

# Konsumentkontakter med klimatkompetens



Ulrika Hagberg, Susanne Wiborn, Lars Melander och Mona Mäkelä uppskattar sina nya klimatkunskaper och skulle gärna se att fler på företagen gick kursen om mat och klimat.

Efter att konsumentnätverket har gått kurs om mat och klimat, är deltagarna övertygade om att det finns många fler på företagen som borde göra det samma. Att transporterna till exempel står för en så liten del av klimatpåverkan i ett livsmedel kom som en fullständig överraskning.

TEXT OCH FOTO: ANNA-KARIN HALLGREN

Konsumentkontakterna hör till företagets viktigaste personer. Det är ju dem som konsumenten får möta när den ringer till företaget och vill framföra sina åsikter. SIK driver ett nätverk för konsumentkontakterna på livsmedelsföretag och nätverket träffas två gånger om året.

– Att vara en del av nätverket är jätteviktigt. Här får vi kompetensutveckling och kan utbyta erfarenheter med varandra, säger Kristina Kjellgren, Polarbröd och Carina Johansson, Åbro Bryggeri.

## Ris och ros

Även om de jobbar på helt olika slags livsmedelsföretag, får de ganska lika frågor och ärenden från konsumenterna. Tyvärr hör de flesta av sig om det är något de vill klaga på, beröm kommer på mejl eller via vykort.

– Ibland ringer det kunder och vill framföra både ris och ros. De frågar vilket

jag vill höra först, och då väljer jag ros. När de har berättat om det positiva, har de ofta själva blivit på ganska bra humör och är inte så negativa längre, berättar Ingrid Pettersson, som arbetar på Lantmännen Cerealia i Järna. Hon får medhåll av sina kolleger.

Vid varje nätverksträff finns det ett tema. Den här gången är det klimat och nätverket befinner sig på Abba Seafoods anläggning i Kungshamn.

## Ett kapitel om dagen

Ett par månader innan träffen har alla fått möjlighet att gå den webbaserade kursen Menyörkortet - Mat & Klimat. Alla har loggat in och tittat på kursen och hälften är redan godkända.

– Fantastiskt intressant! säger Susanne Wiborn, Pågen, entusiastiskt.

Hon delade upp kursen och tog en timme varje eftermiddag.

Ulrika Hagberg och Mona Mäkelä, Atria Supply, gjorde den på en heldag och tog testet dagen efter.

– Men det var lite mastigt att göra det så intensivt. Det blev lätt att man blandade ihop de olika kapitlen.

Lars Melander från Fazer Bageri och Konfektyr, valde en tredje variant och gjorde kursen vid datorn hemma. Ett kapitel om dagen.

– Det tog ett tag att komma in i det. Introduktionen tog jag om flera gånger, men det var ett bra upplägg att varje kapitel började med en film. Det blev en bra inlussning till ett nytt kapitel.

## Klimatexpert på plats

Under nätverksträffen är det uppföljning av kursen med Britta Florén på SIK, som är en av dem som tagit fram faktamaterialet till kursen. Britta visar bilder, ger fakta och deltagarna får en möjlighet att diskutera ämnena. Emellanåt flikar Britta in 1, X, 2-frågor, t ex ” Vilket kött har minst klimatpåverkan – lamm, kalkon eller gris?”

Deltagarna får diskutera sinsemellan en kort stund innan de räcker upp en lapp med sitt svar. X för kalkon i det här fallet. Det var alla överens om. Lika lätt var det att klura ut att man hellre ska köpa svenskt nötkött än brasilianskt.

– Men inte på grund av transporterna här heller, betonar Britta. Transporterna står bara för två procent av klimatpåverkan. Däremot har de brasilianska korna en högre slaktålder och betar därför en längre tid samt hinner rapa mer metan under sin livslängd än våra svenska djur.

75 procent av klimatpåverkan kommer från metangasen. Att transporterna har så liten klimatpåverkan på livsmedel, är den största överraskningen i kursen för konsumentkontakterna. Den största boven i transporterna är konsumenterna själva, när de tar bilen för att handla och åker hem med två matkassar.

– Men hur vet man som konsument om en vara är transporterad med flyg som är värst, funderar någon i gruppen.

– Det får man ringa och fråga konsumentkontakten om, svarar Kate Eklund, Abba Seafood, rappt. □