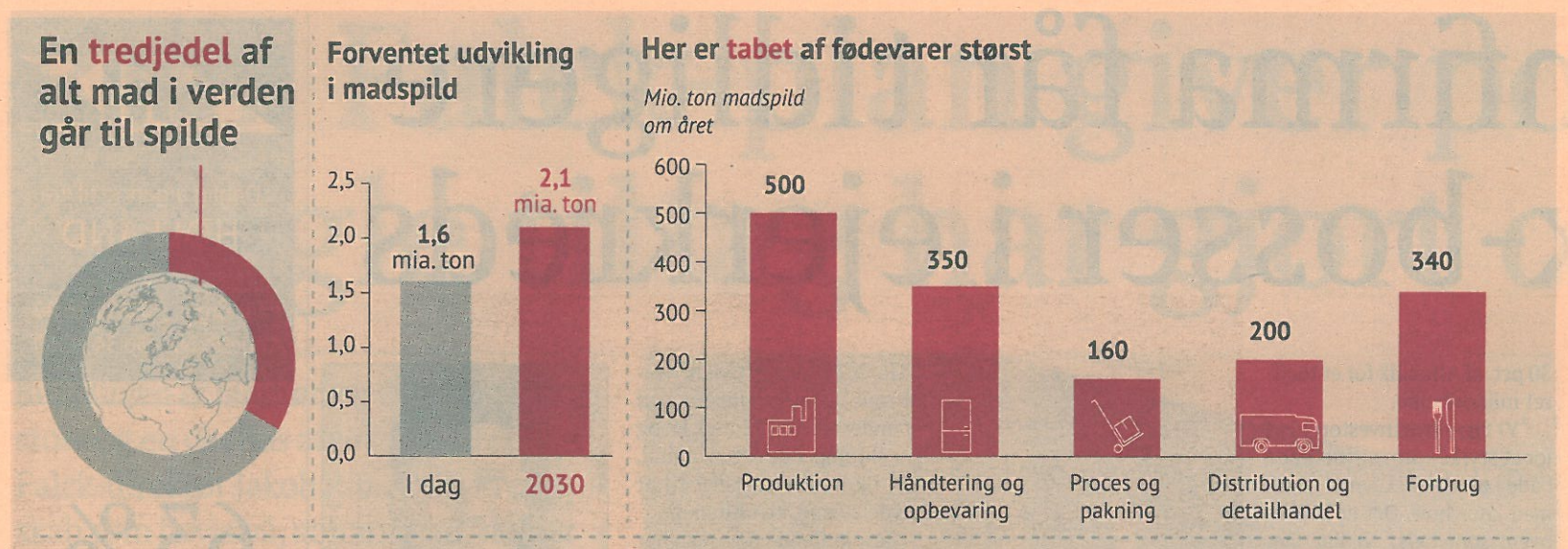


Kilde: Tackling The 1.6 Billion-Ton Food Waste Crisis' af The Boston Consulting Group
Grafik: Mie Hvidkjær

Giganter ser milliard-potentiale i madspild

Flere af landets største selskaber har øjnene stift rettet mod problemet omkring madspild. Potentialet er enormt, spår Boston Consulting Group

Af Peter Høyer

Den danske biotekvirksomhed **Chr. Hansen** er en af de virksomheder, der kan se en god forretning i at følge FN's bæredygtighedsmål 12.3 om at reducere fødevaretabet med 50 pct. inden 2030. Ifølge **Peter Thøysen**, der er leder af kommerciel udvikling, bidrager 81 pct. af omsætningen direkte til tre af FN's verdensmål, hvoraf den ene handler om fødevarespild.



"Jeg snakker rigtig meget om fødevarespild, når vi skal ud og sælge vores produkter til fødevareproducenter. Jeg håber især, at vi kan være med til at højne interessen ved at fortælle aktører i fødevarekæden, at der altså er store forrentningspotentialer i sigte for de virksomheder, der sætter fokus på det her," siger Peter Thøysen.

Milliardbesparelse

Ifølge en ny rapport fra **The Boston Consulting Group** vil der kunne spares 700 mia. dollar svarende til ca. 4583 mia. kr. inden 2030.

Det giver et potentiale til virksomheder, der kan skabe løsninger, der mindsker fødevaretab.

"Især i spirende markeder er der tab, der ikke burde være der, og der kan danske virksomheder spille en afgørende rolle, fordi vi har teknologier på tværs af sektorer, der kan være med til at løse problemet," siger **Esben Hegnsholt**, partner, adm. direktør på Boston Consulting Groups danske kontor og medforfatter til rapporten.

Chr. Hansen har produkter, der på en naturlig måde kan hjælpe med at forbedre kvaliteten og dermed øge holdbarheden på for eksempel yoghurt og andre mejeriprodukter. I et analysestudie har de set, at hvis holdbarheden i yoghurtprodukter i hele Europa forlængedes bare syv dage ved hjælp af disse løsninger, kunne man reducere fødevarespildet med 30 pct.

En bid af kagen

Flere andre danske virksomheder har fokus på mindskning af fødevaretab og det store potentiale, der ligger i at være frontløber på området.

Eksempelvis har **Maersk** udstyret alle deres 270.000 kølecontainere med et system, der monitorerer og måler containeres lokation, temperatur, luftfugtighed og strømstatus.

Danfoss, der som en stor del af forretningen udbyder manuelle og automatiske kølesystemer og kompressorer, ser desuden et kæmpe potentiale i af få køling på hele værdikæden i Indien og Kina.

Og **Coop**, der med fokus på at få solgt varer, der er tæt på at nå holdbarhedsdatoen, og have nedkøling på eksempelvis salat, ser også et stort forretningspotentiale i at mindske fødevaretabet.

"Problemet er så stort, at hvis man kan være en del af at løse det, så er der altså penge i det"

Esben Hegnsholt, adm. direktør, BCG's danske kontor

"Med 1200 butikker og en omsætning på 44 mia. kr., så er det klart, at det er rigtig vigtigt, at vi ikke smider mad ud, vi har indkøbt. Der er stort fokus på det, fordi det netop kan løbe op i mange millioner – mindst," siger **Signe D. Frese**, der er Corporate Social Responsibility-direktør i Coop.

Potentiale på 700 mia

Ifølge rapporten af The Boston Consulting Group, der blev offentliggjort mandag, er forretningspotentialet på 700 mia. dollar på tværs af hele værdikæden.

Det er et udtryk for et problem med et sådant omfang, at der kan være stor værdi for virksomheder i at sætte fokus på at finde løsninger.

"De 700 mia. dollar er et samfundsmæssigt værdipotentiale. Man kan ikke sige, at det hele vil gå til toplinjen i private virksomheder. Hvis du kigger på, hvad **Grundfos**, **Danfoss** og Maersk gør, som ikke er i landbrug- og fødevaresektoren, så kan du se, at de ser værdien. Det tal på 700 mia. dollar er så stort, og problemet er så stort, at hvis man kan være en del af at løse det, så er der altså penge i det. Det er der ingen tvivl om," siger Esben Hegnsholt.

peho@borsen.dk

Danfoss: Trend har potentiale i Kina og Indien

Af Peter Høyer

Danfoss vil gøre et af deres helt store forretningssegmenter endnu større. Køling. Over 50 pct. af omsætningen i det segment kommer fra at skabe kølesystemer til gavn for forsyningskæden, hvilket desuden bidrager til mindre fødevaretab. Ifølge **Julia Panzer**, der er leder af bæredygtighed, kan forretningen dog vokse meget mere.

"Vi ser på køling i forsyningskæden som en af fem store megatrends, som vi forventer enorm vækst i. I Indien har vi set vækst på området siden 2014 på mellem 20 og 25 pct., og vi forventer, at det vil vokse endnu mere."

Hun uddyber, at Indien og Kina er de mest interessante markeder på området. Danfoss er veletablerede i USA og Europa, hvor 60 pct. af fødevarer går igennem køling i forsyningskæden. I Indien er tallet dog 6 pct., så hvis markedet kan komme op på det samme som USA og Europa, så er potentialet kæmpemæssigt.

"Forretning og bæredygtighed går hånd i hånd. Det er den eneste måde, vi skal bevæge os fremad, når det både gavner planeten og pengepungen. Det er det "sweet spot", vi sigter efter. Vi skal bruge vores ressourcer mest effektivt, og hvis vi vil udvikle markedet i Kina og Indien og sælge vores produkter, så er vi også nødt til at udvikle kølingen i forsyningskæden," siger Julia Panzer.

50

pct. af Danfoss' omsætning inden for køling kommer fra køling i forsyningskæden

Julia Panzer fortæller desuden, at køling siden begyndelsen har været en del af kernen i Danfoss. Eksempelvis var den første opfindelse ikke termostaten, som mange tror, men en ventil til et kølesystem.