

SYNOPSIS:

BAGGRUND:

Vi ELSKER mad og det ses tydeligt på vægten. Mellem 30-40 % af Danmarks voksne befolkning er overvægtige. Vi elsker endda mad så meget, at vi køber alt for meget af det og dernæst ikke aner hvor vi skal gøre af det - andet end i skraldespanden.

Madspild koster danskerne 16 milliarder kroner årligt. Det viser en undersøgelse foretaget af "Landbrug og Fødevarer" fra år 2010¹.

Yderligere forudsættes det, at madspildet, når vi taler om vægt, i de danske husholdninger, ligger på omkring 237.000 tons/årligt. Det vil sige at, udover milliard-pengespild, går det også udover miljøet. Undersøgelser viser, at 20-30 % af EU's CO₂-udledning stammer fra produktion af mad ("fra Havet til bordet")².

Dem der prøver at gøre en forskel:

Forbrugerbevægelsen "Stop Spild Af Mad" er blandt andet et af hoveder bag, [Joint Declaration Against Food Waste](#), en fælles international erklæring, hvis formål er at reducere global madspild med mindst 50 % inden år 2025.

Ud fra egen erfaring mener vi, at en stor del af madspildet kan findes hos singler, der simpelthen ikke kan nå at spise den mængde, man køber pågældende vare i (fx 3 kg kartofler) før udløbsdatoen er nået. Desuden synes singlerne i gruppen, at det kan være ret svært at lave mad til en person.

Der kan selvfølgelig findes mange andre grunde til madspild og det er ikke kun singlerne der skal have skylden: luksusproblem (man vil fx ikke spise det samme to dage i træk), man laver mad(+overskydende mad) og er ikke hjemme de næste tre dage etc.

¹ <http://www.dr.dk/Nyheder/Penge/2010/09/30/093416.htm?rss=true>
<http://www.stopspildafmad.dk/madspildital.html>
<http://www.lf.dk/Aktuelt/Nyheder/2009/Juni/Madspild.aspx>

² <http://madspild.dk/2010/12/madspild-rammer-klimaet/>

FOKUS:

Vi har dog valgt at lægge fokus på hele single-madspild-problematikken og der ved bliver vores målgruppe: Singler:

Indkøb → singler → madspild

Vi mener, at forskellen allerede kan gøres, når vi køber ind i supermarkedet. Dog ved vi godt, at mange af de varer, man køber i supermarkederne³, ikke er single-venlige og dette vil vi finde en løsning på.

Vi vil undersøge, hvad vores målgruppes behov er og dernæst arbejde mod en løsning, der hovedsageligt skal mindske danskernes madspild. Ved at mindske dette, kan man håbe, at EU's CO2-udledning samtidig mindskes. Altså vil vores projekt automatisk også berøre miljø/klimaproblematikken. Sidst men ikke mindst håber vi, at det for singlerne, vil være en ny vej til et nyt og socialt netværk.

Problemformulering:

Hvordan kan singler være et attraktivt segment for et supermarked?
Og hvordan skal man, som supermarked, appellere til singlerne?

VI VIL GERNE UNDERSØGE/LAVE:

- Målgruppens indkøbsvaner.
- Statestikker over målgruppens alder og budget.
- Målgruppens fortrukne indkøbsted og hvorfor?
- Supermarkedernes appellering til singler.
- Singlernes rentabilitet som segment for supermarkederne.
- Foreslå et produkt/løsning der gavner begge parter (målgruppe/supermarkeder)

³ <http://ekstrabladet.dk/nationen/article1036390.ece>

Undersøgelserne vil foregå i udvalgte supermarkeder i København. Heriblandt; Netto, SuperBrugsen og Irma. Derudover vil der blive gjort brug af nettet for yderligere informationer og inspiration.

Vi afgrænser os fra diagrammer, statestikker og analyser over familiers mad-/indkøbsvaner samt madspild, da vi ikke mener, det har relevans for projektets resultat.

METODE:

- **Desktop research:** For at gøre brug af større undersøgelser/analyser etc.
- **Feltobservation:** For at få en føling med omgivelserne.
- **Spørgeskema:** For at indsnævre vores fokusområder samt lære målgruppens behov/ønsker/krav at kende.
- **Statestikker:** For at få data ud af vores målgruppe / danne overblik over indsamlet data.
- **Logdagbøger:** For at få indblik i forbrugernes vaner.

ULEMPER:

Ulemperne ved vores undersøgelser er, at de ikke er landsdækkende – vi bevæger os altså på et snævert fokusområde. Ergo vil det munde ud i ikke-kvantitative men i stedet forholdsvis kvalitative undersøgelser.

Derudover kan spørgeskemaet være alt for ledende, men samtidig også begræsende.

Sidst men ikke mindst kan de statestikker, vi løbende vil lave, være misvisende i og med, vi bevæger os på et snævert område – København i stedet for hele Danmark.

Emne: Madspild

Målgruppe: Singler