

www.pwc.se

Matmissionen Effektutvärdering 2017

Sammanfattning

PwC har på uppdrag av Stockholms stadsmission genomfört en effektutvärdering av Matmissionens tre uppsatta delmål. De tre målen rör arbetsintegration, påverkan på medlemmarna och påverkan på klimatet. Arbetet har genomförts i nära samråd med representanter från Matmissionen, deltagare i arbetsintegration samt verksamhetens medlemmar.

Sammanfattningsvis visar utvärderingen att modellen för arbetsträning som används med handledare och yrkescoacher är mycket uppskattad bland deltagarna. Alla arbetstränande vi pratat med uppger att de är mycket nöjda med sin tid på Matmissionen. Efter sin arbetsträning upplever de flesta att de är närmare arbetsmarknaden än tidigare, dels på grund av nya färdigheter och kunskaper, dels på grund av att de fått en färsk erfarenhet på CV:t.

En majoritet av deltagarna svarar även att de utvecklats som personer under sin tid i arbetsträning, vilket märks på deras förmåga att hantera människor och stress. Detta har gjort att sju av åtta deltagare uppger att arbetsträningen har gjort dem mer motiverade att söka fler olika typer av jobb.

Effekten av Matmissionens verksamhet på medlemmarna är inte tydligt mätbar. Utvärderingen har inte kunnat påvisa några mätbara effekter av Matmissionens påverkan under perioden på medlemmarnas ekonomiska utrymme eller deras fysiska och

psykiska välmående. Däremot visar medlemmarnas fria svar och berättelser att de är mycket nöjda och tacksamma, och att medlemskapet har betydelse för dem och deras välmående.

Beräkningarna av klimatpåverkan från de livsmedel som genom Matmissionens verksamhet konsumeras istället för att slängas, visar att det minskade matsvinnet varje år motsvarar 539 ton koldioxid. Det är ungefär lika mycket som 358 personbilar släpper ut under ett års tid. Dessa beräkningar bygger på ett antal antaganden och förutsättningar som beskrivs i denna rapport.

Hur resultatet får användas

PwC ser positivt på att Matmissionen kommunicerar hur organisationen jobbar aktivt med problematiken kopplat till matsvinn, samt det totala klimatavtrycket som detta medför.

- PwC förbehåller sig rätten att dataunderlag och beräkningar per livsmedelskategori inte redogörs i detalj offentligt;
- Att studiens begränsningar och antaganden redogörs för om resultatet kommuniceras eller publiceras;
- Att enskilda livsmedelskategoriers klimatavtryck inte kommuniceras externt; samt
- Innan eventuellt innehåll från rapporten och underlag publiceras externt önskar vi ta del av det och ge förslag på eventuella justeringar.



PwC:s uppdrag

PwC har på uppdrag av Matmissionen genomfört en effektutvärdering av deras verksamhet. Syftet med arbetet har varit att utvärdera Matmissionens tre projektmål, vilka omfattar områdena arbetsintegration, medlemskap och miljöpåverkan.

Arbetsplatsträning

Delmål: Att skapa bra platser för arbetsintegration inom livsmedelshandel och transport för personer som har stått utanför arbetsmarknaden i en längre tid.

Utifrån detta delmål har Matmissionen önskat en utvärdering av den arbetstränandes (deltagarens):

- motivation att nå reguljära arbetsmarknaden eller påbörja utbildning efter avslutad arbetsträning eller pågående arbetsträning.
- upplevelse av förvärvade yrkeskompetenser efter avslutad arbetsträning eller pågående arbetsträning.
- upplevd förändring/personlig utveckling i relation till att närma sig arbetsmarknaden.

Medlemskap

Delmål: Att se till att personer som lever i en ekonomiskt utsatt situation uppnår stärkt egenmakt genom ökat ekonomiskt utrymme och förbättrat fysiskt och psykiskt välbefinnande genom ett medlemskap i Matmissionen.

Utifrån detta mål har Matmissionen önskat en kvalitativ granskning av medlemmars upplevda effekt av medlemskapet beträffande ekonomi samt fysiskt och psykiskt välbefinnande kopplat till medlemmens köp.

Klimatpåverkan

Delmål: Att minska matsvinnet och miljöpåverkan inom dagligvaruhandel och livsmedelsindustrin genom att ta hand om ätbar överskottsmat som på grund av felmärkning, kort bäst före-datum eller överkapacitet ej säljs i traditionella matbutiker.

Utifrån detta mål har Matmissionen önskat en utvärdering av koldioxid (CO₂) -effekten för det omhändertagna livsmedlet indelat på varugrupp samt det monetära värdet av CO₂-effekten. Vidare ska modeller som gör det möjligt för Matmissionen själv att beräkna CO₂ värdet av framtida omhändertagna livsmedel levereras. Beräkningsmodellen har levererats separat.

Matmissionen

Matmissionen driver idag två livsmedelsbutiker vilka gör det möjligt för människor som lever i ekonomisk utsatthet att handla mat till reducerat pris. Matmissionen ger också platser för arbetsträning, och verksamheten arbetar för att bidra till ett minskat matsvinn.

En social supermarket

Matmissionen är Nordens första sociala supermarket. Modellen är utvecklad i samarbete mellan Axfood och Stockholms Stadsmission, och konceptet finns i flera länder i centrala Europa. En social supermarket är en livsmedelsbutik som säljer funktionellt livsmedelssvinn till reducerat pris för medlemmar. Produkterna som säljs är sådana som annars hade slängts, som t ex kross, överproduktion eller produkter med kort datum. Personer som lever i en ekonomiskt utsatt situation kan ansöka om medlemskap i Matmissionen. Till skillnad från liknande koncept runt om i Europa är Matmissionen öppet för alla som vill handla i butiken, men enbart medlemmar får rabatt.

Butikerna erbjuder arbetsträningsplatser för personer som av olika skäl har stått utanför arbetsmarknaden en längre tid. Syftet är att individen, genom yrkescoaching och handledning, ska närma sig den reguljära arbetsmarknaden eller påbörja utbildning. Genom att arbetsträna i butiken får deltagaren kompetens inom kundservice, kassa, livsmedelshantering, varuplock och andra erfarenheter som behövs för att kunna jobba i livsmedelsbutik.

Vilka varor säljs i butikerna?

Sortimentet i butiken består av donerat livsmedelsöverskott – produkter med till exempel korta datum eller mindre förpackningsskador. Den stora majoriteten av varor kommer direkt från leverantörerna, som av olika skäl har gjort felaktiga prognoser och står med överskottslager. Dessa varor har oftast flera dagar eller veckor kvar innan bäst före datum.

Butiker

Butikerna finns idag i Veddesta köpcentrum och på Hägerstensåsen. Målet för Stockholms Stadsmission är öppna fler butiker i Stockholm samt att utveckla ett franchisekoncept, som gör det möjligt för andra organisationer att öppna butiker.

Matmissionen Hägersten

Bäckvägen 147, 129 33 Hägersten
08-6842 34 95

Matmissionen Veddesta

Veddestavägen 13, 175 62 Järfälla
08-6842 34 09

matmissionen@stadsmissonen.se

@Matmissionen på Facebook

Matmissionen

Arbetsträning

Många människor behöver någon gång i livet stöd eller anpassning i arbetsmiljön för att kunna utföra arbete. Det kan handla om att komma igång efter en tids arbetslöshet, sjukdom, rehabilitering eller att få hjälp att komma in på arbetsmarknaden som nyanländ i Sverige.

Projektmålet handlar om att skapa bra platser för arbetsträning, genom att erbjuda deltagande inom livsmedelshandel och transport för personer som har stått utanför arbetsmarknaden i en längre tid. En person som deltar i arbetsträning i Matmissionens verksamheter kallas deltagare.

För att nå uppsatt mål inom modellen för arbetsträning har varje deltagare nära tillgång till en yrkescoach och en handledare. Yrkescoachens ansvar är att lära ut praktiska kunskaper relevanta för arbetsplatsen. Handledaren ansvarar för att upprätta en personlig genomförandeplan för deltagarens utveckling och håller regelbundna uppföljningssamtal med deltagaren.

På Matmissionen utgår arbetet med arbetsträningen från Stockholms stadsmissions modell. Syftet/målet uttrycks som:

”Att människor med vårt stöd ska komma närmare den reguljära arbetsmarknaden eller påbörja utbildning. Vi vill bidra till människors utveckling och växande både på det yrkesmässiga och personliga planet. Vi vill också att

människors lust och intressen tas tillvara, och att försöka hjälpa var och en att få syn på sina färdigheter och tillgångar”

Året på Matmissionen

Under 2017* har 31 deltagare varit aktiva i arbetsträning inom de två mataffärerna. I affären i Veddesta har 19 deltagare arbetat och i Hägerstensbutiken, som är en mindre butik, har 12 deltagare varit aktiva sedan öppningen i mars.

Av dessa 31 deltagare är fortfarande 22 i arbetsträning inom Matmissionen. Två deltagare har fått reguljära arbeten, tre har valt att delta i arbetsträning i annan verksamhet, tre deltagare har börjat studera och en deltagare har själv valt att sluta.

**januari till och med juli*



Matmissionen

Medlemskap

Ett medlemskap ger rabatt som innebär att en betalar 1/3 av ordinarie pris. Köp med medlemspris är begränsat till 250 kronor i veckan (efter dragen rabatt). Därefter får man handla till Matmissionens ordinarie priser, vilka är betydligt lägre än i en ordinär mataffär. För att bli medlem krävs antingen att personen lever på försörjningsstöd, etableringsersättning, garantiersättning eller Migrationsverkets dag ersättning, *eller* att denne har sjukpenning, sjukersättning, A-kassa, pension, föräldrapenning, aktivitetsersättning, aktivitetsstöd eller lön som är mindre än 8 960 kr/månad efter skatt.

För att bli medlem ansöker man till Matmissionen. För att se vilka tider och lokaler som är aktuella kan man besöka deras hemsida. Medlemskapet gäller i båda butikerna, är giltigt i ett år och ska därefter förnyas. Om en person inte lever upp till de satta kriterierna men ändå känner behov av medlemskap kan det göras individuella prövningar i sociala verksamheter.

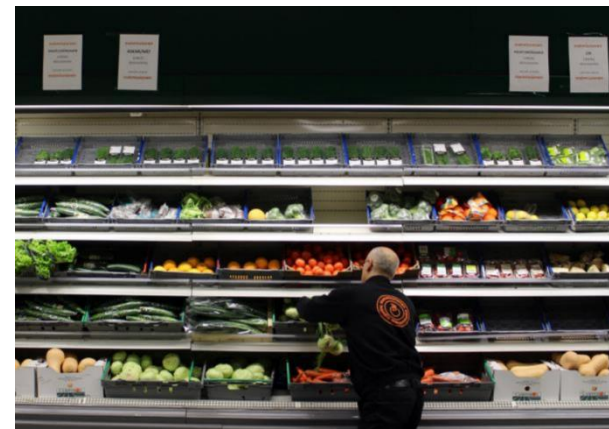
I oktober 2017 fanns ungefär 3000 medlemmar. Matmissionens egen sammanställning visar att ungefär 40 procent av dessa är barnfamiljer, 20 procent är ensamstående och sex procent är pensionärer.

Matsvinn och miljöpåverkan

Matmissionen ämnar minska matsvinnet inom dagligvaruhandel och livsmedelsindustrin genom att ta hand om ätbar

överskottsmat som på grund av felmärkning, kort bäst före-datum eller överkapacitet ej säljs i traditionella matbutiker.

FN:s livsmedel- och jordbruksorganisation, FAO, beräknade år 2011 att en tredjedel av världens årliga livsmedelsproduktion avsedd för mänsklig konsumtion istället blir svinn. Detta innebär inte bara en förlust för ekonomin och livsmedelsförsörjningen, utan svinnet innebär även en förlust i naturresurser som använts för att producera, processa, paketera, transportera och sälja livsmedel. Vidare står livsmedelsindustrin för en stor del av de globala klimatutsläppen. Det totala matsvinnet i världen är en betydande del av de globala klimatutsläppen, och rankas strax efter länderna Kina och USA som en av de största klimatbovarna.



<https://www.stadsmissionen.se/vad-vi-gor/matmissionen>

Global målsättning

- De globala hållbarhetsmålen, Agenda 2030

En ny agenda för hållbar utveckling antogs vid FN-toppmötet i New York september 2015. Världen har gått samman för att uppfylla 17 globala mål för hållbar utveckling fram till 2030. Flera av de mål som antogs har kopplingar till Matmissionens intentioner och projektmål, varav vi har valt att lyfta fram fyra.

Även om regeringarna bär det övergripande ansvaret för att uppnå målen, är både näringslivets och civilsamhällets agerande och engagemang nödvändigt för att uppnå målen.

Det minskade matsvinnet återfinns specifikt i delmål 12.3 genom skrivningen:

”Till 2030, halvera det globala matsvinnet per person i butik- och konsumentledet, och minska matsvinnet längs hela livsmedelskedjan, även förlusterna efter skörd.”



*Att skapa möjligheter för
människor att närma sig
arbetsmarknaden via
arbetsträning*

Metod

Att mäta effekten av arbetsträning

Intervjuer

Mätningen av efterfrågade projektmål har skett genom semistrukturerade intervjuer med ett urval personer i arbetsträning inom Matmissionen. De frågor som använts har tagits fram i nära samarbete med företrädare för Stadsmissionen och PwC:s forskare.

Denna intervju har genomförts två gånger med varje deltagare. Den första intervjun har gjorts så snart som möjligt efter att deltagaren påbörjade sin arbetsträning, och den andra har gjorts efter sex månader eller tidigare om deltagaren valt att lämna Matmissionen.

För uppdraget har åtta deltagare intervjuats. Dessa har valts av representanter från Matmissionen med hänsyn till att skapa en heterogenitet i den intervjuade gruppen.

Fyra deltagare har deltagit i modellen för arbetsträning inom ramen för en etableringsplan som ges till nyanlända som uppfyller Arbetsförmedlingens krav. En sådan placering syftar till att stödja nyanlända för att de så snabbt som möjligt lära sig svenska, komma i arbete och klara sin egen försörjning. Intervjuerna med denna grupp har gjorts med stöd av tolk.

De övriga fyra deltagarna har andra anledningar till sin arbetsträning i Matmissionens verksamhet.

Delmål

Matmissionen har formulerat tre mål för arbetet med arbetsträningsmodellen. De tre målen är att öka eller förbättra deltagarens:

- motivation att nå den reguljära arbetsmarknaden, eller påbörja utbildning efter avslutad eller pågående arbetsträning.
- upplevelse av förvärvade yrkeskompetenser efter avslutad eller pågående arbetsträning.
- upplevda förändring/personliga utveckling i relation till att närma sig arbetsmarknaden.





Åtta av åtta

intervjuade deltagare svarar vid uppföljande intervju att de är mycket nöjda med sin arbetsträning på Matmissionen

Resultat

Motivation och personlig utveckling

Vid samtal under/efter genomförd arbetsträningsperiod lyfter samtliga intervjuade fram att de tycker att Matmissionens (och Stockholms stadsmissions) modell för arbetsträning har fungerat mycket väl. De berättar att de känner sig sedda, upplever ett starkt stöd och en trygghet i arbetsplatsens förmåga och vana att anpassa sig.

Rutiner

En stor del av de intervjuade lyfter värdet av att få rutiner, utan att dessa kopplas till negativ stress. Detta rör framförallt de deltagare som kommer från en annan bakgrund än etableringen till Matmissionen, där samtliga fyra lyfter rutiner som mycket viktigt för deras utveckling. Flera deltagare har under sin tid på Matmissionen inlett med en lägre arbetstid för att succesivt kunna trappa upp i takt med att deras förmåga har ökat. Rutinen skapar en känsla av trygghet och sammanhang och flera berättar även att det gör att de sover och äter bättre. Arbetsträningen hjälper dem att få bättre ordning på sina liv. Dessa positiva bieffekter gör att flera av de intervjuade uppger att det känns enklare att skriva arbetsansökningar och liknande på sin fritid.

Stöd från handledare och personal

Handledarna och yrkescoacherna på Matmissionen är aktiva i deltagarnas utbildnings- eller arbetssökande. Flera av de intervjuade som efter deltagande på Matmissionen gått vidare till arbete eller studier har gjort det tack vare tips eller stöd från

personal. Stödet, tipsen och hjälpen har samtliga deltagande lyft som otroligt värdefullt för deras fortsatta motivation att etablera sig på den reguljära arbetsmarknaden.

Erfarenheter

Att ha en färsk erfarenhet på sitt CV skapar ett upplevt värde för deltagarna att luta sig mot i sitt arbetssökande. Av intervjuer framkommer att det skapar en trygghet i arbetssökandet att de har en färsk erfarenhet, och ett aktuellt arbetsgivarintyg att visa upp.

Av genomförda intervjuer framkommer även att de inspireras av varandra, och att det skapas en trygg och positiv miljö av att vara kring andra i arbetsträning. Fem av åtta deltagare lyfter just att de är flera deltagare som en av Matmissionens styrkor som arbetsplats.

Sex av

åtta

intervjuade deltagare svarade att tiden på Matmissionen gjorde dem mer motiverade att söka fler typer av jobb

Resultat

Motivation och personlig utveckling

Stresshantering och sociala förmågor

Matmissionen som arbetsplats erbjuder en blandning av arbete i kassa, i butiken, i transport och på lagret. Fyra av deltagarna i utvärderingen berättar att de inledningsvis upplevde det mycket jobbigt att befinna sig i kassan eller ute i butiken, då det stundvis är ett mycket högt tempo, stressig miljö och många frågor från kunder. Vid de uppföljande intervjuerna uppgav tre av dem att detta inte alls upplevdes lika problematiskt längre, även om en av de intervjuade deltagarna lyfte att de fortfarande tycker att det känns jobbigt med stressen precis vid öppning av affären, då trycket är mycket högt jämfört med övrig tid. En deltagare valde att bryta sin praktik på Matmissionen till förmån för en arbetsplats med ett jämnare och lugnare tempo.

De som uppgav att de inte längre upplever morgonstressen som problematisk uttrycker att de funnit en ny trygghet i att befinna sig i mer stressiga miljöer och att de inte längre skräms av att butiken fylls med folk. Det är en aspekt som de uppger sig vara mycket stolta över, och de berättar att detta motiverar dem att i framtiden kunna ta eller söka nya utmaningar. Ytterligare fyra deltagare har i samtal tagit upp det sociala som en del av deras personliga utveckling under sin tid på Matmissionen. Denna nya trygghet och ökade självförtroende i sin yrkesroll innebär att deltagarna nu är motiverade att söka arbeten eller utbildningar som de tidigare trodde de inte skulle klara, och har gjort att de utvecklats som individer.

Flexibilitet

Fyra deltagare lyfter att handledarnas flexibilitet är betydelsefull för de framsteg som de gjort under perioden. De berättar att de i dialog med handledare har kunnat ändra arbetsuppgifter och schema för att finna en form som skapar utveckling. Exempelvis berättar två deltagare att de kunnat påverka sin arbetsfördelning till mer kassatid, vilket de uppskattar.

Sju av

åtta

intervjuade deltagare svarade att de fått ett ökat självförtroende under sin tid på Matmissionen

Resultat

Förvärvade yrkeskompetenser

Att arbeta i en affär, där arbetet på ett konkret sätt går att följa från ax till limpa, är uppskattat av deltagarna, och tre har specifikt berättat att de uppskattar att få arbeta i hela kedjan från leverans till kassa. Det skapar en bättre förståelse för arbetet och en bättre kunskap om vad kollegorna gör. En lyfter specifikt att detta är bra för att det gör det enklare att hjälpas åt.

Kassaerfarenhet

Att få möjligheter att lära sig hantera en kassa och få kassavana är en erfarenhet som sju av åtta deltagare lyfter som värdefull för deras framtida arbetsliv och möjlighet att få jobb. Fyra av deltagarna uppger att det för de jobben de är intresserade av är en fördel med erfarenhet av kassaarbete. Övriga tre är inte i första hand intresserade av dessa typer av jobb, men ser ändå värde i erfarenheten och kunskapen.

Service och kundbemötande

Flera av deltagarna uppgav vid de inledande intervjuerna att de var obekväma bland stora mängder folk, att de blev osäkra kring främlingar och att de hade mycket svårt att hantera deras frågor och blev stressade om de inte kunde svaren. Den utmaningen är det sedan flera som vid efterintervjuerna inte längre känner igen sig i. De berättar att tiden på Matmissionen har lärt dem mycket om människor och hur de kan hantera olika typer av situationer som involverar kunder eller kollegor.

Språk och kultur

Fyra av deltagarna i utvärderingen har haft som huvudsyfte med sitt deltagande att lära sig det svenska språket och den svenska kulturen, för att få bättre förutsättningar att kunna etablera sig på den reguljära arbetsmarknaden. Samtliga fyra lyfter i efterintervjun att de är mycket nöjda med hur Matmissionen arbetat med dem och deras språkträning. Dock poängterar två av dem att det är en utmaning på affären i Veddesta eftersom en majoritet av kunderna hellre talar arabiska eller andra stora språk. Handledare och yrkescoacher arbetar förutom med en pedagogisk utlärnning under arbetstid även med riktad språkträning i enrum.

Samtliga fyra deltagare inom etableringsprogrammet uppger att de lärt sig bättre svenska under sitt deltagande på Matmissionen än de gjorde tidigare under exempelvis skolundervisning.

**Åtta av
åtta** intervjuade deltagare uppger
att arbete i en mataffär är en
värdefull erfarenhet

Att skapa ett ökat ekonomiskt utrymme och välbefinnande för medlemmarna

Metod

Att mäta ökat ekonomiskt utrymme och välbefinnande

Intervjuade medlemmar

Mätningen av efterfrågade projektmål har skett genom strukturerade telefonintervjuer med medlemmar över tid. Medlemmarna rekryterades under ett tillfälle i mars 2017, i samband med att de ansökte om och beviljades medlemskap. Tolv personer rekryterades till undersökningen. Flera av de rekryterade var dock sedan tidigare kunder hos Matmissionen, men inte som medlemmar. Dessa har sedan dess blivit uppringda av PwC månadsvis under sex månader. Vid intervjutillfällena har samma intervjuguide används, för att kunna följa medlemmarnas upplevda utveckling.

Av de tolv medlemmarna som ville delta i utvärderingen var det åtta medlemmar som följde utvärderingen under hela perioden. Fyra medlemmar valde av olika anledningar att inte längre delta, och syns därför inte i redovisade resultat.

Intervjuguide

Frågorna har rört de två definierade huvudområdena inom egenmakt, ökat ekonomiskt utrymme samt förbättrat fysiskt och psykiskt välbefinnande. Samtliga frågor har ställts som påståenden med sex olika svarsalternativ:

Ja, alltid
Ja, ofta
Ibland
Nej, sällan
Nej, aldrig
Vet inte / Vill ej svara

Använda frågor har tagits fram i nära samarbete med verksamheten och PwC:s forskare. Varje medlem har även haft möjlighet att lämna kommentarer och fria svar. Vid den sista intervjun i september ställdes även ett antal mer öppna frågor.

”Det är jättejobbigt och stressande att inte ha pengar till mat, så det är klart att Matmissionen hjälper!”
Intervjuad medlem nr 11, maj 2017.

Resultat

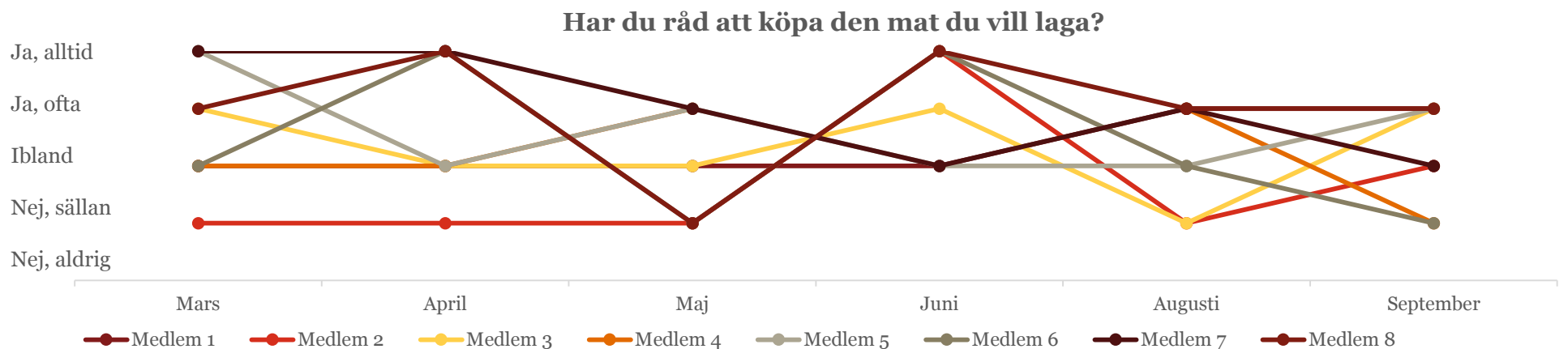
Ökat ekonomiskt utrymme

Som en del i genomförd undersökning ställde vi frågan om medlemmarna upplevde att de hade råd att köpa den mat de vill laga och är sugna på. Av angivna svar på denna standardiserade fråga kan ingen direkt trend utläsas. En förklaring finns i de fria svaren i undersökningen, där två medlemmar har angett att Matmissionen i dagsläget inte har ett tillräckligt utbud för att medlemmarna alltid ska kunna köpa just den mat de är sugna på att laga. Detta beror på att Matmissionens utbud är donerat. Genom att handla vissa varor på Matmissionen frigörs dock ekonomiska resurser för medlemmarna att handla en dyrare vara i en annan affär för att laga den mat man vill. Två medlemmar har påpekat i frisvaren att de brukar komplettera med varor från en annan affär.

Svaren på frågan kring om medlemmen har råd att betala för fritid, som att gå på bio eller åka på utflykt eller liknande, har gett mycket skilda svar, med förhållandevis lite förändring för respektive medlem under perioden. Det är endast fyra av nio medlemmar som under perioden uppgivit att de oftare än ibland (alltid, ofta) har råd att betala för fritidsaktiviteter.

”Tidigare kunde jag vara utan mat en vecka, men med Matmissionen är det inte så, jag kan alltid sno ihop något hemma.”

Intervjuad medlem nr 4, april 2017



Resultat

Fysiskt och psykiskt välbefinnande

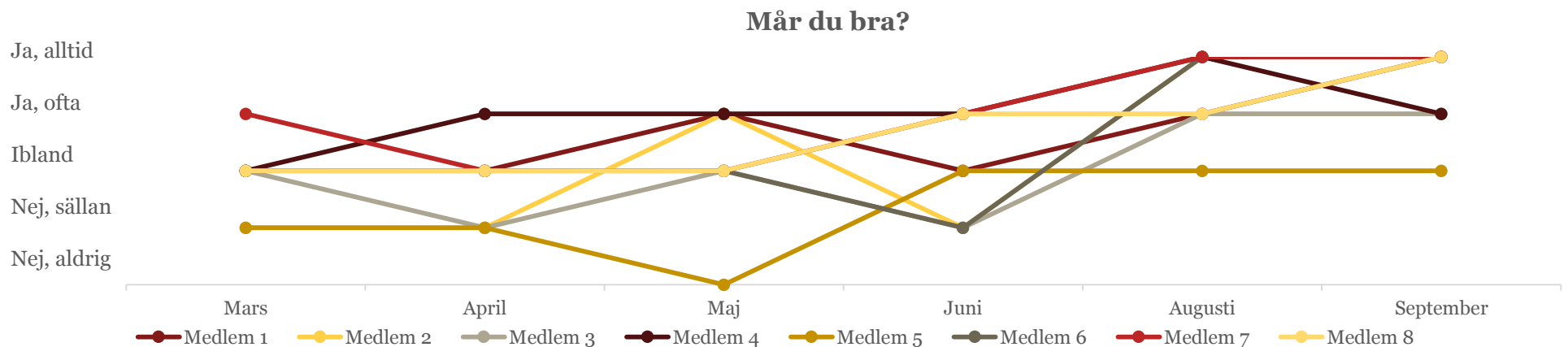
Resultaten av varje intervjus inledande fråga *mår du bra?* visar att svaren på frågan tenderar att bli mer positivt från mars till september. Av de tillfrågade medlemmarna anger en stor del att de mått bättre under sommarens sista månader än vid utvärderingens start. Däremot har inte samma trend kunnat visas vid övriga frågor (se bilaga 1) om medlemmens välbefinnande som om denne kan sova, om denne har ont i huvudet eller om denne kan koncentrera sig.

En generell iakttagelse för svaren på frågorna kring den upplevda fysiska och psykiska hälsan (se bilaga 1 för redogörelse) är att flera svarande tenderade att svara mer positivt under första intervjutillfället än under de följande. Detta kan bero på att ansökan om ett medlemskap upplevs som en konstruktiv och hoppfull handling vilket påverkar måendet.

De angivna svaren i enkätdelen av intervjun visar inte på någon tydlig utveckling över perioden för frågorna kring fysiskt eller psykiskt välbefinnande. Däremot är de fria svaren generösa med beröm rörande det ökade psykiska välbefinnandet, och flera medlemmar har vid flertalet tillfällen påpekat den minskade stressen runt mat som de upplever.

”De hjälper mig i stressen över ekonomin. Man behöver inte tänka på priset så mycket, det är en frihetskänsla att kunna välja.”

Intervjuad medlem nr 8, Augusti 2017



Resultat

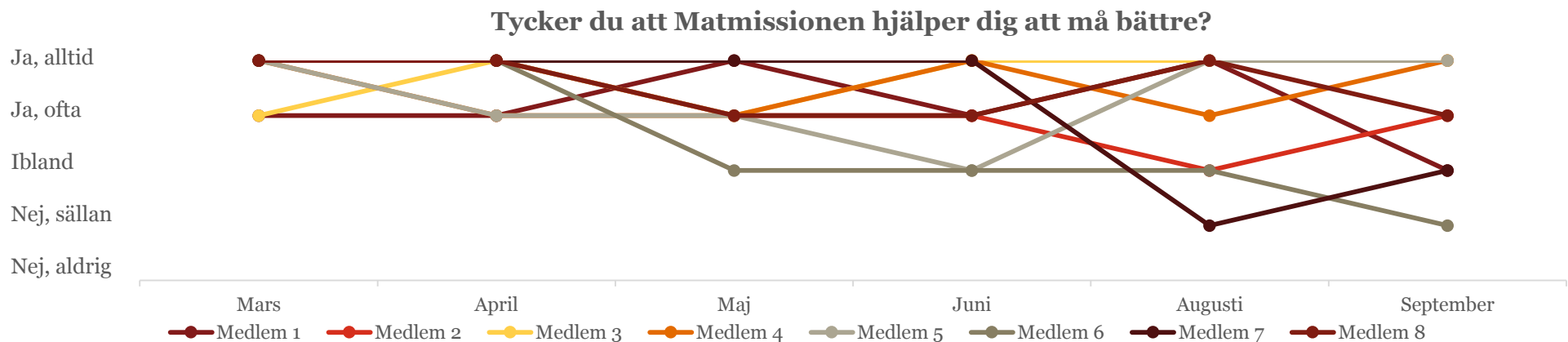
Fysiskt och psykiskt välbefinnande

De två inledande månaderna svarade samtliga intervjuade medlemmar att Matmissionen alltid eller ofta hjälpte dem att må bättre. Trenden är stark kring de positiva svaren, och även resterande månader uppger de intervjuade medlemmarna generellt att de instämmer med påståendet. Vi noterar exempelvis att samtliga medlemmar vid minst ett tillfälle har svarat *Ja, alltid* på det aktuella påståendet.

För sommarens avslutande månader har dock allt fler medlemmar angett mindre positiva svar. Detta beror enligt fritextsvar delvis på att ett antal medlemmar uppger att de inte handlar i samma utsträckning på Matmissionen längre. Anledningarna skiljer sig, från missnöje med utbud till att de inte längre fysiskt kan ta sig till affären, och även på värdet av ”nyhetens behag”.

”Matmissionen har hjälpt mig att köpa sådant som jag inte hade råd med innan. Förut betalade jag mycket för maten, nu är det jättestor skillnad.”
Intervjuad medlem nr 1, april 2017

”Matmissionen har hjälpt mig, mycket! Det är en trevlig utmaning att göra något kul av maten som finns där.”
Intervjuad medlem nr 7, september 2017



*Att minska matsvinnet
och klimatpåverkan inom
dagligvaruhandel och
livsmedelsindustrin*

Bakgrund

Matsvinn och klimatutsläpp från livsmedel - nationellt

Matsvinn i Sverige är 3 % av klimatutsläppen

Enligt Naturvårdsverket står den svenska livsmedelshanteringen för cirka 20-25 procent av Sveriges totala klimatpåverkan. Vidare visar en kartläggning av mängden matavfall i Sverige 2014 att det uppkommer ungefär 1,3 miljoner ton matavfall per år. Handeln står för en förhållandevis liten del av svinnet i livsmedelskedjan, som uppskattas till 125 000 ton mat varje år enligt en studie gjord av SLU 2013.

Produktionen av den totala mängden mat som slängs varje år motsvarar utsläpp på omkring 2 miljoner ton koldioxid. Det motsvarar i sin tur cirka 3 procent av de totala utsläppen av växthusgaser i Sverige.

Regeringen har gett Livsmedelsverket i uppdrag att i samarbete med Naturvårdsverket och Jordbruksverket arbeta för ett minskat matsvinn. Samverkansgruppen för minskat matavfall, SaMMA, har uppdraget och det sträcker sig över tre år, 2017- 2019.

Regeringsuppdraget om minskat matsvinn är en del av Livsmedelsstrategin. Myndigheterna ska jobba tillsammans för att minska matsvinnet i hela livsmedelskedjan. Det innebär åtgärder hela vägen, från producenterna av maten till konsumenten som äter den. En första delredovisning av uppdraget ska lämnas vintern 2018 och slutredovisning ska ges till Näringsdepartementet vintern 2020.

Ekonomi

Butikerna slänger allt mer mat



På fredagen presenteras åtgärder för att minska matsvinnet i butikerna. Mikael Ekberg är färskvaruansvarig på Ica Kvantum i Liljeholmen. Foto: Erik Ardelius

PUBLICERAD 2013-10-25

Matsvinnet ökar i svenska livsmedelsbutiker. Enligt forskning från SLU, Sveriges Lantbruksuniversitet, slängs 125 000 ton mat varje år i stället

Metod

Urval av litteratur

I detta uppdrag har PwC gjort en genomlysning av befintlig litteratur som analyserat livsmedlens klimatpåverkan. Internationell litteratur tar ofta inte hänsyn till lokala förutsättningar i produktion eller transport.

Studie från SLU

Livsmedelsverket rekommenderar studien *Mat-klimat-listan*, publicerad av Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) 2014. Även Stockholm stad använder sig av ingångsvärden från denna studie. PwC har under detta projekt själva varit i kontakt med forskaren, och SLU-studiens klimatutsläppsestimat för olika livsmedel har tillämpats i beräkningar och analysen.

Rapporten redogör för hur olika kategorier av livsmedel medför olika klimatutsläpp i en svensk kontext.

Insamling av data

Baserat på den ovan nämnda akademiska studiens kategorisering av livsmedel utifrån dess klimatavtryck har Matmissionen själva samlat in försäljningsdata under månaderna mars-maj 2017. Matmissionen har därefter sorterat data enligt vikt och typ av livsmedel, vilket utgjort underlaget för PwC:s beräkningar och analys.

Utdrag av insamlingsdata

BRÖD	CHOKLADFLÄRN	600	1	600		
BRÖD	HALLON KRANSAR	600	2	1200		
BRÖD	KOLASNITT	600	1	600		
BRÖD	HAVSSALTADE KEX	100	10	1000		
BRÖD	FINERS	114	10	1140		
BRÖD	MUFFINS BLÅBÄR	300	1	300		
BRÖD	STRUVOR 4P	44	222	9768		
BRÖD	PAN CARRÉ	400	5	2000		
BRÖD	BRÖDMIX	450	1	450		
BRÖD	FULLKORNSBRÖD LUTENFRI	250	7	1750		
BRÖD	VETEBRÖD ORIENTALISKT	350	34	11900		
BRÖD	KANEL ODIN AR	270	14	3780		
BRÖD	SMÅLANDSKRIN LOR	210	1	210		
BRÖD	SIN OALLA MAN O PASSION	190	2	380		
BRÖD	RISSINI OLIV	150	2	300		
BRÖD	VANILJBULLAR	360	9	3240		
BRÖD	DARK RYE KNÄCKE	250	11	2750		
BRÖD	SANDWICH FRÖMIX	400	3	1200		
BRÖD	BALLERINA DUBBELICIOUS	185	1	185		
BRÖD	HÄLLAKULLOR	500	1	500		
BRÖD	FRÄSROST	450	1	450		
BRÖD	DUOKAKA	176	22	3872		
BRÖD	ROTFRUKTSBRÖD, TUNNA	250	1	250		
					Totalt Bröd	600242
CHÄRK	WIENERKORV DELI 270	270	3	810		
KÖTT	SVENSK LEVERPASTEJ SKIVAD	110	12	1320		
KÖTT	LÄCKÖKORV	300	5	1500		
CHÄRK	WIENERKORV 1350	1350	3	4050		
CHÄRK	HACKKORV	300	58	17400		
CHÄRK	RILLKORV	700	10	7000		
CHÄRK	LÄTTRÖKT PASTRAMI	500	3	1500		
CHÄRK	PASTEJ SKIVAD	240	1	240		
CHÄRK	PASTEJ BREDBÄR	1000	80	80000		
CHÄRK	KALASWIENERKORV 600	600	9	5400		

Modell

Hänsynstaganden

Steg i livsmedelsproduktion

Genom hela livsmedelsproduktionen uppkommer klimatutsläpp. Vår modell avser att inkludera klimatutsläpp för i princip samtliga steg i livscykeln, från jord till bord. Därför inkluderas följande:

- produktion
- förädling
- förpackning
- transport (till eller inom Sverige)

Exkluderade steg i modell

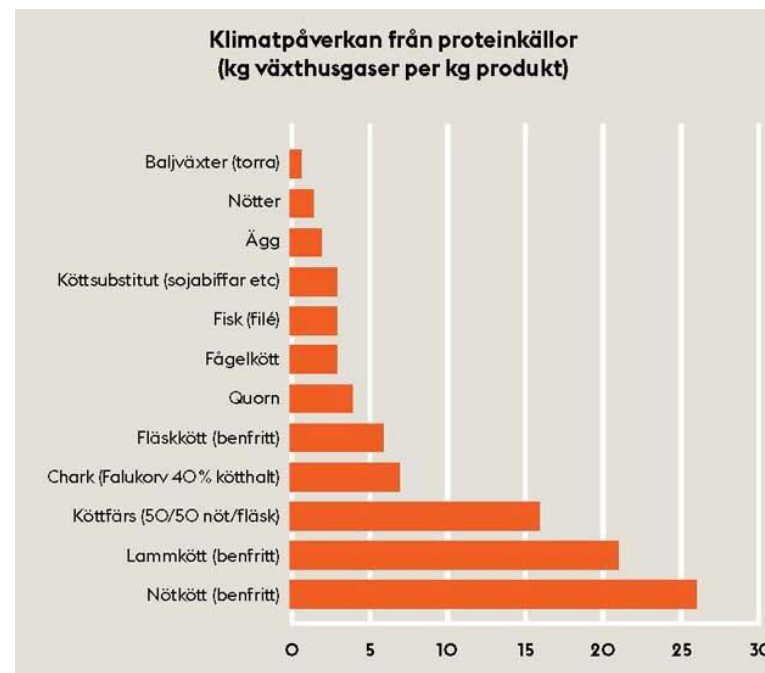
Slutkonsumentens egna utsläpp för transport och tillagning har exkluderats från beräkningarna.

Klimatavtryck per livsmedelskategori

Det som anges för varje livsmedelskategori är ett medelvärde i klimatavtryck. Med klimatavtryck menas kilo koldioxidekvivalenter per kilo livsmedel. Medelvärdet är grova skattningar och det finns ofta en stor variation inom varje livsmedelskategori, men medelvärdet gäller generellt som en representativ siffra för de flesta varor i gruppen.

Olika livsmedel ger olika stora klimatutsläpp

Ett kilo spannmål har en helt annan klimatpåverkan än ett kilo nötkött. Detta beror på att olika livsmedel har olika livscyklar som resulterar i olika typer och olika mängder växthusgaser. Nedanstående grafer illustrerar tydligt hur klimatpåverkan från olika typer av kött och andra proteinkällor kan se ut.



Källa graf: <http://www.stockholm.se/ByggBo/Leva-Miljovanligt/Det-smarta-koket/Livsmedels-klimatpaverkan/>

Modell

Kategoriseringslista

Kategori	Livsmedelsgrupp	Klimatavtryck Medelvärde kg CO2e/kg produkt	Kategori	Livsmedelsgrupp	Klimatavtryck Medelvärde kg CO2e/kg produkt
Protein	Nötkött	26	Frukt & grönt	F & G Norden	1
	Lammkött	21		F & G import	1,4
	Fläskkött	6		Rot, lök, kål	0,2
	Fågelkött	3	Juice och sylt	3	
	Chark	7	Färdigrätter	Rätt med kött	2
	Fisk	3		Rätt med fisk	1
	Ägg	1,5		Rätt vegetarisk	0,5
	Nötter	1,5	Utrymmesmat	Godis	2
	Viltkött	0,5		Chips, snacks	2
Mejeri	Mjolk, fil, yoghurt	1		Glass	2
	Grädde	4	Drycker, läsk	0,3	
	Ost, smör	8	Kaffe, te	3	
	Mejeri övrigt	2	Fett, säs etc.	Margarin, olja	1,5
Kolhydrater	Ris	2		Säs, kryddor	1
	Potatis	0,1			
	Pasta	0,8			
	Bröd	0,8			
	Mjöl, socker, gryn	0,6			

Källa: https://pub.epsilon.slu.se/8710/1/roos_e_120413.pdf

Modell

Begränsningar

Kategorisering

- Enligt SLU-studien är klimatavtrycket *per* livsmedelskategori grova uppskattningar, och är ett medelvärde av kategorins klimatavtryck. Variation inom varje kategori förekommer, men hänsyn har inte tagits till det i denna studie.
- Inom vissa livsmedelskategorier har det gjorts en avvägning mellan önskad exakthet och arbetsinsats. En helhetsbedömning har gjorts från fall till fall. Exempelvis har PwC, i diskussionen med Matmissionens personal, vid ett platsbesök landat i slutsatsen att känslig frukt och grönt som transporterats till Sverige med flyg endast säljs i mycket små kvantiteter, vilket innebär att kategorin sett till volym av totalen är försumbar. Istället har dessa volymer räknats in i övriga F&G-kategorin.
- Studien har exkluderat kategorierna ”non-food” eller ”special” i beräkningarna. Till dessa kategorier hör hushållsvaror såsom papper, blockljus, kaffefilter, ättika och djurmat.

Datakvalité

- Matmissionen har själva samlat in dataunderlaget samt sorterat denna. PwC har gjort stickprov på underlaget enbart för att se att det följer kategoriseringen. PwC tar inte ansvar för eventuella fel i datainsamlingen, såsom volym och kategorisering, eller för att insamlad data skulle kunna vara representativ för andra butiker, vare sig i Matmissionens regi eller för andra aktörer.

Antagande

- I detta projekt har vi antagit att de livsmedel som säljs hos Matmissionen annars i stor utsträckning skulle ha kasserats. Vi antar vidare att Matmissionens nuvarande kunder skulle köpa dessa livsmedel i ”vanliga” livsmedelsbutiker.
- Denna rapport har inte tagit hänsyn till eventuellt förändrade köpbeteenden hos Matmissionens kunder, t ex om billigare mat lett till ökning och/eller förskjutning mot annan livsmedelskonsumtion.
- Rapporten har inte tagit hänsyn till vad det matsvinn som Matmissionen nu eliminerar, hade resulterat i istället. Exempelvis hade kasserade livsmedel kunnat generera biogas, vilket i sin tur hade kunnat ersätta fossila bränslen. Detta har inte inkluderats i studien.

Tidsaspekt

- Då detta projekt genomförts under en kortare tid, är dataunderlaget begränsat. Datainsamling har skett under ett kvartal, mars-maj 2017. Data har därefter extrapolerats med ett antagande om att Matmissionens livsmedelsförsäljning under resterande del av året överlag är densamma som under insamlingsperioden.

Resultat

Livsmedlens motsvarande klimatutsläpp

Totala klimatavtrycket

De livsmedel som Matmissionen förmedlar genom sin butik innebär, med ovanstående antaganden, ett årligt klimatavtryck på 539 383 kilo koldioxidekvivalenter, motsvarande 539 ton koldioxid. Excelfil med samtliga beräkningar har levererats till Matmissionen separat.

Detta kan jämföras med de siffror som Naturvårdsverket publicerat, att det årliga matsvinnet år 2014 i Sverige motsvarade utsläpp om 2 miljoner ton koldioxid.

De livsmedelskategorier som hade störst klimateffekter från Matmissionens verksamhet var:

- olika proteinkällor såsom nötkött och chark, men
- även bröd samt frukt och grönt från Norden.

Trots att Matmissionen sålde relativt sett mindre kvantiteter av nötkött, gör dess höga klimatavtryck per kilo produkt att kategorin svarar för en stor andel av klimatpåverkan. På motsatt vis säljer Matmissionen mycket stora volymer av bröd respektive frukt och grönt från Norden, vilket gjorde att klimatavtrycket från dessa relativt klimatofarliga kategorierna ändå var betydande.

539
ton CO₂



Vilket motsvarar det
årliga utsläppet från
358 personbilar

Resultat

Klimatutsläppens samhällskostnad

Klimatavtryck omräknat i samhällskostnad

Den samhälleliga kostnaden av Matmissionens klimatavtryck beräknas med utgångspunkt av de beräknade klimatutsläppen för kategorierna.

Priset per ton för koldioxid inom ramen för EU:s handelssystem är idag inte det mått som används för att räkna ut den samhälleliga kostnaden för utsläpp av koldioxid, varför vi i denna studie använt oss av dataunderlag från PwC globalt. De har gjort en genomlysning av den akademiska litteratur som behandlar den totala samhällskostnaden av klimatutsläpp.

Matmissionens klimatavtryck beräknas med dataunderlaget 830 kronor per ton koldioxidekvivalenter i 2016 års priser. Eftersom inflationsdata för år 2017 inte är tillgängligt ännu, är priserna från föregående år det mest rimliga ingångsvärdet.

Den sociala kostnaden av Matmissionens klimatutsläpp (*Social cost of carbon*) är alltså 830 kronor gånger de 539 ton koldioxid som verksamhetens livsmedelsförsäljning under året ger upphov till, dvs 447 688 kronor.

**447 000
kronor**



Kontakt



Johan Sverker

Mobil: +46 (0) 709 29 39 17

Email: johan.sverker@pwc.com



Fredrik Franke

Mobil: +46 (0) 709 29 12 97

Email: fredrik.franke@pwc.com

Charlotta Franklin

Mobil: +46 (0) 725 84 99 40

Email: charlotta.franklin@pwc.com



Alexandra Kenne

Mobil: +46 (0) 729 84 10 43

Email: alexandra.kenne@pwc.com



www.pwc.se

Följ oss på



Bilaga 1

Resultat från intervjuade medlemmar

Om resultatredovisningen

I denna bilaga redovisas samtliga svar från våra sex intervjutillfällen med medlemmarna. De tre som föll bort under undersökningens gång är inte med i redovisningen.

De inledande intervjuerna gjordes på plats i samband med att deltagarna blev medlemmar. Resterande fem intervjuer är gjorda via telefon.

Frågorna som ställdes framgår av respektive diagrams rubrik.

Diagrammen är kodade i

5 = Ja, alltid

4 = Ja, ofta

3 = Ibland

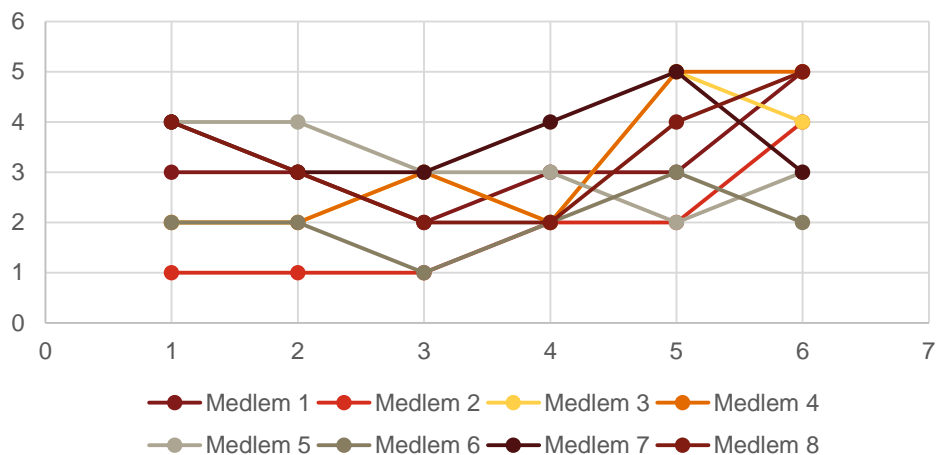
2 = Nej, sällan

1 = Nej, aldrig

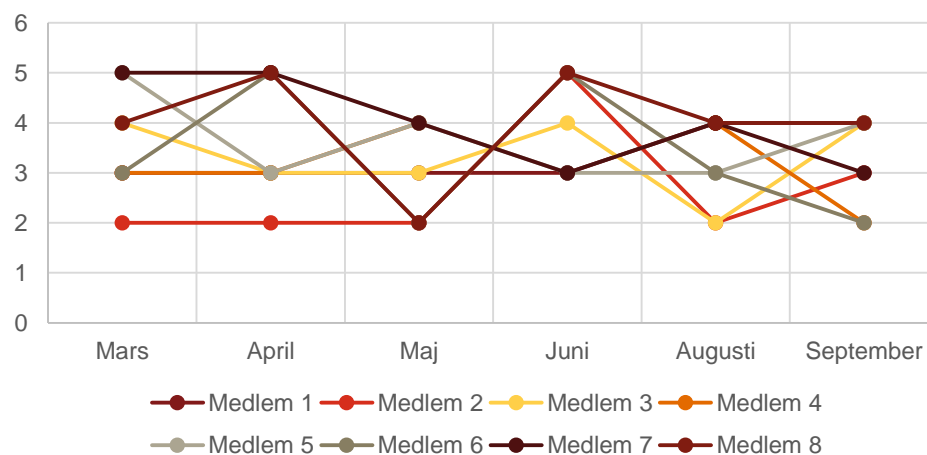
0 = Vet inte/ Vill inte svara

Vågrätt motsvarar 1 mars, och 6 september.

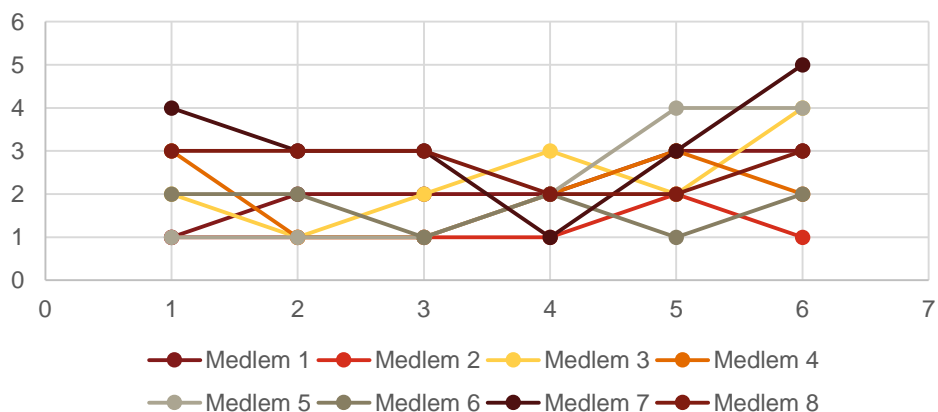
Kläder (rena och hela kläder)



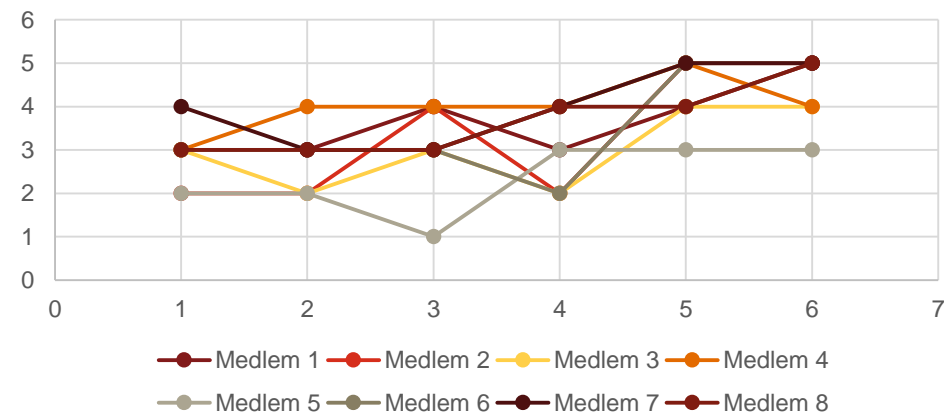
Mat, att köpa den mat du vill laga



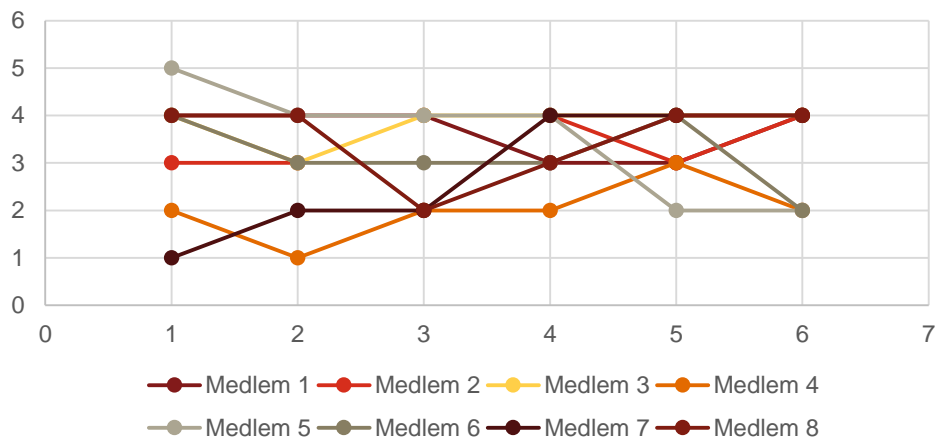
Fritid (som att gå på bio, museum, åka på utflykt etc.)



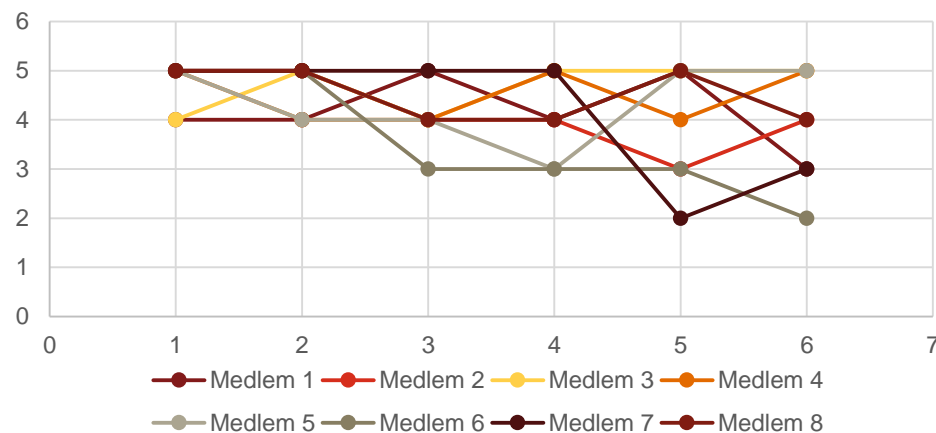
Mår du bra?



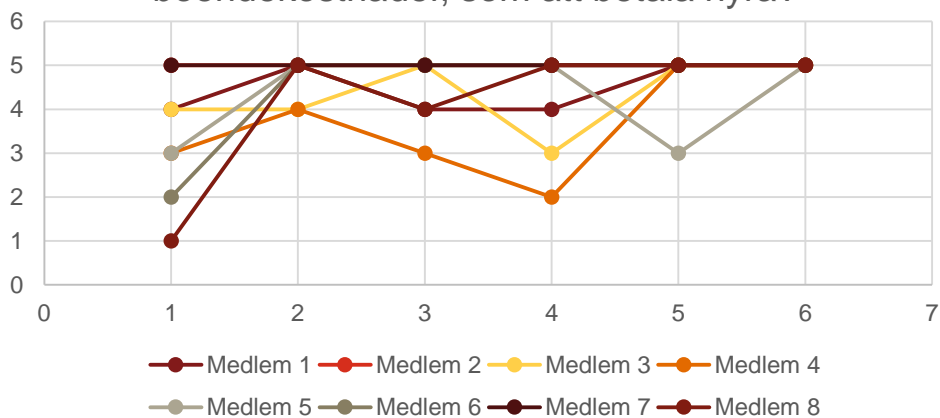
Känner du dig stressad?



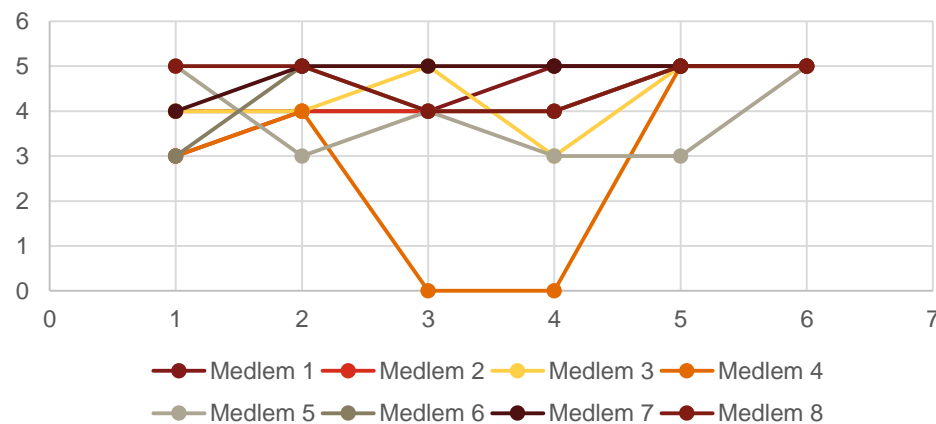
Tycker du att Matmissionen hjälper dig att må bättre?



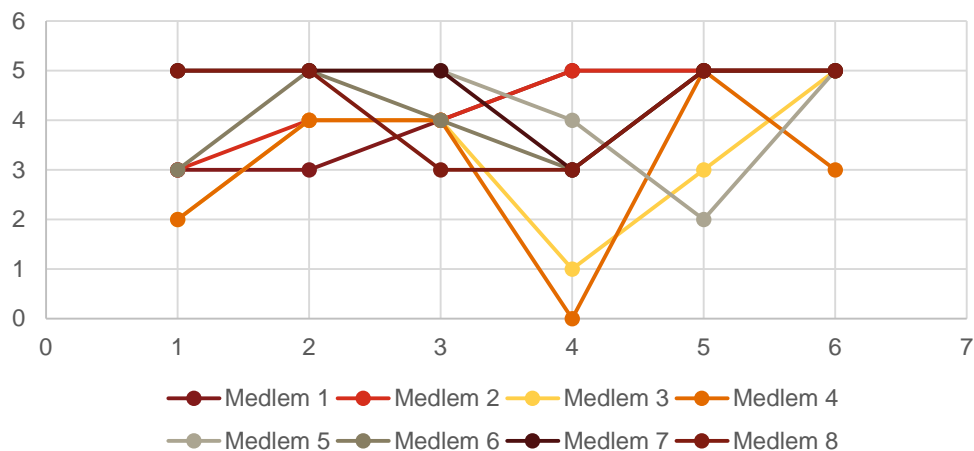
Har du råd att betala för dina boendekostnader, som att betala hyra?



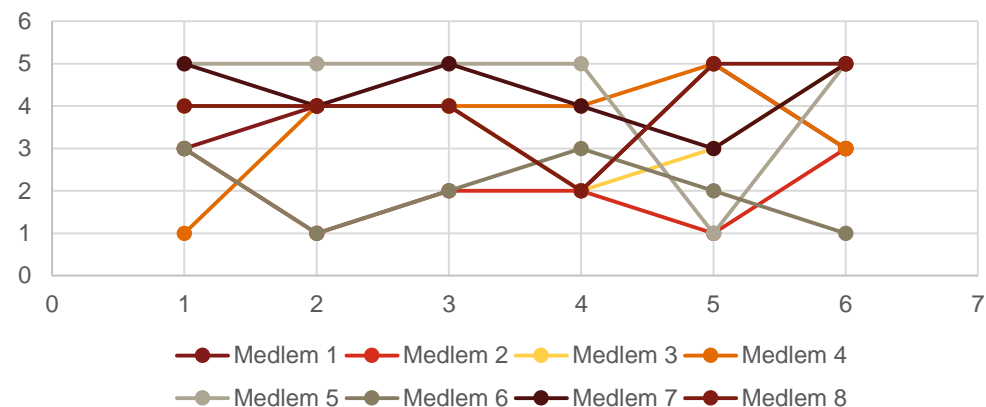
Mat, så att du och din familj blir mätta



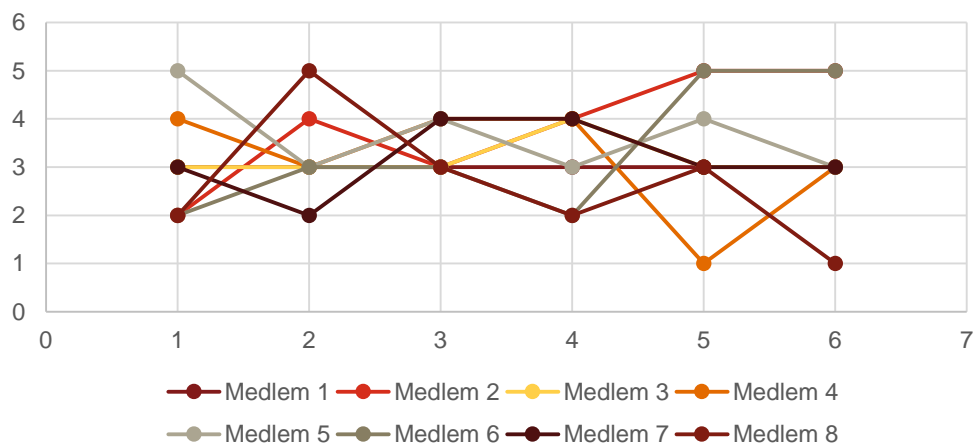
Schampo, rakgel och mensskydd



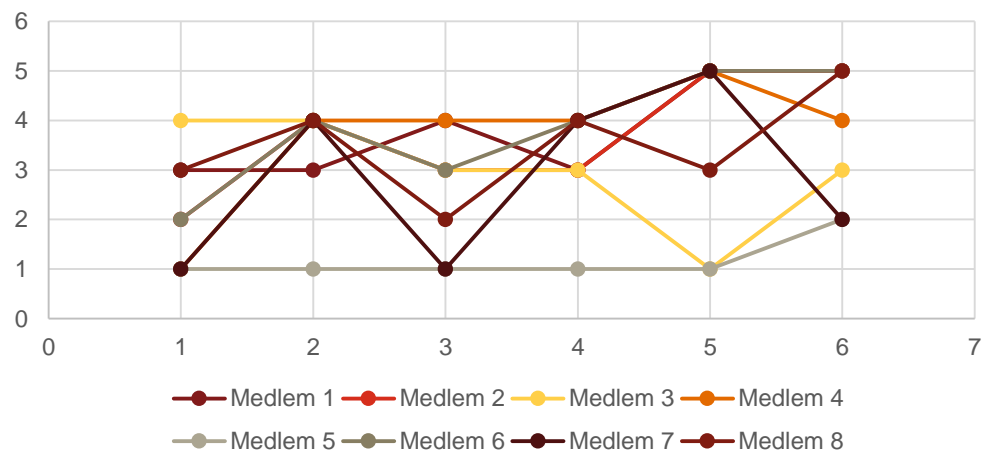
Reskostnader, som ett SL-kort till dig eller familjen eller en egen bil



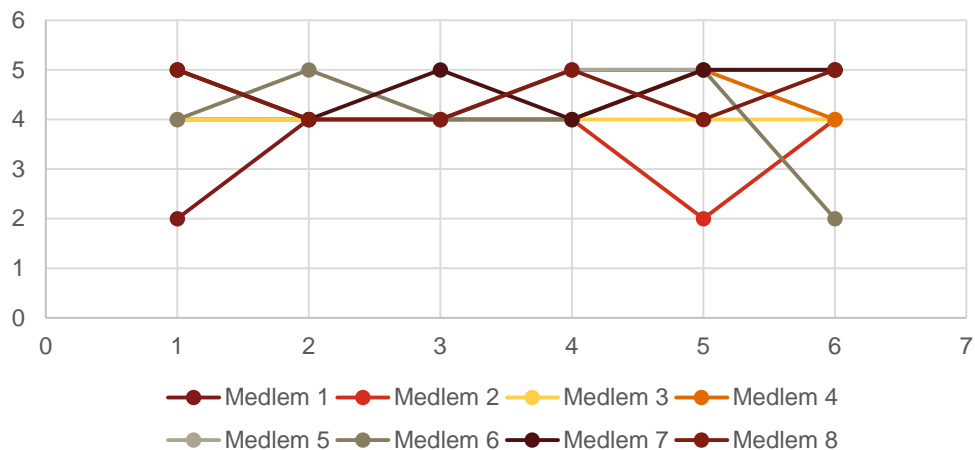
Gå till doktorn / tandläkaren och köpa medicin



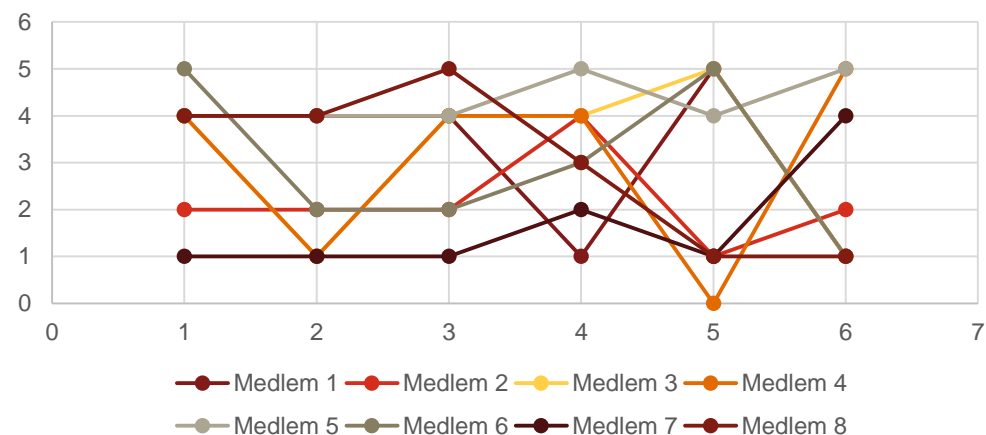
Försäkringar



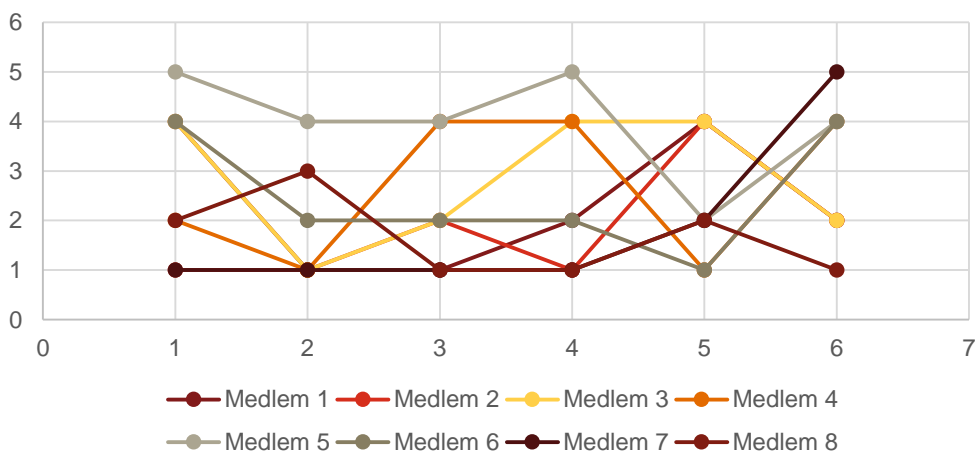
Känner du dig mätt och nöjd varje dag?



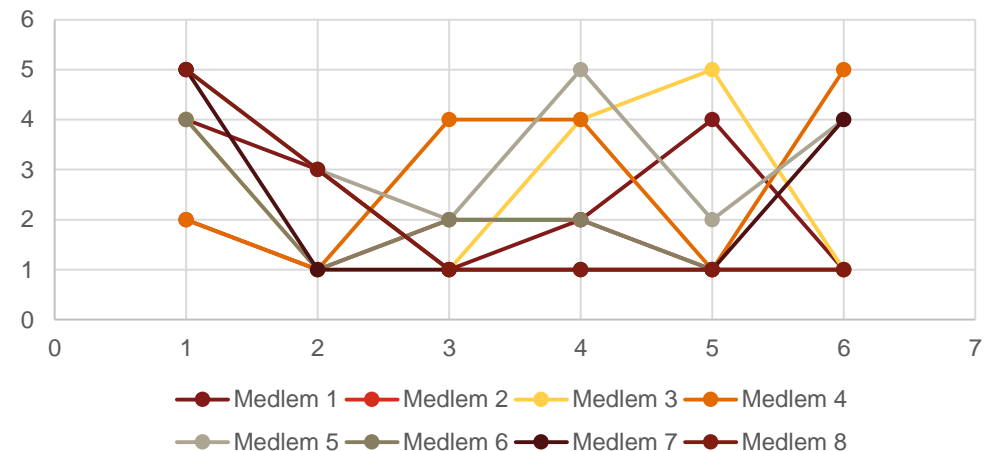
Har du svårt att sova?



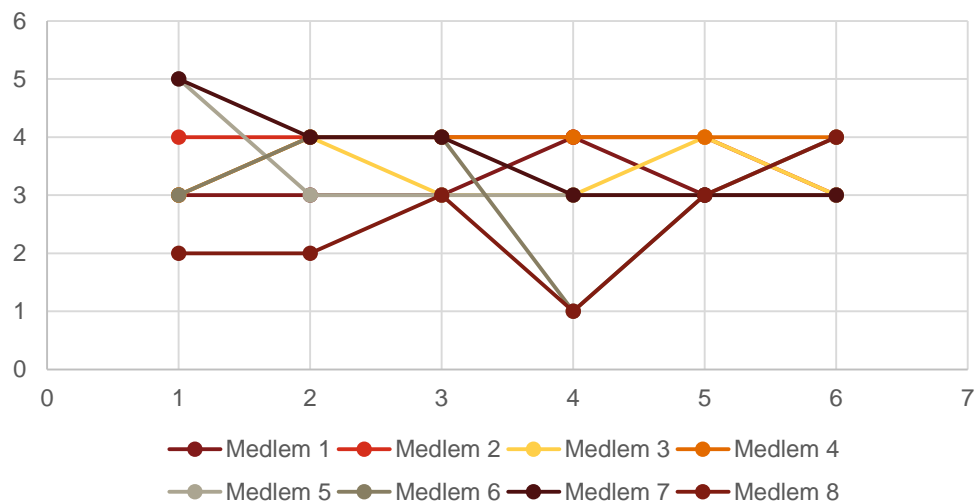
Har du ont i huvudet?



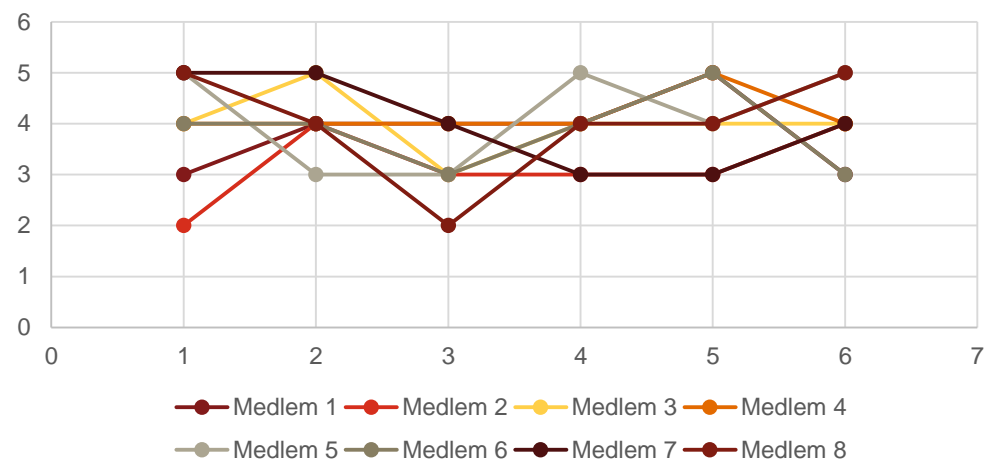
Har du svårt att koncentrera dig?



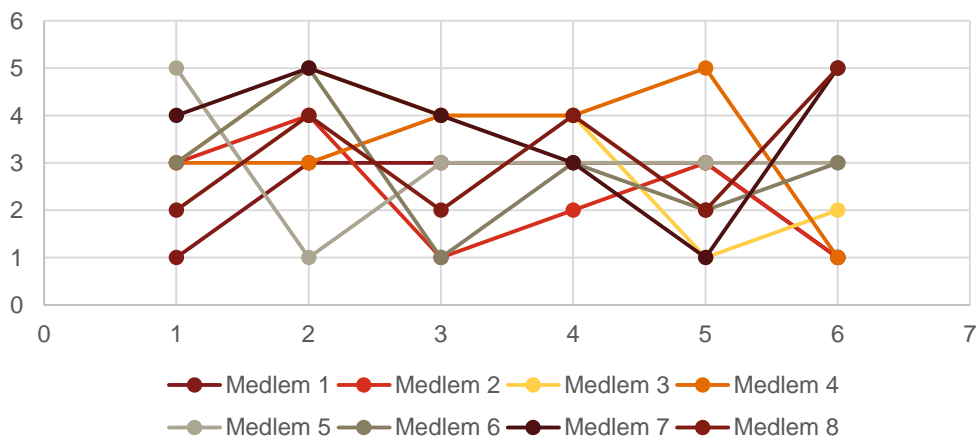
Är du glad?



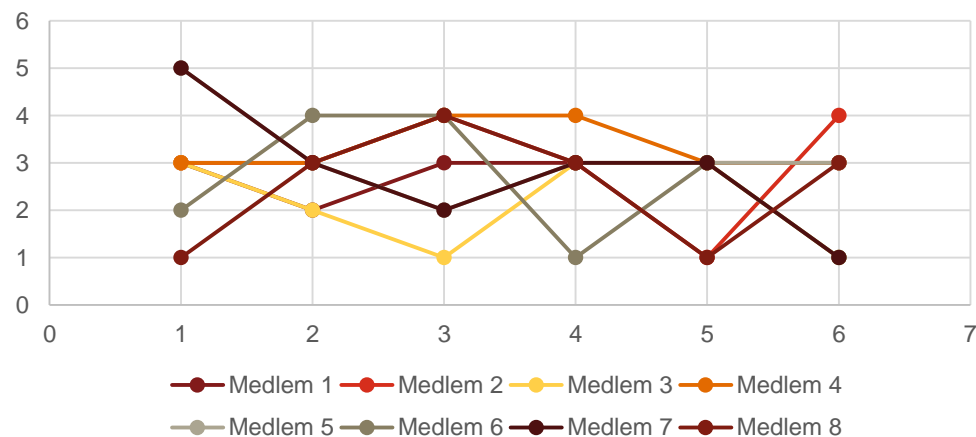
Tycker du om maten som du lagar eller som lagas i ditt hem?



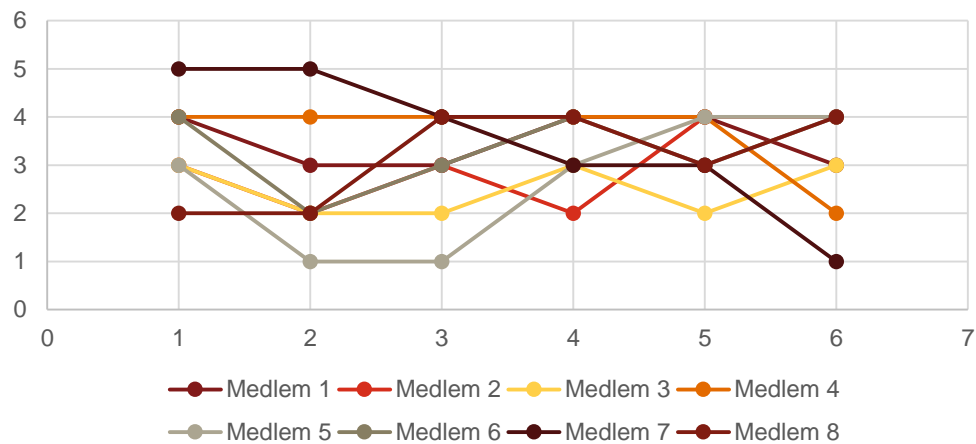
Umgås med vänner, så ofta som du vill?



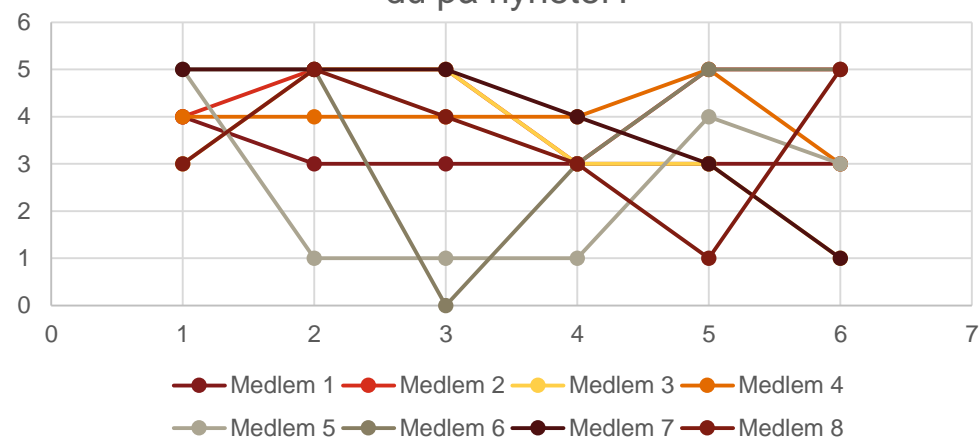
Gillar du ditt liv / Är du nöjd med livet?



Litar du på andra människor?



Bryr du dig om vad som händer i världen, tittar du på nyheter?



Fritextsvar vid telefonenkät, Matmissionens medlemmar

Medlem nr				
1	Mars	<i>Matmissionen har hjälpt mig att köpa sådant som jag inte hade råd med innan. Förut betalade jag mycket för maten, nu är det jättestor skillnad.</i>		
1	September	<i>En del saker kunde varit bättre i livet.</i>	<i>Matmissionen har hjälpt mig att köpa sådant som jag inte hade råd med innan.</i>	<i>Affären har gjort att jag känner mig lite gladare när jag har handlat.</i>
2	Maj	<i>Förut betalade jag mycket mer för maten, jag tycker det är jättestor skillnad.</i>	<i>Ja positivt både psykiskt och fysiskt mot förut.</i>	
2	September	<i>Det är för lite grönsaker på Matmissionen, och ibland svårt att hitta mat som barn gillar.</i>		
3	Maj	<i>Tack vare Matmissionen så kan vi äta både nyttigt och billigt.</i>	<i>Jag har bättre ekonomi nu, min man blev sjukskriven för depression när jag fick cancer, vi hade det väldigt väldigt svårt. Fått ordning på ekonomin igen, precis betalat av en stor skuld.</i>	
4	April	<i>Mår bättre av att göra ett klipp, mer grönsaker och näring i maten, trevligt med lite bättre mat.</i>		
4	Maj	<i>Förut kunde man va utan mat en vecka, nu med Matmissionen är det inte så, jag kan alltid sno ihop något hemma.</i>		
4	Augusti	<i>Nu när hon får socialbidrag är Matmissionen guld värt. Det mesta finns, men inte allt. Nu kan hon komplettera på andra affärer och då har hon utrymme att köpa lite roligare saker. Kläder är dyrt, så det kan vara svårt. Försäkringen till katten ska hon avsluta nu, som var så billigt. Stort utbud. Blir för dyrt. Läkare och mediciner är betalda av socialbidraget.</i>	<i>Det bästa var att det fanns bra produkter</i>	
4	September	<i>Har delad bil, en gammal bil men kan använda den ibland. Doktorn går att betala men tandläkaren svårt.</i>		

Bilaga 1

Medlem nr	Månad			
5	Maj	Matmissionen gör så mycket för oss, bara att ha mat på bordet betyder så himla mycket.	Ibland har hen dålig aptit. Hen kan träffa sina vänner, men de är ofta upptagna då de arbetar. Matmissionen är bra ibland, ofta saker är slut. Och av den anledningen åker hon inte dit så ofta.	
5	September	Hyran och försäkringar betalas av socialtjänsten. Med Matmissionen kan jag köpa så jag blir mätt men man blir begränsad. Aldrig några aktiviteter på fritiden. Vård betalas av socialtjänsten.		Förut gick hon dit oftare men nu går hon inte så ofta dit. Hon har köpt kött flera gånger på Matmissionen som har varit dåligt.
7	April	Matmissionen har hjälpt mig, mycket! Det är en trevlig utmaning att göra något kul av maten som finns där.	Matmissionen hjälper mycket.	
7	September	Om det finns bra mat till barnen och henne så mår hon bättre.	Umgås med vänner är svårt pga ekonomin.	När jag handlar där kan jag spara lite pengar.
8	Maj	Jag måste planera var jag ska handla för hitta rabatter	Det är så dubbelt, dels för att det är billig mat och för att det annars hade gått till spillo. Brukar komplettera på ica.	
8	Juni	Jag kan inte köpa den dyraste maten, men kan alltid köpa god mat. Köper inte så mycket kläder, inte så intresserad heller men om jag vill så kan jag. SL kort ingår i socialbidraget. Jag gör inte så mycket saker, har inte direkt några intressen. Läkaren har jag råd med, men inte tandläkaren.		
8	Augusti	De hjälper mig i stressen över ekonomin. Man behöver inte tänka på priset så mycket, det är en frihetskänsla att kunna välja.	Jag är glad att jag har Stadsmissionen	Kan inte åka till matmissionen pga indraget SL kort, men vill gärna kunna ta sig dit. Men åkte dit innan.
8	September	SL kortet har blivit indraget så har inte möjlighet att åka dit hen vill, mycket tråkigt! Inget utrymme för utflykter eller så.	Hon har en kronisk sjukdom och 'är stressad över att hitta ett jobb.	
9	Augusti	Jag har små barn och då är det svårt att handla.	Känner att Matmissionen är en räddare i nöden som kan hjälpa med stressen. Har en depression och utmattning så hon orkar inte umgås med vänner så ofta, blir trött av det. Men ska försöka trappa upp det nu. Inte så nöjd med livet, vill bli frisk. Tittar mer på nyheter nu.	
12	Juni	Försöker göra fritidsaktiviteter på helgerna.	Hen skulle behöva nya glasögon det har hon inte råd med vilket resulterar ont i huvudet.	
12	Augusti	Vill umgås med vänner lite oftare. Känns bra att kunna handla på matmissionen och de är alltid så trevliga där!	Att det är billigt. Hjälpt med ekonomin.	