

Spiste klimasmarte burgere



God idé: Det er smart å CO-merke menyene slik Max-sjef Richard Bergfors har gjort i en årrekke, mener klimaminister Vidar Helgesen (t.h.), men merkingen må være frivillig.

Den svenske hamburgerkjeden Max vil være med på å bevare kloden. Klimaminister Vidar Helgesen var luttre da han møtte Max-sjef Richard Bergfors.

KLIMAMERKING

MARIT HAUGDAHL
marit@dagligvarehandelen.no

Bergfors møtte Helgesen før jul for å snakke om klimamerking og andre klimavennlige tiltak i matsektoren.

Bakgrunnen for den uformelle vegetarlunsjen var en uttalelse klima- og miljøministeren kom med under Arendalsuka i august 2016. Her uttalte Vidar Helgesen at han synes norske matkjeder kunne tenke i samme baner Max, som har CO2-merket hele sin meny siden 2008.

– Matbransjen gjør stadig mer, og forbrukerne blir mer bevisste og får ny kunnskap å forholde seg til, fremholder Helgesen

«Salget av vegetar-variantene syvdoblet seg over natten.»

Mål: 1 av 3 burgere uten rødt kjøtt

Vegetarmenyene har trolig hatt mer betydning for klimaarbeidet til Max enn CO2-merkingen, som snart har pågått i 10 år.

For ett år siden femdoblet Max-kjeden det vegetariske tilbudet da den lanserte en ren vegetarmeny. Kjeden har som mål at hvert tredje måltid den selger skal være noe annet enn rødt kjøtt innen år 2020. Nå ser det ut som målet blir nådd lenge før den tid.

Allerede i mars 2016 var 24 prosent av alle burgerne laget av noe annet enn rødt kjøtt – mot 12 prosent bare tre måneder tidligere. Det første målet om 20 prosent ble nådd nesten på lanseringsdagen.

Tror på frivillighet

– Selv om kundene ikke oppgir at klimamerkingen er så viktig, tror jeg det har en bevisstgjøringsseffekt. Skjønt produktutvikling vil uansett ha større effekt på faktisk atferdsendring, erkjenner klimaministeren.

– Ønsker du mer klimamerking av mat i norsk matbransje?
– Merking bidrar til økt bevisst-

het og gir folk mulighet til å treffe klimavennlige valg. Jeg synes det er spennende, men vil ikke ta initiativ til det i myndighetenes regi. Jeg har ingen tro på tvang, men ser det er bra med ulike typer initiativer, sier Helgesen.

Transport og landbruk viktigst

Statsråden syntes vegetarburgerne smakte utmerket, og påstår at han kunne tatt feil i en blindtest.

– Det er godt med rødt kjøtt, jeg skal ikke slutte med det. Men det er bra at mer klimavennlige alternativer er i en god utvikling, og det er fint det finnes aktører som Max som går foran. Spesielt gøy er det fordi Max er en hamburgerkjede, som lever av rødt kjøtt, erklærer Helgesen.

Ministeren viser også til den nye jordbruksmeldingen som ble lagt frem i desember, som han mener gir sterke føringer på klima-området.

– Hvis 2030-målene skal nås, er det primært transportsektoren og landbruket vi må jobbe med. Vi trenger mange ulike virkemidler.

Under 1 prosent svinn

– For å få ned utslippene må landbruket bidra med innovasjon i matproduksjonen. Jeg er likevel opptatt av å ikke detaljstyre hvordan målene skal nås, sier klima- og miljøministeren, og tror økt bevissthet blant forbrukerne i seg selv vil føre til redusert kjøttforbruk.

Helgesen trekker frem matsvinn-arbeidet som et viktig klimatililtak og skal ha bransjeavtalen om matsvinn ferdig på nyåret.

– Hvis Matsvinn hadde vært et land, ville det vært verdens tredje største utslippsnasjon, påpeker han, og er nok fornøyd med Max som oppgir å ha et svinn på under 1 prosent.

Tror trenden vil tilta

Max-kjedens kjøttfrie menyer består av fem ulike retter som enten er vegetariske eller veganske. Ett år etter lansering utgjør disse rettene 12-13 prosent av kjedens totale omsetning.

– Det er betydelig mer enn prognosene vi hadde. Salget av vegetarvariantene syvdoblet seg over natten, sier Richard Bergfors.

Salget av kjøttfrie alternativer er omtrent like stort i Norge og i Sverige. Mens svenskenes vegetarfavoritt er halloumi-burger (halloumi er en ost som egner seg godt til grilling), er det oumph-variantene (kjøtterstatter laget av soyaprotein) som er bestselgerne i Norge.

– Vegetartrenden er klart sterkere i dag enn for ett år siden, og vil være enda sterkere om to år. Både klima og helse påvirker dette, påpeker Richard Berg og håper flere internasjonale burgerkjeder vil satse på kjøttfrie alternativer.

MAX HAMBURGERKJEDE

- Startet i Sverige i 1968.
- Sveriges største hamburgerkjede med 106 restauranter.
- Åpnet sin første restaurant i Norge i 2011.
- Har i dag fire restauranter i Norge og planlegger å åpne 6-8 nye i løpet av de neste to årene.
- Omsetning 2015: 2,25 milliarder svenske kroner

– Vårt mål er ikke bare å gjøre Max bedre – vi vil gjøre verden bedre, tilkjenner han.

Bergfors leder et svært lønnsomt foretak, og mener klimaarbeidet påvirker inntjeningen direkte.

– Vi er den mest lønnsomme hamburgerkjeden i Norden, sier Max-sjefen. ■

En av fire vil spise mindre kjøtt

25 prosent av befolkningen planlegger å redusere forbruket av rødt kjøtt i løpet av 2017.

En ny undersøkelse utført av Sentio research på oppdrag for Nationen viser at 72 prosent av befolkningen ikke har noen planer om å redusere kjøttforbruket, mens 3 prosent svarer «vet ikke». Blant kvinner svarer 29 prosent at de har planer om å redusere kjøttforbruket.

For ett år siden svarte 23 prosent at de ville kutte i forbruket av rødt kjøtt i løpet av 2016.



FOTO: GORM KALLESTAD NTB SCANPIX