved jo ikke om der måske er en aldersgruppe, et bestemt socialt lag der interesserer sig mere omkring det, om det her emne.

S: I skal vide selvfølgelig ifølge vores egne undersøgelser at ældre mennesker de spiser generelt alt, også det med mug på, så det skal i tage højde for. Hvis i kun interviewer pensionister så ved i (griner) og det er måske omvendt hvis det er de unge mennesker. Men jeg vil sige at hvis i også husker at spørge folk: Simpelthen, vil du købe mad der har overskredet "mindst holdbar til"? Hvis det er tydeligt og det står fremme og tydeligt at det er overskredet og det er putte i en speciel bås osv. osv. Fordi det er en god viden for sådan nogle som os, for så kan vi tage jeres rapport og gå hen til COOP og gå hen til det supermarked og sige; nu skal i høre kære venner, der er altså nogle mennesker der sidder her, og det er blevet undersøgt, det vil de gerne. Er det ikke på tide man får lavet en holdningskampagne på grund af det?

C: Helt sikkert

M: Ja, det er meget interessant.

S: Jeg synes i skal bruge det til noget

M: Klart, det håber vi jo også

S: Nu har jeg jo møde med direktør... Hvornår har i noget klar?

M: (griner) Vi regner med at vores spørgeundersøgelse går i gang her i december d. 12 og køre hen over december og så starter vi med at analysere på den og så køre vi fokusgruppeinterview i januar.

C: Men vi skal først aflevere vores opgave d. 4 juni

S: Nåh okay det er lang tid. Det er mere fordi jeg har møder med både Dansk supermarked og COOP omkring den 10 januar, jeg tænkte på hvis i allerede har et eller andet information bare et eller andet lillebitte skriv, så kunne jeg nemlig tage det med og sige nu skal i se her, de her er resultater de viser faktisk at..

M: Klart

C: Men det tror jeg sagtens vi kan. Fordi vi snakker om at starte vores analyse af spørgeskemaet i hvert fald lige i slutningen af december, så det kunne vi sagtens.

S: Ej hvor godt, jamen det er jo kanon godt. Jamen altså det kan medvirke til at skubbe tingene så er jeg kun glad.

M: Bestemt

C: Jamen det vil vi meget gerne

S: Aftale?

M: Ja..Ved du hvad Selina vi har faktisk ikke rigtig flere spørgsmål, vi synes vi har fået nogle gode svar

S: Kanon godt.

M: Og det har været rigtig hyggeligt at snakke med dig

S: Og i lige måde og jeg glæder mig til at høre resultater, jeg synes det er super spændende, også for at vide helt konkret. Vil de købe det her mad, vil de spise det her mad og ved de hvad de her datoer betyder. Fordi uanset hvad så vil jeg gøre det bedste for at lave et pust til både Dansk supermarked og COOP at hvis det nu bliver introduceret eller når det nu bliver introduceret december 2014 så bør der laves et eller andet kampagne værk, simpelthen. Og vi kan ikke vente til juni, vi skal simpelthen i gang sætte noget for det har en produktions tid på 8 måneder. Så vi skal virkelig igangsætte noget allerede i februar eller sådan noget.

C: Det lyder rigtig godt

M: Det er meget spændende

S: Super. Jamen jeg er spændt på at se jeres resultater og så husk i hvert fald inden den 10 januar, tag fat i mig og giv mig et eller andet, det ville i hvert fald være rigtig godt at have med.

C: Ja, men det vil vi da bestræbe os efter

S: Super. Jamen held og lykke med opgaven og god arbejdslyst

C: tak for hjælpen..Hej

M: Hej Hej.

S: Hej.

Interview guide

Interviewer:	Martin Manley Hansen Camilla Andersen
Interview person:	Ronni Sylvest Butikschef i FaktaQ, Jagtvej
Date for interview:	3/4-2014
Other relevant information:	

Briefing and presentations:

- Who is the interviewer, their study and thesis
- What is the purpose of the interview/survey
- How long does the interview take
- How will the answers be used
- Data security (being interviewed on tape, how the data is stored, prepared interviewee anonymously in the final data presentation)

Theme 1: Datovarer	
Question 1: Hvordan arbejder I med datovarer?	
Question 2: Sælger I alle jeres datovarer?	
Question 3: Hvilken respons får I fra forbrugerne, omkring salget af datovarer?	
Question 4: Hvor vigtig mener du detailsektoren er for arbejdet med madspild?	
Question 5: Har I nogle retningslinjer fra ledelsen i Coop omkring salg og opstilling af datovarer?	
Theme 2: EU lovændring	
Question 1: Hvilke tanker gør I jer, omkring denne lovændring?	
Question 2: Hvordan vil I forholde jer til denne lovændring	
Question 3: Har I fået nogle retningslinjer fra ledelsen i COOP om, hvordan I skal forholde jer, til denne lovændring?	
Question 4: Hvordan tror du, at denne lovændring vil blive modtaget af kunderne i FaktaQ?	
Question 5: Tror du evt. lovændringer omhandlende datovarer kan have en positiv effekt i forhold til madspild?	

Appendix 09

Interviewguide Ronni Sylvest, FaktaQ

Debriefing:

- Summary of the main points
- Ask if there is anything relevant that the interviewee has not ask about
- Thank you for your contribution

Interview 3/4-2014

Ronni Sylvest

Butiksbestyrer, FaktaQ, Jagtvej

M = Martin

C = Camilla

R = Ronni

M: Som Camilla fortalte, så handler det overordnet om madspild i detail, hvor vi bruger Coop som case organisation, og det her interview kommer til at tage ca. ½ time – 1 time.

Først og fremmest kan vi jo starte med at høre lidt om, hvordan I som butik arbejder med datovarer. Og datovarer er jo de her varer, som nærmer sig udløbsdato.

R: Man kan jo sige, at først og fremmest det vi gør er, at vi er rigtig rigtig tæt på vores disponering. Det vil sige at det er det første skridt. Vi laver altid fejl og der kommer altid til at være varer, vi kommer til at sætte ned i pris, og som vi kommer til at håndterer på en eller anden anden måde. Men det første skridt er egentlig og måle, hvor mange bananer sælger vi og hvor mange bananer skal vi have hjem. Og man forsøger jo altid, at bestille lidt mere hjem, fordi der altid skal være bananer på hylden. Men det er jo ikke 100 bananer mere, man køber hjem om dagen, for at være sikker på, at der er nok. Og så har vi en mulighed for at sætte ned. I Coop har vi lavet der her koncept med 25 % og 50 %, som i hele kæden er nemt at sætte ned, fordi det bare er nogle mærker. Varerne skal ikke registreres et sted. Og det er egentlig det vi benytter os af i Fakta og FaktaQ, mens de i Super Brugsen og Irma, har muligheden for at sætte dem ned som de har lyst til. De kan gå in dog lave en ny pris på en varer, hvis det er det de har lyst til.

C: Så det er meget forskelligt fra kæde til kæde?

R: Ja

R: Vi laver datotjek på vores ferskvarer hver eneste dag, og på vores tørvarer er det stikprøver. Så selvom man har 4000 varenumre, kan man ikke tjekke alt. Så på vores status, som er 2 gange om året, der tjekker man det hele. Men ellers er det stikprøver. Og så deler vi viden med de andre butikker inde på nettet, så hvis vi lige har fundet en hel plads Nutella, der løber, så løber den jo også i de andre butikker, da det er det samme sted vi får varen fra. Og så skriver vi, Jeg har lige fundet den her vare, der løber om 10 dage.

C: Er det et system som I har lavet eller er det Coop?

R: Det er bare på mail, og så bliver det samlet op en gang om måneden, og bliver sendt rundt, hvor der måske er 20 varenumre, man lige skal tjekke.

Men det er jo bare det lønsomme i det. For jeg sidder jo bare og regner kroner og øre, og mange gange kan det godt betale sig, kroner og øre mæssigt, at sætte det ned et par dage før, end man egentlig ville, end at sætte det ned den sidste dag til 50 %. For med 50 % taber vi på varene, hvorimod med 25 %, så går vi i nul. Det er ca. vores avance, der efter kassesationer ligger på, i FaktaQ, på 28,5 eller sådan noget. Det er jo selvfølgelig før der er blevet betalt løn og husleje og sådan nogle ting. Så vi vil jo gerne prøve at lande der.

M: Hvad er jeres erfaringer med jeres datovarer? Får I solgt alle de datovarer, som I sætter ned?

R: Nej, Det er en hår-fin balance. De vi startede det her koncept med at sætte ned, for de har vi jo ikke altid haft, før der havde vi en regel med, at det skulle tages ned dagen før det løber om morgenen, og så fik vi de her mærker, til at sætte ned med, og så skulle de bare sættes ned dagen før de løb om morgenen. Derefter blev det så lidt frit for butikken om hvornår, de ville sætte dem ned. Vi kunne godt sætte en vare ned i pålæg 10 dage før, en pakke pålæg kan typisk holde sig i 30 dage, så 10 dage før, begynder den at blive følsom for salget, fordi folk gerne vil have den frisk. Så hvis vi allerede begynder at sætte 25 % på der, så er vi sikker på, at den kommer væk. Og så er det jo lidt en hår-fin grænse, for vi vil jo helst ikke sætte den ned, for folk begynder også, at gå og kigge efter de her ting, der er sat ned, og vi vil rigtig gerne sælge varen til fuld pris, men det hjælper os med at holde vores kassesationer nede, og det hjælper os med at holde vores indtjening oppe. Nogle gange kan jeg godt finde på, hvis der ligger 2-3 tilbage, bare at smide dem ud, for at vi kan sælge de nye varer. For hvis de alligevel skal ned og have en oksesteg, så køber de den uanset hvad, men hvis de har valget mellem at købe en billig eller en dyr, så køber de den billige, og så ligger den dyre der en dag mere, og så skal jeg sætte den ned også.

Så nogle gange er det madspildsmæssigt og kroner/øre mæssigt, kan det godt betale sig, hvis der kun er få tilbage af varen, at smide den ud og så sælge de andre, for ellers når de, at blive for gamle i den tid vi sælger.

M: Det er lidt en ond cirkel I kommer ind i.

R: Ja

M: Hvilken respons får I så, fra jeres forbrugere omkring jeres salg af datovarer? Får I noget feedback på det? Og hvad er jeres erfaringer med det?

R: Altså der er flere der direkte går efter det, og tilrettelægger deres indkøb efter, hvad de kan få billigt, så de først går i vores ferskvarer-afdeling, for at finde noget billigt kød, eller noget grønt, eller vi sætter ikke grønt ned, der har vi et LOT-mærke nummer, og LOT-mærke nummeret hjælper os kun til at finde ud af

hvis der ligger en bunke porrer, og så kan vi se hvilken en der er kommet først og hvilken en der bliver dårlig først. Så det er egentlig bare vores rotation-princip.

Og så har vi sådan noget snittet salat og færdigretter med noget kød i, og der er dato på dem. Lige så snart de er på køl, skal der dato på. Og dem sætter vi også ned. Men så tilrettelægger kunderne deres køb efter, hvad kan vi få af billigt grønt, hvad kan vi få af billigt kød, og så handler de færdigt i tørvarerne bagefter.

C: Har i sådan nogle kølemontre, hvor I ligger alle varerne i?

R: Jeg ved Irma gør det, og de har ret meget succes. Og det er egentlig op til butikken om de gør det. Grunden til at jeg ikke gør det, er fordi at det ikke er varerne med udløbsdato på, som vi satser på. Det er friske varer vi satser på, og man har set nogle gange, at man kommer ind nogle gange, og det første man ser i butikken er gamle varer. Plus, det har også en effekt med, at man skal gå og kigge hele pålægshylderne igennem for gamle varer, så man når også at se vores sortiment, og man når måske også at blive inspireret til noget andet frem for, at man altid går hen det samme sted i butikken og finder de samme gamle varer. I hvert fald mig selv, når jeg er ude og handle steder hvor de har, giver det sådan et underligt indtryk af, at de gerne vil sælge gamle varer.

C: Så det handler også lidt om image?

R: Ja

M: Hvor vigtigt tror du det er, hvis vi taler hele detailsektoren, det her med datovarer, og at nedsætte varer, der nærmer sig udløbsdato. Hvor vigtigt er det for madspild? Tror du, at det har nogen betydning?

R: Ja, jeg ved, at det har en betydning. Vi smider meget meget mindre ud nu, men jeg vil så også sige, at det gør også, at der er mere fokus på det. For ligeså snart, der bliver sat fokus på et sted, så begynder du at lave resultater. Det har vi jo set, lige meget om det er på vores løn eller vores kassesationer, eller madspild eller hvad det er. Så vi har rigtig meget fokus på det, både fordi der er en eller anden ansvarligheds profil i det her med, at man gerne vil nedbringe madspildet. I Coop har vi FDB, som er en interesseorganisation for forbrugerne og for Danmark, og vi smider så meget mad ud normalt, at de går ind og siger, jamen vi vil gerne poste nogle midler i, at vi kører en kampagne mod madspild, hvorimod hovedorganisationen, der er den der tjener pengene bag, siger jamen det giver jo god mening fordi vi også sparer penge på det her. Og man kan jo sige at, man sparer også, ved at disponerer ordentligt. Så vi har fået nogle værktøjer af FDB, hvor vi kan sidde og se præcist hvor mange bananer vi sælger, og hvornår vi sælger dem på dagen. Og så er der jo altid sådan noget kvalitets noget, så der er jo rigtig meget. Jeg tænker jo meget mere at jeg kan fylde sådan 4 stk. 2-kubiks containere om ugen, og det synes jeg jo er meget. Men man skal også tænke på, at inden varen kommer herud, der er der også blevet smidt meget ud. Og inde i forbrugerens køleskab,

bliver der også smidt rigtig meget ud, så det er jo en dråbe i vandet hvad vi gør, men hvis kan kunne få organisationen med og få hele forsyningskæden til at arbejde med på det, så virker det. Og det kan man jo også se i Kvikly hvor de har mulighed for, at bestille de her agurker og gulerødder der er blevet kasseret fordi de er for små, kan man købe på vægt. Og der er jo ikke noget galt med grøntsagen, du kan bare ikke sælge dem for 6 kr., for de er kun halv størrelse, og det er der ingen forbrugere, der vil købe.

M: Nu sagde du, at det var lidt individuelt for butikkerne, hvordan de solgte deres datovarer og arbejde med det, men har i nogle retningslinjer højre oppe fra ledelsen i Coop, omkring salg og opstilling af datovarer?

R: Vi har noget merchandise vi skal bruge, altså nogle klistermærker og sådan nogle ting, men de kalder også de her mærker for købmandsmærker, fordi du skal bruge dem købmandsmæssigt. Altså du skal bruge dem, hvor de skal høje indtjening og madspild med dem. Så hvis jeg godt tror, at jeg kan sælge den her varer, uden at sætte dat på, selvom der er en regel om, at man skal gøre det 2 dage før, så behøver jeg ikke, at sætte den på. Også selvom der er en der siger to dage før, og jeg måske har 40 af dem, og siger, dem når jeg jo aldrig at sælge på to dage, så man jeg gerne sætte den ned 4 dage før. I gamle dage havde vi faktisk på alle vores skilte, et lille tal der stod nedenunder, hvornår varen skulle fjernes fra hylden. Så hvis der stod 10 skulle den fjernes 10 dage før den løb, og hvis der stod 2 skulle den fjernes 2 dage før den løb, og det var fordi man fandt ud af, at f.eks. en pakke pålæg kunne holde sig 2 dage i køleskabet, så kunderne skulle i hvert fald kunne nå, at bruge den, når de kom hjem.

M: Så du siger at de her købmandsmærker, det er for Fakta-kæden, eller er det for hele alle kæderne i Coop?

R: Altså Fakta har deres egne, men de er magen til dem de har i Coop. Så det er egentlig bare logoet der er ændret. Og så er der jo forskel på de her A og B foreninger, hvor B foreningerne er styret meget centralt fra, mens A foreninger er styret lokalt fra, hvor der sidder en eller anden brugsforening i en landsby i Jylland, og der bestemmer Coop ikke over dem. De kan godt stille nogle retningslinjer ud, men det er egentlig dem der tjener pengene til den lokale forening og ikke til hovedselskabet. Det lidt som en Franchise, på f.eks. en Super Brugs

M: Her til december i år, kommer der en lovændring omkring salg af datovarer, hvor man må sælge varer, der har overskredet "mindst holdbar til" datoen. Hvad er dine tanker omkring denne her lovændring?

R: Jeg tror ikke, at der er noget, som vi kommer til at benytte os af. Og jeg har hørt, at det er ikke noget vi kan. Men det kan jo godt være, at holdningen ændre sig. Men lige nu i Danmark, når du ved, at du har en

mælk hjemme i køleskabet der overskredet eller på den samme dag, så smider jeg den hellere ud end at drikke den. Så hvis det er forbrugernes holdning, så sælger vi heller ikke varer, der har overskredet dato. Jeg kunne også godt forestille mig, at det kommer an på, hvilke varer det er. Måske man ikke kan på kød men måske på mælk. Jeg ved det ikke. Jeg ved ikke så meget om den der lovændring. Men jeg tror ikke, at det er noget vi vil benytte os af, også måske alligevel på brød eller et eller andet hvor man kan sige, at det bliver ikke for gammelt. Men så alligevel alle de der varer, som ikke er følsomme, som konserver, som i virkeligheden godt kan holde sig et år over, de har jo alligevel 4 år, så de får aldrig lov til at stå så længe, så det er ikke noget problem. Men jeg tror image mæssigt at vores forbruger organisation vil sige, at det kommer vi ikke til at gå med til.

M: Tror du, at det er gennem hele Coop kæden?

R: Ja

M: Så du tror faktisk ikke, at der kommer til at ske noget?

R: Nej, og jeg tror heller ikke, at jeg kan se hvad forskellen er, andet end vi får en dag mere til at disponerer: jeg har jo en minimums holdbar. Så hvis jeg køber hos Arla lover de mig, at den kan minimum holde sig, så lang tid i butikken. Og hvis nu den ikke kan det, så kan jeg jo skrive til dem, og så får jeg en kompensation økonomisk eller de henter varen igen. Og den med kompensation økonomisk bruger de mest, for ellers skal de jo bare hente varen og smide den ud, og så koster det også i transport osv. Og så kan man sige, at så får jeg 20 % af varens pris, og så kan jeg nå at sælge en masse til fuldt pris, og de sidste skal jeg så skyde af til en billigere pris.

Så hvis jeg må sælge den f.eks. 5 dage over mindst holdbarhed, så har jeg 5 dage mere til at kvaje mig i, for de skal disponeres på den rigtige måde alligevel.

Vi har også nogen gange arbejdet med, at nu bestiller vi f.eks. frugt og grønt til dagen efter, så vi kan se, hvad vi har at ligge på hylden, og hvor man af det vi kan sælge i morgen, hvor vi før i tiden bestilte 1 eller 2 dage før det. Men det er jo lidt svært at se hvor meget man får solgt. Så det har vi også arbejdet meget på. Lige nu er det kun fersk kød, der bliver leveret med 2 dags mellemrum, og det er fordi de slagter den dag vi bestiller. Så de slagter det vi bestiller. De kommer ikke til at producere for meget, som de så enten skal kasserer på lageret eller tvangsfordele til butikkerne.

I gamle dage tvangsfordelte de fordi man havde sagt ja til en vis mængde. Så når de først havde slagtet det, så skulle vi tage det, og så selvom vi ikke havde slagspotentiale for det.

M: Tror du, at denne her holdning om ikke at sælge, kunne ændres hvis man arbejdede mere med forbrugerne? Nu siger du, at det jo i sidste ende er forbrugeren der skal købe varen der har overskredet "mindst holdbar til", og det tror du ikke de gider, men tror du, at man kunne lave nogle initiativer eller kampagne, så man kunne ændre det her fokus

C: Folk er jo lidt bange for det her med at blive syge af noget, der har overskredet holdbarheden. Og det er jo fordi vi altid har haft denne her dato. Så man har aldrig skulle forholde sig til, at du kunne blive syg af det, for du har aldrig kunne købe noget, der har overskredet datoen. Så hvis man nu kunne lave noget oplysning

R: Man kan jo sige der også er et stort movement indenfor skralderi lige i øjeblikket, så man kan sige der er helt sikkert et marked for det. Så er det måske et spørgsmål hvor prisen ligger frem for oplysnings arbejde. Gamle mennesker skære jo også det dårlige af æblet og så spiser resten, men det tror jeg ikke får butikkerne til at sælge dårlige æbler. Så jeg tror det er følsomt på produktet. Du kan godt sælge en pakke kiks der er 5 dage over uden der er nogen der bliver syge af det, eller en Marsbar eller et eller andet uden de bliver bange for at blive syge af det. Vi har jo også prøvet her hvor der er en vare vi har overset, hvor kunden kommer ned og har spist halvdelen men stadig er totalt calm, de ville bare lige oplyse os om det var for gammelt og selvfølgelig får de noget compensation for det. Men sådan noget med kød, der bliver det jo også dårligt nogen gange dagen før det udløber og det kan man se på det. Vi har jo sensorer siddende i vores emballage kødet bliver leveret i, så man kan så se om temperaturen har været okay igennem hele forsyningskæden. Men man kan så se nogen gange at døren har stået åben til køleren, så den første pakke kød der ligger der den er dårlig. Så jeg tror det er meget afhængigt af hvilket produkt det er, jeg tror ikke at vi efter december kommer til at sælge nogen ferskvarer, frugt & grønt, mælk, pålæg og kød der har overskredet salgsdato og hvis vi gør så er det en dag eller sådan noget.

M: Så Coop, som organisation, har ikke meldt noget ud omkring den her lovændring, der er ikke lavet noget officiel udmelding?

R: Nej. Når vi har snakket om det så har det været med henblik på at vi ikke skal gøre det. Man skal også tænke over det, hvorfor er det vi gør det? Selvfølgelig er der en eller anden økonomisk fordel, som der måske vil være og som der måske ikke vil være. For som jeg sagde før,, hvis man så har 20 varer liggende til halv pris, så har du altså nogle varer til fuld pris med en god dato på der så ligger det længere fordi du så skal nå at sælge de andre. Og så når man har på pålæg og kød der bliver bestilt nogle dage i forvejen, så vil du jo have de nye varer på lager. Hvor det så vil være meget mere hensigtsmæssigt at bare smide de gamle ud og sælge de nye. Så både økonomisk- og madspildsmæssigt så tror jeg personligt ikke det vil have nogen effekt. Og det ved man ikke før man har prøvet det. Når vi er gået ned i vores kassetioner, så har det ikke været pga. de her tiltag vi har gjort med mærkerne, så har det været fokus sammen med tiltagene. F.eks. da

man gik fra 2 dages levering til 1 dages levering med brød, så skete der ikke noget, for mange gange var det bare det der var til over på bageriet de sendte ud, så det var den samme dato der kom ud, men så når man begyndte at dykke ned i hvad man bestilte og hvad man sælger, så får man et meget bedre indblik i hvor meget der egentlig er brug for. Det er så sammen med man så kan sige jeg har 7 slags rugbrød på hylden, det er okay kl. 8 om aftenen eller jeg måske kun har 5. Fordi allerede dagen efter kan jeg få de 3 nye hjem og der begyndte det at fungere med det her 1 dages mellemrum, for så kunne man time det lidt. Dette er okay i den her slags butik, for hvis man er ude at handle sent, så køber man hvad der er, man gider ikke rende rundt. Så i takt med vi har fået flere varianter og længere åbningstid, så kan man bruge det på den måde.

M: Kunne initiativer omkring den nye lovændring have positiv effekt på madspild?

R: Jeg tror ikke det har nogen specielt stor effekt hvis det bliver brugt. Men jeg tror helt klart på det ved at sælge de her ting der bliver vejet selv, og mindske f.eks. flerstyks tilbud, som vi gør med ferskvarer. Her skulle man ellers spise to pakker af det samme pålæg indenfor den samme dato. Nu har vi det kun på tørvarer hvor holdbarheden den er lang. Så igen det her med du skal købe 3 peberfrugter og der er svært for mig hvis den ene af de her peberfrugter er død i butikken, så er det svært bare at tage den ud. Vi gør det dog med appelsiner, hvis der ligger en død appelsin i et net, så tager vi de andre ud og sælger dem som 1 stk. Men man skal have nummeret på en appelsin før du kan sælge dem 1. stk. og det er jo ikke alle to pakninger man har det. Men man begynder at se mere og mere de her ting hvor man køber 1 peberfrugt eller 1 squash, 1 agurk og tomater er løse osv. Og det tror jeg virker. For ud af en hel kasse der smider du ikke 6 tomater ud, men du smider 1 ud. Men hvis den er pakket i 6 pak så smider du altså hele pakken ud. Og så har man snakket om det her charity. I hvert fald i forhold til vores bagere, og det de smider ud. For det første skal man lige tænke på sådan en bager, det er jo mel og sådan nogle ting de bruger og det er jo ikke en særlig stor synder til madspild for meget af det er luft, det fylder mere end det er. Men man snakker om at man giver det væk til en kirke eller en varmestue for hjemløse i stedet for at smide det ud.

C: Ja, det bliver en mulighed nu jo.

R: Ja, og det giver sådan en ansvarligheds effekt. For i virkeligheden når vi bager, i hvert fald i vores butik, så smider vi ud hver dag, vi smider også ud flere gange om dagen fordi det skal være friskt. Og fordi det ikke sælger hvis det har ligget der i 3 timer, så det skal se friskt ud. Men alligevel er der ikke noget galt med varen, og hvis kunden køber det og tager det med hjem, så har vi stemplet det til 3 dage. Så selvom det kan holde sig i 3 dage og måske mere, så bliver det smidt ud hver dag her. Der kan man så sige ved at give det væk til børnehaver eller varmestuer eller noget, så spare man jo noget madspild. Men det er måske ikke

noget mad de ville have købt i forvejen, fordi de ikke ville have midlerne til det.. Og så går det i hvert fald ikke til spilde.

C: Hvem har ansvaret, hvis en kunde bliver syg/dårlig af en vare der i fremtiden kunne have overskredet datoen?

R: Jeg ville forstille mig det altid er butikkens ansvar, det er bare lidt svært med sådan nogle ting. Eks. Med en kølevare der har det meget med hygiejne forholdende under produktionen og det har også meget at gøre med hvordan den er blevet behandlet i forsyningskæden. Så hvis jeg ikke har behandlet en kølevare ordentligt, så er det selvfølgelig mit ansvar og det kan du godt blive syg af. For hvis du kommer over 2 grader så begynder bakterierne at formere sig rigtig meget. Men den skal jo være til stede under produktionen og der er altid lidt til stede, det kan man ikke komme uden om, men det er ikke farligt. Men ligeså snart den så ligger ved 10 grader, så er der altså 50.000 flere bakterier til stede i den her pakke pålæg. Og hvis kunden så har ladet den ligge på sit køkkenbord i 5 timer, hvem har så ansvaret?

C: Jeg tænker mere det er forbrugeren. De har valgt at købe noget de ved har overskredet.

R: Det skal jo være okay når det kommer ud af vores butik uanset hvad. Det er lige meget om det har skredet på holdbarheden eller ikke har. Man kan sige, hvis det er en hjemløs der pakker en pakke kød op fra vores container og spiser det råt, så er det selvfølgelig hans eget skyld, fordi han ikke har behandlet varen ordentlig, men vi kan ikke lægge navn til en vare der ikke er i orden. Det er jo også det man har set når der har været fødevareskandaler, så har det mere været de steder der selv har en slagter. Alt vores kød bliver slagtet på maskiner på en kæmpe kødfabrik som hedder Hilton ??? som er Coop's og der arbejder næsten ikke noget mennesker, så der er næsten ikke noget der kan gå galt. Det er rengøring og sådan noget der kan gå fejl, og fordi maskiner ikke har de samme følelser, de tænker ikke på samme måde som mennesker gør. Der skal selvfølgelig være nogle mennesker der skal inspicere det, men det er sat i system så meget at der næsten ikke noget der gør fejl. Men ved en slagterlærling eller et eller andet, kan det godt være han ikke har samme opfattelse af hygiejne som man skal have, så hvis oplæringen ikke har været okay, kan der jo godt være et hurtigt varehus der har solgt noget kød med et for højt antal bakterier i. Fordi han ikke har vasket fingre og så kan holdbarheds datoen godt være okay, men stadig bliver kunden syg af det. Men i virkeligheden tror jeg de fleste der bliver syge af mad, er på grund af hvordan det er blevet behandlet der hjemme, hvordan det er lavet og om det er tilberedt ordentligt. For jeg tror hvis du går ned og spiser noget hakket oksekød, selvom det har ligget til 2 grader, så bliver du syg af det.

M: Vi har erfaret at et af problemerne indenfor madspild og måske en hindring for implementeringen af den nye lovændring er manglende viden omkring de her forskellige datomærkninger. Kunne du se at det var noget butikkerne kunne arbejde med, i forhold til videns deling til deres forbrugere.

R: Man skal huske at butikkerne har en hvis interesse i det her, i hvert fald økonomisk. Hvis jeg som butikschef skal stå og sælge dig som forbruger et produkt der har overskredet "mindst holdbar til", så har jeg jo en økonomisk interesse i det. Så du ville have en helt reel naturlig skepsis over, er det nu rigtig det han siger. Så jeg tror hvis der skal komme noget information, skal det komme fra de her interesse organisationer eller fra sundhedsmyndighederne. Hvor man kan sige, dem stoler vi bare lidt mere på. Når der kommer en lov, så er det selvfølgelig fordi at man har fundet ud af det er okay og der ikke er nogen der dør af det. Jeg har selv personligt svært ved at se hvilken madspilds effekt det har. Også fordi vi er ikke så dårlige til det i Danmark hvis man ser på en større skala. Så jeg tror ikke jeg kan stå og fortælle forbrugeren om det. Vi ser også rigtig mange forbrugere der ikke tillader at der bare er 3 dage til udløbs dato, så de dykker ned for at finde den vare der er lavet i går og hvis den ikke er der så spørger de om der ikke er noget ude bag ved som er lidt friskere, så de ville alligevel ikke vælge noget der var sat ned og slet ikke noget der har overskredet datoen. Jeg tror helt klart på det her med at man dykker ned i sin disponering, hvilket jeg syntes er den bedste måde at komme af med madspild på.

M: Eller gode tjenester i forhold til varmestuer som du nævnte.

R: Man kunne godt have en holdning om, det var dem der kom og købte det, dagen efter eller måske samme dag varen udløb. For i virkeligheden kunne du jo teste en pakke pålæg om den var okay, men kvaliteten som også er en væsentlig faktor bliver selvfølgelig forvrænget jo ældre varen er
Der sluttet af!

Question date (10/3-2014):

Kære Lise

Vi har fået din mail af Tania Bayer, der siger, at du muligvis kan hjælpe os.

Vi er 2 studerende fra Aalborg Universitet, hvor vi læser Integrated Food Studies. Vi er i gang med at skrive vores speciale omhandlende datomærkning af fødevarer, og den nye lovændring der kommer i december, hvor butikkerne har mulighed for, at sælge fødevarer, der har overskredet "mindst holdbar til".

Vi har lavet en undersøgelse, omkring forbrugerens viden om datomærkning, der viser at, de har en lille forståelse af de forskellige datomærkninger.

Derudover laver vi en aktør undersøgelse, der skal kortlægge hvordan b.la. producenter, butikker, og forbrugere vil tage i mod denne lovændring.

Af denne grund er vi meget interesserede i at interviewe Arla, for at høre jeres mening om denne lovændring, og hvilke positive og negative ting, I ser ved dette.

Vi har allerede lavet interviews med 3 forskellige aktører, men ønsker at snakke med producenter, og undersøge hvordan denne lovændring, vil påvirke dem.

Kunne du eller kender du en, der kunne være interesseret i, at medvirke i et interview omhandlende dette emne?

Vi ser frem til at høre fra dig
Venlig hilsen Camilla og Martin

Answer date (14/3-2014):

Hej Camilla,

Tak for jeres henvendelse. Det lyder som et spændende projekt, som I er i gang med. Jeg sidder med produkter med forholdsvis lang holdbarhed. Min kollega, Lars Henningsen, som sidder i kvalitetsafdelingen for friskvarer kan måske hjælpe med at formidle en kontakt.

Held og lykke med projektet.

Med Venlig Hilsen / Best Regards

Lise Kjeldgaard
Senior Quality Specialist
GCO Q-Customer Team

Arla Foods a.m.b.a.
Denmark
Sønderhøj 14

www.arla.com
www.facebook.com/ArlaFoods

Answer date(17/3-2014):

Hej Camilla og Martin.

Tak for jeres henvendelse og interesse i Arla Foods.

Hos Arla Foods mærker vi vores produkter med datomærkning med den generelle forudsætning at produkterne inden for deres holdbarheder lever op til vores høje forventninger og krav om friske produkter, god kvalitet og høj fødevareresikkerhed.

På nuværende tidspunkt har Arla ikke nogen officiel holdning til de nye regler for datomærkning af fødevarer. Som udgangspunkt er det datailhandlen som sidder med ansvaret for at de sælger deres produkter til forbrugerne indenfor de rammer som er defineret i regler omkring datomærkningen.

Med Venlig Hilsen / Best Regards

Lars Henningsen	Arla Foods amba
Senior QEHS-Engineer	Sønderhøj 46
QEHS and SC development	8260 Viby J
Consumer Denmark	Denmark



Question date(20/3-2014):

Kære Lars

Mange tak for dit svar. Vi har nogle få ekstra spørgsmål, som vi håber, at du kan svare på.

Kan du se nogle positive eller negative ting ved, at butikkerne kan sælge Arlas produkter, der har overskredet "mindst holdbar til", når den nye lovgivning træder i kraft? Her tænker vi f.eks. på jeres image eller økonomiske udfordringer.?

Mister Arla penge, når en vare bliver smidt ud i butikken, eller har butikkerne allerede betalt for denne?

Hilsen Martin og Camilla

Appendix 11

Interview by mail correspondence with Arla Foods

Answer date(21/3-2014):

Hej Camilla og Martin.

Som nævnt i min tidligere mail har Arla Foods ikke på nuværende tidspunkt nogen officiel holdning til de nye regler for datomærkning af fødevarer eller de umiddelbare konsekvenser afledt af de nye regler. Jeg kan ikke spekulere i positive eller negative forhold omkring detailhandlens eventuelle salg af produkter efter overskredet "MHT" da det vil blive min personlige holdninger og ikke generelle holdninger fra Arla Foods.

I forhold til spildmængder på baggrund af udløbne produkter kan der være forskellige aftaler og kontrakter for Arla Foods kunder samt forskelle fra marked til marked (forskellige lande). I udgangspunktet sælger vi som Arla Foods i det danske marked vores produkter til vores kunder og kunderne må derefter selv stå inde for spildmængder men der kan være undtagelser.

Med Venlig Hilsen / Best Regards

Lars Henningsen	Arla Foods amba
Senior QEHS-Engineer	Sønderhøj 46
QEHS and SC development	8260 Viby J
Consumer Denmark	Denmark

Theme 1: Datovarer

Question 1:

Hvordan arbejder I med datovarer?

1: Vi er meget opmærksom på ikke at få datovarer, så vi har en masse rutiner. Brød/kød/fisk/færdigretter gennemgår vi dagligt for datovarer, og ost/pålæg på faste dage 2 gange om ugen.

Der mærker vi den datokritiske vare ned med 25% eller 50% rabat alt efter mængde og datoudløb, og anbringer varen i en boks hvor vi samler alle vores datokritiske varer.

Vores tørvarer har også en fast salgsplads hvor de nedsatte datokritiske varer bliver solgt fra. Tørvarerne bliver ikke tjekket lige så ofte som de friske varer, men vi har stadig en fast plan for hvornår vi tjekker de enkelte afdelinger, så vi sikrer os at vi ikke pludselig har en masse for gamle varer. Eksempelvis bliver kiks/kager tjekket hver 2 måned, mens konserver kun er hver 6 måned.

Question 2:

Sælger I alle jeres datovarer?

2: Desværre sælger vi ikke alle vores datovarer. Det er ofte en svær vurdering når der bestilles varer hjem. Vi vil ikke have tomme hylder og heller ikke smide gamle varer ud.

Dog får vi solgt det meste af de varer vi sætter ned.

Question 3:

Hvilken respons får I fra forbrugerne, omkring salget af datovarer?

3: Vi får mest positiv respons fra kunderne, da de har mulighed for at købe varer billigt. Men generelt er det ikke noget de snakker så meget om.

Question 4:

Hvor vigtig mener du detailsektoren er for arbejdet med madspild?

4: Den er rigtig vigtig, da det er et af de områder hvor der bliver smidt mest mad ud og det derfor er her der kan gøres en stor forskel. Plus de er i tæt kontakt med en anden af de store 'madspilds-syndere', som er selve forbrugeren,

Question 5:

Har I nogle retningslinjer fra ledelsen i Coop omkring salg og opstilling af datovarer?

5: Vi har nogle budgetter for hvor meget vi max må smide ud, og kan vi ikke overholde dem, så forventer ledelsen at vi udarbejder nogle planer for hvordan vi får madspildet ned.

Ellers ingen retningslinjer udover at vi har nogle laminerede datovarer skilte, som det forventes at vi bruger.

Theme 2: EU lovændring

Question 1:

Hvilke tanker gør I jer, omkring denne lovændring?

Question 2:

Hvordan vil I forholde jer til denne lovændring

Question 3:

Har I fået nogle retningslinjer fra ledelsen i COOP om, hvordan I skal forholde jer, til denne lovændring?

1+2+3: Har godt hørt om den nye lovgivningsændring, men det er ikke noget vi er begyndt at tænke over

endnu. Der kommer formentlig også nogle retningslinjer fra ledelsen, når vi kommer det lidt nærmere.

Question 4:

Hvordan tror du, at denne lovændring vil blive modtaget af kunderne i Irma?

4: Tror det vil få en blandet modtagelse. Nogle kunder vil være super glade for at have endnu flere muligheder for at få en vare billigt.

Tror dog også at mange vil være skeptiske, da de forventer at Irma har så friske varer som muligt, og ikke vil have datovarer om så de fik dem gratis.

Question 5:

Tror du evt. lovændringer omhandlende datovarer kan have en positiv effekt i forhold til madspild?

5: Jeg er meget i tvivl. Man får måske sænket madspildet en smule, men tror ikke det bliver meget. Det kommer dog meget an på hvordan de forskellige supermarkeder og kæder vælger at gøre brug af lovændringen.

Kan sagtens forestille mig at Irma stadig vælger at sige, at når en dato på en vare er overskredet, så skal den smides ud.

Appendix 13

Interviewguide for focusgroup interview

NAVNE RUNDE

Hver enkelt deltager præsenterer sig selv.

SPILD I EGET HJEM:

(Vi ønsker at sætte deltagernes tanker i gang med generelle spørgsmål om deres egne vaner i køkkenet)

- Hvis I tænker tilbage på i går, hvad fik I så at spise?
- Tænkte I over hvor meget mad I smed ud under madlavningen, og kan I give nogle eksempler på hvad?
- Hvad gjorde I med det mad der var tilbage? Smed I det ud eller gemte I det
- Hvordan bruger I jeres restemad?

MADSPILD:

(Her vil vi gerne have deltagerne til at reflekterer over madspild i eget hjem og om de kan sætte det i et større perspektiv → Hvad har madspild af følger/konsekvenser)

- Når du hører ordet madspild, hvad forbinder du så med det?
- Tænker du over madspild, når du handler ind
- (Hvis deltagerne ikke nævner konsekvenser af madspild, skal vi selv bringe det op)

DATOVARER:

(Vi ønsker at undersøge deltagernes holdning til datovare, og hvilken betydning det evt. har for deres indkøb)

- Hvilken betydning af datomærkning på fødevarer, når du handler ind?
- Hvor tit køber du datovarer
- Stoler du på datomærkningerne på fødevarer?
(NOTE: Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?))
- Er der nogle fødevarergrupper, som du ikke ville købe, fordi de er tæt på udløbsdatoen?
NOTE: Her må der gerne uddybes og skabes en diskussion omkring årsager til dette.
(NOTE: Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?))

PAUSE! 10 MIN.

5 MIN. til at introducere sanse sessionen og uddele afkrydsningsskema

SANSER IFT. FØDEVARER:

(Her vil vi undersøge hvordan deltagerne interagerer med diverse fødevarer i forhold til brug af deres sanser, når de skal vurdere holdbarhed og kvalitet af en fødevare. Her vil vi gerne dykke ned i, hvad der ligger til grund for deltagernes valg)

Briefing til sanse session + briefing til første del "indkøb":

I denne del af interviewet, vil I blive stillet overfor nogle fødevarer.

I den første del, skal I lade som om, at I er i et supermarkedet, og står med de pågældende varer. I skal så bedømme, om I vil købe varen eller ej.

Som i et supermarked, har I ikke mulighed for at åbne varen.

I skal gøre dette individuelt, ved at afkrydse i skemaet under indkøb. I "hjemmet" boksen skal I ikke afkrydse endnu.

Har I nogle spørgsmål og forstår I det hele?

Briefing til anden del af sanse session "i hjemmet":

I denne del, skal I lade som om, at I finder denne varen i køleskabet, og I skal nu bedømme og beslutte, om I ville spise varen eller smide den ud.

Til forskel for supermarkedet, kan I derhjemme åbne varen, skære i varen eller hvad I ellers har lyst til.

Her skal I afkrydse i skemaet "i hjemmet".

Har I nogle spørgsmål og forstår I det hele?

Spørgsmål efter sanse session:

Indkøb:

- Er der nogle af disse varer, som I ikke ville købe med hjem? Hvorfor? Hvordan kom du frem til din beslutning?
- Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)

Spørgsmål efter sanse session:

I hjemmet:

- Er der nogle af disse varer, som I ikke ville spise og smide ud? Hvorfor? Hvordan kom du frem til din beslutning?
- Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)
- Tror I, at I ville gøre brug af jeres sanser derhjemme, på samme måde som I har gjort her?
- Stoler I på jeres egne sanser og dømmekraft?

LOVGIVNING:

(Vi beskriver kort hvad den nye lovgivning går ud på. Vi ønsker at høre deltagernes mening og holdning til denne lovændring, og om deltagerne vil købe varer, der har overskredet "mindst holdbar til")

- Hvad synes I om den nye lovgivning?
- Tror I, at denne lovændring, kan være med til at mindske madspildet i butikkerne?

Appendix 13

Interviewguide for focusgroup interview

- Hvad synes I om, at butikkerne selv må vælge, om de vil smide fødevaren ud eller om de vil sælge det?
- Tror I, at I vil købe flere datovarer, efter denne lovændring træder i kraft?

Appendix 14

Participant information for focusgroup interviews

Participant information for focusgroup interviews

Participant	Age	Zipcode	Marital status	Number of residents in household	Number of children at home	Student / Working / Unemployed
1	61	2880	Married	4	2	Working
2	65	2200	Married	2	0	Retired
3	22	2300	Single	1	0	Student
4	25	2450	In a relationship	1	0	Student
5	26	2300	Single	1	0	Student
6	27	2730	Single	3	1	Unemployed
7	26	2200	In a relationship	2	0	Student
8	27	2200	Single	1	0	Student
9	25	2300	In a relationship	2	0	Student
10	51	2750	Married	2	0	Working
11	48	2750	Married	2	0	Working
12	23	2300	In a relationship	1	0	Student
13	27	2200	Single	1	0	Student

**INTRODUKTION TIL FOKUSGRUPPEINTERVIEWET.
HVORDAN BLEV DE BUDT VELKOMMEN, OG HVILKEN INFORMATION GAV VI DEM.**

00:00 min. – 1:30 min.

Mange tak fordi I vil deltage i dette fokusgruppeinterview og hjælpe os med vores speciale
Vi læser her på Aalborg Universitet, hvor vi er ved at færdiggøre vores uddannelse i Integrated Food Studies.

For ikke at sige for meget, skriver vi overordnet om datomærkning af fødevarer og hvilken betydning, det kan have for madspild.

I vores interview er der hverken rigtige eller forkerte svar, vi ønsker blot at høre den generelle forbrugers mening om dette emne.

I vil blive stillet nogle spørgsmål, og jeres rolle bliver at svare ærligt på dem, og vi håber, at der herigennem kan blive lagt op til en gruppe diskussion.

Vi optager interviewet på film, men I er anonyme, da vi kun bruger det til analyse i forhold til vores opgave. Vi holder styr på tiden, og stiller de relevante spørgsmål.

Der vil være en pause om ca. 45 min., hvor I har mulighed for at komme på toilettet, og I kan få lidt ekstra at drikke og spise.

Har I nogle spørgsmål?

NAVNERUNDE – HVER ENKELT DELTAGER PRÆSENTERER SIG SELV MED FORNAVN

1:30 min. – 2:00 min.

1. EMNE: SPILD I EGET HJEM

Vi ønsker at sætte deltageres tanker i gang med generelle spørgsmål om deres egne vaner i køkkenet

2:00 min. – 7:10 min.

- *Hvis I tænker tilbage på i går, hvad fik I så at spise?*
- *Tænkte I over hvor meget mad I smed ud under madlavningen, og kan I give nogle eksempler på hvad?*
- *Hvad gjorde I med det mad der var tilbage? Smed I det ud eller gemte I det*
- *Hvordan bruger I jeres restemad?*

Da vi spurgte hvad deltagerne smed ud under madlavning, svarede de fleste gulerodsskræller, løg ender etc.

Når deltagerne blev spurgt om, hvad de normalt gjorde med restemad, svarede størstedelen, at det kom meget an på, hvor meget mad der var tilbage.

Deltagerne var enige om, at hvis maden først var på tallerknen, blev det ikke gemt.

En deltager svarede at alt blev gemt, det var lige meget hvad det var. Grunden til dette var, at deltageren ikke gad at lave mad, så det var nemmere at spise resterne. Deltageren sagde også, at hendes opdragelse kunne spille en rolle. Her blev alt gemt og frosset ned til andre dage.

Nogle af deltagerne lavede ofte mad til flere dage, hvor resterne blev frosset ned til andre dage. Der var også enighed om, at man godt kunne lave "nyt mad" ud af resterne. Enten til frokost eller aftensmad. Dog ville dette kun ske, hvis råvarerne ikke var blandet sammen på forhånd.

EMNE 2: MADSPILD

Her vil vi gerne have deltagerne til at reflekterer over madspild i eget hjem og om de kan sætte det i et større perspektiv → Hvad har madspild af følger/konsekvenser

7:10 min. – 8:45 min.

- *Når du hører ordet madspild, hvad forbinder du så med det?*
- *Tænker du over madspild, når du handler ind*
- *(Hvis deltagerne ikke nævner konsekvenser af madspild, skal vi selv bringe det op)*

Der var mange forskellige opfattelser til ordet madspild.

Den første deltager svarede hurtigt, at hun tænkte på supermarkederne, når hun hørte ordet madspild. Det behøver ikke kun at være hvad der bliver smidt ud derhjemme.

En anden deltager nævner, at hun syntes madspild er, når hun har købt en pose gulerødder, og hun ikke når at spise dem alle sammen, så hun skal smide 3 ud, fordi de er blevet for gamle.

Hun nævner hurtigt, at spildet måske kunne blive mindre, hvis fødevarerne der skulle smides ud, blev sat ned i pris, så folk på SU, kunne få noget billigere mad. Hvis hun alligevel skulle bruge det samme dag, ville hun med glæde købe det, hvis holdbarheden var kort.

En tredje deltager tænker meget over, andre mennesker i verden der ikke kan få mad, og vi selv smider containere efter containere ud med mad, der sagtens kunne spises.

Her kommer der en glidende overgang til Datovarer

EMNE 3: DATOVARER

Vi ønsker at undersøge deltagerens holdning til datovare, og hvilken betydning det evt. har for deres indkøb

8:45 min. – 22:45 min.

- *Hvilken betydning af datomærkning på fødevarer, når du handler ind?*
- *Hvor tit køber du datovarer*

Appendix 15

Focusgroup interview 28/1-2014

- Stoler du på datomærkningerne på fødevarer?
(NOTE: Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?))
- Er der nogle fødevarergrupper, som du **ikke** ville købe, fordi de er tæt på udløbsdatoen?
NOTE: Her må der gerne uddybes og skabes en diskussion omkring årsager til dette.
(NOTE: Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?))

En fjerde deltager nævner, at hans lokale supermarked har en afdeling med fødevarer, der er ved at overskride datoen. Jo ældre det er, jo billigere er det. Det gør han meget brug af. Han nævner, at mange måske kunne få den tanke med, at vente med at købe varen, til det er billigst. Det mister butikkerne penge på, siger han.

... Men det er ikke nok fødevarer de sætter ned i pris. Det er ikke alle spiselige fødevarer. Hvorfor ikke gøre det med alle varer, undre én af deltagerne sig.

Da vi spurgte om deltagerne tit køber datovarer svarere de lidt forskelligt;
.. Hvis det er der, ja. Hvis jeg skal bruge det på dagen, vil jeg hellere ha det billigt.
En anden siger, at hun slet ikke ser det i hendes lokale supermarked. Men det kan også være, at det er fordi hun ikke er bevidst om det.
En tredje, ville købe det mere hvis det var der, men hun oplever ikke så mange datovarer. Hun kan dog ikke se en grund til, ikke at købe disse varer.
En fjerde deltager køber kun datovarer, fordi han sparer så mange penge på det, at det ville være dumt for ham ikke at gøre det.

En deltager siger, at hun næsten aldrig kigger på datomærkningen. Kun hvis hun ved, at det skal kunne holde sig i længere tid
Vi spurgte deltagerne om de stolede på datomærkningen.
Her svarede alle sammen, at det gjorde de.
Én deltager svarede, at hun hængte sig meget i datoerne, og ikke stolede på sin egen dømmekraft og sanser. Hun forstår ikke alle datomærkninger og tjekker altid, hvor lang tid varen kan holde sig i køleskabet, inden hun køber den. Hun tørre ikke at spise det, hvis det er længere end det.

En anden deltager er meget mindre forsigtig. Hun bruger mere sine sanser, hvis det lugter og ser normalt ud spiser hun det. Selv hvis det har stået åben i 1 uge i køleskabet.
Resten af deltagerne er enige i dette.

Nogle deltager nævner at deres opfattelse og mening ikke nødvendigvis stammer hjemmefra, men at de er blevet påvirket udefra og hørt forskellige ting rundt omkring
Én nævner at hendes holdning måske skyldes, at hun ikke ved så meget om mad, og måske ikke interessere sig så meget for det. Derfor stoler hun på datomærkningen, fordi det står på pakken.
Snakken omkring madforgiftning kom også på banen. Flere nævnte at de aldrig var blevet syge af mad, så de tænkte ikke så meget over det.

En anden nævner, at hun er opdraget til, at smide varen ud, præcis når den udløber. Men jo ældre hun er blevet, jo mere viden har hun fået. Dette er med til at hun træffer nogle andre beslutninger

Appendix 15

Focusgroup interview 28/1-2014

Da vi spurgte om der var nogle fødevarergrupper som de aldrig ville købe, hvis de var tæt på udløbsdatoen, alle deltagerne fisk og skaldyr.

Da vi spurgte dem, om det var det samme med fisk på dåse, var der ingen der kiggede på datoen.

Ting der ikke er kommet i køleskabet bliver smidt ud.

Det kommer dog an på, hvilke fødevarer det er, og om det er tilberedt eller frisk

2-3 timer er maks. Ellers bliver det smidt ud.

2. del

EMNE 4: SANSER IFT. FØDEVARER:

Her vil vi undersøge hvordan deltagerne interagerer med diverse fødevarer i forhold til brug af deres sanser, når de skal vurdere holdbarhed og kvalitet af en fødevare. Her vil vi gerne dykke ned i, hvad der ligger til grund for deltagernes valg

00:00 min. - 26:00 min.

Indkøb

Deltagerne kiggede som det første på datomærkningen.

Frugt og grønt var der flere af deltagerne der trykkede på

Nogle af deltagerne var hurtige til at bedømme om de ville købe varen, mens andre brugte lang tid på at kigge på den enkelte fødevarer.

Hjemmet

Deltagerne går straks i gang med at åbne varerne og smage på de forskellige ting

En af deltagerne stoler ikke på sin egen dømmekraft, og er meget i tvivl med mange af fødevarerne.

Deltagerne bruger alle deres lugtesans, men kigger alle en ekstra gang på datomærkningen

Spørgsmål efter sanse session:

Indkøb:

- *Er der nogle af disse varer, som I ikke ville købe med hjem? Hvorfor? Hvordan kom du frem til din beslutning?*
- *Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)*

Pålæg ville deltagerne ikke købe med hjem, da de ikke kan nå at spise hele pakken. Hvis de vidste at de skulle spise den på samme dag, ville de ikke have noget i mod det.

Halvdelen af deltagerne ville ikke købe bananerne, da de var for mørke.

Én af deltagerne ville kun købe Egelund rugbrødet med hjem

En af deltagerne nævnte kødsaften i kødet – hvis der var meget kødsaft i pakkerne, ville han ikke købe pakken. Han kan ikke lide lugten af kødsaft.

Her siger en deltager at det måske er på grund af, at kyllingerne er proppet med saltvand.

I supermarkedet bruger deltagerne synet til at bedømme om en varer er god nok.

Også indpakningen kan spille en rolle i valget af fødevarer. Hvis det ser mere eksklusivt ud, kan det påvirke deltagerne positivt.

En deltager nævner også, at hun ikke ville købe bager rugbrødet kun af den grund, at der ikke var oplysninger på pakken såsom pris, næringsindhold og dato.

Appendix 15

Focusgroup interview 28/1-2014

En deltager nævner her, at for ham, er nok at røre ved rugbrødet. Hvis det mærkes frisk, ville han købe det – en forudsætning ville dog være, at han havde snakket med bageren.

Da vi spurgte om der var nogle produkter de kigge mere på end andre, da det kom til datomærkning, svarede deltagerne:

- ... Fisken og kyllingen
- Jeg kiggede på alle datoerne
- .. Jeg glemte mange gange faktisk at kigge på datoerne

Spørgsmål efter sanse session:

I hjemmet:

- *Er der nogle af disse varer, som I ikke ville spise og smide ud? Hvorfor? Hvordan kom du frem til din beslutning?*
- *Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)*
- *Tror I, at I ville gøre brug af jeres sanser derhjemme, på samme måde som I har gjort her?*
- *Stoler I på jeres egne sanser og dømmekraft?*

Da vi spurgte deltagerne om der var nogle fødevarer, som de ikke ville spise, svarede de bl.a:

- ... Den økologiske mælk. Den var sur
- ... Leverpostej. Den lugtede mærkeligt

Deltagerne brugte i hjemmet lugtesans og følesans, til at bedømme om varerne var gode.

Deltageren der kun ville købe Egelund rugbrødet ed hjem, var overrasket over hvor meget hun egentlig ville spise i hjemmet.

Én deltager sagde at hun ikke stolede på sine egne sanser og dømmekraft, mens de andre deltagere stolede på deres sanser og dømmekraft.

EMNE 5: LOVGIVNING

Vi beskriver kort hvad den nye lovgivning går ud på. Vi ønsker at høre deltagernes mening og holdning til denne lovændring, og om deltagerne vil købe varer, der har overskredet "mindst holdbar til"

26:00 min. -

- *Hvad synes I om den nye lovgivning?*
- *Tror I, at denne lovændring, kan være med til at mindske madspildet i butikkerne?*
- *Hvad synes I om, at butikkerne selv må vælge, om de vil smide fødevaren ud eller om de vil sælge det?*
- *Tror I, at I vil købe flere datovarer, efter denne lovændring træder i kraft?*

... Det er en god idé. Madspild er noget svineri.

.. Folk vil åbenbart gerne købe varerne, så de kan ikke se en grund til, at smide maden ud.

... Mindst holdbar til, er bare en smagsgaranti

Appendix 15

Focusgroup interview 28/1-2014

. Der bliver hurtig tvivl om, hvad de forskellige mærkninger betyder.
Én deltager kender nogenlunde forskellen på de forskellige mærkninger

... Jeg tror, at lovgivningen for svært ved at få sit positive gennembrud, da der stadig er mange, der smider mad ud, så snart det har overskredet datoen, så butikkerne skal blive bedre til at oplyse.

Nogle butikker er begyndt at have kølemontre, der sælger varer, der har overskredet datoen

... Oplysningsplakater kunne også være en god idé.

... Jeg kunne godt tænke mig at få oplyst omkring, hvor lang tid en fødevare egentlig kan holde sig efter "mindst holdbar til". Netop fordi, jeg ikke kan bruge mine sanser nede i supermarkedet, er det en god idé, at vide at kød f.eks. kan holde sig 2 dage, og andre ting kan måske holde sig længere.

... En kampagne fra Fødevarestyrelsen der viser noget visuelt kunne være godt.

... Supermarkederne kunne også have en kampagne

... Jeg ville gerne have noget tekst, som jeg kan læse op på. Det får jeg mere ud af

Da vi fortalte deltagerne, at det var op til hver enkelt butik, at beslutte sig for, om de ville sælge varerne eller smide dem ud, var der én der sagde, at hun så syntes, at det skulle være lovligt at skralde.

... En anden er helt uenig

... Hvad sker der så, hvis der er en kunde bliver syg af maden de har købt. Der er en stor problematik. Hvordan vil du holde styr på det.

Jeg kan godt forstå at nogle butikker ikke vil sælge dem, tænkt nu hvis en kunde blev syg.

Flere af deltagerne vil købe flere datovarer efter lovgivningen træder i kraft, men kun hvis det er billigere. "Det skal være så billigt, at det kan betale sig. Det skal være betydelig billigere"

... Det er lidt en "service", for dem der ikke har så meget.

Da vi spurgte om madspild kunne blive "trendy" og at hvis butikkerne gjorde noget for at oplyse om konsekvenserne af madspild, og de ville tænke over det...

... Hvis vi tager prisen bort, er der samfundsmæssig mere fokus på, at tage maden og give det til folk der ikke har så meget. Så fjerne man prisen helt væk og kun giver det væk.

... Prisen er én ting, etik er noget andet

.. Hvis vi tænker etiken ind i det her, så betyder det jo, at vi alle skal tage den mælk, der er tættest på holdbarhedsdatoen – og det er der ingen der gør.

Der er lang vej endnu, for vores holdning skal ændre sig

... Det er det samme med økologi. Det tog jo lang tid, for at nå det niveau vi har i dag.

Etikken træder nok mere i kraft, når man tænker på dyrevelfærd, da det er mere håndgribeligt.

Det er madspild ikke på samme måde – det er ikke levende. Det er et dødt ord.

... Det er hyklerisk at sige, at det er supermarkedernes skyld, at vi har madspild. Det er os som forbruger, der forventer at der altid er friske varer på hylderne, og gerne 10 forskellige slags af hver.

Appendix 15
Focusgroup interview 28/1-2014

... Hvem er det, der er den aktive i det her. Når du står nede i supermarkedet, så er det jo ikke mig, der er skyld i madspild. Jeg har jo netop ikke gjort noget. Det er svært at være aktiv. Man kan jo ikke købe alle de varer, der skal smides ud.

Farvekoder:

Rød: Spild i eget hjem

Grøn: Madspild

Blå: Datovarer

Lilla: Sansesession

Lysegrå: Lovgivning

Intro:

Deltagerne bliver kort oplyst om vores baggrund og rolle samt mening med interviewet. Deltagerne bliver oplyst om deres rolle i forløbet. (se bilag vedr. oplysning til deltagere i fokusgruppeinterview)

En af deltagerne er forsinket og bliver kort breifet inden start.

NAVNE RUNDE

Hver enkelt deltager præsenterer sig selv.

Navnerunden bliver sprunget over i det her tilfælde, der er dog navneskilt til stede.

SPILD I EGET HJEM (03:06 min.):

(Vi ønsker at sætte deltagernes tanker i gang med generelle spørgsmål om deres egne vaner i køkkenet)

- Hvis I tænker tilbage på i går, hvad fik I så at spise?(03:06)

Det er blandet i forhold til hvad de har at spise. Det er lige fra pizza, lasagne, sammenkogt ret, fiskedeller, rugbrød, hjemmelavet burger. Og en enkelt nævner madklub. De fleste nævner deres ret i forbindelse med hvilken aktivitet/situation de er i, i forbindelse med deres måltid. (alene hjemme, madklub, på arbejde)

- Tænkte I over hvor meget mad I smed ud under madlavningen, og kan I give nogle eksempler på hvad? (04:21)

En deltager nævner de ikke har smidt noget ud. En anden nævner kartoffelskræller, og ville gerne have afleveret dem til et sted der kunne bruge dem hvis der var sådan et system. Samme deltager nævner det er slående hvor meget skrald en enkelt husholdning smider ud hver dag og sætter det i perspektiv til emballage. Det er ikke alle deltagere der svare på dette spørgsmål.

- Hvad gjorde I med det mad der var tilbage? Smed I det ud eller gemte I det (06:48)

En af deltagerne nævner at de gemmer rester i topperware, hvor deres søn spiser det efter træning eller dagen efter. Andre deltagere nævner de med vilje laver mad til 2-3 dage. En deltager nævner grundet antal boende i husstanden (2) er det intet problem at spise alt op. En nævner der var noget broccoli der blev smidt ud da det havde været tilberedt og stået fremme, dog blev der gemt fiskedeller fra samme ret.

- Hvordan bruger I jeres restemad? (08:00)

En af deltagerne nævner næsten alle rester bliver gemt. En anden nævner maden bliver gemt men ofte bliver i køleskabet 2-3 dage og herefter bliver smidt ud. Der bliver også nævnt at rester kun bliver gemt hvis der er nok til en ret eller en portion, hvis ikke bliver det smidt ud. Udfordringen ligger i at finde på en ret hvor rester indgår uden det bliver for kedeligt og ikke er en gentagelse fra dagen før. Fødewarens art er også af betydning da ting som pasta og ris bliver set som billigt og er lettere at smide ud.

MADSPILD: (11:03 min.)

(Her vil vi gerne have deltagerne til at reflekterer over madspild i eget hjem og om de kan sætte det i et større perspektiv → Hvad har madspild af følger/konsekvenser)

- Når du hører ordet madspild, hvad forbinder du så med det?(11:03)

En af deltagerne nævner opvækst som baggrund for at det er moralsk/etisk forkert at smide mad ud. Det sidder på rygraden. Kommer fra forældre der levede i dårligere tider (11:15-11:40)

En af deltagerne nævner fødewarens pris som billig, man kan jo bare købe noget nyt, hvilket er årsag til udsmid.

(12:34)Der bliver nævnt datovarer i forbindelse med indkøb i Netto. Datovarer ligger blandet og sammen med ikke datovarer. Sammenligning af datovarer og "frisk" var årsag til valg af frisk.

(13:30) Der bliver snakket om præsentation af datovarer, hvor Kvikly bliver nævnt. Initiativet er godt men det bliver ikke præsenteret særlig godt, det er ikke særlig indbydende, da det virker rodet. Der er dog andre der er ligeglad.

Supermarkeds kæderne bliver nævnt i forhold til fyldte containere med mad = overflåds samfund. En af deltagerne nævner i forbindelse med det at personen er skralder. Og ofte ser mængden af udsmid fra butikkerne.

- Tænker du over madspild, når du handler ind

En af deltagerne nævner problemet ved køb af tomater samlet i en pakke, hvor hele pakken bliver smidt ud hvis bare en af tomaterne er dårlige.

En anden af deltagerne nævner udlandet (Tyskland) som eksempel på lande der sælger frugt og grønt i løsvægt.

Der nævnes en række eksempler på at sælge fødevarer i løsvægt.

- (Hvis deltagerne ikke nævner konsekvenser af madspild, skal vi selv bringe det op)

DATOVARER: (19:45 min.)

(Vi ønsker at undersøge deltagernes holdning til datovare, og hvilken betydning det evt. har for deres indkøb)

- Hvilken betydning af datomærkning på fødevarer, når du handler ind?

En af deltagerne nævner det har betydning for kø af friske vare og hvor kødskandalen fra super bets ligger til grund for at kigge endnu bedre efter

Der bliver også nævnt at vi næsten altid går efter de friskeste varer.

En af deltagerne nævner at deltageren isår kigge på datoer når der handles kød og brød.

- Hvor tit køber du datovarer (22:40)

En af deltagerne nævner det gøres ofte da de ikke fejler noget og jo kan ligges i fryseren. Grunden er det som regel er billigere.

En af deltagerne nævner man spare penge og hvis produktet har overskredet mindst holdbar til med et par dage gør det ikke så meget. Her er en anden af modsat retning og stoler på datoerne på produktet. Hvilken også sker i hjemmet de produkter der har overskredet bliver smidt ud.

En anden nævner baggrundsviden for fødevarer og holdbarhed som grundlag for valg om fødevaren kan spises.

- Stoler du på datomærkningerne på fødevarer?(28:15)
(NOTE: Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)

Det bliver man nødt til da der ikke er så meget andet at gå ud fra.

En nævner personen aldrig køber marinerede ting, da man har hørt at det må ompakkes.

Det stammer måske også fra historier fra slagterbranchen, hvor en række kødprodukter kommer fra andre kødprodukter

Meninger og holdninger stammer fra erfaringer. Hos nogle forældre.

"Den sunde skepsis kommer fra når det går galt"(32:22)

Det bliver stillet spørgsmål ved at det måske burde være obligatorisk i skolen at lære om fødevarer og omgang med fødevarer.

- Er der nogle fødevarergrupper, som du **ikke** ville købe, fordi de er tæt på udløbsdatoen?(25:46)
NOTE: Her må der gerne uddybes og skabes en diskussion omkring årsager til dette.
(NOTE: Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)

Hakket oksekød, fisk. Ferske varer er ofte noget ingen ville købe, hvis det har overskredet sidste anvendelses dato.

PAUSE! 10 MIN.

5 MIN. til at introducere sanses sessionen og uddele afkrydsningsskema

SANSER IFT. FØDEVARER:

(Her vil vi undersøge hvordan deltagerne interagerer med diverse fødevarer i forhold til brug af deres sanser, når de skal vurdere holdbarhed og kvalitet af en fødevare. Her vil vi gerne dykke ned i, hvad der ligger til grund for deltagernes valg)

Briefing til sanse session + briefing til første del "indkøb":

I denne del af interviewet, vil I blive stillet overfor nogle fødevarer.

I den første del, skal I lade som om, at I er i et supermarkedet, og står med de pågældende varer. I skal så bedømme, om I vil købe varen eller ej.

Som i et supermarkedet, har I ikke mulighed for at åbne varen.

I skal gøre dette individuelt, ved at afkrydse i skemaet under indkøb. I "hjemmet" boksen skal I ikke afkrydse endnu.

Har I nogle spørgsmål og forstår I det hele?

*Deltagerne kigger på varerne og er mest opmærksomme på datoerne.
Der bliver mest brugt synssansen og følesansen i forhold til avocadoen.*

Briefing til anden del af sanse session "i hjemmet":

I denne del, skal I lade som om, at I finder denne varer i køleskabet, og I skal nu bedømme og beslutte, om I ville spise varen eller smide den ud.

Til forskel for supermarkedet, kan I derhjemme åbne varen, skære i varen eller hvad I ellers har lyst til.

Her skal I afkrydse i skemaet "i hjemmet".

Har I nogle spørgsmål og forstår I det hele?

*Avocadoen bliver skåret op og nogle dufter til den og smager på den.
Bagerrugbrødet bliver skåret op
Leverpostejen bliver der duftet til
En af bananerne bliver også åbnet
Den konventionelle mælk bliver åbnet og hældt op og duftet til af en enkelt deltager.
Det er kun få af deltagerne der udnytter de kan gøre brug af flere af deres sanser.*

Spørgsmål efter sanse session:

Indkøb:

- Er der nogle af disse varer, som I ikke ville købe med hjem? Hvorfor? Hvordan kom du frem til din beslutning?

14.40:

De fleste ville ikke købe varerne da de var tæt på udløbsdatoen og der var for meget til at man kunne spise det på dagen. Dog kunne flere af deltagerne se mening i at købe noget af frugt/gørnt hvis det var nedsat.

17.29: *"Man skal bruge sin sunde fornuft, åbne smage og se på fødevaren og dufte til den"*
Dette kan dog ikke gøres i indkøbs situationen.

19.25: *"Det er svært at bruge sin sunde fornuft, for hvorfor skulle jeg være bedre til at vurdere om en vare var god end dem der sidder med fødevarer sikkerhed?" "Jeg stoler på mærkning frem for det jeg selv lige kan dufte"*

Der er enighed i at varer der nærmer sig dato skal være nedsat. For at kunne blive købt.

- Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)

Spørgsmål efter sanse session:

I hjemmet:

- Er der nogle af disse varer, som I ikke ville spise og smide ud? Hvorfor? Hvordan kom du frem til din beslutning?
- Spørg evt. om hvorfra denne mening/holdning kommer fra.
(Hvor har du tilegnet dig denne viden?)

Der er flere krydser ved nej ved indkøbssituationen end i hjemmet.

24.25: "Vi har glemt at bruge vores sunde fornuft"

- *25.05: Tror I, at I ville gøre brug af jeres sanser derhjemme, på samme måde som I har gjort her?*
- Stoler I på jeres egne sanser og dømmekraft?

28.13: Der er ændret syn på fødevarer i forhold til gamle dage. Eks. Mælk i gamle dagen var længere tid om at komme i butikkerne end nu.

Folk er mere forskrækket og får sarte "systemer"

I forhold til bager rugbrød stoler vi på at det er friskbagt selvom det måske slet ikke er det.

31.42: LOVGIVNING:

(Vi beskriver kort hvad den nye lovgivning går ud på. Vi ønsker at høre deltagernes mening og holdning til denne lovændring, og om deltagerne vil købe varer, der har overskredet "mindst holdbar til")

- Hvad synes I om den nye lovgivning?

Der er positiv holdning i forhold til til denne lov ændring, kunderne skal dog gøres opmærksomme på det.

- Tror I, at denne lovændring, kan være med til at mindske madspildet i butikkerne?

34.16: Det er op til forbrugeren og kræver oplysningsarbejde fra supermarkedernes side og regeringens side. Folk er meget hys omkring det, hvilket der er forskel på i andre lande.

35.39: " Vi er rimelige autoritetstro i Danmark, hvis fødevareministeriet siger det er godt nok, så tror vi på det er godt nok"

- 40.41 Hvad synes I om, at butikkerne selv må vælge, om de vil smide fødevarerne ud eller om de vil sælge det?

Hvis der er økonomisk gevinst, så ja.

Der ligger vel også en frygt fra supermarkedernes side i forhold til ry.

42.45: "De store firma har social ansvars bevidsthed, de vil gerne have et brand på sig, så hvis de kan bidrage til at få udnyttet ressourcerne bedre, så er det noget de kan markedsføre sig på"

- Tror I, at I vil købe flere datovarer, efter denne lovændring træder i kraft?

35.58: Der bliver tænkt på de dårligere stillet i samfundet, det kunne måske komme dem til gode

37.10 Det kræver en ændring af forbruger holdning, samtidig med mere kontrol arbejde i supermarkederne.

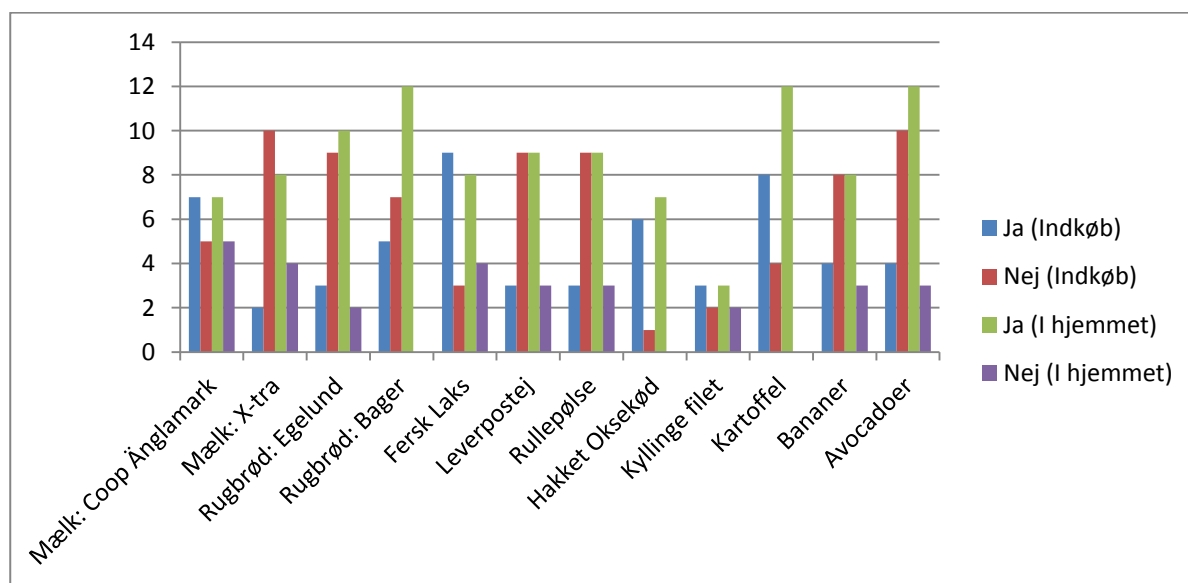
38.44 "Det er i den alm. befolknings bevidsthed, hvis det skal smides væk så kan det ikke være godt"

47.00: Vi er bagefter i Danmark oft. At få rester med hjem, hvilket man har kunne i USA, tyskland osv. i mange år.

Analysis of food schemes answers from focusgroup interview

	Indkøb Antal		I hjemmet Antal	
	Ja (Indkøb)	Nej (Indkøb)	Ja (I hjemmet)	Nej (I hjemmet)
Mælk: Coop Änglamark	7	5	7	5
Mælk: X-tra	2	10	8	4
Rugbrød: Egelund	3	9	10	2
Rugbrød: Bager	5	7	12	0
Fersk Laks	9	3	8	4
Leverpostej	3	9	9	3
Rullepølse	3	9	9	3
Hakket Oksekød	6	1	7	0
Kyllinge filet	3	2	3	2
Kartoffel	8	4	12	0
Bananer	4	8	8	3
Avocadoer	4	10	12	3

Figure 1: Distribution of responses



The participant tends to deselect the food products in the shopping situation (showed as; Nej, Indkøb), but was more willing to use the food products at home (Showed as; Ja, I hjemmet). There is a tendency showing that if the participants not are able to evaluate a food product using their senses, they trust the date label. This could be the reason for the higher rank of deselecting the food products, in the shopping situation.

Food items used in focusgroup interview

The different food items used in the focus group interview are displayed below, with a description of what kind of food item it is and what aspects of the food that is relevant to the focus group interviews.



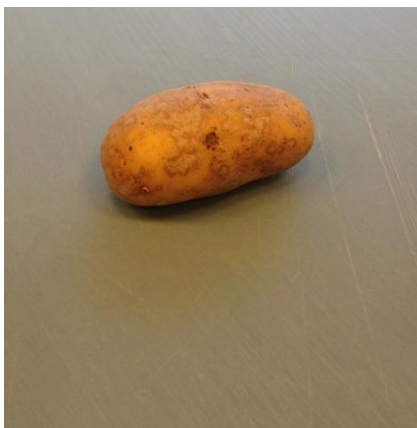
Bananas:

The bananas had a brown color and a softer texture, the smell of the bananas was also more intense. The purpose of these bananas was to investigate if the color, texture and smell of the bananas had an effect in relation to the consumer's choice of buying and/or eating the bananas.



Avocado:

The avocados had a very soft texture. The purpose of these avocados was if the texture of the avocado had an effect in relation to the consumer's choice of buying and/or eating the avocados.



Potato:

The potato had a rough surface in different colors, with some brown spots. The purpose of the potatoes was to see if these different aspects had an effect on the consumer choice of buying and/or eating the potatoes.

Appendix 18

Food items used in focus group interview



Rye bread (from the bakery):

The rye bread from the bakery was 2-3 days old when it was used in the focus group interviews. It did not contain any date labeling. The purpose of the rye bread was to see if the missing date label had an effect on the choice of buying and/or eating the rye bread.



Rye bread (conventional):

The rye bread contained a date label that was 2 days old, otherwise there were no other identifications of the bread was old. The purpose of this rye bread was to see if the expired date label could affect the consumer choice of buying and/or eating the rye bread.



Milk (Organic):

The milk expired the day after the focus group interview. The milk was 'made' sour, to investigate if the participants would use their senses or only look at the date label.



Milk (Conventional):

The milk had an expired 'mindst holdbar til' date. The milk was still fresh. The purpose of the expired milk was to investigate if the participants would use their senses or only look at the date label.

Appendix 18

Food items used in focus group interview



'Rullepølse':

The 'rullepølse' expired the day of the focus groups interviews. The 'rullepølse' was still fresh. The purpose was to investigate if the participants would use their senses or only look at the date label.



'Leverpostej':

The 'leverpostej' expired the day of the focus groups interviews. The 'leverpostej' was still fresh. The purpose was to investigate if the participants would use their senses or only look at the date label.



Minced meat:

The meat expired the day of the focus groups interviews. The purpose of the meat was to investigate if fresh meat, that expired the same day, was more likely to be thrown away.



Fresh chicken:

The chicken expired the day of the focus groups interviews. The purpose of the chicken was to investigate if fresh chicken, that expired the same day, was more likely to be thrown away.

Appendix 18

Food items used in focus group interview



Fresh salmon:

The salmon expired two days after the focus groups interviews. The salmon was done bad to investigate if the participants would use their senses or only look at the date label when deciding to buy and/or eat the salmon.

Appendix 19 a, b, c, d
Focus group interview recordings

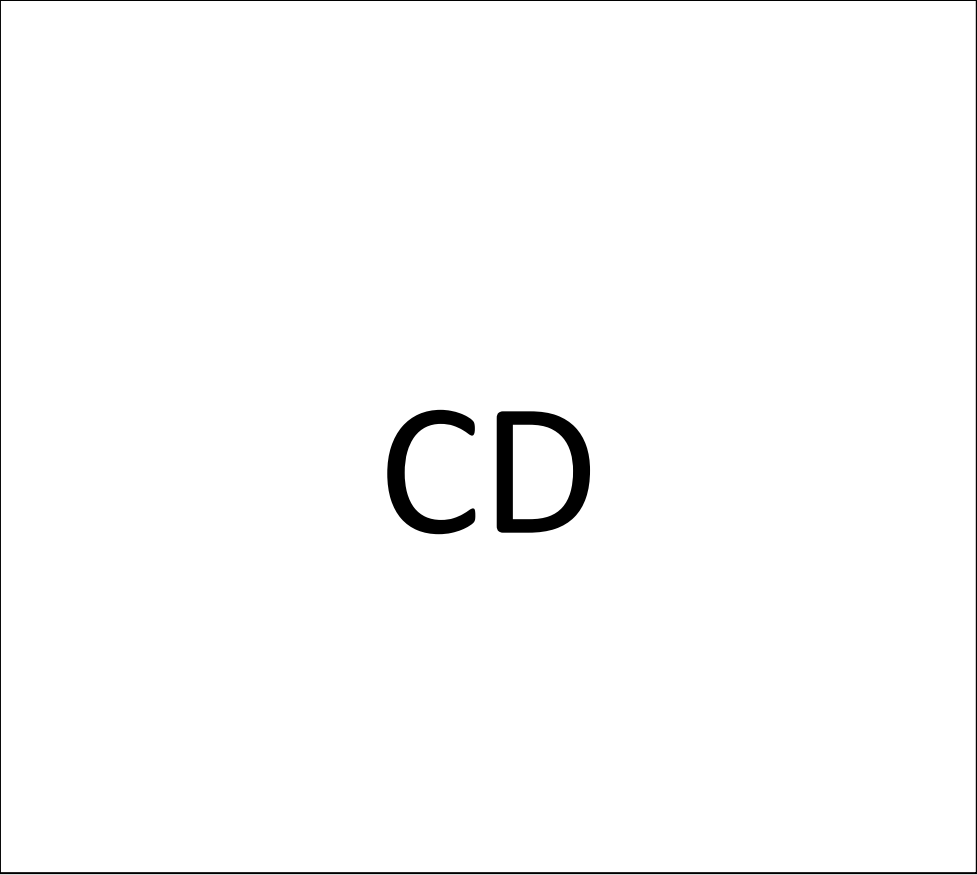
Recordings of the conducted focus group interview

Appendix 19 a: Focus group interview 28_01_2014 1. part

Appendix 19 b: Focus group interview 28_01_2014 2. part

Appendix 19 c: Focus group interview 29_01_2014 1. part

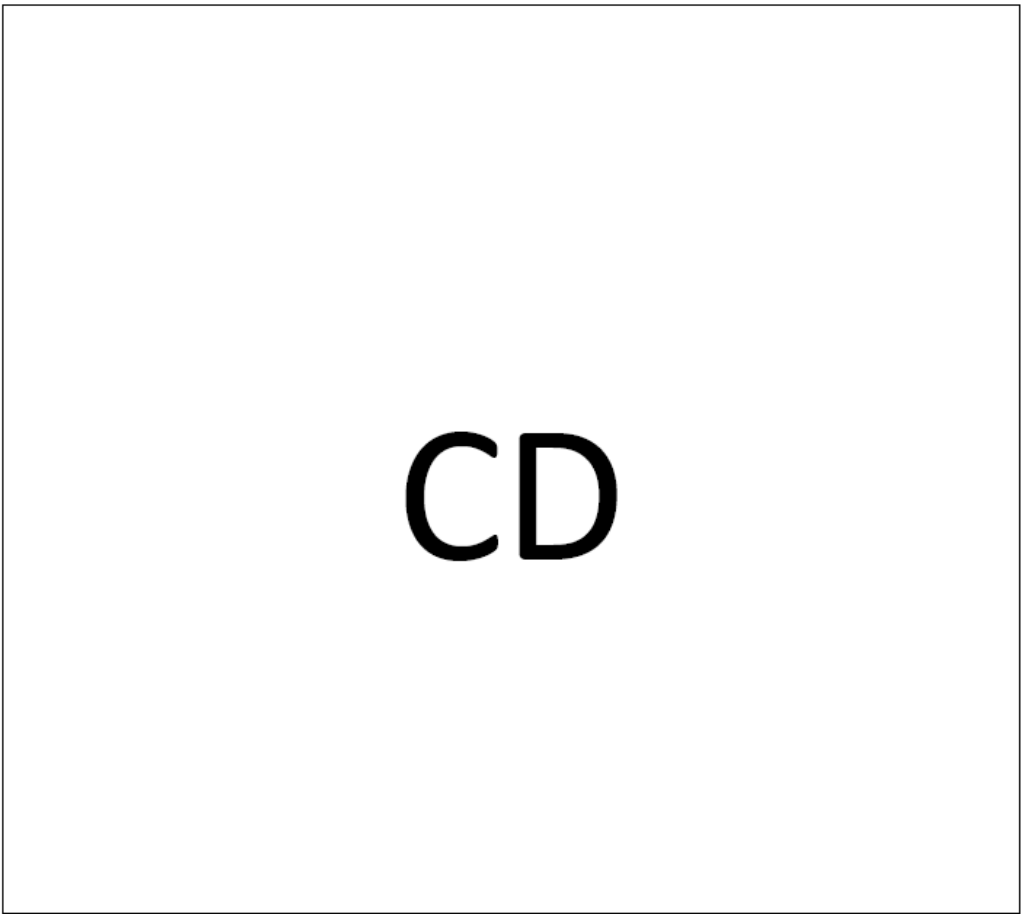
Appendix 19 d: Focus group interview 29_01_2014 2. part



CD

Digital version of the Master Thesis

PDF format:



CD