



FDB

**FORBRUGERE:
VI SMIDER IKKE MAD UD!**

En antropologisk undersøgelse af, hvordan
madspild opstår og opleves af forbrugerne

Indhold

- 03 Forord
- 04 Læsevejledning
- 05 Resumé
- 07 Indledning
- 09 Måltidets mange meninger
- 10 Hvad er madspild?
- 12 Hvordan opfattes madspild – set fra deltagernes verden
- 17 Årsager til madspild
- 25 Madvarernes livscyklus
- 37 Konklusion: vi smider ikke mad – og så alligevel
- 41 anbefalinger
- 42 Metode
- 45 Litteraturhenvisninger

02

Udgivet af FDB 2011:

FDB
Vallensbæk Torvevej 9
2620 Vallensbæk

**Antropologisk
undersøgelse og analyse:**

Caroline Beck, Nueva og
Jane Mejdahl

Tekst:

Jane Mejdahl,
Caroline Beck og
Signe D. Frese.

Foto:

Arkivfoto side 1, 3, 4, 27, 29,
31, 33, 34, 35, 38 og 45

Privatfoto side 10, 11, 14,
15, 16, 19, 20, 22, 23, 26, 28,
30 og 32

Layout:

bluerobots

Tryk:

Johnsen trykkeri

Oplag:

100 eksemplarer

Forord

Madspild har fået stigende opmærksomhed både herhjemme og på internationalt plan. Og med rette. Studier viser, at store mængder fødevarer kasseres i kæden mellem mark og forbrugers mund. Det største spild sker i forbrugernes hjem. Det er både spild af penge og det belaster naturressourcerne og klimaet unødigt.

FDB er en forening med 1,7 mio. forbrugermedlemmer. Den mad som "spildes" købes blandt andet i Coops butikker. Af den årsag, er det naturligt for FDB at være med til at belyse, hvordan madspildet opstår, og hvordan det kan reduceres.

Med denne undersøgelse ønsker vi at nuancere debatten omkring madspild og bidrage til ny viden om, hvordan madspildet kan reduceres. Madspild har typisk været undersøgt, fra "skraldespandens synspunkt": Man har målt, hvor meget spiselig mad, der ender i skraldespanden, men ingen har sat sig for at undersøge, hvordan madspild opleves fra forbrugers vinkel og hvorfor madspildet overhovedet opstår, samt hvilke barrierer, der i dag forhindrer forbrugerne i at reducere spildet.

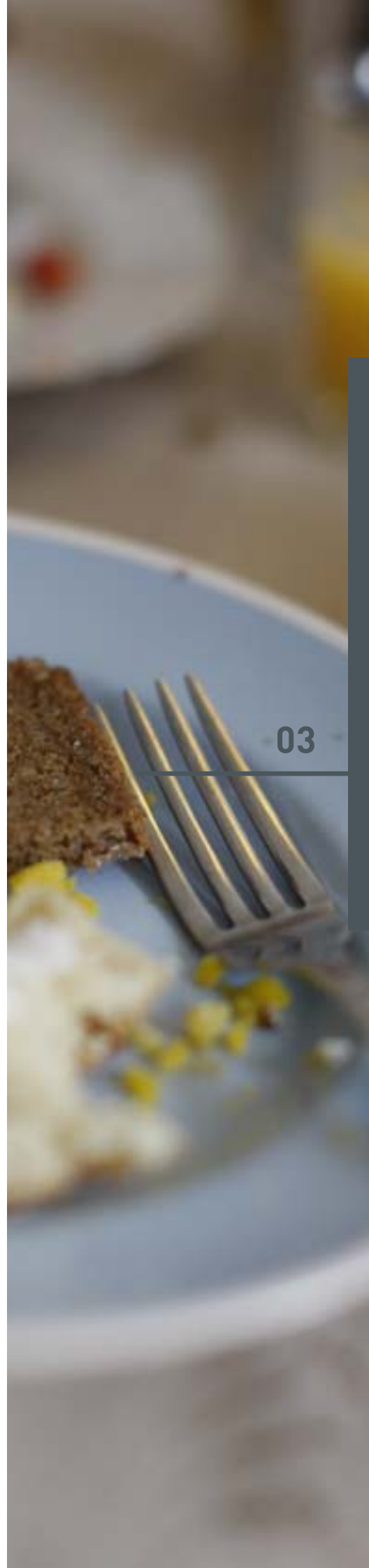
Ved at forstå forbrugernes virkelighed gennem en antropologisk tilgang, håber vi at kunne nuancere debatten om madspildets omfang og årsager, og derved udvikle konkrete anbefalinger til, hvordan myndigheder, producenter og dagligvarehandlen kan hjælpe med at reducere madspildet hos forbrugerne.

Vi tror ikke det nytter bare at fortælle forbrugerne, at de skal holde op med at spille mad. Udgangspunktet for FDB er, at forbrugerne handler rationelt, og når der opstår madspild må der eksistere logiske årsager hertil. Derfor har vi gennemført denne kvalitative undersøgelse hos 6 danske familier, som gennem interviews, deltagerobservation og dagbogsskrivning har ladet os komme helt tæt på deres daglige omgang med fødevarer. Jeg vil gerne takke deltagerne i undersøgelsen for at åbne deres hjem og dele deres tanker om madspild.

Vi håber, at denne undersøgelse giver anledning til debat og til nye overvejelser af, hvordan vi kan reducere madspildet hos danske forbrugere.

Signe D. Frese

Specialkonsulent, Miljø og klima, FDB.





Læse- vejledning

Rapporten indleder med en introduktion til madspild og dets klima- og naturressourcemæssige konsekvenser. Indledningen skitserer ligeledes danskerens forhold til madspild, og redegør for, hvorfor vi har valgt en antropologisk tilgang til at undersøge fænomenet.

Rapporten er herefter inddelt i to analytiske hovedemner; Under det første hovedemne svarer vi på, hvad madspild er for et fænomen, hvornår og hvorfor det opstår, hvordan deltagerne i undersøgelsen ser på madspild samt deres adfærd i forhold til madspild. Det andet hovedemne belyser, hvordan forskellige madvarer bliver opfattet og anvendt i hjemmene.

Vi slutter rapporten med en konklusion, der sammenfatter og perspektiverer undersøgelsens resultater. Rapporten udmunder i en række anbefalinger til myndigheder/ interesseorganisationer, producenter og supermarkeder. Sidst i rapporten er der et baggrundsafsnit, hvori vi præsenterer undersøgelsen og deltagerne, samt redegør for metode og analytisk tilgang.

Resumé

Hver dansker smider årligt 63 kg. spiseligt mad i skraldepannen. Det er både spild af penge, og det belaster Jordens naturressourcer og klimaet unødigt. Danskerne er, af samme grund, blevet kaldt "ødsle madsvin" og andre skældsord, men der er ingen, der har undersøgt, hvorfor madspildet finder sted. Det er netop formålet med denne undersøgelse: at undersøge fænomenet, som almindelige mennesker oplever det, og i hvilken kontekst madspildet sker.

"Vi smider ikke mad ud" – det er kort fortalt den oplevelse, som undersøgelsens deltagere giver udtryk for. Rapporten viser, at vi forbinder madspild med "frås" og "svineri". Vi er på ingen måde ligeglade eller særligt umoralske, når det gælder madspild. Madspild knyttes til økonomisk tab, fravær af sund fornuft og dårlig moral. Det afspejles også i vores adfærd, dokumenterer FDB Analyse. Forbrugerne har sindrige systemer til at holde styr på, hvad der er i skabe, skuffer, fryser og køleskab, vi skriver indkøbssedler og laver madplaner. Mere end 80 % af os gemmer rester i køleskabet. Undersøgelsen viser også at, vi ikke forbinder madspild med noget som bidrager til klimaforandringer. Alligevel er vi altså yderst motiverede og vil meget gerne tage ansvar, for at undgå madspild.

Hvad er madspild?

Uanset hensigter, smider vi rent faktisk meget mad ud, der kunne være blevet spist. Det er der flere årsager til. Kontrasten mellem selvforståelsen, som ressourcebevidst forbruger, og en praksis, hvor mad alligevel kasseres, kan forklares ud fra kulturelle normer: Det er ganske enkelt ikke al madspild, der kategoriseres som spild. Noget spild er synligt, uacceptabelt, og det tillægges stor værdi at undgå dette, andet spild forekommer mere usynligt og kulturelt acceptabelt.

Vi opfatter det f.eks. som uacceptabelt, at smide utilberedte eller uåbnede madvarer direkte i skraldepannen. I den anden ende af skalaen er der det usynlige eller acceptable spild, der enten ikke opfattes som rigtigt spild eller som noget, der ikke kan undgås: eksempelvis fedtkanten på bøffen, de slatne salatblade, den tørre yoghurt i kartonen eller børnenes tallerkenlevninger.

Aftensmåltidet som kærlighedserklæring

Ofte centrerer vores planlægning og energi i indkøbssituationen omkring valg af aftensmåltidet. Her spiller kødet den helt centrale rolle i dansk madkultur – kødet definerer måltidet og henviser tilbehøret til en statistrolle. Mad med lav status er også "lettere" at smide ud. Fordi vi køber ind til aftensmåltidet, uden nødvendigvis at tænke over, hvordan ingredienserne til en ret kan anvendes i andre måltider, kan det ende med at vi får købt for meget ind. Dagen efter tænker vi det næste måltid forfra, med kødet i hovedrollen, og tænker måske ikke over de ubrugte fødevarer i skabet. En del af de fødevarer vi køber, er desuden ikke er pakket på en måde, så de kan bruges op i et enkelt måltid.

Aftensmåltidet har i mange familier status, som det måltid, der binder en hektisk hverdag og familien sammen. Når der serveres aftensmad, serveres der også følelser for de mennesker, der sidder rundt om bordet. At kunne servere nylavet og rigelig mad, er en måde at anerkende eller vise omsorg for sine gæster eller familien på. At have for lidt mad eller servere rester for gæster, er ensbetydende med, at man ikke anerkender sine gæster eller elsker sine børn højt nok. Aftensmåltidets kulturelle status betyder, at vi hellere laver nyt og friskt, og ofte lidt for meget.

'Køleskabshospice'

Vi er rigtig gode til at gemme rester i køleskabet, men ofte bliver resterne ofre for "4- dages reglen". Undersøgelsen viser, at efter ca. 4 dage vil gemte rester ofte blive smidt ud. På den måde fungerer køleskabet i virkeligheden som en form for "restehospice". Efter nogle dage "aftager" den dårlige samvittighed, og det bliver lidt nemmere at smide resterne i skraldespanden. De har jo fået chancen i et par dage mere.

Vores opfattelse af, hvornår noget ikke længere er friskt, har i det hele taget afgørende betydning for en fødevars livscyklus, og for hvornår og hvorfor den ender i skraldespanden. Vores adfærd vedrørende datomærkning fortæller noget om dette forhold. Vi er generelt usikre på, hvad de forskellige datomærkninger betyder, og vi har tendens til at smide maden ud for at være på den sikre side, frem for at lugte eller smage på den først. Mange opfatter mærkningen "mindst holdbar til" eller "sidste salgsdato" som ensbetydende med den maksimale holdbarhed, hvilket kan lede til unødvendigt spild.

Konklusion

Ved at beskrive og forstå forbrugernes daglige praksis i køkkenet og ved spisebordet, tegner der sig et andet billede af vores forhold til madspild, end den nøgterne opgørelse af 63 kg. årligt madspild pr. dansker syner af. Først når vi forstår forbrugernes praksis, kan vi håbe på, at finde virksomme veje til at reducere madspildet. Undersøgelsen viser, at forbrugerne ikke opfatter sig selv som "madsvin", men faktisk det modsatte, nemlig som ressourcebevidste forbrugere, der aktivt forsøger at holde styr på det, de køber og bruger, og som har mange systemer for netop at undgå spild.

Det betyder imidlertid, at kampagner, der taler til folks moral eller pengepung, ikke vil have den ønskede effekt, fordi der er en udbredt opfattelse af, at man allerede gør, hvad man kan, og at et vist madspild er uundgåeligt.

Anbefalinger

Hvis man skal reducere madspildet, må man tilpasse informationsmaterialer og kommunikationsstrategier om madspild, så de tager højde for forbrugerens selvforståelse, og deres praksis, hvor de i forvejen gør en aktiv og motiveret indsats for at undgå madspild. Samtidig kan man med fordel kommunikere om både det kendte og ikke-kendte madspild, så vi kan påbegynde en proces, der kan gøre det acceptable eller usynlige madspild kulturelt uacceptabelt. Den udbredte ressourceøkonomiske moral blandt forbrugerne betyder, at initiativer, der kan synliggøre ellers usynligt madspild, vil kunne lede til adfærdændringer. Sammenhængen mellem madspild og klima bør også få en mere fremtrædende plads i kommunikation for den sammenhæng er ikke klar for forbrugerne.

Forbrugere, der ikke ser sig selv, som nogen, der spilder mad, vil givet heller ikke mene, at de bør ændre deres adfærd. Derfor foreslår vi også tiltag, der er rettet mod ubevidste adfærdændringer.

Det kan være tiltag, der er rettet mod strukturelle eller udefrakommende faktorer, der ikke direkte kræver at forbrugeren bliver opmærksom på madspild, men som alligevel vil påvirke forbrugers adfærd. Det kan eksempelvis være udvikling af emballage, der kan genlukkes, ændrede prisstrukturer i supermarkederne, mindre pakningsstørrelser, opskrifter, der inspirerer til at rester eller "overskud" indgår i andre måltider etc.

Indledning

I Danmark, såvel som i resten af Europa, smider vi hvert år store mængder mad i skraldespanden – mad, der, vel at mærke, kunne være blevet spist. Hver dansker kasserer mere end 63 kg. spiseligt mad om året¹, og det tal ser ud til at stige. En fremskrivning fra EU Kommissionens rapport om madaffald i 27 EU lande fra 2010 viser, at mængderne af madaffald forventes at stige fra 89 millioner tons til 126 millioner tons i perioden 2006 til 2020².

Udover ressourcetabet, og den deraf afledte miljøbelastning, er madspild også et økonomisk problem. Beregninger foretaget af Landbrug og Fødevarer i 2010 viser, at danskerne årligt smider mad ud til en værdi af 16 milliarder kr.³

Samtidig står vi i den situation, at den globale efterspørgsel efter fødevarer formodentlig vil stige med 50 % inden 2030 og fordobles inden 2050⁴. Der skal altså produceres meget mere mad på det samme areal, og derfor skal vi gøre en indsats for at sikre, at den mad, der bliver produceret, ikke ryger i skraldespanden.

Madspild og klima

– en sammenhæng vi ikke ser
Fødevarerproduktionen og forbruget lægger ikke kun pres på de arealer, vi har til rådighed at dyrke fødevarer på; det er også et klimaproblem. Nye tal viser, at ca. en fjerdedel til en tredjedel af EU's drivhusgasudledninger skyldes landbruget. Vores fødevarerproduktion og forbrug er dermed med til at skabe klimaforandringer. Når vi så oven i købet smider mad ud, der kunne være blevet spist, lægger vi et yderligere og unødvendigt pres på vores klima og miljø. Der er imidlertid ikke mange danskere, der ser en forbindelse mellem madspild og klimaforandringer. Tal fra FDB Analyse viser, at 64 % af danskerne ikke forbinder madspild med klimaforandringer.

Vi mener ikke selv, at vi smider mad ud

Mens madspild finder sted i alle led på fødevarernes vej fra landmandens mark til forbrugernes spiseborde, peger flere rapporter på, at det er hos forbrugerne, det største spild finder sted. Det vurderes, at husholdningerne i Danmark årligt generer omkring 475.000 tons madaffald, hvoraf ca. 50 % kunne være blevet spist⁵. Danskerne er blevet kaldt "ødsle madvin"⁶ og karakteriseret som nogen der køber ind til skraldespanden.⁷

I de senere år har der da også været iværksat en række initiativer, der skulle øge fokus på at minimere madspild i husholdningerne i flere europæiske lande. I Danmark via bl.a. Miljøstyrelsen og forbrugerbevægelsen "Stop spild af mad".

En vigtig forudsætning for at kampagnerne virker, er, at vi er bevidste om, at vi rent faktisk smider mad ud – ellers fænger kampagnernes budskaber jo ikke.

Tal fra FDB Analyse viser imidlertid at:

- 94 % af danskerne vurderer, at de slet intet eller kun smider lidt ud fra morgenmaden
- 80 % af danskerne vurderer, at de slet intet eller kun smider lidt ud fra frokosten
- 64 % af danskerne vurderer, at de slet intet eller kun smider lidt ud fra aftensmaden
- Mere end 80 % af danskerne vurderer, at de gemmer rester, der er tilbage i gryder, fade eller skåle
- 23 % af dem der gemmer resterne i køleskabet vurderer, at det kun er nogle gange eller sjældent at de får dem spist
- Omkring 50 % af danskerne ved ikke, hvordan de i givet fald skulle reducere deres madspild
- Lidt mere end 2/3 dele af danskerne skriver ofte eller altid indkøbsseddel, inden de handler.

Der tegner sig altså et billede af os danskere, som nogle, der, når vi selv skal sige det, ikke smider mad ud, og som har iværksat en række systemer, for at undgå at smide mad ud. Der er altså et paradoks imellem det madspild, der rent faktisk finder sted, og det, som forbrugerne oplever.

Udover at vi altså ikke opfatter os selv, som nogen, der i særligt høj grad smider mad ud, så kan det stigende madspild måske også forklares med, at det, der bliver kommunikeret som madspild i kampagner og lign., bliver opfattet som affald af danskerne. Myndigheder og andre opererer med en definition, hvor madspild er mad, der kunne have været spist, mens madaffald er mad, man ikke normalt ville spise, som f.eks. æbleskrog eller sener og fedt fra kød. Det er ikke sikkert at danskerne har sammen oplevelse af, hvad der er madspild og hvad der er madaffald.

'Mindst holdbar til' betyder: 'uspiselig efter'

Tal fra FDB Analyse viser, at det kun er omkring halvdelen af den danske befolkning, der kender forskel på datomærkningerne: 'mindst holdbar til' og 'sidste anvendelsesdato'. Egentlig angiver 'mindst holdbar til', at varen er bedst før den angivne dato, men sagtens kan spises eller drikkes efter denne dato uden at være sundhedsskadelig. 'Sidste anvendelsesdato' er derimod en mærkning, der angiver, at varen kan være sundhedsskadelig efter den givne dato. Den forskel opererer halvdelen af danskerne altså ikke med, men fortolker i stedet 'mindst holdbar til' som om, at varen er dårlig og kan være sundhedsskadelig efter den givne dato.

Kan forvirringen om datomærkningen være en af grundene til, at vi opfatter det som acceptabelt at smide mad ud, der har overskredet mindst "mindst holdbar til" datoen, selvom det af myndigheder og andre ville kategoriseres som madspild?

Hvorfor smider vi mon mad ud?

Med denne undersøgelse ønsker vi at gå et spadestik dybere end til blot at finde ud af, hvor meget mad vi smider ud. Vi ønsker i stedet at forstå hvorfor madspild finder sted. FDB mener, at forståelsen for hvorfor og hvordan madspild forekommer, er en forudsætning for at kunne lave effektive indsatser og kampagner mod madspild.

Derfor har vi med denne undersøgelse ønsket at tage udgangspunkt i forbrugernes logik, når vi undersøger, hvordan madspild i husholdningerne opstår, og ikke mindst hvordan det bliver opfattet af forbrugerne. Med den viden og forståelse i bagagen kan vi herefter adressere problemet.

Via en dybdegående antropologisk undersøgelse af madspild og opfattelsen af madspild i 6 danske husstande, har vi forsøgt at komme helt ind under huden på den almindelige forbruger, deres handlemønstre og deres opfattelser af madspild og affald. Det har vi gjort for at identificere barrierer for- og løsninger til at reducere madspildet i husholdningerne.

Undersøgelsen har haft til formål at belyse:

- Hvorfor, hvordan og hvornår madspild foregår hos forbrugerne?
- Hvilke kulturelle og sociale barrierer findes der i forhold til reduktion af madspild hos forbrugerne?
- Hvordan opfatter forbrugerne sig selv i forhold til madspild?
- Hvordan madspild opfattes og defineres af forbrugerne?

Måltidets mange meninger

Et måltid er ikke bare et spørgsmål om at få næring til kroppen, men er også ladet med spørgsmål om tilhørsforhold, identitet, kulturelle og sociale betydninger. Ikke blot bliver forskellige typer madvarer, og hvad der er spiseligt og ikke-spiseligt, kategoriseret forskelligt i forhold til kultur, men et måltid fortæller også noget om, hvor i verden vi befinder os og med hvem. Hvis der er stegt flæsk med persillesovs på menuen, er der en god chance for, at vi er i Danmark, og i mange lande bliver mad som fedtholdig fast-food ofte forbundet med lav uddannelse og lav indtægt. Udover geografiske og sociale tilhørsforhold fortæller måltidet også noget om, hvordan vi gerne vil se os selv i forhold til andre mennesker.

Det kan handle om indholdet i måltidet, f.eks. er det, at spise Belugakaviar, i Vesten forbundet med at have penge. Hvis vi spiser Belugakaviar indskrives vi os også i et særligt forhold til verden. Opbygningen, vanerne, traditionerne, tilberedningen, den tid man har brugt på at forberede et måltid, har også betydning for, hvordan vi ser os selv i forhold til andre mennesker. At bruge lang tid eller mange penge på et måltid til andre mennesker fortæller f.eks. noget om, hvordan vi ser på det at have gæster, som noget særligt. Gennem måltidet udtrykker vi vores følelser for hinanden.

I Danmark, hvor hovedarbejdsstyrken er væk fra hjemmet i løbet af dagen, er aftenmåltidet blevet en scene for familielivet, hvor de forskellige relationer udtrykkes i forhold til hvad- og hvor meget, der er på bordet, og hvor lang tid man sidder der. Vi kan måske endda tale om, at aftenmåltidet er en kondenseret version af, hvordan vi gerne vil udtrykke os selv i forhold til omverdenen, både strukturelt, men også i forhold til de helt nære relationer.⁸

Uafhængigt af den enkeltes holdning til og adfærd i forhold til madspild, så spiller de kulturelle og sociale betydninger af måltidet og maden, også en rolle. Der kan være kulturelle eller sociale konventioner, som både arbejder for men også imod en reduktion af madspild.

Hvad er madspild?

Dette simple spørgsmål må stilles som det første, for at man kan nå ind til en forståelse af, hvad der bliver kategoriseret som spild i husholdningerne, og hvad der ikke gør. Når et flertal ikke mener de smider mad ud, må det givetvis være fordi vi ikke altid oplever det, at smide fødevarer i skraldespanden, som madspild.

Undersøgelsen af de 6 husstande viser da også, at når deltagerne smider mad ud, er det ikke altid, det opleves som spild. Det vil sige, nogle typer af spild er tydeligere for deltagerne end andre. I undersøgelsen skelner vi derfor mellem oplevet spild og spild, der ikke opleves. Vi kunne også kalde det spild, der føles ærgerligt for deltagerne og spild, der enten bliver accepteret eller ikke bliver omtalt som madspild. Hvad deltagerne oplever og kategoriserer som madspild, varierer i forhold til både tilberedte og utilberedte madvarer, men også i forhold til i hvilke situationer madspildet opstår.

Hvad opleves som madspild?

Utilberedte varer

Hvis deltagerne smider uåbnede pakker af madvarer ud, oplever de dette som spild af mad.



Det kan f.eks. være i forbindelse med en oprydning i skuffer og skabe eller i forbindelse med at have opdaget en vare med overskreden datomærkning i køleskabet. Når deltagerne smider rester af åbnede pakker madvarer ud, bliver det ligeledes oplevet som madspild. Dette sker f.eks. i forbindelse med at have opdaget en overskreden datomærkning på en vare i køleskabet, eller hvis en vare begynder at lugte eller se blød og rynket ud.

Tilberedte varer

I forhold til tilberedte varer oplever deltagerne det som spild, når større rester fra et måltid, der ikke har været serveret på en tallerken, smides ud. Det kan f.eks. være rester, der bliver smidt ud direkte fra gryden. På samme måde som rester fra et tidligere måltid, der har stået adskillige dage i køleskab, vil blive betegnet og oplevet som madspild, hvis de bliver smidt ud.

Hvad opleves ikke som madspild?

Utilberedte varer

Sener, fedt og brusk, der bliver sorteret fra under tilberedning af kød oplever og omtaler deltagerne ikke som spild af mad, fordi det er dele af kødet, der alligevel ikke bliver opfattet som spiselige.



Når enkelte hele eller dele af kartofler, frugt og grønt, der er plettede, bløde eller spirer, bliver frasorteret under tilberedning eller direkte fra opbevaringen, opleves det heller ikke som spild. Dette kan hænge sammen med, at kartofler, grønt og frugt ikke tillægges så høj værdi som f.eks. kød af deltagerne. På den måde, er det mere acceptabelt at smide ud.

Tilberedte varer

Store og små levninger, der er blevet serveret på en tallerken, bliver ikke opfattet eller oplevet som madspild, hvis de smides ud. På samme måde bliver udsmidning af små, ikke-serverede rester fra gryde eller pande heller ikke oplevet som spild. Rester fra et måltid, som genopvarmes eller serveres igen, bliver heller ikke oplevet som spild, når disse smides ud.



Når nogle former for spild ikke opleves som spild af deltagerne, er det enten fordi de ikke tillægges så stor kulturel værdi, eller fordi der hersker en større accept af visse former for spild.

Når nogle former for spild ikke opleves som spild af deltagerne, er det enten fordi de ikke tillægges så stor kulturel værdi, eller fordi der

hersker en større accept af visse former for spild. F.eks. er levninger fra et måltid, der er blevet serveret på en tallerken,

ikke at regne som decideret spild. Særligt børns rester på tallerkenen er spild, som deltagerne accepterer med henvisning til, at "sådan er det bare med børn". Det vil sige, det er en type spild, der ikke opleves som så ærgerlig, som f.eks. at smide hele pakker af utilberedte fødevarer ud.

Oplevet madspild er gennemgående kendetegnet ved at bestå af:

- Utilberedte madvarer
- Uåbnede eller åbnede madvarer direkte fra opbevaring
- Store rester fra måltider, der ikke har været på tallerkenen

Madspild, der ikke opleves, er gennemgående kendetegnet ved at bestå af:

- Frasorterede, ikke-spiselige eller "dårlige" varer under tilberedning eller fra opbevaring.
- Tallerkenrester
- Rester, der har været i køleskab i flere dage og rester der serveres for anden gang

Hvordan opfattes madspild

– set fra deltagernes verden

12 HVORDAN OPFATTES MADSPILD

“Jeg skrællede jordskokkerne og gulerødderne, da de var lidt gamle af at ligge i grøntsagskasssen i køleskabet, men de søde kartofler og pastinak røg i med skræl på. Gade vide om man kan spise løg og bananer med skræl på?”. Fra Eriks dagbog, 58 år

“Alt blev spist, undtagen det til Sophus’ og min madpakke. Det var godt, vi kunne starte med god samvittighed.”. Fra Floras dagbog, 13 år

“Der vokser ikke store lagre af mad derhjemme - jeg får det brugt op.”. Kenneth, 22 år

Alle deltagere i undersøgelsen tager afstand fra at smide mad ud. At smide mad ud forbindes med “frås”, “svineri” og “spild”. Citaterne fortæller, at det er vigtigt for deltagerne at understrege, hvad de gør for at undgå madspild, og hvorfor det er væsentligt at undgå det. På den måde er deltagernes selvforståelse præget af opfattelsen af sig selv, som nogen, der ikke smider mad ud i store mængder.

“Tænker på min barndom ude på landet [...] Uanset hvad, var der aldrig mad i skraldespanden. Hønsene fik kartoffelskrællerne og alt andet blev genbrugt [...] Da jeg flyttede hjemmefra i 1972 faldt det sammen med den første bølge af miljø- og klimabevidsthed, så jeg fastholdt mine vaner omkring at undgå madspild, og har stort set ikke ændret noget siden. Fra Eriks dagbog, 58 år

“Det har nok noget at gøre med den måde, jeg er opdraget på. Jeg er datter af to revisorer fra Jylland. Intet måtte gå til spilde.”. Lisbeth, 30 år

Med til selvforståelsen, hører også fortællinger om barndommen og om, hvordan ens opdragelse er en medvirkende faktor til at undgå at smide mad ud. Både Erik og Lisbeth beretter om barndommen, som det sted, hvor de lærte at spare, genbruge og ikke spille mad. Fortællinger understreger billedet af, at deltagerne helst undgår at smide mad ud, og heller ikke ser sig selv, som nogen, der spilder i et stort omfang.

Argumenter - to motivationstyper for at undgå madspild

“Det er lidt ligesom at hælde penge ud i skraldespanden.”. Steffen, 38 år

“Det er først og fremmest økonomien i det.”. Jens, 29 år

“Men det er bare resourcespild.” Mette, 30 år

“Vi er vant til at tænke over ressourcerne.”. Erik, 58 år

Deltagernes argumenter for at undgå madspild kan inddeles i rationelle og emotionelle argumenter eller motivationer for at undgå madspild. Der er mange eksempler på rationelle argumenter og økonomisk motivation for at undgå madspild. Når man smider mad ud, opfattes det som om, man samtidig spilder penge. På samme måde er der deltagere i undersøgelsen, der taler om, at det er “sund fornuft” at undgå at smide mad ud. Økonomiske argumenter og henvisninger til sund fornuft er gennemgående for deltagerne i undersøgelsen, og udgør rationelle argumenter for at undgå madspild.

“Ressourcespild” og madspild bliver også kædet sammen. Direkte adspurgt, er det svært for deltagerne tydeligt at definere, hvad de mener med ressourcespild, udover ovennævnte økonomiske spild. For nogle er det spild af råvarer, andre kan ikke svare og for Erik og Flora handler ressourcespild om miljø- og klimapåvirkning. Uanset hvordan deltagerne definerer ressourcespild, er det noget, der anses som negativt, og derfor endnu en motivation eller et argument for at undgå at smide mad ud.

“Og så har man nok også den der med de sultne børn i Afrika [smiler].”. Troels, 32 år

“I andre lande sulter folk, imens vi bare smider den mad, de hungrer efter, ud.”. Fra Floras dagbog, 13 år

“Det er dårlig moral!”. Mette, 30 år

“Jeg synes da det er lidt frås, lidt svineri, hvis man bare sådan ukritisk hælder mad ud. For det første er der økonomi i det. Men også fordi der er så mange andre steder hvor man sulter. Selvom vi ikke kan tage det ind i betragtning i hverdagen, så synes jeg da at det er lidt svineri bare at smide en hel masse mad ud.”. Eva, 65 år

Af mere emotionelle argumenter for at undgå madspild, ser vi omtanken for andre mennesker. At smide mad ud forbindes med noget, der er dårligt for andre mennesker. Det giver dårlig samvittighed og bliver associeret med “frås” og “svineri” og med “dårlig moral”.

Madspild bliver forbundet med økonomisk tab, fravær af sund fornuft og ressourcespild. Derudover bliver madspild også forbundet med mangel på omtanke for andre mennesker og dårlig moral. Vi ser således både rationelle og mere emotionelle argumenter, som deltagerne anvender, når de fortæller om, hvorfor de helst undgår at smide mad ud.

Systemer for at undgå madspild

Vi ved at danskerne ikke bare køber ind i flæng. 68 % af danskerne benytter sig ofte eller altid af en indkøbsseddel, når de handler ind, viser tal fra FDB Analyse. Deltagerne i den antropologiske undersøgelse køber heller ikke ind i flæng, selvom nogle planlægger mere end andre. De er på ingen måde hverken ligeglade eller uopmærksomme på, hvad de smider ud. Rent praktisk benytter de sig også af flere forskellige systemer eller strategier i forhold til drift og lagerstyring af den daglige husholdning. Disse systemer eller strategier er sat i værk af forskellige årsager, herunder at reducere mængden af mad, som de smider ud.

Madplaner – årsag til overblik eller det modsatte?

“Det er for at spare penge og så vil vi også gerne spise lidt mere varieret...men vel egentlig også for at få brugt det vi har.”. Lisbeth, 30 år

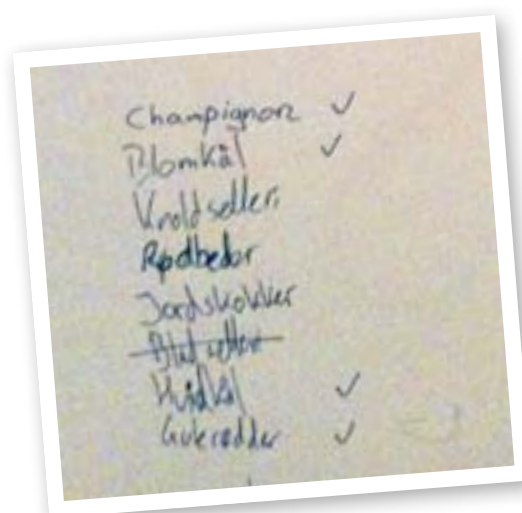
“Ja, vi prøver, men det er ikke altid det går så godt[...] Jeg kigger, hvad der er i kassen og skriver den.”. Mette, 30 år

“Vi har indlagt to rugbrøds- eller restedage.”. Pia, 37 år

Tre af de deltagende par laver madplaner. Det vil sige planer over, hvad husstanden skal spise til aftensmad i løbet af 4-7 dage. Planerne fungerer også som indkøbssedler for husstandene eller som oplæg til indkøbssedler. Indkøbssedlerne indeholder kun oversigt over aftensmad, da husstandenes medlemmer ikke spiser frokost i hjemmet, og morgenmaden ofte består af mere eller mindre det samme mælke- og/eller morgenmadsprodukt hver dag. Madplanerne tager både højde for antal deltagere i aftensmaden på en given dag, og indeholder desuden ofte plads til at være mere impulsiv i planlægningen af aftensmaden. F.eks. er det ikke altid, at maden i weekenden er indeholdt i en madplan. Dette forklarer deltagerne med, at de godt kan lide at være mere impulsive i weekenden, hvor de har mere tid til madlavningen.

Madplanerne er en måde at spare tid på de daglige pligter på, og samtidig gøre hverdagen nemmere, ved ikke hver dag at skulle finde på en ret til aftensmaden. Derudover fortæller deltagerne også, at de laver madplan for at få overblik over deres økonomi, herunder hvor mange penge de bruger på mad. Heri ligger der et håb om, at de ved at lave madplan, får bedre overblik, og i stand til at spare penge på indkøb. Madplanen er også et forsøg på at holde overblik over, hvilken type madvarer de indtager, ud fra ønsket om at spise "sundt" eller "varieret". Endelig udspringer madplanerne også af et ønske om at reducere mængden af mad, der bliver smidt ud. Madplanen bliver forbundet med en sundere økonomi, og skal hjælpe deltagerne til at planlægge bedre, og anvende de varer, som allerede er i huset, og dermed reducere risikoen for at smide mad ud.

Mettes madplan illustrerer, hvordan hun forsøger at anvende de varer, der allerede findes i huset. Mette og Jens modtager hver uge en grøntsagskasse med økologisk grønt og frugt på deres hjemadresse. Mette laver en oversigt over kassens indhold nederst på madplanen. Når hun har planlagt en ret, der indeholder f.eks. champignon, sætter hun hak ud for champignon på listen og hun ved nu, at hun nok skal få brugt kassens champignons.



På samme måde fortæller Lisbeth, at hun også ofte tager udgangspunkt i de varer, hun har i huset, når hun skal lave madplan. Til dette anvender Lisbeth sine kogeboøger. Hun har udarbejdet et sindrigt system af post-it noter, der fungerer som bogmærker ved de opskrifter, som indeholder en bestemt ingrediens. Hvis hun f.eks. ved, at hun har en pose rødbeder, kan hun, via et bogmærke, finde en ret med rødbeder i en kokebog, og herefter sætte retten på madplanen. Lisbeths kogeboøger er både inspiration til aftensmaden, men post-it-systemet er også med til at sikre, at hun får brugt de varer, hun allerede har. Pia og Steffen fortæller ligeledes, at det, som oftest, er Steffen, der laver madplan, fordi han, som husets ordensmenneske, ved, hvad de i forvejen har i køleskab og fryser, og derfor er garant for, at de får brugt de allerede købte varer.

Madplaner er et system, som deltagerne laver for at skabe overblik over madbudgettet, sikre at husstanden spiser sundere, men også for at reducere madspild, idet madplanerne ofte er tænkt ud fra hvilke varer, der allerede findes i husstanden. Så i stedet for at købe nye varer, er det meningen, at madplanen skal fungere som en sikkerhed for, at allerede købte varer bliver anvendt.

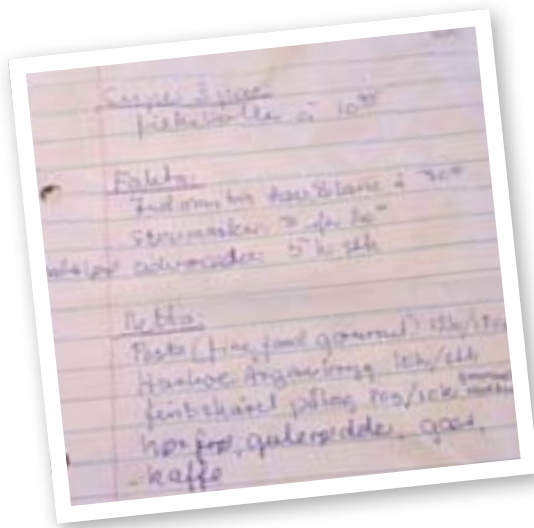
Økosystemer

Deltagerne benytter sig af andre systemer eller strategier for at reducere madspild. Vi har valgt at kalde disse økosystemer, fordi det er kredsløb deltagerne anvender og indgår i med deres omgivelser (indretningen af og størrelsen på køkkener), de varer de køber og den måde de behandler dem på.

"Vi har en blok liggende, og når vi kan se, at nu er vi ved at mangle noget, så skriver vi det lige på, eller nu tog vi den sidste, og så bliver det skrevet på. Så vi har hele tiden har sådan en seddel kørende." Eva, 65 år

"Reglen er, hvis vi husker det, at hvis man tager den sidste dåse af et eller andet, så skriver man det op, at man skal huske at få købt det her."

Kalle, 68 år



Eva og Kalle fortæller om deres indkøbsseddelssystem, der hjælper dem med at holde overblik over, hvilke varer de har, og dermed også over hvilke varer de får brugt. Eva og Kalle har forholdsvis store lagre af mad og konserves. De har god plads, og bruger både skabe og skuffer i køkken og bryggers til lagre af mad. Reglen er, når en af dem f.eks. tager den sidste eller den andensidste dåse tomat, skal de skrive varen på deres indkøbsseddel, så de kan købe den næste gang de handler. Ved at have overblik over deres varelager, får Eva og Kalle en vis sikkerhed for at de også får brugt, hvad de har. På den måde undgår de at åbne varer unødigt, og dermed er risikoen også mindre i forhold til at skulle smide ud.



Eva og Kalle har også et fuldstændigt overblik over indholdet af deres fryser. Alt indhold i fryseren er sorteret efter type, og lagt i rum eller kasser for sig. Dette overblik hjælper ligeledes Eva og Kalle med at få anvendt hvad de har, før de køber nyt. Desuden fortæller Eva og Kalle, at når de f.eks. køber større mængder af kød eller fisk portionsopdeler de det og fryser det ned i nøjagtigt så store portioner, som de ved, de får spist. På den måde undgår de rester, som evt. skulle smides ud.



Hjemme hos Mette og Jens hænger der en kalender på siden af deres køleskab. På kalenderen har Mette sat en post-it, hvorpå hun skriver hvilke færdigretter eller rester hun har puttet i fryseren en given måned. På den måde husker hun både hvor gammel maden er, og samtidig fungerer post-it's som en påmindelse om at få maden spist.



Erik er en af de deltagere, som ikke laver madplaner og heller ikke laver langtidsplanlægning i forhold til madlavning. Dog har han sine egne systemer for at undgå madspild. Erik har f.eks. rester af forskellige krydderurter og salathoveder stående i krukker i sit køkken. Dette vidner om, at han ikke har det godt med at smide mad ud. Derfor venter han og ser, om ikke salaten kan anvendes i en sammenkogt ret, og for krydderurternes vedkommende, få en opblomstring nummer to.

På lige fod med madplanerne, er økosystemerne sat i værk af deltagerne for at skabe overblik over den daglige husholdning, og dermed undgå spild og økonomisk tab. Hvis man sammenholder deltagerne forståelse af dem selv, som nogen, der ikke smider store mængder af mad ud, med deres argumenter imod- og systemer for at undgå madspild, tegner der sig et billede af mennesker, der hverken er ligeglade med- eller uopmærksomme i forhold til at smide mad ud. Derimod er de højst motiverede og praktiske i deres tiltag for at undgå madspild.

Årsager til madspild

Selvom deltagerne viser, at de både er motive-rede og rent faktisk også gør noget for at undgå madspild, er der stadig mad, der bliver smidt i skraldespanden. Der kan være forskellige årsager til at det alligevel sker.

Utilberedte madvarer smides ud fordi...

	Kød	Pasta, ris, kartofler
Mængder		Bliver købt i for store mængder til, at det kan nå at anvendes
Holdbarhed (emballage og kvalitet)	Kan ikke lukkes efter åbning og pakkes ikke om, så det ikke holder sig frisk	Kartofler spirer, bliver grønne, bløde, sorte eller rynkede – og pose kan ikke lukkes
Holdbarhed (datering og tvivl)	Har overskredet datomærkningen – skaber tvivl om, hvorvidt det er sundhedsmæssigt forsvarligt	
Opbevaring og oprydning	Pladsen bliver for trang i fryseren. Flere deltagere ved, at kødet givet ikke bliver dårligt af at ligge i fryseren, men deltagerne mener, at det mister smag	Pladsen bliver for trang i skuffer og hylder
Frasortering under tilberedning	Der er for meget fedt eller for mange sener	Hele eller dele af kartofler smides ud pga. kvalitet (plettede, bløde, spirer etc.)

	Frugt og grønt	Mejeriprodukter	Konserves
Mængder	Mængden kan ikke anvendes, inden det bliver dårligt	Mængden kan ikke anvendes, inden det bliver dårligt	Åbnet konserves kan ikke anvendes, inden det er dårligt
Holdbarhed (emballage og kvalitet)	Det bliver blødt, muggent, tørt, slattent eller rynket. Det bliver opbevaret på en måde, så det ikke holder sig friskt og sprød		Specielt dåser kan ikke forsegles efter åbning
Holdbarhed (datering og tvivl)		Overskrider datomærkningen. For flere af deltagerne gælder det, at mejeriprodukter skal være særligt friske. Nærmer de sig sidste datomærkning kan de til tider bliver vurderet som ufriske.	Der opstår tvivl om, hvor længe det har været åbnet i forhold til, om det er forsvarligt at spise
Frasortering under tilberedning	Hele eller dele smides ud pga. kvalitet (slattent, mørkt, blødt etc.)		

Tabellerne på forrige side viser, at utilberedte madvarer bliver smidt ud, fordi de bliver købt i så store mængder, at deltagerne ikke kan nå at spise dem. Derudover kan madvarernes emballage også spille en rolle i forhold til madspild. Hvis emballagen ikke kan forsegles forsvarligt efter åbning, har madvarerne sværere ved at holde sig friske, inden de når at blive brugt. For særligt kød gælder det, at datomærkningen 'sidste salgsdato' og datomærkningen

på mejeriprodukter (primært mælk, yoghurt, hytteost, cremefraiche, fløde) skaber usikkerhed i forhold til om det er forsvarligt at spise. Oprydning er også en grund til at utilberedte madvarer bliver smidt ud. Derudover bliver fedt, sener eller brusk fra kød frasorteret under madlavning. På samme måde som blødt, spirende, plettet kartofler og grønt bliver taget fra under tilberedning, fordi det, som sener, fedt og brusk, ikke bliver opfattet som spiseligt.

Tilberedte madvarer smides ud fordi...

	Kød	Pasta, ris, kartofler	Frugt og grønt
Tilberedning og mængder	Bliver tilberedt i for store mængder	Bliver tilberedt i for store mængder	Bliver tilberedt i for store mængder
Måltidsrest og mængder	Vurderes til at være for lille en mængde til at gemme, f.eks. hvis den ikke udgør nok til en person	Vurderes til ikke at blive spist som rest, eller til ikke at være nok til en ny portion	Vurderes til ikke at blive spist som rest, eller til ikke at være nok til en ny portion
Rest i køleskab	Har stået i køleskabet så længe, at det bliver opgivet. For flere deltagere gælder en grænse på 4 dage før udsmidning	Har stået i køleskabet så længe, at det bliver opgivet. For flere deltagere gælder en grænse på 4 dage før udsmidning	Har stået i køleskabet så længe, at det bliver opgivet. For flere deltagere gælder en grænse på 4 dage før udsmidning
Holdbarhed (kvalitet og tvivl)	Har været opvarmet som rest en gang før. For flere deltagere betyder dette, at det ikke er sundhedsmæssigt forsvarligt at spise	Har været opvarmet som rest en gang før. For flere deltagere betyder dette, at det ikke er sundhedsmæssigt forsvarligt at spise	
Opbevaring og oprydning	Pladsen bliver for trang i fryseren.		

Når tilberedte madvarer bliver smidt ud, handler det om, at de bliver tilberedt i mængder, der ikke bliver spist i løbet af ét måltid. Selvom deltagerne gemmer rester, kan de nogle gange vurdere, at en rest ikke er stor nok til at blive gemt efter et måltid. Rester, der har stået i køleskab i omkring 4 dage, bliver også smidt ud.

Køleskabet får derfor funktion, som en form for 'hospice' for fødevarer. Dette er det sidste stop inden skraldespanden. På samme måde som rester, der har været serveret én gang før, også kommer i skraldespanden. Under oprydning i fryseren, kan tilberedte madvarer i form af rester også risikere at ryge ud.

Barrierer for at reducere madspild
Deltagernes adfærd er påvirket af de sociale og kulturelle konventioner, der omgiver mad og måltidet. Dette betyder, at også adfærden i forhold til madspild bliver

påvirket af sociale og kulturelle konventioner, og nogle gange kan disse

optræde som barrierer for deltagernes gode vilje i forhold til madspild. Derudover spiller vaner og opfattelser af spiseligt/ikke-spiseligt også ind på madspild og på reduktion af madspild.

Måltidets status

Aftensmad er dagens vigtigste måltid. De madplaner vi har set i undersøgelsen er da også alle skrevet efter, hvad husstanden skal have til aftensmad. Dette skyldes, at folk har arbejde, skole eller institutioner at passe i løbet af dagen, men samtidig bliver aftensmaden også tilskrevet stor social og kulturel mening – også i husstande med en enkelt person. Aftensmaden markerer afslapning og fri fra arbejde og skole. Det er et tidsrum, hvor man endelig sætter sig ned efter dagens pligter er overstået. Aftensmaden bliver også forbundet med 'hygge' og, for husstande med mere end én person, socialt samvær. Det vil sige, at aftensmaden er tidspunktet, hvor man sætter sig ned og taler med familien eller ens partner.



Tilbehørets lavere status betyder, at det oftest smides ud under tilberedning, efter spisning og mellem måltider.

Et 'ordentligt' aftensmåltid er ofte bygget op omkring kød, som den definerende faktor. Kød spiller hovedrollen på tallerkenen, hvor grønt, pasta, ris eller kartofler bliver betegnet som "tilbehør" og dermed spiller en mindre vigtig rolle. Ordet 'tilbehør' indikerer også, at grønt, ris,

kartofler og pasta tillægges en lavere kulturel status end kød. Erik og Flora fortæller, at i deres husstand har de en kødfri måned hvert år i januar. Dette i sig selv fortæller, at kød tillægges en særlig status, som noget, man enten beslutter sig for at afstå fra, eller bygger alle sine aftensmåltider op omkring. På den måde kan tilbehør også være nemmere at smide ud for deltagerne. Tilbehør doseres på slump, er sværere at dosere, men heller ikke så vigtigt at få doseret i rette mængde, i forhold til hvor præcist kød bliver doseret. Samtidig er prisen lavere på tilbehør, og dermed er de rationelle og økonomiske argumenter for at dosere i rette mængder for at undgå spild lidt mindre presserende end med den dyrere råvare, kød.

Opfattelsen af, at et ordentligt måltid er bygget op omkring kød, er en barriere i forhold til at undgå at tilbehør bliver smidt ud. Tilbehørets lavere status betyder, at det oftest smides ud under tilberedning, efter spisning og mellem måltider. Det udgør en større andel af spildet end kød, men er samtidig mindre 'ærgeligt' at smide ud, fordi det tillægges en lavere kulturel status.

Mad er forbundet med følelser, relationer og værdier

"Men jeg vil hellere lave for meget end for lidt til ham." Pia, 36 år

"Jeg kan godt lide at have lagt tid i det og hele huset dufter, når de ankommer." Lisbeth, 30 år



At have eller lave rigeligt mad til børn eller gæster, er en måde at vise omsorg på. At servere hjemmelavet mad, er også en måde at vise anerkendelse eller kærlighed til sine gæster eller børn på. At have brugt tid på et måltid, er også en måde at vise børn eller gæster, hvor meget de betyder for én. Når der kommer gæster bruger deltagerne også gerne lidt flere penge på et måltid, end hvis de blot havde været dem selv. Rigelig, hjemmelavet mad, der er brugt tid og/eller penge på, er således måder at vise sine gæster eller børn på, at de er vigtige.

Hvis konventionerne om nyt, frisk, hjemmelavet, tid, penge, rigeligt mad til børn og gæster er måder at udtrykke kærlighed på, udgør de samtidig også barrierer for reduktion af madspild. Dette kommer f.eks. til udtryk ved, at deltagerne ikke serverer rester for gæster. Dels tillægges "nyt" og "frisk" en stor værdi, og dels er tiden og pengene, der er brugt på ét måltid, værdier, der ikke kan overføres til et andet. Det vil sige tiden eller pengene, en deltager har anvendt på et tidligere måltid, kan ikke genbruges. Hvis deltagerne skulle servere rester for gæster, vil det være det samme som at signalere, at de ikke er værdierne værd. På samme måde, ville det være det samme som ikke at vise kærlighed, hvis man f.eks. ikke lavede rigeligt mad til sine børn, på trods af, at man ved, de ikke får spist det hele.

Tilbud og mængder versus 'sund fornuft'

Lisbeth skal bruge hytteost til aftenens måltid. Vi står foran køledisken med mejerivarer i Føtex, hvor der er 5-6 forskellige mærker og størrelser hytteost at vælge imellem. Lisbeth bemærker, at det er ærgerligt, at det altid er billigst at købe den største bølge hytteost, for hun får det aldrig anvendt, men på den anden side strider det imod sund fornuft at købe den lille, men meget dyrere, bølge. Direkte adspurgt svarer hun, at hun hellere går efter rabatten, frem for at vælge ud fra den mængde, hun ved hun får anvendt.

"Det er ikke sådan, at man kan købe et enkelt stykke kylling eller et halvt glas tomat [...] Når du er alene, skal der købes de her store mængder, jeg ville hellere have, at mine ting er friske, og jeg kunne købe det jeg skal bruge." Kenneth, 22 år

Flere af deltagerne er trætte af supermarkedernes mængderabatter. Lisbeth ovenfor er et eksempel på, hvordan det kan være problematisk at skulle vælge den mindre mængde, men til højere pris end den store mængde. Det opleves som problematisk, fordi hun på den ene side ved, at hun ikke når at få den store mængde brugt inden den bliver dårlig, men på den anden side virker det, som om hun snyder sig selv, hvis hun ikke vælger den billigere, store mængde. Ikke at købe mængderabatten strider måske endda mod hendes sunde fornuft.

Situationerne for købet af hytteosten og anvendelsen i hjemmet er dog adskilt af både tid, sted og tankegang. Én ting er indkøbssituationen med den fristende, billige mængderabat. En anden er flere dage, måske uger senere, når resterne af hytteosten smides ud. Det er først her, at irritationen over at have købt en for stor mængde for alvor kan føles. Det vil sige konsekvensen af at købe mængderabat er adskilt fra selve købsituationen.

Mængderabatter kan være en barriere for at reducere madspild. Det strider imod sund, økonomisk fornuft ikke at købe dem, og konsekvensen – risikoen for madspild – bliver først tydelig lang tid efter købsituationen.

Manglende overblik uanset planlægningsgrad

Til aftenens spinattærte skal Lisbeth bruge frosset spinat. Hun går ud til den store fryser og henter en pose uåbnet frosset spinat, hælder ca. 3/4 dele af indholdet i gryden, pakker posen sammen og lægger den nu ind i den lille fryser, som hører med til køleskabet. Lisbeth fortæller, at når det ryger ind i den lille fryser kan det sammenlignes med, at posen ryger i et sort hul. Fra da af, har hun ingen føling med den og vil sandsynligvis glemme den, indtil den lille fryser er så fyldt, at der skal sorteres i den.

“Det er med vilje, at vores fryser ikke er større.”.
Erik, 58 år

Lisbeth og Troels har to fryser. Den ene en skabsfryser på toppen af køleskabet, den anden en nyere og større fryser, som står på badeværelset i lejligheden. Den store fryser er købt for at Lisbeth og Troels kan have mere opbevaringsplads, f.eks. til mængderabattilbud eller til rester. Den ekstra fryserplads kan dels anskues som et gode i forhold til at reducere madspild, fordi flere rester kan gemmes. På den anden side, er det også muligt at miste overblikket over indholdet i fryseren, og på den måde risikere at åbne flere varer, end man får anvendt. Som Erik fortæller, er det årsagen til, at de ikke har en større fryser end den, der hører til køleskabet. Han og Flora langtidsplanlægger ikke husstandens måltider, og nogle gange oplever de, at de køber en vare og bruger den til aftensmaden, for senere at opdage, at de allerede havde varen i forvejen.

Selvom Lisbeth og Troels planlægger deres måltider lykkes det dem ikke altid at få anvendt varer, som de har i forvejen, før de køber nye, fordi de mangler overblik over fryserens indhold. På samme måde som Erik, der ikke planlægger, også kan opleve manglende overblik over hvilke madvarer, de allerede har i huset. Uanset om man planlægger eller ej, kan der opstå mangel på overblik, som gør at madvarer risikerer at blive smidt ud. Således udgør manglende overblik en barriere for reduktion af madspild.

Planlægning versus impuls og lyst

Kenneth handler til dagens aftensmad på vej hjem fra arbejde omkring kl. 18.30. Vi taler om hvad han skal have, og han siger: "Jeg går og bliver inspireret". Han fortæller også, at han ved, han har salat og en åben pakke kyllingefilet fra gårdsdagen i køleskabet, men det har han ikke lyst til i aften. Efter at have kigget og gået frem og tilbage mellem køddisken og grøntafdelingen, ender han med at købe to tykstegsbøffer, babykartofler og en pakke røde snackpeber. Den ene bøf bliver spist samme aften på en portionsanrettet tallerken. Den anden kommer ind til kyllingefilet i køleskabet.

"Spontanitet det kan være, hvis man er ude at handle, og man lige er lidt lækkersulten og synes, at det kunne være spændende. Og ellers er det normalt, at vi holder os ret striks til den der indkøbsliste." Kalle, 68 år

"Nej, det vil nok blive lidt kedeligt."

Mette, 30 år om at genbruge de samme ingredienser igennem en hel uge

Madspild kan opstå, fordi man enten ikke har lyst til at planlægge, eller fordi man har lyst til noget andet end det man planlagde. Husstandene, der laver madplaner, fortæller om, hvordan deres planer for aftensmaden nogle gange må ændres, enten fordi de ikke har lyst til aftenens menu længere, eller fordi noget uforudset er sket, og på den måde hæves risikoen for madspild, fordi de allerede har købt mad, der nu risikerer at ligge og blive gammelt.



Kenneth, Erik og Flora planlægger ikke deres måltider for flere dage ad gangen. Deres planlægning gælder i højere grad for én dag og er mere præget af, hvad de har lyst til på en given dag. Erik og Flora lægger vægt på, at de føler, at de vil miste noget "spontanitet", hvis de skulle planlægge til mere end en enkelt dag. Som nævnt tidligere, kan dette resultere i, at de ikke altid husker, hvad de har i køleskabet i forvejen og efterfølgende må smide mad ud. Lyst og impuls kan på den måde være en barriere for at reducere madspild.

Det er dog heller ikke altid, at langtidsplanlægning kan forhindre madspild. Uanset om deltagerne planlægger langsigtet eller fra dag til dag, planlægger de efter ét måltid ad gangen. Mette mener, at aftensmaden vil blive lidt kedelig, hvis hun f.eks. skulle anvende de samme ingredienser hver dag på en uges madplan. Selvom Mette bruger sin madplan til at få brugt de grøntsager, hun allerede har, vil hun alligevel ikke bryde sig om f.eks. at skulle spise hvidkål hver dag i en uge. Lyst til variation er på den måde en faktor, der kan være en barriere for reduktion af madspild, på trods af langtidsplanlægning og forsøg på at få anvendt de ingredienser, man allerede har i huset.

Tidens tand - opfattelser af friskhed

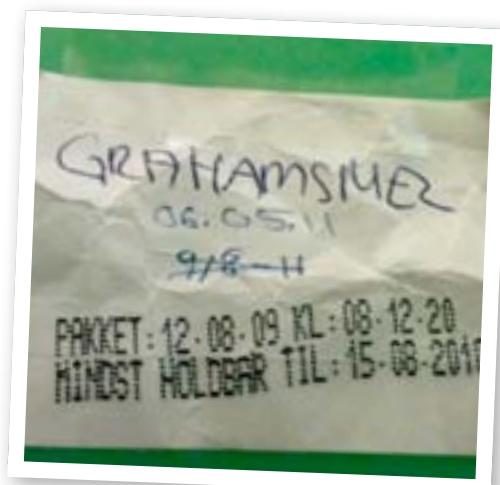
“Hvem gider smage på om noget er for gammelt?”. Lisbeth, 30 år

“Jeg er ikke hysterisk med om det er overskredet med en eller to dage. Det har jeg en datter, der er. Hun smider det hellere ud to dage før end to dage efter.”. Eva, 65 år

Flora åbner en avocado, som viser sig at være helt brun indvendig. Hun ærgrer sig højlydt til Erik, der beder hende om at smage på den. Hun finder, at den godt kan spises og skærer den ud og putter i salaten. Overfor mig understreger Erik, at han ikke bryder sig om folk, der køber mælk efter holdbarhedsdato, han mener, at man bør smage på varerne før man dommer dem for gamle.

I supermarkedet er alle varer altid nye og friske. Dette står i stærk kontrast til det øjeblik forbrugeren køber en vare. Fra det øjeblik går tiden i gang og varen begynder at forfalde. Nogle er mere følsomme overfor dette end andre. Det vil sige, hvornår noget kan opfattes som spiseligt eller uspiseligt er individuelt, som også citaterne ovenfor vidner om.

“Vi kigger på det og mærker på det [[frugt] [...]]
Jeg tror ikke en holdbarhedsdato ville gøre en forskel.” Steffen, 38 år



Ikke blot er det vidt forskelligt, hvordan deltagerne opfatter, hvad der kan spises og hvad der er for gammelt, men der er også forskel på, hvordan enkelte madvarer bliver opfattet i forhold til friskhed. F.eks. nævnes kød, kødpålæg, æg og mejeriprodukter som mælk, fløde, creme fraiche, hytteost og yoghurt ofte som varer, deltagerne ikke vil overskride datomærkningen på, hvorimod varer som smør, konserves, brød ofte kan være ok at spise, selvom er datomærkningen

er overskredet.

Umiddelbart tegner der sig et billede af, at varer, der kan afgive en tydelig lugt eller

udvikle skadedyr (som mel på billedet), er udslagsgivende i forhold til, hvorvidt man har lyst til at overskride datomærkningen.

Deltagerne foretrækker varer, der er friske og nye. Det vil sige, i takt med tiden mister de værdi for deltagerne, og bliver derved nemmere at smide ud. Hvis madvaren så oven i købet er en vare, der tillægges lav kulturel status (tilbehør f.eks.), bliver den endda nemmere at smide ud jo ældre den bliver. Tidens tand er således en barriere for at reducere madspild.

Der er forskellige barrierer for at reducere madspild, men flere handler om sociale eller kulturelle konventioner eller betydninger i forhold til måltidet eller de enkelte madvarer. Frisk og rigelig mad er en måde at anerkende sine gæster eller børn på, og kan derved potentielt medføre madspild, da risikoen for at man laver for meget mad er tilstede.

Kød har højere kulturel status end tilbehøret (pasta, ris, kartofler og grønt), hvilket betyder at tilbehøret ofte bliver doseret mere upræcist og til tider i for store mængder end det kan spises. Derudover spiller mangel på overblik over de varer man har i forvejen, også ind på madspild. Manglende overblik kan resultere i, at flere pakker af samme vare bliver åbnet, og en af dem således bliver for gammel til at spise. Lyst og impuls er ligeledes barrierer for at reducere madspild, uanset planlægningsgrad hos deltagerne. Lyst til noget andet mad end det planlagte kan resultere i, at der bliver købt for mange madvarer, i forhold til hvad man kan nå at spise. Til sidst har vi set, at varer generelt mister værdi, som tiden går, fra man står i supermarkedet til varen ender i skraldespanden. En vares værditab er således også en barriere for at reducere madspild.

Barriererne er acceptable

“Sådan er det at have børn.”. Pia, 36 år

“Men det skal der også være plads til engang imellem.” Jens, 29 år om ikke altid at tænke på, hvor store mængder mad man laver

“Jeg synes i forvejen vi tænker meget over det.”

Troels, 32 år om de tidspunkter, der alligevel ryger mad i skraldespanden

Flere af de ovennævnte barrierer for at reducere madspild er både kendte for deltagerne og bliver til en vis grad også accepteret. Pia fortæller, at når man er en børnefamilie, vil der altid være madspild, fordi det er meget usikkert, hvad børnene vil have at spise, og hvor store mængder mad de kan indtage, fra dag til dag. Hun vil også hellere lave rigeligt mad til dem, og også gerne anden mad, end det, der står på menuen en aften, fremfor at spare. Pia er godt klar over, at hendes prioritering eventuelt fører til højere grad af madspild, men det er et spild hun kan acceptere. Både Jens og Troels mener, at man ikke altid kan tænke over madspild. De synes de gør, hvad de kan, for at undgå madspild, og engang imellem må de bare acceptere, at de bliver nødt til at smide mad ud.

Madvarernes livscyklus

Alle fødevarer har et vist forløb i hjemmene, som vi kalder en livscyklus - fra de bliver købt, til de enten bliver spist eller smidt i skraldespanden. Forskellige madvaretyper har forskellige livscyklusser, men hver enkelte madvaretype har derimod gennemgående mønstre i deres egen livscyklus. Mønstrene giver indblik i hvornår, hvordan og hvorfor madspild opstår, og åbner dermed også for mulige indsatsområder. Derfor følger vi i analysen enkelte typer madvarer, fra de blev købt til de enten blev spist eller blev smidt ud, på tværs af deltagerne.⁹

Kød

Fersk kød har en særlig status blandt de deltagere vi besøger. Ingen af dem er vegetarer, og alle vurderer kød til at være mere værdifuldt end andre fødevarer. Som Kenneth siger, er særligt bøf eller rødt kød forbundet med noget specielt og lidt "luksuriøst". Ordet "tilbehør" refererer da heller ikke til kød, men til grønt, ris, pasta eller kartofler. I undersøgelsen oplever vi også, at hvad der kan betegnes som et rigtigt aftensmåltid, indeholder ofte kød. Endvidere er der større chance for at kød bliver gemt som rester end andre tilberedte madvarer, og at utilberedt kød når at blive anvendt, inden det bliver for gammelt, fordi der er mere opmærksomhed på denne type madvare. På samme måde vil kød også ofte indgå i det, deltagerne betegner som gæstemad, altså når der er gjort lidt ekstra ud af at måltid i form af tid og penge.

Indkøb

"Vi købte den ekstra fryser, for så kunne vi f.eks. købe 2 svinemørbrad på tilbud og gemme dem."
Mette, 30 år

"Vi skal have bøf, vi har fået penge!"

Kenneth, 22 år

Kød er en af de varer, der ofte optræder i mængderabat i supermarkederne, og som deltagerne hellere lader sig friste af end f.eks. grøntsager på tilbud. Da vi besøger både Pia og Steffen samt Mette og Jens, serverer de kød, der er købt som del af et mængderabattilbud. Pia understreger samtidig, at hun aldrig ville købe to hvidkål på tilbud, for dels ville hun ikke vide, hvordan de skulle opbevares på en måde, så de vil holde sig friske længe nok, og dels ville hun ikke på samme måde kunne finde anvendelse for dem, som hun ville med et stykke kød. Dette hænger sammen med, at et måltid oftest bygges op omkring kød.

"Så finder jeg ud af, hvad for noget kød vi har eller skal have og så finder jeg på resten." Lisbeth, 30 år

I citatet fortæller Lisbeth, at hun planlægger måltidet med udgangspunkt i valg af kød. Pia fortæller også, at når hun laver madplan, skriver hun ofte bare, hvilken type kød familien skal have på en given dag, mens hun planlægger tilbehøret mere spontant, når hun står i supermarkedet.

Tilberedning

Der er ikke meget kød, der går til spilde under tilberedningen af et måltid, ifølge deltagerne. Nogle enkelte nævner, at de skærer sener, brusk og fedt fra.



Opbevaring

Kød, der ikke bliver anvendt med det samme, bliver opbevaret enten i fryseren eller køleskabet, alt efter hvornår det skal bruges. Hvis anvendelsestidspunktet er tæt på købstidspunktet, bliver kødet opbevaret i køleskabet.

Kenneth, der bor alene, får sjældent brugt en hel pakke kød i et enkelt måltid. F.eks. indeholder kyllingebryrtpakker som regel to stykker. Kenneth ved at han kun spiser det ene. Det andet opbevarer han ofte utildækket i emballagen. Dette kan give anledning til madspild, da han senere måske ikke husker hvornår han købte eller åbnede kyllingen. Datomærkningen vægtes oftest over, hvorvidt kødet ser spiseligt ud eller ej, når deltagerne afgør om det skal smides ud.

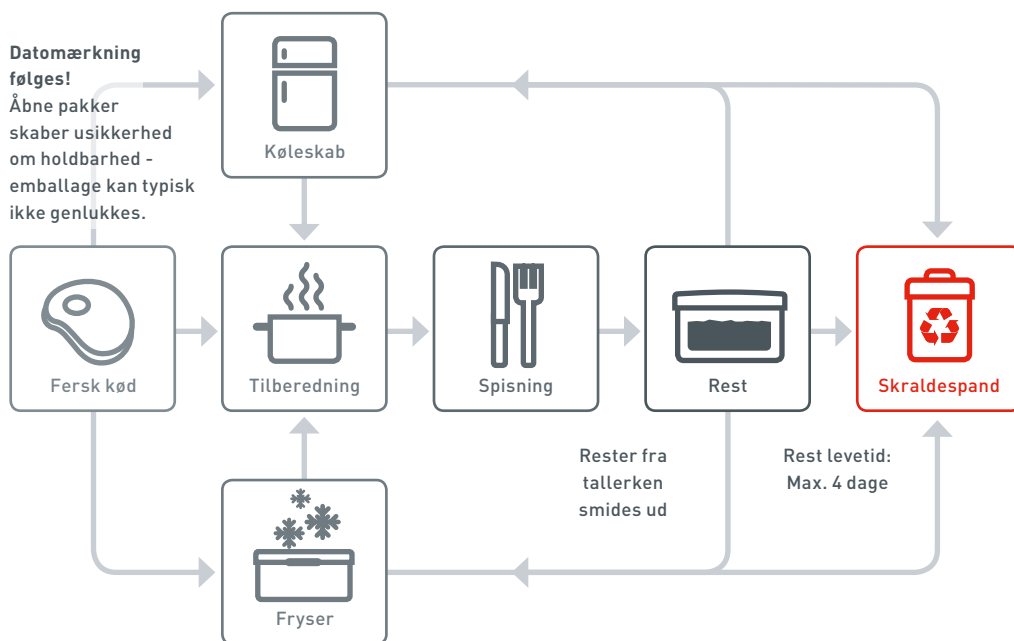
Måltidet er ved at være ovre. Mette rejser sig og hjælper først Mads og så Mille ned fra de høje stole. Jens, Mettes mand, går i gang med at rydde af bordet. De ris vi ikke har spist kommer i skraldespanden, hvorimod det resterende svinemørbrad bliver placeret i en gennemsigtig plasticbøtte.

Når der er tilberedt mad tilovers efter et måltid, er det ofte kødet, der bliver gemt, forudsat at det ikke allerede er blevet øst op på en tallerken, og forudsat at mængden er stor nok til at kunne blive brugt i madpakke eller et andet måltid. Hvis kødet allerede er blevet øst op på en tallerken, vil det blive smidt ud lige efter måltidet, hvorimod kødrester på pande eller i gryde bliver opbevaret i køleskab i bøtter. Det kan også blive frosset ned, enten efter et par dage i køleskabet eller lige efter måltidet.

Kød får en chance mere

“Det er ikke så meget det vi smider ud i forbindelse med måltiderne, det er mere det vi smider ud mellem måltiderne.”. Lisbeth, 30 år

Efter kødet er kommet på køl, kan der ske forskellige ting med det. Det kan få en chance mere for at blive spist, f.eks. som del af en madpakke, frokost eller del af en ny ret, eller som “nem” aftensmad. Det kan også blive smidt ud. Når det har stået nogle dage i køleskabet (max. 4 dage, fortæller flere), bliver det taget op til overvejelse, hvorvidt kødet bliver spist eller ej. Herefter vil det ofte blive smidt i skraldespanden, som Lisbeth ovenfor fortæller.



TID OG STATUS → Frisk · Nyt · Lækkert | Rest · Kan ikke serveres for gæster · Måske madpakke · Ikke frisk · Kedeligt

Kød, der bliver opbevaret i fryseren, har ofte en længere levetid. Tilberedt kød i fryseren bliver til tider anvendt som en del af nye retter eller som nem aftensmad. Hvis fryseren begynder at blive fyldt op, kan det også blive smidt ud.

Køds livscyklus

Tilberedt kød, der er i overskud, er kendetegnet ved, at det har mistet sin værdi. Fra det øjeblik måltidet er ovre, til det eventuelt ender som madpakke eller i skraldespanden, begynder det at falde i værdi for deltagerne.

Under planlægningen er aftensmåltidet bygget op omkring kødet, men når det ikke længere spiller hovedrolle i et måltid, er det blevet til en 'rest', og har ikke længere samme høje status. I stedet bliver resten nu forbundet med noget, der er ufriskt, og noget, der ikke har værdi, fordi man ikke bruger tid eller penge på at servere det igen. Dermed bliver det lettere for deltagerne at smide allerede tilberedt kød ud.



Pasta, kartofler, ris

"[Smiler] Nej, det er vi vist ikke så gode til at gemme." Pia, 36 år

"Nu er pasta jo ikke den dyreste råvare"

Kenneth, 22 år

Pasta, kartofler og ris bliver betragtet som tilbehør, det vil sige tilbehør til kødet, og nyder således ikke samme høje status som kød. Som Kenneth understreger, har pasta ikke så stor en værdi og vil derfor, sammen med tilberedt kartofler og ris, oftere blive smidt ud direkte efter et måltid.



Opbevaring

Ris og pasta bliver opbevaret i skuffer eller skabe. Under sjældne oprydninger, er der risiko for, at utilberedt ris eller pasta vil blive smidt ud. Kartoffler bliver opbevaret enten i køleskabenes nederste skuffer, i koldere, mørkere rum, f.eks. bryggers eller på køkkenbordet. Når de bliver bløde eller spirer, bliver de smidt ud. Det er således deres udseende, der afgør om de, for deltagerne, er spiselige eller ej.

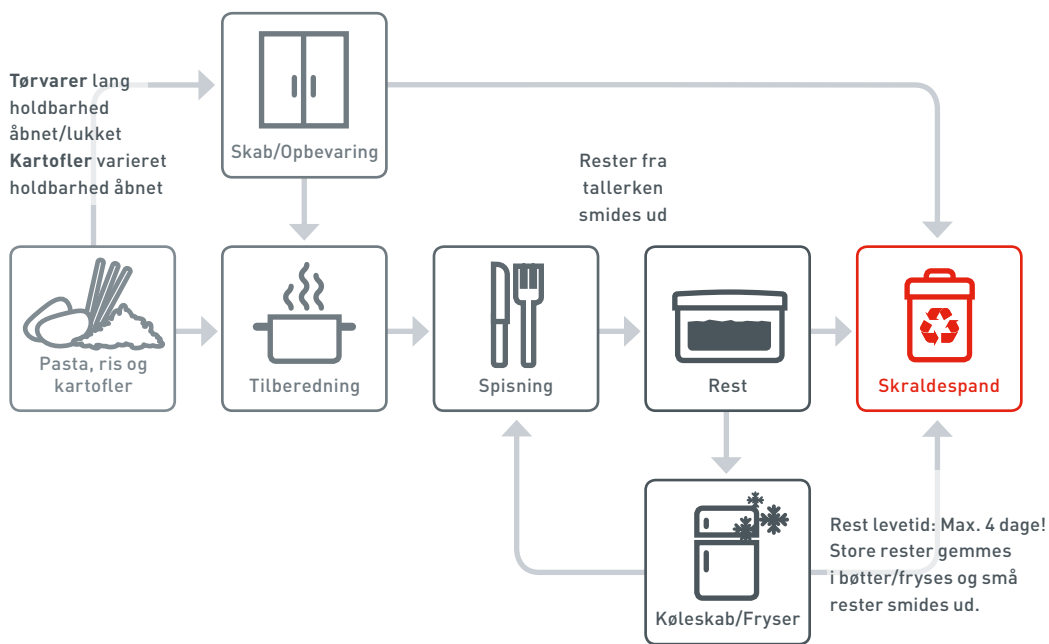
Tilberedt pasta, kartofler og ris

"Hvorfor koger vi altid for meget eller for lidt ris?". Lisbeth, 30 år



Tilberedt pasta, kartofler og ris har mindre værdi for deltagerne end kød, og vil derfor oftere blive smidt direkte i skraldespanden efter et måltid, fremfor at få en chance mere. De af deltagerne, der selv laver frokost, gemmer dog til tider tilbehørsrester til næste dags madpakke. Eva og Kalle nævner, at de også fryser f.eks. ris ned og anvender det senere i en suppe. Deltagerens skraldespande vidner om, at pasta, kartofler og ris i højere grad end kød, bliver smidt ud, mens det primært er kødrester, der befinder sig i deltagerens køleskabe.

Lisbeth udtrykker, at hun synes det er ærgerligt at skulle smide ud, men særligt ris er svært at dosere. Enkelte nævner, at det samme gælder for pasta. Dette skyldes, at den mængde pasta, kartofler og ris, der er brug for ved et givent måltid, ændrer sig fra gang til gang. Hvis det er til fyldige sammenkogte retter, er der brug for mindre, end hvis det drejer sig om tilbehør til tynde sovse. Lisbeth nævner, at mængdeangivelserne på rispakker ikke tager højde for, hvad risen skal spises sammen med.



TID OG STATUS ← Frisk · Nyt · Lækkert | Rest · Kan ikke serveres for gæster · Måske madpakke · Ikke frisk · Kedeligt →

Pasta, ris og kartoflers livscyklus

Tilberedt pasta, ris og kartofler har en kortere livscyklus end kød, idet de i sjældnere tilfælde får en chance mere for at blive spist, efter at have været på bordet. På samme måde er tilberedningen også et tidspunkt, hvor i hvert fald kartofler, der er plettede, kan blive smidt i skraldespanden. Der er således flere steder i livscyklussen, hvor tilbehøret kan blive smidt ud, i sammenligning med køds livscyklus.

Utilberedt ris og pasta kan dog have en meget lang cyklus, fra det bliver købt til det enten bliver spist eller kommer i skraldespanden under en oprydning. Dette skyldes, at ris og pasta opfattes som varer, der kan holde sig meget længe.



Frugt og Grønt

Grønt bliver, som pasta, kartofler og ris, også primært opfattet som tilbehør til kød. Dog et meget vigtigt tilbehør. Flere af deltagerne fremhæver, at de gerne vil være sunde, og sund bliver forbundet med frugt og grønt.

Indkøb

"Jeg kan godt lide, at det er friskt, det er læk-rere." Kenneth, 22 år

"Nyt er dejligt og friskt." Lisbeth, 30 år

I supermarkedet går deltagerne efter det frugt og grønt, som ser friskest og sprødest ud. Friskt og sprødt opfattes som appetitvækkende og lækkert. Frosne grøntsager er derfor også i lavere kurs end friske, og bliver både anset som ikke nær så lækre, af dårligere kvalitet og ikke nær så sunde.



Opbevaring

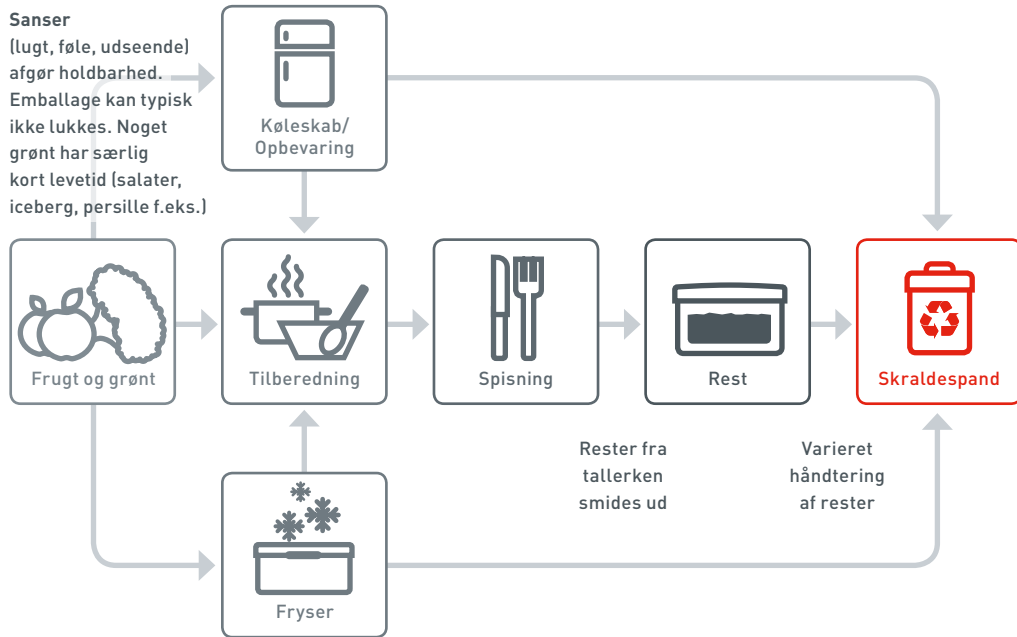
Utilberedt frugt og grønt bliver enten opbevaret ved stuetemperatur eller i køleskabet, gerne i køleskabets nederste hylder. For frugt og grønt er det udseendet, der afgør, hvorvidt det er spiseligt eller ej. Hvis det mister sin sprødhed, bliver blødt eller får mærker, bliver det smidt ud.

Deltagerne mener, at frugt og grønt ofte bliver pakket i for store mængder i forhold til, hvad de kan nå at anvende. F.eks. kan rødbeder eller hvidkål kun købes i store mængder. Lisbeth er træt af størrelsen på persillebundter. Hun når aldrig at bruge det hele, inden det bliver blødt og slattent. For flere betyder det, at de ikke når at få grøntsagerne og frugterne anvendt, men smider større mængder ud.



Tilberedt frugt og grønt

Kød er nemmere at dosere end grønt, hvilket deltagernes skraldespande også vidner om, hvor andelen af frugt og grønt er langt større end tilberedt kød. Desuden betyder det ikke så meget, at der bliver tilberedt for meget grønt, til f.eks. salater, fordi deltagerne ikke opfatter det som værende så værdifuldt som kød. Ofte vil grøntrester blive smidt ud efter et måltid. I nogle tilfælde bliver det dog gemt og anvendt i madpakke eller i en sammenkogt ret senere på ugen.



TID OG STATUS → Frisk · Nyt · Lækkert | Til opbevaring eller som rest · Ikke frisk · Blødt · Slattent

Frugt og grønts livscyklus

Frugt og grønts livscyklus er kortere end pasta, ris og kartoflers. Ganske vist har tilberedt frugt og grønt samme livscyklus som pasta, ris og kartofler, idet der både kan blive smidt en del grønt ud i forbindelse med og efter madlavningen.

Men tilberedt får grønt hurtigt synlige mærker af forfald, hvilket gør at det bliver smidt i skraldespanden hurtigere end pasta, ris og kartofler, og har derved også kortere livscyklus.



Mejeriprodukter

Mejeriprodukter bliver primært brugt i forbindelse med morgenmad, og som ingrediens i andre måltider.

Indkøb

"Jeg bliver voldsomt forarget, når folk står og datosorterer." Erik, 58 år

For deltagerne er det vigtigt, at mejeriprodukter er helt friske, og flere nævner, at de går efter den friskeste mælk i supermarkedet. Erik er undtagelsen, der understreger at han ikke bryder sig om, når andre forbrugere går efter mælk med den nyeste datomærkning. For ham er det forbundet med "frås", hvis man ikke kan anvende mælk, der ikke har den nyeste datomærkning. Samtidig er hans udtalelse en markør af, at han ikke selv er følsom overfor datomærkninger. Uanset om man kun køber den friskeste mælk eller ej, spiller datomærkningen således en rolle i valget af et mejeriprodukt som mælk. For nogle er det vigtigt, at de får det nyeste, for Erik er det vigtigt at kunne understrege, at datoen ikke betyder så meget for ham.

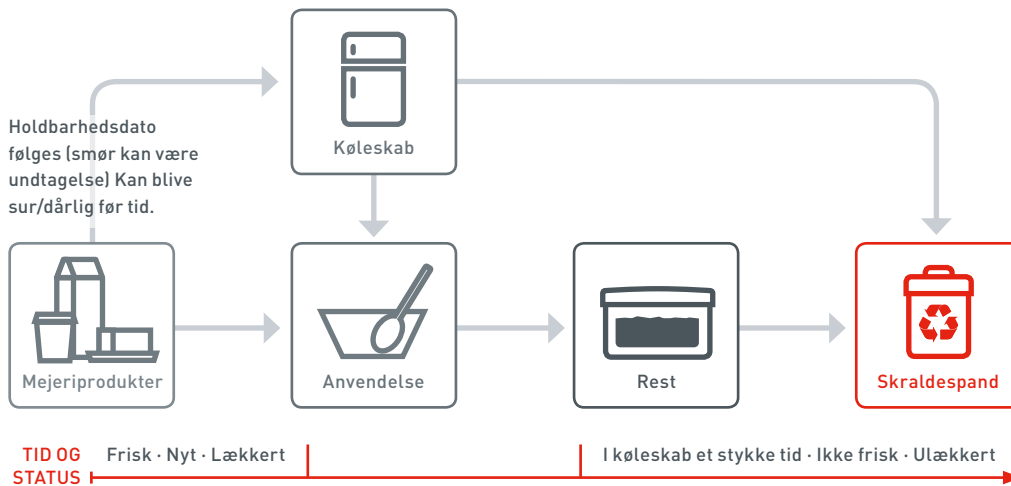
Åbnet mejeriprodukt

Deltagerne nævner smør og skæreost, som de mejeriprodukter, hvor datomærkningen ikke nødvendigvis afgør, om varen bliver smidt ud. Her er det mere lugten og smagen, der er afgørende. Ved andre varer, som mælk, yoghurt, hytteost, fløde og cremefraiche, betyder datomærkningen mere. Nogle af deltagerne fortæller, at de ikke er bange for at lugte til mælk, der har overskredet holdbarhedsdatoen, mens andre siger, at de end ikke vil lugte til det. Under alle omstændigheder, er datomærkningen en markør, der giver tvivl om varens holdbarhed.



Mængderne, som hytteost og fetaost kan købes i, er ofte for store til, at de kan nå at blive brugt, inden de bliver for gamle.

Åbnet mælk bliver smidt ud i forbindelse med morgenmad, i form af rester fra en tallerken. Herudover nævner også Kenneth, at han smider mælk ud, fordi han kun bruger mælk til kaffe og dermed ikke når at bruge en hel liter, inden den bliver sur.



Mejeriprodukters livscyklus

Mejeriprodukter optræder ikke, på samme måde, som de førnævnte madvarekategorier, som rester efter et måltid, der kan gemmes. Datomærkningen bliver således central, når det kommer til at afgøre, hvorvidt et mejeriprodukt er spiseligt eller ej. Mejeriprodukter kan således være 'i brug' i et stykke tid, hvorefter datomærket undersøges.

For nogle produkter, såsom smør og skærest, betyder datomærkningen mindre, i forhold til det, at smage på om varen er spiselig. For andre mejeriprodukter, såsom mælk, fløde, yoghurt, cremefraiche og hytteost, kan datomærkningen være det afgørende for, om en vare skal smides ud eller ej.



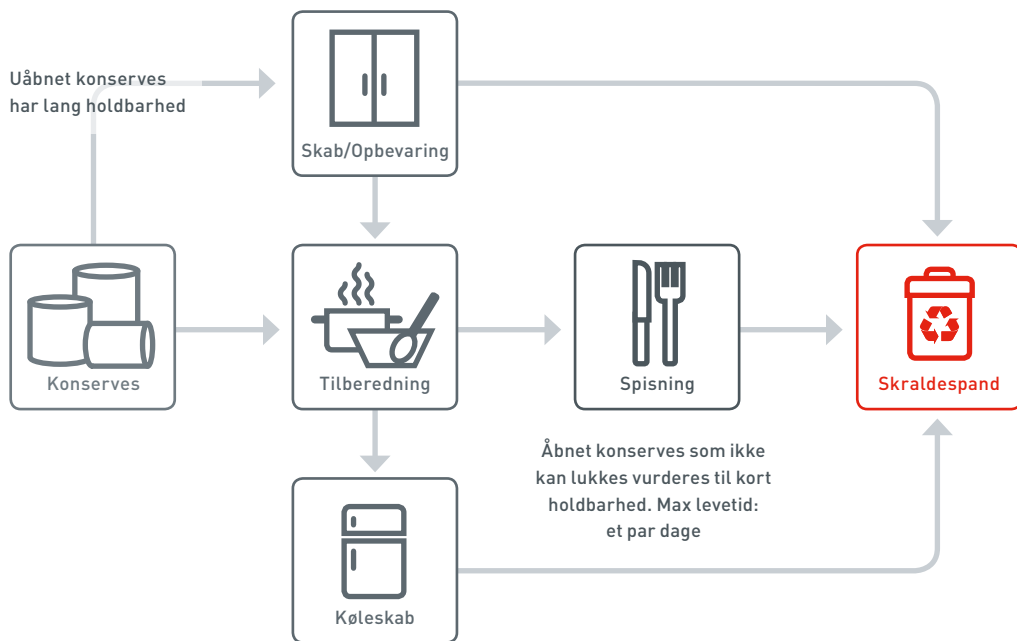
Konserves

Konserves bliver anvendt i mindre mængder end f.eks. kød, grønt eller pasta, ris og kartofler. Derfor bliver konserves også smidt ud i mindre mængder. Dog kan konserves kun købes i meget store portioner, og det kan have den konsekvens, at en del må smides ud, fordi deltageren ikke når at bruge det. Hvis konserves anvendes i forholdsvist mindre mængder, er det, pga. pakningsstørrelsen, også forholdsvist store mængder, der smides ud.

Åbnet konserves

Lisbeth åbner et glas grønne oliven, hælder halvdelen af indholdet over i en skål til aftensmaden og sætter resten i køleskabet. I køleskabet står i forvejen et åbnet glas oliven, Lisbeth tager det ud, sætter det på bordet og fortæller, at hun ikke var klar over, at hun havde et uåbnet glas i køleskabet, og at hun ikke ved, hvor længe det har stået der, og hvor længe det kan holde sig, når det er åbnet.

Efter åbning er deltagerne i tvivl om, hvor lang tid konserves kan holde sig. Varer som sennep eller ketchup bliver vurderet på lugt og smag, og kan blive spist en enkelt gang, selvom dato-mærkningen er overskredet. Åbnede dåsevarer bliver både opfattet som sværere at opbevare og som mere følsomme overfor fordærv, fordi de ikke kan forsegles igen.



Konserves livscyklus

Uåbnet konserves bliver kun smidt ud i forbindelse med oprydning i skuffer og skabe, og har derved en meget lang livscyklus. Åbnet konserves på glas og tuber har en lang livscyklus, og kan blive sat på bordet flere gange, endda en enkelt gang efter datomærkningen er overskredet. Dog skaber det faktum, at varen er åbnet, usikkerhed om, hvor længe noget kan holde sig.

Deltagerne er mindre bekymrede om denne type varer end f.eks. køds og mejeriprodukters holdbarhed. Åbnet restekonserves på dåser, derimod, ender ofte i skraldespanden. Dåserne er for store til at det hele kan anvendes til ét måltid, og efter åbning af en dåse, opstår der tvivl om, hvorvidt varen kan holde sig i dåsen eller ej.



Opsamling: Forskellige madvarer, forskellige livscyklusser

De forskellige typer madvarer har forskellige livscyklusser, forstået som den tid og det, der sker med dem, fra de bliver købt, til de bliver spist eller ender i skraldespanden. Nogle varer har en meget kort cyklus og kort levetid fra de bliver købt til de spises eller smides ud, hvor andre har længere tid fra køb til mave eller skraldespand. Nogle varer har også en mere handlingsmættet livscyklus, det vil sige, der sker mere i løbet af deres levetid i køkkenerne, end for andre varer.

Køds status, som måltidets vigtigste ingrediens, gør, at det kan have en forholdsvis lang livscyklus for en fersk vare, fordi restekød ofte får en chance mere for at blive spist, efter det har været på bordet én gang. Utilberedt kød kan derimod have en meget kort livscyklus, da det hurtigt bliver smidt ud, hvis det overskrider datomærkingen, eller bliver bedømt til at have ligget for længe. På den anden side bliver utilberedt kød også lagt i fryseren til opbevaring, og kan dermed få en lang livscyklus. Man kan imidlertid hurtigt miste overblikket over, hvad der ligger i fryseren. Derfor kan fryseren – på trods af den modsatte intention - blive et "sort hul", hvor madvarer bliver deponeret, indtil de en dag kasseres, fordi man ikke ved, hvor længe de har ligget der.

Tilberedt pasta, ris og kartofler har en kortere livscyklus end kød, idet de sjældnere får en chance mere for at blive spist, efter at have været på bordet. Utilberedt ris og pasta, kan dog have en meget lang cyklus fra det bliver købt til det enten bliver spist eller kommer i skraldespanden under en oprydning.

Frugt og grønts livscyklus er kortere end pasta, ris og kartoflers. Ganske vist har tilberedt frugt og grønt samme livscyklus som pasta, ris og kartofler, idet der kan blive smidt en del grønt ud, både i forbindelse med og efter madlavning. Men utilberedt får grønt hurtigt synlige mærker af forfald, hvilket gør at det bliver smidt i skraldespanden hurtigere end pasta, ris og kartofler, og har derved også kortere livscyklus.

Mejeriprodukter har en mere direkte, fortløbende livscyklus end andre madvarer. Mejeriprodukter optræder ikke som rester efter et tilberedt måltid, men er "i brug" gennem hele levetiden.

Uåbnet har konserver en lang livscyklus, hvor der dog ikke sker så meget. Uåbnet konserver kan stå i skabe eller skuffer i flere måneder eller år, før det bliver anvendt. Åbnet konserver på glas og tuber har en lang livscyklus, og kan blive sat på bordet flere gange, endda efter datomærkingen er overskredet, undtagen hvis der er tale om åbnet dåsekonserves, som forholdsvis hurtigt bliver smidt ud.

"Køleskabshospice"

På samme måde som fryseren risikerer at blive et "sort hul", har køleskabet også en helt særlig funktion. I mange tilfælde spiller køleskabet rollen som "hospice"; det sidste stop inden skraldespanden. En maksimal levetid på 4 dage, ser ud til at være reglen. Herefter vurderes det, at resten har fået chancen, men desværre ikke klarede den. Det viser, at intentionen om ikke at forårsage madspild eksisterer: ellers ville det være lige så let at smide resten i skraldespanden med det samme. Imidlertid bliver det mere acceptabelt at smide resten ud efter et ophold i køleskabet.

Konklusion

– Vi smider ikke mad ud – og så alligevel...

Madspild er skyld i både klimaforandringer og et unødigt overforbrug af naturressourcer. Det er derfor vigtigt at finde løsninger på problemet. Denne undersøgelse har vist, at det ikke nytter at tale til folks moral eller pengepung, hvis der skal skabes adfærdsændringer. Det handler ikke om at ændre på folks moral. Den er allerede meget høj, viser denne undersøgelse.

Deltagerne i undersøgelsen, og befolkningen i al almindelighed, tager alle afstand fra at smide mad ud. At smide mad ud forbindes med “frås” og “svineri”. Deltagerne misbilliger det og gør, hvad de kan, for at undgå madspild. Forbrugere forbinder ikke madspild med klimaforandringer, men undersøgelsen viser, at madspild bliver forbundet med økonomisk tab, mangel på sund fornuft og resourcespild. Derudover bliver madspild også forbundet med mangel på omtanke for andre mennesker og dårlig moral.

Både deltagerne i undersøgelsen og forbrugerne handler også aktivt for at undgå madspild bl.a. ved at anvende forskellige systemer for at reducere de mængder af mad, der smides ud. Madplaner er et system, der skaber overblik over madbudgettet, sparer penge og derved også reducerer madspild. Derudover er der sat sindrige systemer i værk, for at skabe overblik over den daglige husholdning og dermed undgå spild og økonomisk tab. Det kan være systemer til at holde overblik over indholdet i skuffer, skabe og fryser, eller systemer for at klemme det sidste ud af madvarer, der måske er på kanten til at blive for gamle. Hvad enten deltagerne planlægger mere eller mindre, er det ikke muligt at sige, om det fører til mere eller mindre madspild. Det er temmelig usikkert, om de mange systemer

virker efter hensigten. Vi kan i hvert fald ikke se, om de deltagere, der langtidsplanlægger, smider mindre ud end de mere spontane typer.

Undersøgelsen tegner et billede af forbrugere, der hverken er ligeglade med eller uopmærksomme på, om de smider mad ud. Derimod er de meget motiverede og praktiske i deres tiltag for at undgå madspild.

Madspild og affald

Fænomenet 'madspild' er en gradueret kategori. Det betyder, at der i den ene ende af skalaen findes oplevet, kendt og synligt spild, som er kulturelt uacceptabelt. I den anden ende af skalaen er der det uoplevede og usynlige spild, der enten ikke opfattes som rigtigt spild eller blot bliver accepteret, som noget, der ikke kan undgås. Når nogle former for spild ikke bliver oplevet som spild, er det enten fordi, de ikke bliver tillagt så stor værdi, eller fordi der hersker en større accept af visse former for spild.

Oplevet madspild er gennemgående kendetegnet ved at bestå af:

- Utilberedte madvarer
- Uåbnede eller åbnede madvarer direkte fra opbevaring
- Store rester fra måltider, der ikke har været på tallerkenen

Madspild der ikke opleves er gennemgående kendetegnet ved at bestå af:

- Frasorterede, ikke-spiselige eller “dårlige” varer under tilberedning eller fra opbevaring
- Tallerkenrester
- Rester, der har været i køleskabet og evt. serveres for anden gang

Årsager til madspild

På trods af forbrugernes moralske standpunkter og aktive indsats mod madspild i hverdagen, bliver der alligevel smidt mad ud. Det viser statistikkerne. Det sker både under tilberedning, efter spisning og mellem måltider, hvor tilberedte og utilberedte fødevarer bliver smidt ud. Kontrasten mellem selvforståelsen og det konkrete madspild handler bl.a. om, at madspild kategoriseres forskelligt. Noget spild er synligt, uacceptabelt og tillægges stor værdi som ærgerligt spild; andet forekommer mere usynligt og kulturelt acceptabelt.

Undersøgelsen nuancerer statistikkerne ved at vise, at der er forskellige årsager til, at mad bliver smidt ud.

Utilberedte madvarer bliver smidt ud fordi:

- De bliver købt i så store mængder, at de ikke kan nå at blive spist
- Madvarernes emballage kan ikke forsegles forsvarligt efter åbning, og varen bliver uappetitlig at se på
- Datomærkningen 'sidste salgsdato' (gælder for kød) og datomærkningen på mejeriprodukter (primært mælk, yoghurt, hytteost, cremefraiche, fløde) skaber usikkerhed i forhold til, om det er forsvarligt at spise
- Der ryddes op i skuffer og skabe

Tilberedte madvarer bliver smidt ud fordi:

- De bliver tilberedt i mængder, der ikke bliver spist i løbet af ét måltid (selvom deltagerne gemmer rester, kan de nogle gange vurdere, at en rest ikke er stor nok til at blive gemt efter et måltid)
- De har stået i køleskab for længe (4 dage)
- Rester, der har været serveret som rester én gang, regnes ikke for spiselige

Barrierer for at reducere madspild
Der er forskellige barrierer for at reducere madspild. Flere af disse handler om sociale eller kulturelle konventioner, eller måltidets og de enkelte madvarers betydning. Frisklavet og rigelig mad er en måde at anerkende sine gæster eller børn på, og denne sociale norm kan potentielt både medføre madspild og udgøre en barriere for at reducere det.

Aftenmåltidets status, som det vigtigste måltid, har også betydning. Her spiller kød hovedrollen og har en højere kulturel status end tilbehøret (pasta, ris, kartofler og grønt). Det betyder, at tilbehøret ofte bliver doseret mere upræcist og til tider i for store mængder. Når vi køber ind, tager vi udgangspunkt i det enkelte aftensmåltid. Det betyder, at vi ikke nødvendigvis tænker over, hvad vi kan bruge de tiloversblevne madvarer til i andre retter. Det er derfor nogle gange et problem, at pakninger er for store.

Derudover spiller mangel på overblik, over de varer, man har i forvejen, også ind på madspild. Manglende overblik kan resultere i, at flere pakker af samme vare bliver åbnet, og at en af dem derfor bliver for gammel til at spise.

Lyst og impuls er ligeledes barrierer for at reducere madspild, uanset hvor meget den enkelte planlægger. Impulskøb kan betyde, at der bliver købt for mange madvarer i forhold til, hvad man kan nå at spise.

Til sidst har vi set, at varer generelt mister værdi som tiden går, fra man står i supermarkedet til varen ender i skraldespanden. En vares værditab er således også en barriere for at reducere madspild.

Forbrugerne er meget optagede af varens friskhed, og det kendetegner mange af de handlinger vi foretager os. F. eks. tyder noget på at, forbrugerne har en meget rigid opfattelse af datomærkninger. Er datomærkningen "mindst holdbar til" overskredet, ryger varen ofte i skraldespanden, uden at vi har undersøgt nærmere om varen rent faktisk stadig er frisk.

Hvordan kommer vi madspild til livs?

Disse resultater peger på, at enhver kommunikation om madspild skal tage udgangspunkt i, at forbrugerne har en meget stærk selvforståelse af, at de ikke smider mad ud og er meget motiverede for at undgå det. Det nytter derfor ikke at tale til folks moral eller pengepung, når der skal kommunikeres om madspild. Denne tilgang forudsætter nemlig, at vi er bevidste om, at vi smider mad ud, men denne undersøgelse

peger på, at det er vi langt fra altid. De fleste vil ganske enkelt ikke opfatte den slags budskaber som vedkommende el-

ler relevante. Man må derfor tage udgangspunkt i folks selvforståelse og forbrugernes graduerede oplevelse af madspild, når der skal kommunikeres om madspild. Det betyder at retorikken og den måde, madspild bliver kommunikeret på, skal ændres, hvis vi skal opnå en effekt. Der er behov for nuanceret tilgang til fænomenet madspild, en tilgang, der respekterer forbrugernes egen opfattelse af deres adfærd, de kulturelle kontekster, som madspildet opstår i.

Når forbrugerne ikke oplever, at de er 'madsvin', øger det naturligvis også udfordringerne for at skabe adfærdsændringer. Hvordan kommunikerer man til nogen, at de skal ændre adfærd, hvis de allerede synes, at de har taget mange forholdsregler for

at undgå madspild? Det positive er dog, at forbrugerne er engagerede i og optagede

af at reducere madspild. Dette bør udnyttes til at indgå i en aktiv dialog med forbrugerne om, hvad de mener om fænomenet madspild. Aktive og engagerede forbrugere forventer dialog, frem for at blive talt til. Dialogen og kommunikationen skal derfor anerkende forbrugernes syn på madspild, samt deres aktive indsats for at gøre noget ved det. I kommunikation omkring madspild, vil det også være vigtigt at skabe en forbindelse for forbrugerne om sammenhængen mellem klimaforandringer og madspild. Undersøgelsen har vist, at mange forbruger ikke kender til den sammenhæng.

Forbrugerne spilder mad mere eller mindre ubevidst eller usynligt. Denne form for madspild er ofte kulturelt acceptabelt, som f.eks. børns rester på tallerkenen eller rester, der allerede har fået en chance for at blive anvendt igen ved at stå i køleskabet. Denne type madspild kan synliggøres på en empatisk måde, der anerkender forbrugernes egne indsatser og opfordrer til at gå det sidste stykke.

Adfærdsændringer

Udover en anderledes og mere anerkendende kommunikation til forbrugerne kan vi også pege på en række andre tiltag, der kan have effekt. Forbrugere, der ikke ser sig selv som nogen, der spilder mad, vil derfor heller ikke mene, at de bør ændre deres adfærd.

Derfor foreslår vi også tiltag, der er rettet mod ubevidste adfærdsændringer eller snarere tiltag, der er rettet mod strukturelle eller udefrakommende faktorer, der ikke direkte har noget med forbrugeren selv at gøre, men som vil påvirke

forbrugerens adfærd. En del af disse strukturer ser ud til i sig selv at skabe madspild hos forbrugeren.

Hvordan kommunikerer man til nogen, at de skal ændre adfærd, hvis de allerede synes, at de har taget mange forholdsregler for at undgå madspild?

Faktorer der medvirker til madspild hjemme hos forbrugerne er bl.a. emballage, der ikke kan genlukkes, eller hvor man ikke kan få al maden ud, prisstrukturer og mængderabatter, der gør det billigere at købe større mængder, pakningsstørrelser, der ikke tager hensyn til, at forbrugerne tager udgangspunkt i aftensmåltidet, som et enkeltmåltid. Producenter og supermarkeder har derfor også et ansvar og en mulighed for at skabe mindre madspild via strukturelle ændringer på disse områder.

Denne undersøgelse er ikke udtømmende. Den peger på nogle nye måder og metoder til både at begribe og gribe madspildsproblematikken an på. Givetvis ville flere undersøgelser af f.eks. børnefamiliers madspild og forbrugernes opfattelser af friskhed kunne kaste endnu mere lys over fænomenet madspild.

Alligevel giver denne undersøgelse nogle fingerpeg om forandringer og tiltag, der med fordel kan implementeres for at reducere madspildet og dermed danskernes andel i klimabelastningen.

Anbefalinger

Myndigheder/
Interesseorganisationer:

Kommunikér til forbrugernes selvforståelse

Forbrugerne opfatter ikke sig selv, som nogen, der smider mad ud i store mængder, og derfor bør kommunikationen til dem tage udgangspunkt i dette forhold. Kommunikationen skal anerkende forbrugernes syn på madspild og aktive indsats for at gøre noget ved det.

Gå i dialog med de engagerede forbrugere

Forbrugerne er engagerede i og optagede af at reducere madspild. Dette bør udnyttes til at indgå i en aktiv dialog med forbrugerne om, hvad de mener om fænomenet madspild. Man kan med fordel fortælle om sammenhængen mellem madspild og klima. En sammenhæng mange forbruger ikke kender til. Men fremfor alt forventer aktive og engagerede forbrugere dialog, fremfor at blive kommunikeret til.

Kommunikér til forbrugernes ubevidste madspild

Forbrugerne spilder mad mere eller mindre ubevidst eller usynligt. Denne form for madspild er ofte kulturelt acceptabelt, som f.eks. børns rester på tallerkenen eller rester, der allerede har fået en chance for at blive anvendt igen ved at stå i køleskabet. Denne type madspild kan synliggøres på en empatisk måde, der anerkender forbrugernes egne indsatser og opfordrer til at gå det sidste stykke.

Forslag til handlinger

- Kampagne, der opfordrer forbrugere til at fortælle, hvad de selv gør for at undgå madspild
- Kampagne, der fortæller om sammenhængen mellem klima og madspild
- Kampagne, der handler om datomærkning eller usynligt madspild, som f.eks. tallerkenlevninger eller "køleskabshospice"

- En restemadskogebog, der bliver skabt kollektivt
- Særlige affaldsposer og vejesystemer for affald med mulighed for visualisering af forbrug, eventuelt omsat i penge
- Lokale affaldskonkurrencer for forbrugere.
- Digitale (f.eks. til smartphones) eller analoge overvågningssystemer til fryser og køleskab

Producenter og supermarkeder

Skab ubevidste adfærdsændringer gennem strukturelle forandringer

Producenter og supermarkeder har også andel i forbrugernes madspild, grundet de strukturelle forhold fødevarereproduktionen og salget af dem opererer under. De er dermed i besiddelse af en vigtig nøgle til at kunne skabe ubevidste adfærdsændringer.

Forslag til handlinger

- Emballage, der kan forsegles og bruges til opbevaring
- Emballage, der kan indeholde store mængder, men med mulighed for forsegling af mindre portioner
- Introducere emballage, der kan afsløre en vares holdbarhed efter åbning
- Revision af prisstrukturer i supermarkedet. Nogle mængderabattilbud fremmer madspild, andre kunne potentielt reducere madspild
- Mængdeangivelser, der viser typer af retter frem for vægtmål
- Pakke korttidsholdbar grønt i mindre mængder
- Indrette supermarkeder i forhold til enten nuværende eller ønskede mål om hvordan måltider bliver sammensat

Metode

42 METODE

Store dele af denne rapport er baseret på den antropologiske metode. En antropologisk undersøgelse har til formål at skabe eksplorativ, det vil sige ny, viden, samt kvalitativ viden om et emne, fænomen eller objekt. Antropologisk, kvalitativ viden er kendetegnet ved at være signifikant for indsigt i praksis, herunder handlemønstre, årsager, motivationer, erfaringer og opfattelser, men ikke for generelle slutninger om f.eks. en hel befolkning. Således er den antropologiske viden ikke repræsentativ, men det er heller ikke dens formål. Den har derimod til formål at forstå og forklare et emne, fænomen eller objekt i dybden.

Det er vigtigt at understrege, at i en kvalitativ undersøgelse er det ikke antallet af en vis type hændelser eller antallet af personer, der foretager sig en handling eller har en bestemt holdning til et givent fænomen, der er afgørende for, hvad der bliver lagt vægt på i analysen. Snarere er det afgørende, at hver enkel case peger i retning af, hvordan og hvorfor en hændelse udspiller sig, som den gør.

På den måde er den kvalitative viden kendetegnet ved at være dybdegående og baggrunds-søgende, samt give svar på hvordan, hvorfor og hvad der ligger til grund for en given adfærd.

Deltagere i undersøgelsen

Deltagerne i undersøgelsen er først og fremmest rekrutteret efter livssituation. Således optræder der 3 husstande med børn i alderen 2-16 år, 1 seniorægtepar med udeboende børn, 1 par uden børn samt 1 single i undersøgelse. Endvidere er deltagerne rekrutteret efter en spredning på alder og geografi. Skemaet nedenfor viser deltagerne i undersøgelsen. Med deltagerne menes de personer, der enten førte maddagbøger eller deltog i interviewet i løbet af undersøgelsen, og altså ikke samtlige personer i alle husstande.

Hver enkel husstand har selv valgt, hvem der vil deltage, og det naturlige valg er faldet på den eller de person/er, der har hovedansvaret for madlavning og indkøb.

Deltagerne i undersøgelsen har indrettet deres hverdag meget forskelligt. Nogle planlægger deres måltider adskillige dage frem i tiden og handler stort én gang om ugen. Andre planlægger på dagsbasis og handler hver dag. Der er der dog ligheder deltagerne imellem. For Kenneth, Erik og Flora gælder det, at de planlægger måltiderne fra dag til dag og handler til et måltid ad gangen. De bor i lejligheder i København og har mange indkøbsmuligheder i gåafstand. Lisbeth og Troels samt Eva og Kalle lever i husstande uden børn. Begge par planlægger grundigt deres måltider, laver grundige indkøbslister og Lisbeth og Troels laver madplaner. Husstandene med små børn planlægger ligeledes deres måltider frem i tiden i form af madplaner og begge har biler til ugentlige storindkøb.

Hvordan undersøgelsen er foregået

Forbrugernes selvforståelse, livssyn, livsstil, vaner, handlemønstre og netværk er alle faktorer, der spiller ind på, hvordan forbrugerne håndterer, forstår, oplever og agerer i forhold til madspild. For at få adgang til viden om disse faktorer har vi foretaget såkaldte observationsinterviews á cirka 5 timers varighed. Vi har været til stede, når deltagerne købte madvarer, lavede mad og spiste i deres egne hjem. Vi har talt med og interviewet deltagerne, enten i løbet af aktiviteterne eller bagefter.

Interviewene har været dybdegående og semi-strukturerede. Det betyder, at vi har spurgt ud fra en tematiseret spørgeramme af fastlagte overskrifter og temaer, men har været fri til at forfølge de emner, der måtte optage deltageren. Denne lidt løsere stil har den styrke, at den kan fange uventede perspektiver og vinkler på emnerne, fordi deltageren i højere grad går i dialog frem for at svare kort på de allerede definerede spørgsmål. Derved er der åbnet for, at man i undersøgelsen kan opdage aspekter, som ikke var forudset eller antaget på forhånd.

Observationerne har fokuseret på, hvordan deltageren rent faktisk handler og agerer i forbindelse med indkøb, madlavning og spisning, samt hvilken rolle fænomenet madspild spiller - udtalt eller uudtalt - i hverdagen. Vi har sat særlig fokus på, hvordan indkøbsturen og madlavningen struktureres, hvilke overvejelser deltageren gør sig undervejs, om madvarer har forskellig status

og dermed også kan smides ud af forskellige årsager, hvad der ligger til grund for madspild og hvornår i processen mad spildes.

Før vi besøgte deltagerne blev alle husstande udstyret med et såkaldt probingkit. Et probingkit kan bestå af et engangskamera, en notesbog, postkort samt forskellige billeder eller spørgsmål, der kan guide deltageren undervejs. I løbet af noget tid, skal deltageren, hver dag, tage billeder af og notere oplevelser eller fænomener, der har relevans for undersøgelsens formål. I dette tilfælde var det relevant, at deltageren tog billeder, noterede tanker og refleksioner i en notesbog og gemte kvitteringer.

Alle 6 husstande fik ved undersøgelsens start tildelt kladdehæfter til at føre dagbog i. De fik til opgave at tage billede af deres skraldespand i forbindelse med dagens måltider i hjemmet, samt tage billede af, hvad de sorterede væk under madlavning.

Navn	Alder	Geografi	Beskæftigelse	Husstanden	Planlægning
Kenneth	22	København	IT-programmør	Lejlighed med 1 person	Planlægger indkøb fra dag til dag
Erik/Flora	58/13	København	Toponomirådgiver i Københavns Kommune/7. klasse i folkeskolen	Lejlighed med 4-5 personer (5 enkelte dage om måneden) - Bente/Sophus/Oliver. 50/11/16 år	Planlægger indkøb fra dag til dag. Erik handler, men Flora hjælper med planlægning. Madlavning er de fælles om
Lisbeth/Troels	30/32	Odense	Projektleder i Slagelse Kommune/Pædagog i SFO	Lejlighed med 2 personer	Laver madplan hver weekend og køber stort ind om søndagen. Lisbeth har hovedansvaret for planlægning Troels hjælper
Kalle/Eva	68/65	Fårup, mellem Randers og Hobro	Pensioneret skoleleder/Pensioneret sundhedsplejerske	Parcelhus med 2 personer	Laver løbende indkøbsliste efter ugeavisernes tilbud. Eva har overblikket. Madlavning og indkøb er en fælles opgave
Mette/Jens	30/29	Frederikssund	Leankonsulent/ Softwareprogrammør	Parcelhus med 4 personer. Mads/Mille. 4/2 år	Laver madplan hver weekend og køber stort ind lørdag. Mette har hovedansvaret for planlægning og madlavning. Jens hjælper til
Pia/Steffen	36/38	Mårslet, syd for Århus	Kommunikationsmedarbejder/Bygningskonstruktør	Rækkehus med 4 personer. William/Emily. 4/2 år	Laver madplan i løbet af ugen og køber stort ind fredag eller lørdag. Steffen planlægger for det meste. Madlavning er et fælles ansvar

I kladdehæfterne skulle deltagerne notere refleksioner, måske give deres billeder titler eller notere overvejelser over, hvad de har smidt ud, og hvad de kan gøre for at undgå at smide ud. De enkelte husstande valgte selv, hvor mange der ville deltage i undersøgelsen. Dette betød, at vi med 6 husstande nåede 11 deltagere.

Formålet med et probingkit er, at få yderligere indsigt i deltagerens dagligdag, handlemønstre og intentioner udover det et interview kan give. Fordelen med denne metode er, at deltageren foretager sig handlinger på egen hånd, uden interviewerens bevågenhed. At f.eks. madspild ofte er noget, der foregår mellem måltider, er en pointe, som en deltager selv er kommet frem til ved hjælp af billeder og notesbog, og altså ikke noget, der kom frem i løbet af interviewet.

Det empiriske materiale

Denne antropologiske undersøgelse er baseret på empirisk materiale fra 6 observationsinterviews og ugedagbøger fra 6 husstande. Materialet består af feltnoter fra observationsinterviews, billeder og citater fra dagbøger og observationsinterviews. Feltnoterne optræder i rapporten som situationsbeskrivelser frem for rå noter.

Om analysen

Analysen tager afsæt i en blanding af, på forhånd definerede, temaer, der er blevet undersøgt og dermed blevet til ny indsigt i løbet af undersøgelsen. Deltagernes egne perspektiver, kategorier og opfattelser er således omdrejningspunktet for analysen. Efter dataindsamlingen har vi kategoriseret og udvalgt empirisk materiale til analysen, i overensstemmelse med undersøgelsens formål.

Vi har i analysen lagt vægt på:

- Adfærd i forbindelse med og opfattelse af forskellige madvaretyper (kød, pasta/ris/kartofler, frugt/grønt, mejeriprodukter og konserver), da dette har indflydelse på det mønster, hvormed en given madvare bliver smidt ud
- Deltagerens adfærd og opfattelse af tilberedte og utilberedte madvarer
- Årsager til madspild
- Hvilke tiltag deltagerne foretager sig for at undgå madspild (argumenter og systemer)
- Hvilken selvforståelse deltagerne har i forhold til madspild
- Hvilke kulturelle, sociale og praktiske barrierer deltagerne står overfor i forhold til at skulle reducere madspild

Ordforklaring

Madspild: Ordet 'madspild' er ikke et ord, som deltagerne anvender om det at smide mad ud. Snarere er madspild betegnet som netop 'at smide mad ud' i løbet af undersøgelsen. Vi anvender alligevel ofte ordet madspild, som en samlet betegnelse for det, der sker, når mad smides ud.

Datomærkning: Det er usikkert, hvad og hvordan deltagerne forstår de forskellige typer datomærkninger (sidste salgsdato, mindst holdbar til, sidste anvendelsesdato osv.), derfor benytter vi os af ordet 'datomærkning', som en betegnelse, der generelt dækker over alle typer af datomærkninger, undtagen i de situationer, hvor deltagerne selv understreger forskellene på datomærkningerne.

Litteraturhenvisninger

FDB Analyse. "Vi spilder ikke mad". Marts 2011.

FoodCulture2010:http://www.foodculture.dk/Webnyheder/Uge_39/Nyheder/Madspild_koster_danskerne_16_miilliarder.aspx 08.02.2010

Eruro: <http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=en&ihmlang=en&lng1=en,da&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,hu,it,lt,lv>

Jenkins, Richard. "Fællesspisning midt i Jylland: Når det drejer sig mere om at spise og drikke end om mad og drikke", Tidsskriftet Antropologi, no. 39 (1999), s. 37-52.

Kjær, B., Werge, M. 2010. Forundersøgelse af madspild i Danmark. Miljøprojekt nr. 1325. Miljøstyrelsen, Miljøministeriet. 66.

Marcus, George. 1995. "Ethnography in/of the World System: the Emergence of Multi-sited Ethnography." Annual Review of Anthropology.

Nordvestnyt 2010. "Vi handler ind lige til skraldespanden". <http://www.nordvestnyt.dk/artikel/60009:Holbaek-Vi-handler-ind-lige-til-skraldespanden>.

Politiken 2008. "Hver dansker smider 63 kg mad ud". <http://politiken.dk/tjek/tjekmad/tjekmadartikler/ECE527771/hver-dansker-smider-63-kg-mad-ud/>.

Preparatory study on food waste across EU 27. 2010. European Commission (DG ENV), Directorate C – Industry.

Fodnoter

¹ Politiken 2008. "Hver dansker smider 63 kg mad ud". Politiken. <http://politiken.dk/tjek/tjekmad/tjekmadartikler/ECE527771/hver-dansker-smider-63-kg-mad-ud/>

² Preparatory study on food waste across EU 27, European Commission (DG ENV), Directorate C – Industry, 2010: 17

³ FoodCulture: http://www.foodculture.dk/Webnyheder/Uge_39/Nyheder/Madspild_koster_danskerne_16_miilliarder.aspx 08.02.2010

⁴ <http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=en&ihmlang=en&lng1=en,da&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,hu,it,lt,lv,mt,nl,pl,pt,ro,sk,sl,sv,&val=512998:cs&page=>

⁵ Kjær, B., Werge, M. 2010. Forundersøgelse af madspild i Danmark. Miljøprojekt nr. 1325. Miljøstyrelsen, Miljøministeriet. 66.

⁶ Weekendavisen. 2008. "Ødsle madsvin". <http://www.stopspildafmad.dk/artikler/oedslemadsvin.pdf>

⁷ Nordvestnyt 2010. "Vi handler ind lige til skraldespanden". <http://www.nordvestnyt.dk/artikel/60009:Holbaek-Vi-handler-ind-lige-til-skraldespanden>

⁸ Se også Jenkins, Richard. "Fællesspisning midt i Jylland: Når det drejer sig mere om at spise og drikke end om mad og drikke", Tidsskriftet Antropologi, no. 39 (1999), s. 37-52

⁹ Se også Marcus, George. "Ethnography in/of the World System: the Emergence of Multi-sited Ethnography." Annual Review of Anthropology (1995) 24:95-117. for mere om at følge og analysere objekter eller fænomener på tværs af personer og kontekster





