



# RAPPORT 2011

Konsumentföreningen Stockholm

## Doggy bag - en god miljögarning eller bara pinsamt?

Enkätundersökning

Juni 2011

---

**För mer information:**

**Louise Ungerth, chef för Konsument & Miljö, 08-714 39 71, 070-341 55 30**

**Anna Carlsson, informatör, 08-714 39 79, 076-015 39 72**

**[www.konsumentforeningenstockholm.se](http://www.konsumentforeningenstockholm.se)**

Konsumentföreningen Stockholm är en medlemsorganisation med drygt 600 000 medlemmar. Uppgiften är att göra medlemsnytta genom påverkan på den kooperativa detaljhandeln, opinionsbildning i konsumentfrågor samt att förmedla information, kunskap och medlemsförmåner. Föreningen är delägare i Kooperativa Förbundet (KF).

# SAMMANFATTNING

Konsumentföreningen Stockholm har ställt frågor om användandet av doggy bag på restaurang. Frågorna har ställts till svenska folket och 35 restauranger. Bakgrunden till frågeställningen är att det slängs mycket mat i onödan i hela livsmedelskedjan, i industri, handel, restauranger, offentlig sektor och hushåll.

## **Åtta av tio ber inte om doggy bag på restaurang**

Majoriteten av svenska folket (81%) brukar inte be om doggy bag, dvs be om att få ta med maten hem, om det är mat kvar på tallriken vid restaurangbesök.

## **Det är pinsamt att be om doggy bag tycker hälften**

Av de som inte brukar be om doggy bag uppger cirka hälften (46%) att skälet är att det är pinsamt. Var tredje (29%) tycker att det är opraktiskt och svårt att få med en doggy bag hem.

## **Fler än hälften har inte tänkt på doggy bag som en miljögärning**

Mer än hälften (60%) av svenska folket har inte reflekterat över att "be om doggy bag" är en god gärning för miljön eftersom maten då inte går till spillo. Att producera mat kräver stora resurser och ger utsläpp till luft och vatten. Om maten slängs har all miljöpåverkan skett i onödan

## **Ofta mat kvar på gästernas tallrikar**

Av de tillfrågade 35 restaurangerna uppger 60 procent att det ofta händer att gästerna lämnar mat kvar på tallriken. Trots det upplever restaurangerna att gästerna aldrig (43%) eller nästan aldrig (46%) ber om doggy bag.

## **Restaurangerna övervägande positiva till doggy bag**

Majoriteten (74%) av de restauranger som svarat på KfS enkät tycker att det är bra att gästerna ber om doggy bag när det blir mat kvar på tallrikarna. De tycker det är bra att mat inte behöver gå till spillo. Och lite mer än hälften (55%) kan tänka sig att aktivt fråga sina gäster med överbliven mat om de vill ta med maten hem.

## **Tallrikssvinnet – restaurangernas största matsvinn**

Cirka hälften (46%) av de tillfrågade restaurangernas uppger att det är tallrikssvinnet som är störst.

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>INLEDNING .....</b>	<b>3</b>
1.1	Bakgrund .....	3
1.2	Syfte.....	3
1.3	Tillvägagångssätt.....	3
1.4	KFS tidigare undersökningar om matavfall .....	4
<b>2</b>	<b>SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTEN TILL SVENSKA FOLKET .....</b>	<b>6</b>
2.1	Åtta av tio ber inte om doggy bag på restaurang .....	6
2.2	Det är pinsamt att be om doggy bag tycker hälften .....	7
2.3	Fler än hälften har inte tänkt på doggy bag som en miljögarning .....	8
<b>3</b>	<b>SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTEN TILL RESTAURANGER .....</b>	<b>9</b>
3.1	Ofta mat kvar på gästernas tallrikar .....	9
3.2	Gästerna ber nästan aldrig om doggy bag .....	10
3.3	Tallrikssvinnet – restaurangernas största matsvinn.....	11
3.4	Restaurangerna övervägande positiva till doggy bag .....	12
3.5	Hälften av restaurangerna vill uppmuntra till doggy bag.....	13
3.6	Erbjuda doggy bag och få bra miljörykte?.....	14
3.7	Majoriteten positiva till kampanj om doggy bag .....	15

# 1 INLEDNING

## 1.1 Bakgrund

Det slängs mycket mat i livsmedelskedjan vilket ger onödig påverkan på miljön och negativ påverkan på företagens och hushållens ekonomi. Konsumentföreningen Stockholm arbetar för att minska matavfallet i livsmedelskedjan i allmänhet och i hushållen i synnerhet. Sedan hösten 2008 har föreningen genomfört ett antal undersökningar, tagit fram en broschyr samt arrangerat seminarier och föredrag kring problematiken om matavfall och vad man kan göra för att minska det.

## 1.2 Syfte

Syftet med de enkäter som redovisas här är att få reda på hur man som restaurangbesökare respektive restaurangägare ser på företeelsen "att be om doggy bag".

## 1.3 Tillvägagångssätt

### Enkät till svenska folket

En enkät riktad till svenska folket har genomförts av marknadsundersökningsföretaget YouGov via onlineintervjuer. Enkäten skickades ut via e-post som en del i en omnibuss, under perioden 29 april – 1 maj 2011. Urvalet gjordes ur YouGovs Internetpanel som består av förrekryterade män och kvinnor i åldrarna 18-74 år som vill delta i undersökningar. Panelen är en så kallad accesspanel. 1 016 personer har deltagit i undersökningen och dessa utgör ett representativt urval av den svenska befolkningen vad gäller kön, ålder och region.

### Enkät till restauranger

För att få inblick i hur restaurangerna ser på företeelsen med doggy bag gjorde vi en enkät ämnad enbart för dem. Enkäten är genomförd via ett nyhetsbrev till branschorganisationen Sveriges Hotell och Restaurangers medlemmar. Enkäten besvarades av 35 restauranger.

## **1.4 KfS tidigare undersökningar om matavfall**

### **Bäst före-dag och Sista förbrukningsdag på livsmedel – vad är skillnaden? feb 2011**

Sex av tio (62%) uppger att de inte vet skillnaden mellan bäst före-dag och sista förbrukningsdag, som båda är hållbarhetsmärkningar på livsmedel. Sammanblandningen kan bidra till att mycket mat slängs i onödan då det är rimligt att anta att många blir osäkra och slänger maten för säkerhets skull.

### **Har du uppmärksammat debatten om det onödiga matavfallet? jan 2011**

I januari 2011 hade nio av tio (94%) uppmärksammat debatten om att det slängs mycket mat i onödan. Året innan hade 81 procent att de uppmärksammat debatten om matavfall.

### **Släng inte maten – konsumentstudie, dec 2010**

Studenter från Sveriges Lantbruksuniversitet i Ultuna har på uppdrag av Konsumentföreningen Stockholm genomfört en studie i sex hushåll i och runt Uppsala. Syftet var att identifiera huvudorsakerna till varför hushållen slänger mat. Metoden var dels formulär som hushållen fyllde i men framförallt kvalitativa djupintervjuer. Resultatet visar att en av de vanligaste orsakerna till att de studerade hushållen slänger mat är överblivna rester från måltider.

### **Maten som försvann, jan 2010**

Studenter från Sveriges Lantbruksuniversitet i Ultuna har på uppdrag av Konsumentföreningen Stockholm och Coop under undersökt tre butikers kassation av färskvaror. Undersökningen visar att utgången datum är den främsta anledningen till att de undersökta butikerna slänger mat.

### **Hur mycket flytande föda håller vi ut i vasken, maj 2010**

Tjugo av KfS Facebook-vänner var med i en stickprovsundersökning som syftade till att mäta hur mycket flytande föda ett hushåll håller ut i vasken. Resultatet visar att ett hushåll håller ut cirka 7 dl flytande föda i vasken, per vecka. KfS understryker att detta är en extremt liten studie, sannolikt med initierade hushåll.

### **Rapport från en slaskhink, mars 2009**

En liten plockanalys utförd på hushållsavfallet från ca 70 hushåll visar att ett hushåll slänger cirka 5,6 kg mat i veckan. Över hälften av det (57%) är onödigt matavfall, det vill säga mat som hade gått att äta om den hade hanterats på rätt sätt. En vanlig orsak till att mat slängs är att bäst före-datumet gått ut.

**Klimatavtryck från hushållens matavfall, aug 2008**

Resultatet visar att den totala mängden onödigt hushållsavfall är cirka 900 000 ton per år. Produktionen av detta har orsakat utsläpp av 1 860 000 ton koldioxidekvivalenter per år. Det motsvarar de årliga utsläppen av cirka 700 000 svenska medelbilar eller 460 000 oljeeldade villor. Resultaten i rapporten måste ses i ljuset av de svagheter som finns med avseende på dataunderlaget. Resultaten ger en god översiktlig bild av storleksordningen på utsläppen av växthusgaser som orsakas av matavfall, men är ingen detaljerad analys.

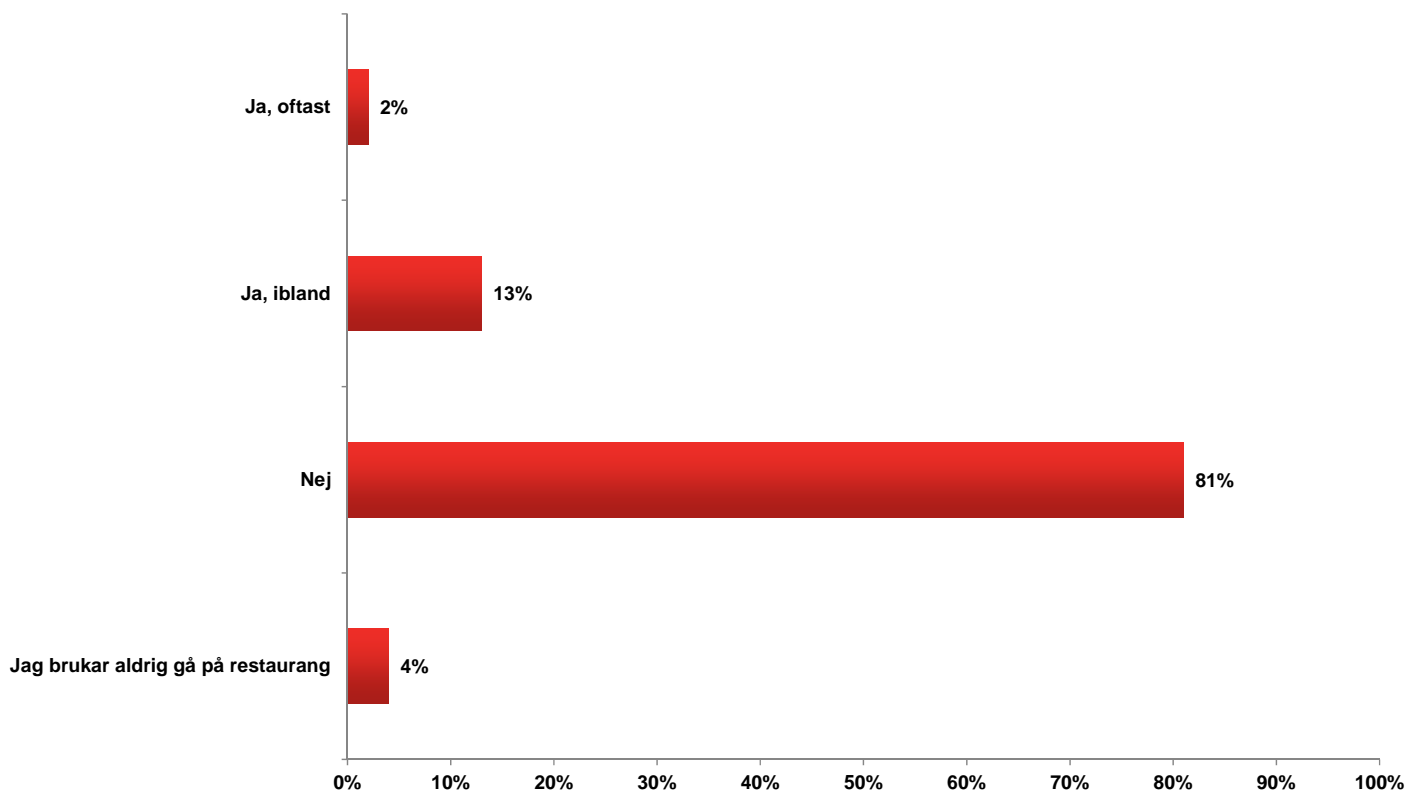
## 2 SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTEN TILL SVENSKA FOLKET

### 2.1 Åtta av tio ber inte om doggy bag på restaurang

Majoriteten av svenska folket (81%) brukar inte be om doggy bag, dvs be om att få ta med maten hem, om det är mat kvar på tallriken. Men några få gör det, 2 procent gör det ofta och 13 procent gör det ibland.

1. Tänk på tillfällena när du går på restaurang.  
Om du har mat kvar på tallriken, brukar du då be om en sk "doggy bag",  
det vill säga att ta med dig maten hem från restaurangen?

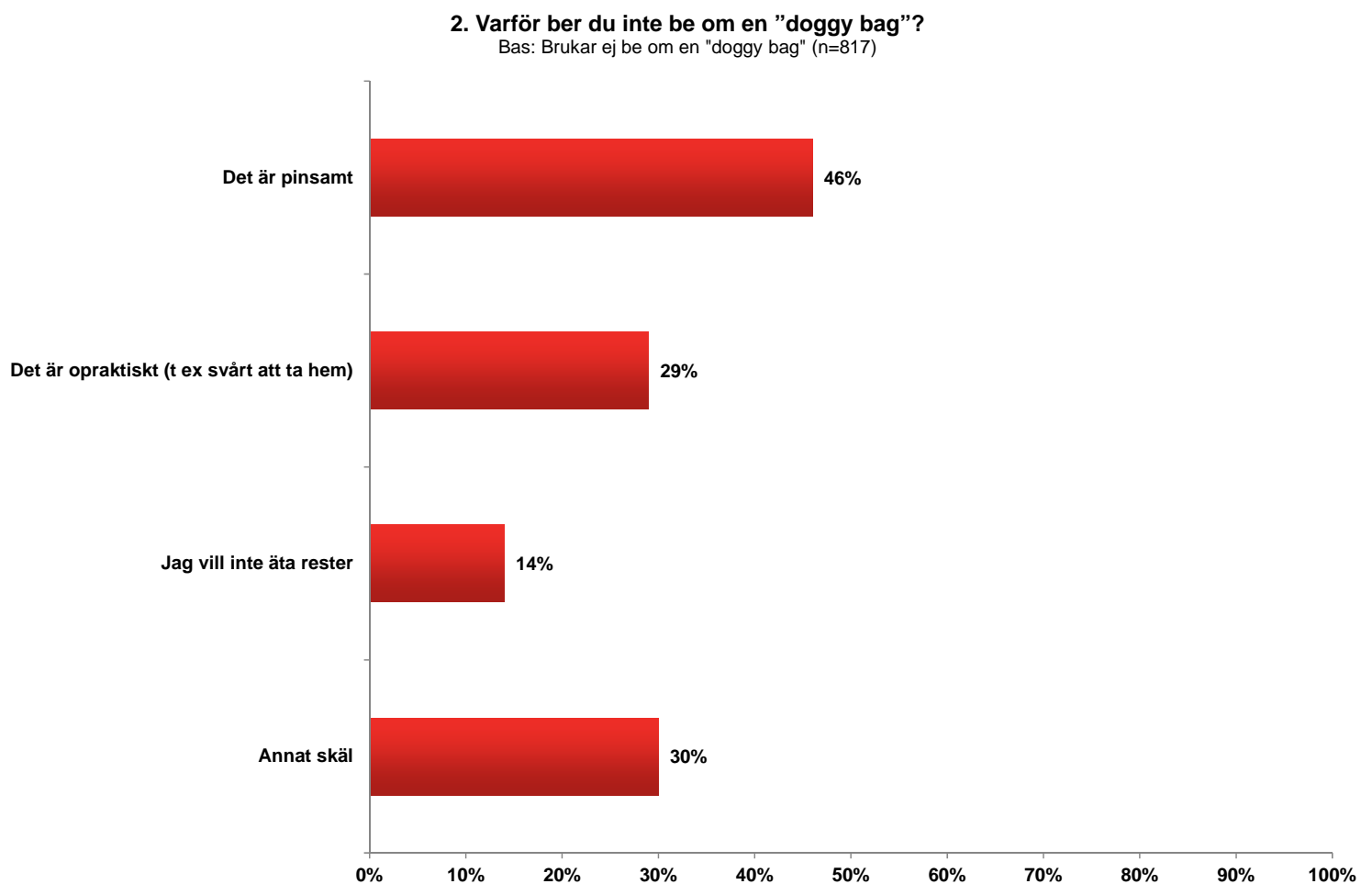
Bas: Total (n=1016)



## 2.2 Det är pinsamt att be om doggy bag tycker hälften

Av de 817 i enkäten som uppgett att de inte brukar be om doggy bag uppger cirka hälften av dem att skälet till det är att det är pinsamt. Var tredje (29%) tycker att det är opraktiskt och svårt att få med en doggy bag hem. Några (14%) vill inte äta rester alls.

Bland dem som uppgett alternativet "Annat" återfinns förklaringar som: *"visst inte att svenska restauranger erbjuder den servicen"*, *"det är sniket"* och *"har inte tänkt på det"*.



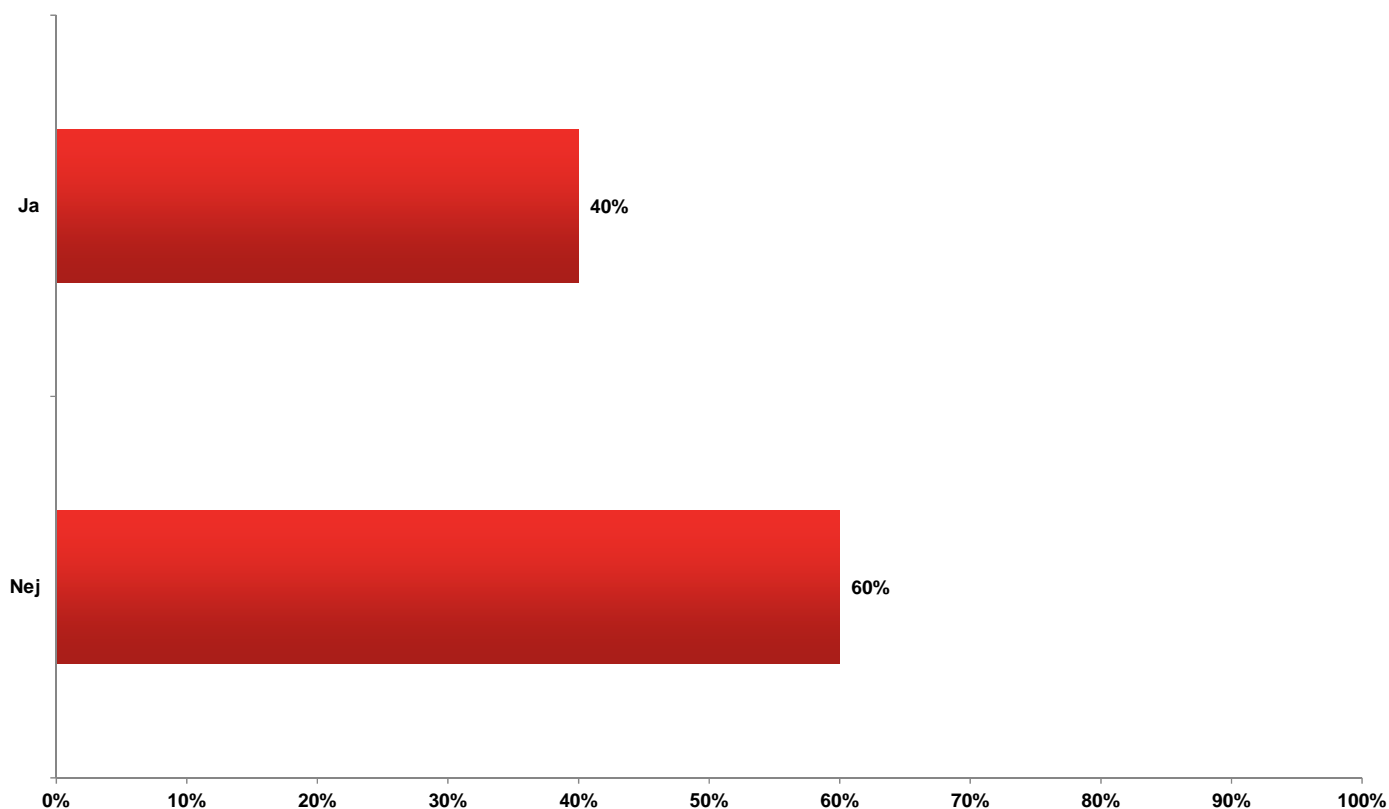


## 2.3 Fler än hälften har inte tänkt på doggy bag som en miljögärning

Mer än hälften (60%) av svenska folket har inte reflekterat över att "be om doggy bag" är en god gärning för miljön eftersom maten då inte går till spillo. Att producera mat kräver stora resurser och ger utsläpp till luft och vatten. Om maten slängs har all miljöpåverkan

### 3. Har du tänkt på att det är en god gärning för miljön att be om "doggy bag" eftersom maten då inte går till spillo?

Bas: Brukar gå på restaurang (n=970)



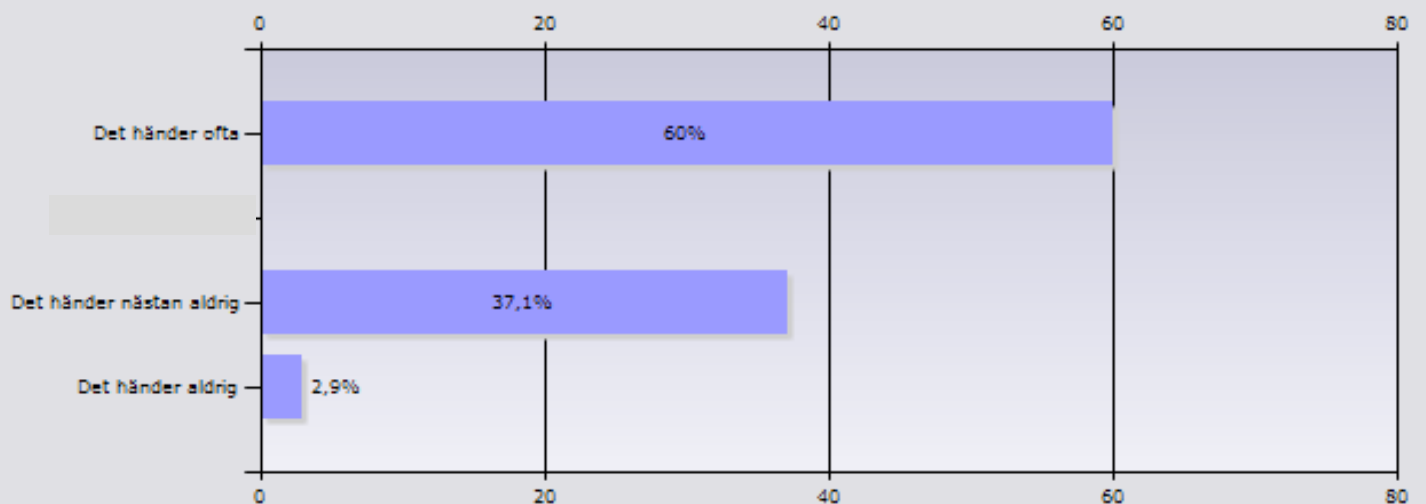
### 3 SAMMANSTÄLLNING AV ENKÄTEN TILL RESTAURANGER

För att få inblick i hur restaurangerna ser på företeelsen med doggy bag gjorde vi en enkät ämnad enbart för dem. Enkäten är genomförd via ett nyhetsbrev till branschorganisationen Sveriges Hotell och Restaurangers medlemmar. Enkäten besvarades av 35 restauranger.

#### 3.1 Ofta mat kvar på gästernas tallrikar

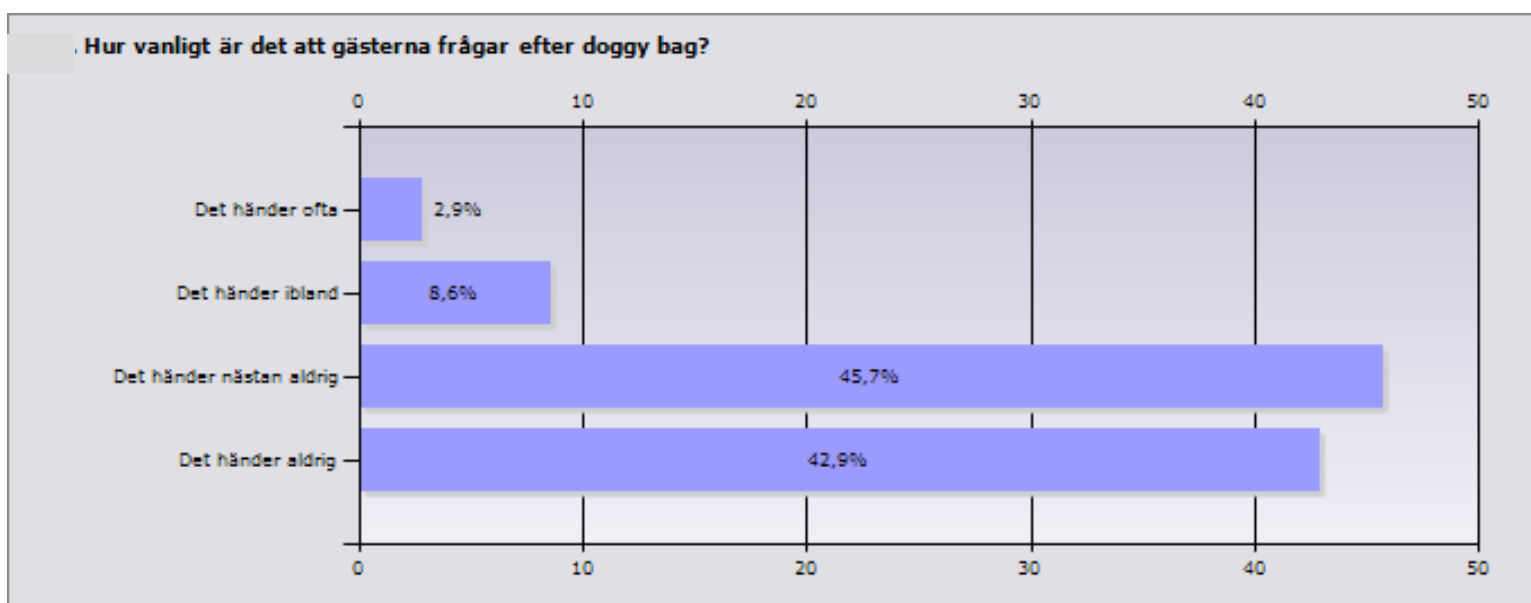
Av de tillfrågade restaurangerna uppger 60 procent att ofta händer att gästerna lämnar mat kvar på tallriken. 37 procent uppger att nästan aldrig händer.

Hur vanligt är det att det blir mat kvar på gästernas tallrikar?



### 3.2 Gästerna ber nästan aldrig om doggy bag

Restaurangerna upplever att gästerna aldrig (43%) eller nästan aldrig 46%) ber om doggy bag. Resultatet stämmer överens med resultatet av enkäten som riktar sig till svenska folket, där 81 procent uppger att de inte brukar be om doggy bag.

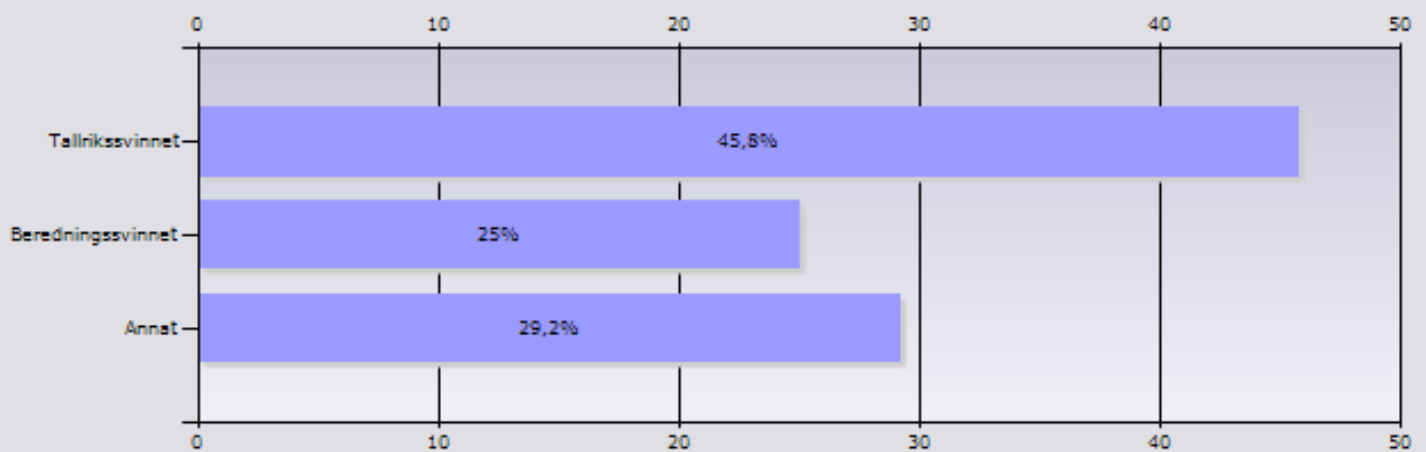


### 3.3 Tallrikssvinnet – restaurangernas största matsvinn

Cirka hälften (46%) av de tillfrågade restaurangerna uppger att det är tallrikssvinnet som är störst. Beredningssvinnet, det vill säga det som försvinner när råvarorna ansas och putsas, är 25 procent. Enkäten hade bara ett ytterligare alternativ, nämligen "annat". 29 procent av restaurangerna valde "annat" som det största matsvinnet i restaurangerna. När man läser kommentarerna förstår man att "annat" främst är överproduktion. Med facit i hand borde ett sådant alternativ funnits med som svarsalternativ för frågan.

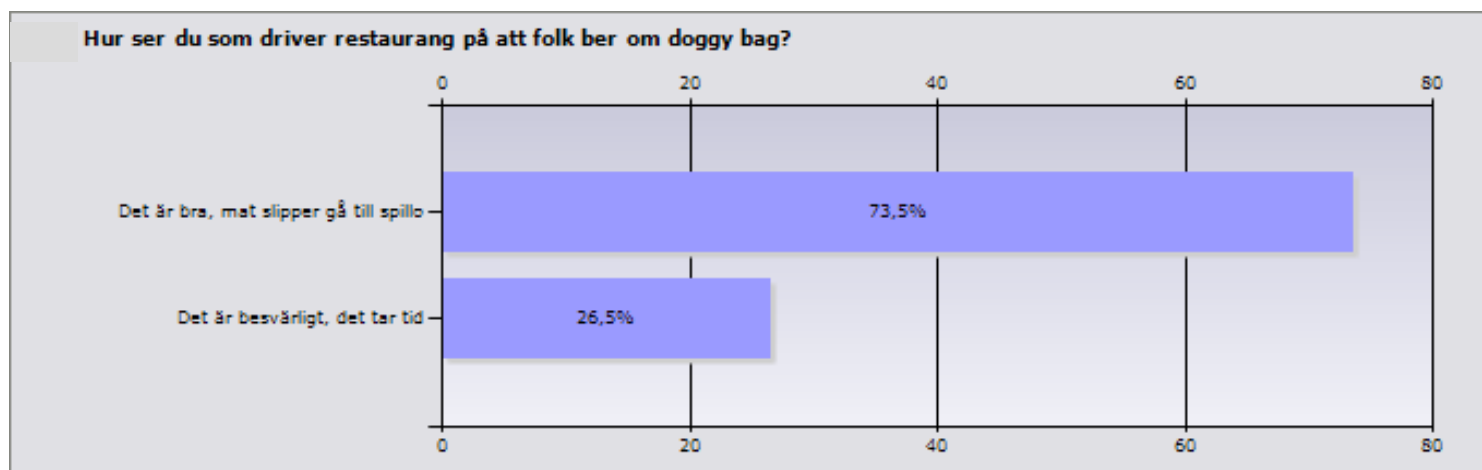
3.4

Vilket matsvinn är störst i restaurangen?



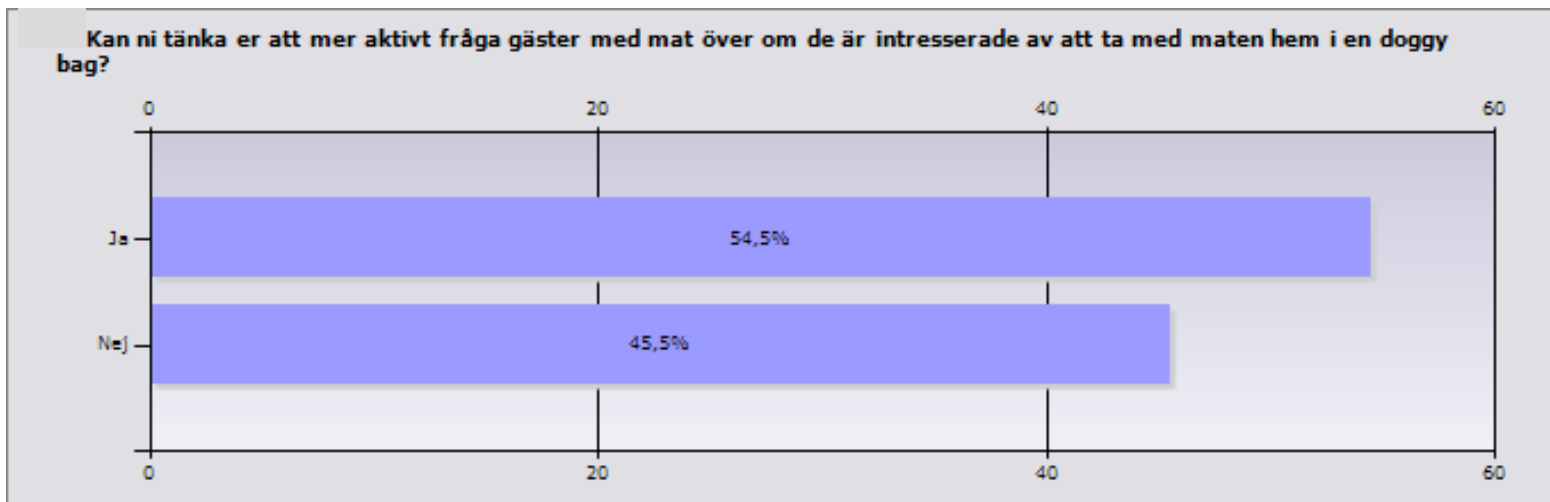
## ***Restaurangerna övervägande positiva till doggy bag***

Majoriteten (74%) av de restauranger som svarat på KfS enkät tycker att det är bra att gästerna ber om doggy bag när det blir mat kvar på tallrikarna. De tycker det är bra att mat inte behöver gå till spillo. De övriga 26 procenten tycker att det är besvärligt och tar tid från annat.



### 3.5 Hälften av restaurangerna vill uppmuntra till doggy bag

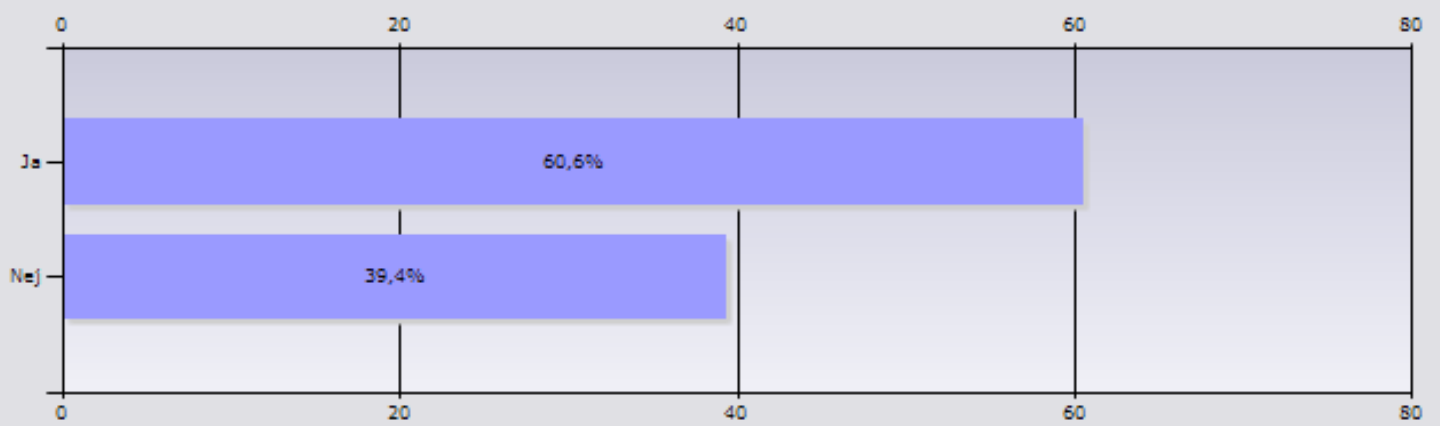
Ungefär hälften (55%) av de tillfrågade restaurangerna kan tänka sig att fråga gäster med mat över om de är intresserade av att ta hem maten. Den andra hälften (45%) vill inte göra det. Några skäl som anges är att det skulle kräva för mycket merarbete och att det måste vara upp till gästen om han eller hon vill ta med maten hem eller inte. Någon föreslår att det skulle kunna finnas en påminnelse om möjligheten till doggy bag i menyn.



### 3.6 Erbjuder doggy bag och få bra miljörykte?

Restaurangerna har delade uppfattningar om huruvida en restaurang skulle kunna få gott rykte som miljövänlig restaurang om den uppmuntrar till doggy bag. En liten majoritet (61%) tror det medan 39 procent inte tror det.

Tror du att ni som restaurang kan få gott rykte som miljövänlig restaurang om ni erbjuder doggy bag?



### 3.7 Majoriteten positiva till kampanj om doggy bag

En majoritet (64%) av de tillfrågade restaurangerna är positiva till att Konsumentföreningen Stockholm startat en kampanj för att uppmuntra restaurangbesökare att våga be om doggy bag.

- *"Bra, då många gäster säkert tycker det är pinsamt att fråga efter doggy bag. Fastän de har betalat för maten."*
- *"Ingen har glädje av slängd mat."*
- *"Förhoppningsvis fler nöjda gäster, de känner att de får ett mervärde. Det onödiga spillet minimeras."*

Men 18 procent är negativa till en kampanj om doggy bag.

- *"Doggy bag är nog den sämsta åtgärden, folk tycker det är pinsamt även om vi uppmuntrar till det."*
- *"Om alla ska börja be om doggy bag skapas en större arbetsbelastning – som i sin tur kan leda till att restauranger minskar sina portioner för att undvika situationen."*
- *"Om konsumenten är medveten att det är en extra kostnad för hantering och förpackning som inte solidariskt bör drabba alla gäster utan de som speciellt efterfrågar detta."*

Några av restaurangerna kommer med förslag:

- *"Jag tycker att man ska marknadsföra att denna doggy bag inte behöver tas hem utan kan ges till någon som är mer i behov av mat, t ex hemlösa."*
- *"Portionskontroll vid beställningen hade varit ännu bättre."*

Konsumentföreningen Stockholm planerar en kampanj för att uppmuntra restaurangbesökare att våga be om doggy bag, detta för att minska matavfallet i samhället. Vad tror du om en sådan kampanj? Lägg gärna till egna kommentarer.

