

## FødevarerBanken – fra madspild til måltid

FødevarerBanken er en socialøkonomisk virksomhed, der flytter overskudsfødevarer fra producenter og engros til socialt udsatte ud fra en vision om at bekæmpe madfattigdom og madspild. FødevarerBanken kører overskudsfødevarer ud til modtagerorganisationerne, der plukker varerne fra bilen.

FødevarerBanken startede sin første afdeling i København i 2008 og har siden åbnet en afdeling i Aarhus og senest en i Kolding. Ved opstart i Kolding har FødevarerBanken, ifølge driftschefen i Kolding Martin Brink, kunne nyde godt af de aftaler, som allerede var indgået mellem donorvirksomheder og afdelingerne i Aarhus og København: *"Erfaring fra de andre afdelinger, det har været, hvordan vi har bygget samarbejde op, og det har jeg helt klart nydt godt af, at vi trods alt har haft gode samarbejdspartnere. Der er flere, der bare har spurgt om, hvor den tredje leveringsadresse er, når de leverer noget til os."* Da virksomheden nu kan dække hele landet ud fra de tre afdelinger, er strategien ikke, at der skal åbnes flere afdelinger. Martin Brink fortæller: *"For at der bare er lidt mening med økonomien i en afdeling, så skal vi op at ligge på omkring de her 100-120 modtagersteder pr. sted, og for at vi kan det flere steder i landet, så er der faktisk ikke grundlag for flere afdelinger"*. Kolding blev valgt som tredje sted til en afdeling, blandt andet på grund af den korte afstand til Arlas lager i Christiansfeld, da Arla på forhånd var etableret som en stor donorvirksomhed, samt stor interesse fra Kolding Kommune og den geografiske beliggenhed.

På trods af, at FødevarerBanken har eksisteret i 10 år, arbejder de meget på kommunikation, på at få budskabet ud. Martin Brink fortæller, at en af udfordringen ved at starte op i en ny region er, at folk ikke kender virksomheden og ikke ved, hvordan det hele håndteres og administreres: *"Generelt får vi svært ved at komme i gang, hvis man ikke ved, hvordan vi håndterer fødevarerne. Hvis vi bliver sammenlignet med en lokal madhjælpsorganisation, som også gør det godt, men som håndterer varer i små mængder."* Ifølge Martin Brink kan donationer til lokale madhjælpsorganisationer være en belastning for donorvirksomhederne, da arbejdet, når det er i så små mængder, som de lokale organisationer kan tage, bliver for besværligt for virksomhederne, mens: *"Når folk kommer her og ser, hvor professionelle vi er, og kommer i gang med os og ved, hvad vi kan tage, så er det en aflastning for dem."* Martin Brink påpeger, at mange privatforbrugere ikke kender til, hvor stor en volumen fødevarersektoren håndterer.

Generelt arbejder FødevarerBanken med de samme produktkategorier, som man finder i et stort supermarked. Virksomheden har dog svært ved at skaffe produktgruppen kød, da kød modsat mejeriprodukter har flere bearbejdningsmuligheder, hvor man kan forlænge en dato osv., så spørgsmålet bliver ifølge Martin Brink: *"Hvornår er det så, at det er spild?"*. FødevarerBanken er derfor ikke så leveringsdygtige med kød, selvom det er et produkt, modtagerne efterspørger. Men, som Martin Brink påpeger, så lover FødevarerBanken ikke modtageren nogle specifikke varer, kun at de kommer ud på de faste ruter en gang ugentligt, og at maden lever op til producentens kvalitetskrav.

Når det gælder producentens kvalitetskrav, understreger Martin Brink: *"Det er ikke os, der skal tage beslutningen, om der er noget, der lever op til kvaliteten eller ej. Så fødevarer kvaliteten fralægger vi os alt ansvaret for."* FødevarerBanken laver derfor heller ikke

kontrol på fødevarerne, men for at sikre sporbarheden kontrollerer de, at man kan læse ingredienslisten.

### **Spild i fødevarerbranchen**

Martin Brink har været i fødevarerbranchen i over 10 år, så han ved, at det er svært at lave en stor produktion, uden at der er spild. Men netop virksomhedernes erkendelse af spild er, ifølge Martin Brink, den største udfordring. Virksomhederne vil ikke signalere, at de laver fejl, selvom fejl ikke kan undgås. Martin Brink påpeger, at erkendelsen af spild varierer fra branche til branche, at mejeribranchen generelt er gode til at erkende, at de har spild, mens andre brancher benægter det, når FødevarerBanken kontakter dem. Martin Brink har fået henvendelser fra medarbejdere, som vil samarbejde, da de får det dårligt over det spild, der er på deres arbejdsplads: *"Det er jo en fantastisk indgangsvinkel for os, også selvom det er anonymt, men vi kan sige: "Vi har hørt fra jeres medarbejdere, at I har spild, som kunne få værdi andre steder."*

Martin Brink fortæller, at FødevarerBanken ikke som sådan bruger begrebet cirkulær økonomi, men at de overordnet indgår i en cirkulær økonomi, da de kan bruges i virksomhedernes CO<sup>2</sup> regnskab, i deres CSR strategi, som kulturbærer og i kulturoppbygelse i virksomhederne, og ved: *"At man som medarbejder i en virksomhed kan sige: "Vi hjælper faktisk.""* Ifølge Martin Brink kan det også mærkes ud i regionerne, mange vil gerne hjælpe, når modtagerne er i deres eget lokalområde, så indsatsen kan bruges overfor medarbejdere og i den lokale politik. Dog påpeger Martin Brink, at det er en gråzone, og han kommer med eksempel på, at de modtager varer, der lever op til producentens kvalitetskrav, men som efter stikprøver er blevet afvist ude hos en detailkunde, og så i stedet for at pakke det om, sendes til FødevarerBanken.

### **Donorvirksomheder**

I kommunikationsarbejdet fra FødevarerBankens side er der et stort fokus på at få budskabet ud om, hvad donorvirksomhederne får ud af at være med. For som Martin Brink påpeger, vender flere af donorvirksomhederne tilbage og fortæller, at de kan se en intern effekt, at deres medarbejdere tager ejerskab, og at det kan ses på økonomien, da det ellers er dyrt at kassere ting. Det er også vigtigt for FødevarerBanken at virksomheder hører, at deres fejl ikke bliver synliggjort gennem FødevarerBanken, da de produkter FødevarerBanken modtager, bliver distribueret ud til over 200 modtagersteder om ugen. Eksempelvis vil 17 paller fejlproduceret brød nemt kunne fordeles ud, uden at nogen modtagersteder vil blive træt af det brød og derved forbinde producenten med noget negativt.

En af de samarbejdspartnere FødevarerBanken har haft næsten helt fra starten er Arla. Arla har længe arbejdet målrettet med at mindske spild i deres produktion og er nu nået til et punkt, hvor de er tilfredse med deres spildprocent. Da de internt ikke kan gøre meget mere for at mindske spild, ser de FødevarerBanken som en god samarbejdspartner. Det var derfor også Arlas lager i Christiansfeld, der var med-afgørende for placeringen af FødevarerBankens afdeling i Kolding. FødevarerBanken får ikke noget ud af logistikdelen fra donorvirksomhed til eget lager, forklarer Martin Brink.

Ifølge Martin Brink, er den ideelle donor-samarbejdspartner en virksomhed, der giver en nogenlunde fast levering, kommunikerer samarbejdet med FødevarerBanken ud, er til at stole på i forhold til madens friskhed og hurtigt melder ud, hvis der er fejl. Som eksempel på en god samarbejdspartner, nævner Martin Brink HP Frugt, der leverer 1-2 paller om ugen og gennem LinkedIn, hjemmeside og Facebook har fortalt om FødevarerBanken.

Ved opstart i Kolding gjorde FødevarerBanken forskellige tiltag for at tiltrække nye donorvirksomheder. Der blev arrangeret en konference med EasyFood, der fra starten af var interesseret i at få FødevarerBanken til regionen, med Esben Lunde Larsen, Nettos landechef Brian Seemann og divisionsdirektør i Arla Jens Madsen som oplægsholdere. Ved selve åbningen af afdelingen var der reception med folk fra blandt andet fonde i et professionelt set-up. Derudover var FødevarerBanken både i de lokale medier og ude at banke på hos virksomheder i regionen. Martin Brink understreger, at der indgås kontrakt med alle donorvirksomheder: *"Vi gør det så professionelt, som vi overhovedet kan, for det er det, der gerne afgør, om vi får samarbejdet."*

Det er, ifølge Martin Brink, en kombination af disse tiltag, der har virket. Men det har især givet god effekt i forhold til at få nye donorvirksomheder, at HP Frugt har skrevet om samarbejdet på egne medier: *"Når der er nogen, der ligesom tager ejerskab, og siger 'vi gør det her'. Og igen den her synlighed og accept af, at vi har spild, men vi gør også noget for at håndtere det."*

FødevarerBanken samarbejder både med små og store donorvirksomheder. I opstarten er der forskel på, hvor i koncernen det aftales, om det er en del af visionen sat af direktøren og så besluttet af niveauet under, eller om direktøren er med hele vejen igennem. Men i dagligdagen kan det, ifølge Martin Brink, mest ses på, hvem der står cc på mails, lokale folk fra de store virksomheder og folk på et højere niveau fra de små. Selve beslutningen om et samarbejde skal være en strategisk beslutning, der er godkendt hele vejen igennem. Men når forløbet er i gang, tages den daglige dialog forholdsvis langt nede i organisationen.

På grund af produkternes ofte korte holdbarhed, har FødevarerBanken en løbende dialog med mejerisegmentet. Som eksempel nævner Martin Brink Naturmælk, hvor aftalen er, at Naturmælk leverer ca. 200-250 kilo om ugen. I starten leverede Naturmælk de 200-250 kilo i mange enheder af samme varenummer, hvilket de 20 modtagersteder i nærheden ikke kunne aftage. FødevarerBanken måtte derfor ind og forklare deres projekt, at der gerne skal være en variation i de produkter, de modtager. Naturmælk påpegede, at lethedens forsvandt, ved at de skulle plukke og pakke og ikke bare kunne sende en palle, men gennem en intern udmelding om samarbejdet fik dem der skulle pakke en forståelse for projektet.

Ifølge Martin Brink er det forskelligt fra donorvirksomhed til donorvirksomhed, hvordan de reagerer på samarbejdet fra FødevarerBanken. Der er derfor en intern snak i FødevarerBanken om, hvordan de skal reagere på nye henvendelser, om de altid bare skal tage imod. Som Martin Brink påpeger, så duer det ikke, at det ender med at FødevarerBanken må smide maden ud, da de også betaler renovationstakst. Det er derfor en balancegang for FødevarerBanken mellem at kunne sammensætte en så attraktiv og varieret bil som muligt og selv ikke få for meget affald: *"I vores regnskab bliver vi nødt til at have affaldsdelen med, men vi skal tænke på, at hvis vi ikke var her, så var det på en eller anden måde blevet kasseret niveauet før os."*

Transportbranchen har vist sig som en god samarbejdspartner, som FødevarerBanken har stort gavn af. Martin Brink har blandt andet hørt om nye donorer med ad hoc donorvarer, hvor distributionspartneren kører det til FødevarerBankens lager billigere, fordi det netop er til FødevarerBanken.

Ifølge Martin Brink er der enkle virksomheder, der afviser FødevarerBanken med begrundelsen, at de ødelægger markedet. Men som Martin Brink påpeger, så hører de fra alle modtagersteder, at budgettet er så skrabet, at stederne ikke vil komme til at bruge mindre hos de andre leverandører, men i stedet købe bedre og mere varieret. Derudover påpeger Martin Brink, at det er det laveste sociale niveau, der får maden, og han fortæller om aftaler med detailbutikker, der mod donation af mad til modtagerstederne undgår at brugerne kommer forbi butikken. Man kan se, at efter disse aftaler er blevet indgået, er tyveriet faldet.

### **Tænke kreativt og afhjælpe madfattigdom**

Ved opstarten i Region Syd var det nemt at hverve modtagersteder, da afdelingen i Aarhus dækkede ned til Vejle, og mange af stederne har sammenhæng med andre der modtager. Modtagerstederne henvender sig, fordi de gerne vil bekæmpe madspild, samt tilbyde deres brugere en mere varieret kost. De skal betale 10.000 kroner om året, 200 kroner i ugen, i distributionsgebyr, hvilket man ellers ikke får mange fødevarer for. Alligevel er det mange penge hos modtagerstederne, da de ofte ikke har penge i budgettet til mad, men de prioriterer det, da manglende mad er en stor udfordring for deres gæster eller brugere. FødevarerBanken gør derfor, ifølge Martin Brink, alt hvad de kan, for at gøre det så let som muligt for modtagerstederne. Blandt andet er FødevarerBanken tilbagebetalt, så modtagerstederne kan lægge penge til side fra de besparelser, de får.

Ifølge Martin Brink er den gode modtager et sted, hvor man kan tænke kreativt i sin madplanlægning. FødevarerBanken kan være et supplement, men kan ikke garantere at levere præcis dét, stedet skal bruge. Så stedet skal være i stand til at tænke kreativt og justere indkøbsplanen. Martin Brink fortæller, at det eneste sted omkring Kolding, der har takket nej til konceptet, er et sted, der, på grund af mange donationer i forvejen, havde specifikke krav til, hvilke varer de ville modtage.

FødevarerBankens krav til modtagerstedet er, at fødevarer sikkerheden skal være i orden, og at det er et sted for socialt udsatte, hvilket vurderes fra gang til gang. For eksempel har de samarbejde med de afdelinger på ungdomsskolen i Kolding, hvor børn visiteres til. Her hjælper FødevarerBanken mod madfattigdom, ved blandt andet at lære børnene at spise ved et bord med andre. Men som Martin Brink påpeger, så er det altid gråzoner, og han nævner initiativet med morgenmadsclubber på skoler i ghettoområder, der kører som forsøgsordning på Lolland Falster og starter op i første kvartal af 2018 i Esbjerg. Disse morgenmadsclubber rammer måske også ressourcestærke børn, men ud fra et fokus på fælleskultur lukker FødevarerBanken ikke døren for dem. Martin Brink fortæller at morgenmadsordningen blev startet på FødevarerBankens initiativ, og at de har bilen på ruten, men at det praktiske styres af skolerne selv, enten af frivillige lærer eller af eleverne i de større årgange.

## Det grå guld

Ligesom med donorvirksomhederne sørger FødevarerBanken for at have kontrakter med modtagerstederne og de frivillige. De frivillige er den tredje del af virksomheden, Martin Brink fortæller: *"Der er tre ting, der skal vokse ens, men der er også tre vigtige dele i hele organisationen, det er: at vi har mad nok, at vi har modtagersteder, og at vi har frivillige."* De frivillige møder ind 8.15 i Kolding, pakker bilen og kører så ud til 5-7 modtagersteder med mad pr. tur. Der er pt. tre ruter i Kolding, og med plads til tre frivillige i bilen, skal afdelingen have ni frivillige, men der er, ifølge Martin Brink, heldigvis flere tilknyttet. Det er udfordrende for FødevarerBanken at skaffe frivillige, og der er i dag 50 frivillige i Aarhus og 70 i København. Stillingerne slår de op på frivilligjob.dk eller ude ved Rotary eller Lions Club, da FødevarerBanken rammer deres klientel, som Martin Brink beskriver som "det grå guld". Især tiltaler arbejdet som frivillig ved FødevarerBanken mænd. Mænd som ikke vil et frivilligt arbejde med de bløde værdier eller være så tæt på, som man er i et folkekøkken, men som gerne vil køre bil og løfte kasser. Gennem samarbejde med Jyske Bank får de frivillige sponsoreret deres tøj, og samtidig er FødevarerBanken tænkt ind i efterløns strategien for medarbejderne ved Jyske Bank.

## Fremtiden for FødevarerBanken

På trods af, at FødevarerBanken med deres tre afdelinger dækker landet, er de udfordret på bilen. For at bilen skal kunne køres af frivillige med almindeligt kørekort, er der begrænsninger på, hvor stor den må være, og hvad den må veje. Derfor overvejer FødevarerBanken at lave hubs rundt om i landet, hvor bilen kan fylde op på langtidsholdbare produkter, og så køre længere ud. En anden mulighed for FødevarerBanken er at få færre modtagersteder på ruten, men de 10.000 kroner, hvert modtagersted betaler, er et godt supplement for FødevarerBankens økonomi.

FødevarerBanken er i dag finansieret af fonde og meget projektorienteret, men som Martin Brink fortæller, er der en stor usikkerhed i det, da det på et tidspunkt vil være svært at finde nye projekter, og den daglige drift er meget svær at få fondet. Martin Brink tror på, at FødevarerBanken på længere sigt vil kunne finansieres af erhvervsamarbejde med for eksempel fragtbranchen ud fra det brand og den værdi, FødevarerBanken kan skabe ude ved samarbejdspartnere. Som eksempel nævner Martin Brink Calle og Jensens pålægschokolade, hvor man i dag donerer en krone til hospitalskloven, når man køber en pakke. Tilsvarende ordninger i samarbejde med FødevarerBanken vil give rigtig god mening, ifølge Martin Brink. I dag har FødevarerBanken et samarbejde med Netto, hvor man kan donere gennem pant, ved køb af vandflaske og gennem en julekortkampagne. Da FødevarerBanken er en socialøkonomisk virksomhed er ønsket på sigt at kunne være selv bærende i drift for deres 16 fuldtidsansatte.