



# FØDEVAREBANKENS MODTAGERORGANISATIONER I KRISETID

-En kvalitativ og kvantitativ undersøgelse

2023



**NORION**  
CONSULT

# INDHOLD

Indledning	1
Madens betydning for mennesker i svære livssituationer	4
Det gode fødevarematch og sammenhæng mellem udbud og behov	7
Kan FødevarerBanken inspirere til endnu bedre brug af overskudsmad?	12
Konsekvenser af fødevarer- og energikrisen	15
Opsummering	20

## Om FødevarerBanken

FødevarerBanken er en non-profit-organisation, der modtager overskudsmad fra fødevarerproducenter og -grossister. Maden fejler intet, men kan af forskellige årsager alligevel ikke sælges, fx pga. beskadiget emballage eller etikettefejl. Med hjælp fra frivillige leverer FødevarerBanken maden til sociale organisationer, der laver maden til måltider til mennesker i svære livssituationer. FødevarerBanken leverer i alle landets fem regioner. I 2022 blev 1.562 tons overskudsmad til over 3,9 millioner måltider i stedet for at blive smidt ud. På den måde er FødevarerBanken med til både at bekæmpe madspild og madfattigdom.

## Sammenfatning: FødevarerBankens modtagerorganisationer i krisetid

2022 var et år præget af fødevarer- og energikrise. De høje udgifter til energi og mad presser såvel danske husholdninger som sociale foreninger og virksomheder. Med en bred kontaktflade til cirka 350 sociale organisationer på tværs af Danmark satte FødevarerBanken sig for at undersøge krisens konsekvenser blandt de organisationer, der modtager overskudsmad og gør en forskel for mennesker i svære livssituationer.

Undersøgelsen er realiseret med støtte fra Lauritzen Fonden i sidste kvartal af 2022. Den er gennemført af konsulenthuset Norion og baserer sig på en spørgeskemaundersøgelse blandt FødevarerBankens modtagerorganisationer kombineret med dybdegående interviews med 13 organisationer.

### Større behov for organisationernes aktiviteter og støtte

Undersøgelsen har vist, at krisen øger behovet for modtagerorganisationers aktiviteter og støtte, og mere end halvdelen af organisationerne oplever, at deres økonomi er presset som følge af krisen. Det drejer sig særligt om madbudgetter, der er fordoblet, og energiregninger, der er skudt i vejret. Hvordan konsekvenserne af krisen og de pressede budgetter håndteres blandt modtagerorganisationerne varierer, men fælles for organisationerne er, at de kæmper hårdt for at afbøde konsekvenserne, så de pressede budgetter ikke går ud over de målgrupper, organisationerne kæmper for at hjælpe.

### Krisen skubber lavindkomstgrupper ud over kanten

Krisen har nogle store og alvorlige konsekvenser for de mennesker i samfundet, der befinder sig i svære livssituationer. Undersøgelsen viser, at de stigende priser har størst indvirkning på dem, som lever på små

budgetter uden opsparinger, og måske lige akkurat har kunne betale deres husleje før krisen. Det er i særlig grad modtagerorganisationer i almenlystige boligområder, væresteder og varmestuer, der beretter, at krisen har ramt deres målgrupper meget hårdt. Der bliver i højere grad end før krisen efterspurgt hjælp i form af bl.a. gældsrådgivning, varme måltider, tøj og social støtte, og der berettes om sultne familier og store bekymringer for fremtiden.

Undersøgelsen viser, at også børn og unge bliver påvirket af den krisestemning, der præger økonomisk pressede familier. Flere af de modtagerorganisationer, som arbejder med børn og unge, beretter, at de oplever børn og unge som fx kommer i skole uden at have spist morgenmad og uden madpakke. Flere organisationer oplever øget utryghed blandt børn og unge omkring deres madsituation; altså hvornår de er sikre på at kunne få nok mad igen. Der fortælles også om en øget bekymring over familiens daglige økonomi.

Når modtagerorganisationerne oplever, at deres kapacitet og økonomi kommer under pres, bliver leverancerne fra FødevarerBankens vigtigere end nogensinde. Modtagerorganisationer giver gennemgående udtryk for, at samarbejdet med FødevarerBanken styrker deres muligheder for at imødekomme efterspørgslen efter mad og måltider i langt højere grad, end det ellers ville kunne lade sig gøre.

### FødevarerBankens frivillige bidrager til positiv oplevelse

Undersøgelsen har vist, at de frivillige som leverer overskudsmaden fra FødevarerBanken spiller en central rolle. Modtagerorganisationerne udtrykker stor glæde over relationerne til de frivillige og beskriver, at de bidrager til en positiv oplevelse af samarbejdet med FødevarerBanken.

### Udviklingspotentialer og ny viden

Udover ovenstående hovedkonklusioner indeholder undersøgelsen ny viden om modtagerorganisationernes praksis og det gode fødevarer-match, ligesom der peges på en række udviklingspotentialer, der kan sikre flere og bedre måltider til mennesker i svære livssituationer.



## INDLEDNING

2022 var et år præget af fødevare- og energikrise. De høje udgifter til energi og mad presser såvel danske husholdninger som sociale foreninger og virksomheder. Men hvordan påvirker krisen mennesker i svære livssituationer, der allerede inden krisen var ramt af madfattigdom? Og hvilken betydning har de stigende priser for de organisationer, der arbejder for at gøre en forskel for disse mennesker i vores samfund?

Dette satte FødevareBanken sig for at undersøge gennem en analyse blandt deres modtagerorganisationer, der modtager overskudsmad fra fødevareproducenter og grossister. Undersøgelsen er realiseret med støtte fra Lauritzen Fonden, og dataindsamling er gennemført i sidste kvartal af 2022.

Formålet har været at udvide FødevareBankens viden om modtagerorganisationernes situation og behov som afsæt for at afsøge muligheden for i endnu højere grad at målrette de varer, FødevareBanken får fra fødevaredonorerne, til de behov, der er hos modtagerorganisationerne. For at opnå dette er der gennemført en kvantitativ og kvalitativ undersøgelse, hvilket er beskrevet nærmere i de følgende afsnit.

Undersøgelsen er udført i samarbejde med konsulentfirmaet Norion, som med afsæt i antropologisk faglighed har bidraget til undersøgelsesdesign, dataindsamling, analyse og formidling. Resultaterne fra undersøgelsen er samlet i denne rapport udarbejdet af Norion.

### Den kvantitative undersøgelse

Der er gennemført en kvantitativ undersøgelse i form af en survey til FødevareBankens modtagerorganisationer. Denne er udsendt som et spørgeskema via mail til organisationerne i FødevareBankens modtagerkartotek. Norion udarbejdede og sendte spørgeskemaet på vegne af FødevareBanken til modtagerne, der på afsendelsestidspunktet talte

364 unikke modtagerorganisationer. Surveyen bestod af 27 spørgsmål fordelt på temaer omkring fødevare- og energikrisens påvirkning, oplevelse af match mellem fødevareleverancer og behov, anvendelsen af overskudsvarer fra FødevareBanken samt baggrundsspørgsmål om modtagerorganisationens virke. Spørgeskemaet blev besvaret af 238 ud af de 364 modtagerorganisationer, hvilket giver en besvarelsesprocent på 65%. Der er en mindre gruppe på i alt 21 modtagerorganisationer, hvor mailen enten ikke kunne leveres, hvor respondenterne ikke kunne få spørgeskemaet til at virke eller hvor autosvar om henholdsvis ferie eller sygdom gør det usandsynligt, at modtageren havde mulighed for at nå at svare inden for besvarelsesperioden på en måned. Uagtet at det ville højne besvarelsesprocenten yderligere at fraregne denne gruppe, er der tale om en god besvarelsesprocent, idet to tredjedele af alle FødevareBankens modtagerorganisationer har bidraget til undersøgelsen. Der er desuden en høj gennemførelsesprocent på 95% af påbegyndte besvarelser.

### Den kvalitative undersøgelse

Sideløbende med den kvantitative undersøgelse er der blevet gennemført kvalitative interviews med 13 modtagerorganisationer. De interviewede modtagerorganisationer er udvalgt med sigte mod at sikre spredning i modtagerorganisationernes geografi, målgrupper, størrelse, formål og aktiviteter. Der er gennemført interviews på herberger, varmestuer, sociale væresteder henvendt til hhv. unge og voksne, madfællesskaber i almennyttige boligområder, bosteder, beskæftigelses- og STU-tilbud.

Interviewene er afholdt med en leder på stedet og/eller den eller de hovedansvarlige for madlavning. Blandt de 13 modtagerorganisationer er der interviewet 6 på Sjælland, 1 på Fyn og 6 i Jylland. Interviewene fandt sted hos modtagerorganisationerne, og FødevareBanken og Norion deltog begge i alle interviews. Der er tale om interviews af halv-

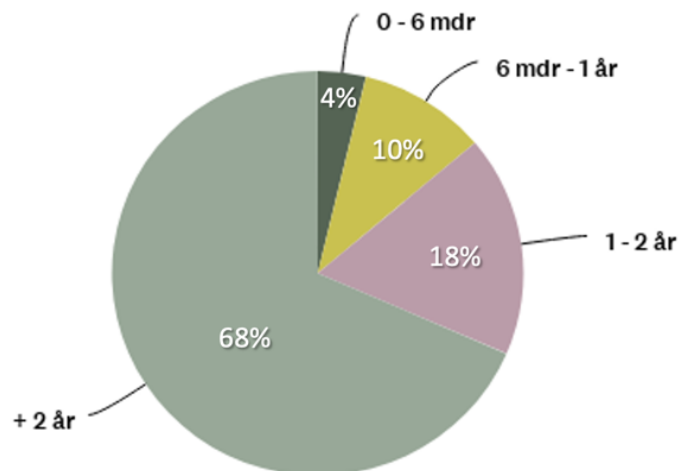
anden times varighed med afsæt i en kort introduktion til interview-personerne og stedet efterfulgt af rundvisning i køkkenet og gennemgang af faciliteter for opbevaring af madvarer. Dernæst er der gennemført et dybdegående, semistruktureret interview.

Indsigter fra henholdsvis den kvantitative og kvalitative undersøgelse er blevet sammenholdt, analyseret og opsummeret i denne rapport. Rapporten er inddelt i 4 hovedafsnit; 1) Madens betydning for mennesker i svære livssituationer, 2) Det gode fødevarermatch og sammenhængen mellem udbud og behov, 3) Kan FødevarerBanken inspirere til endnu bedre brug af overskudsmad? og 4) Konsekvenser af fødevarer- og energikrisen. Til slut følger en kort opsummering.

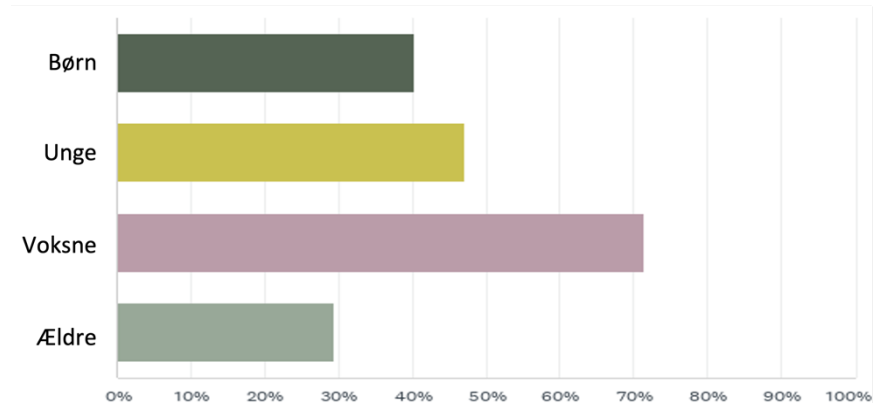
### FødevarerBankens modtagerorganisationer: baggrundsdata

Før vi tager hul på resultaterne fra undersøgelsen, er det relevant at se på, hvem modtagerorganisationerne er, og hvordan de anvender den overskudsmad, de modtager fra FødevarerBanken. Diagrammerne her og på næste side illustrerer data om FødevarerBankens modtagerorganisationer baseret på de i alt 238 besvarelser af spørgeskemaet.

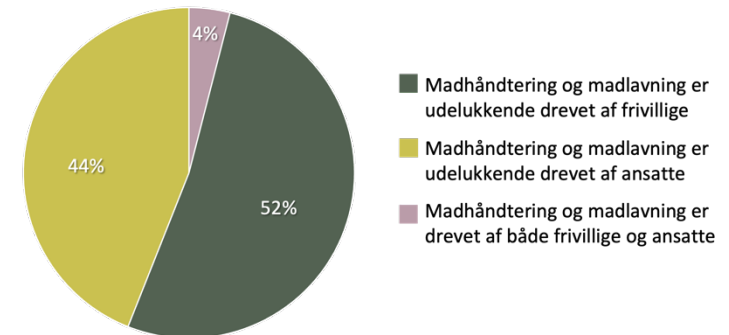
Hvor længe har modtagerorganisationerne modtaget varer fra FødevarerBanken?



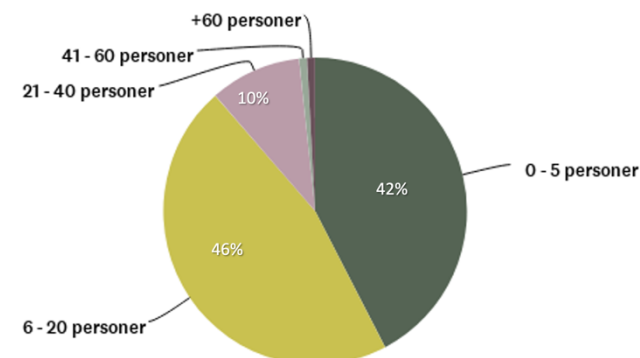
Hvem er organisationernes målgruppe(r)? (Obs: mulighed for flere svar)



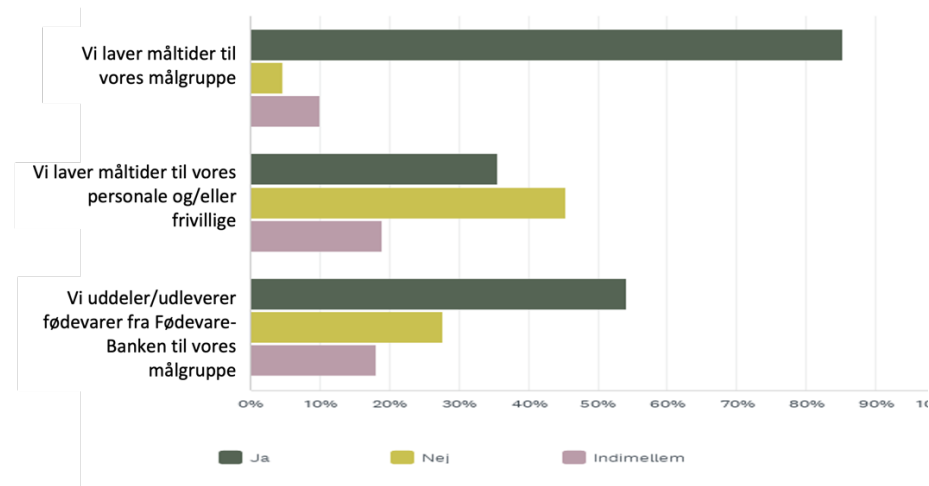
Hvem håndterer maden?



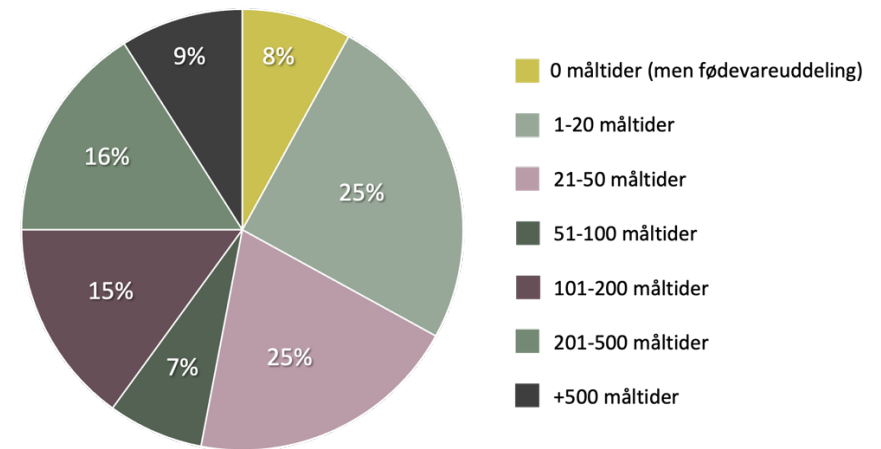
Hvor mange personer er involveret i madhåndtering og madlavning i organisationen pr. måned?



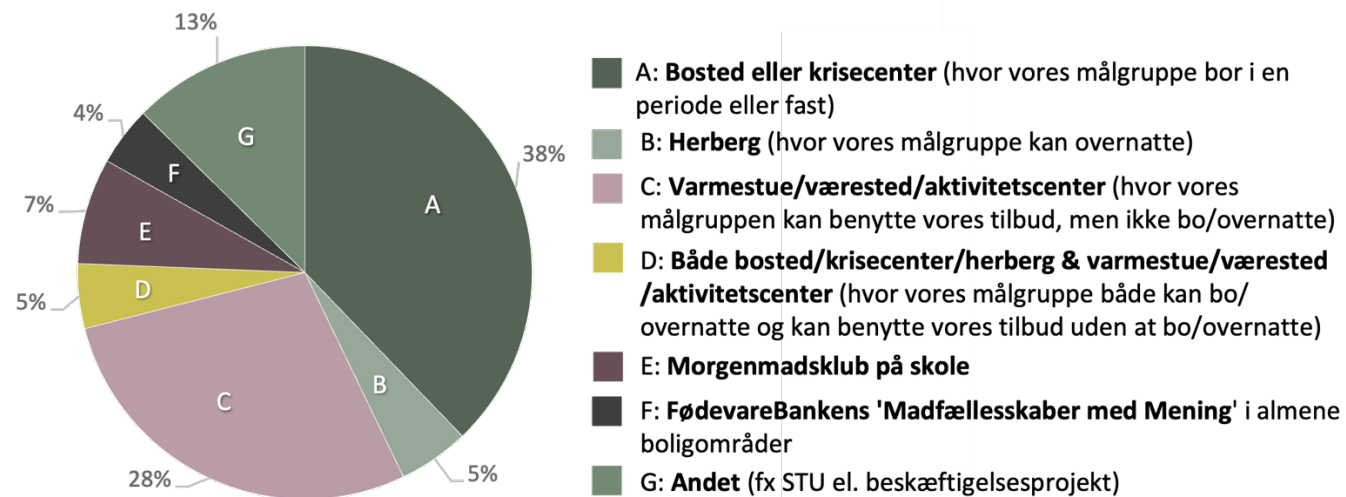
### Sådan anvendes fødevarerne



### Hvor mange måltider serveres på ugentlig basis?



### Sådan fordeler organisationerne sig



## MADENS BETYDNING FOR MENNESKER I SVÆRE LIVSSITUATIONER

FødevarerBankens modtagerorganisationer serverer overskudsmad til mennesker i svære livssituationer – heriblandt børn, kriseramte kvinder og mænd, hjemløse, stofbrugere og mennesker med fysisk eller psykisk sygdom. Undersøgelsen understreger, at hér, som alle andre steder, har mad en afgørende betydning; også som andet og mere end "bare" et middel til at blive mæt. Som medarbejderen hos et herberg fortæller:

*"Vores nattevagter bager boller. Idéen om, at man står op til nybagt brød og kaffe; der er noget hjemligt og rart over friskbagte boller og duften af kaffe (...). Der er noget meget værdigt i det. Jeg er ufatteligt stolt af, at vi har prioriteret en rigtig god kok, og at det er gratis. Før du kan begynde på recovery, skal folk være mætte."*

Medarbejder, herberg

Den store betydning af et måltid kommer til udtryk i dialogen med samtlige modtagerorganisationer. Måltidet beskrives som vigtigt for at fremkalde en følelse af fællesskab, og det kan være en katalysator for følelsen af en hjemlighed, der ellers kan være svær at opnå. Derudover påpeges det, at når maden er udgangspunktet for at komme i en madklub eller på et værested, bliver det mindre intimiderende at deltage, fordi der er noget at mødes om og rette en fælles opmærksomhed mod. Og så er der modtagerorganisationerne, hvor måltiderne er livsnødvendige for de mennesker, der kommer:

*"At de kan komme her betyder, at de får noget at spise, og at de bliver holdt i live. Ellers får de ikke noget. Mange kan ikke komme andre steder, fordi de har stjålet i butikkerne"*

*-"Og dem, der er hjemløse, kan ikke lave mad nogen steder"*

*"Ja, vi er det sidste sted."*

Medarbejdere i varmestue

*"At de får mad her på krisecentret betyder, at de ikke bliver sultne, og at de ikke skal tænke på det. Det er forskelligt fra krisecenter til krisecenter, om beboerne selv skal lave mad. Når folk her er voldsramte, så skal de ikke starte med at tænke på mad. I starten er det meget en frihed for dem bare at sætte sig til bords. Senere bliver det noget med at give til fællesskabet, fordi man laver mad til andre kvinder. Vi får fantastisk mad."*

Daglig leder på krisecenter

For en stor andel af organisationerne er samarbejdet med FødevarerBanken afgørende for, at disse måltider kan serveres. Samarbejdet med FødevarerBanken har værdi på flere måder. Det har en stor betydning for mange modtagere, at der kan sættes andre standarder madmæssigt, end der ellers ville være budget til. Flere steder beretter, at deres madbudget kun giver plads til indkøb af basisvarer, og at varerne fra FødevarerBanken gør, at de kan have flere og mere spændende råvarer.

Ligeledes fortæller flere organisationer, at varerne anvendes sammen med deres målgruppe i et læringsmæssigt perspektiv. Som dette døgntilbud skriver som en kommentar i spørgeskemaet:

*"Vi bruger jeres mad til inspiration til retter, det kan anvendes til. Gode snakke og søgninger på nettet giver daglig pædagogisk sparring med børn og voksne"*

Døgntilbud

Undersøgelsen viser også, at behovet for FødevarerBanken er blevet ekstra håndgribeligt og tydeligt i forbindelse med interne organisatoriske forandringer i FødevarerBanken i 2022, der i en periode medførte nedsat kapacitet i Århus-afdelingen og færre leverancer. Fra denne del af landet berettes der fra modtagerne om et stort afsavn.

Anvendelsen af overskudsmaden i praksis uddybes i det følgende afsnit.

## En fleksibel menu og passion for overskudsmad gør en forskel

Det varierer blandt modtageorganisationerne, hvor stor en andel af deres behov for fødevarer, der dækkes gennem FødevarerBanken. Undersøgelsen har vist, at fødevarer fra FødevarerBanken dækker en betydelig del af modtagerorganisationernes behov for fødevarer, særligt der hvor menuen er fleksibel, og hvor de madlavningsansvarlige er indstillet på at få overskudsvarerne fra FødevarerBanken inkorporeret så vidt muligt.

*"Det er i hvert fald sjovt at lave mad, siden vi begyndte at få mad fra FødevarerBanken (...) Mit bedste råd til andre, der skulle modtage varer fra FødevarerBanken, er helt klart at tage et produkt, og se hvad man kan få ud af det."*

Køkkenleder på krisecenter

Denne tilgang viser sig ofte at hænge sammen med en stor glæde hos de madlavningsansvarlige, som så at siges "holdes til ilden" og bliver udfordret på deres faglighed, når de skal finde på, hvordan de skal bruge varerne fra FødevarerBanken i deres madlavning.

En køkkenleder fortæller:

*"Nu kom der 10 kg aubergine fra FødevarerBanken. Jeg kunne jo også have købt 10 kg aubergine på Hørkram, men det er noget andet, når det kommer fra jer. Køkkenfagligt er det mega spændende. Når man laver benspænd for sig selv, så bliver man meget mere kreativ."*

Køkkenleder på beskæftigelsestilbud

En kostansvarlig medarbejder skriver ligeledes som kommentar i spørgeskemaet:

*"Sætter så stor pris på jeres arbejde, det at vi få mad fra FødevarerBanken, gør bare, at hverdagen er lidt sjovere for vores borgere. Jeg som kostansvarlig elsker det, ser en sport i at bruge alt hvad jeg får. Man skal hele tiden tænke: hvad bruger jeg lige det til, maden bliver aldrig ens. Og det bedste er at borgerne tager rigtig godt imod det. SÅ FANTASTISK"*

Denne store passion og glæde over samarbejdet bliver også italesat af en køkkenleder under vores interview hos et beskæftigelsestilbud:

*"Madspild ligger mit hjerte meget nært. Jeg brækker gerne en arm og en tå for at undgå, at vi smider mad ud. Så jeg synes samarbejdet med FødevarerBanken er helt fantastisk. Jeg synes, det er interessant driftsmæssigt, hvor meget vi kan optimere køkkenet."*

Køkkenleder på beskæftigelsestilbud

Samarbejdet har således stor værdi for de madansvarlige, som kan være kreative i deres madlavning, når de overraskes af den ugentlige levering, og som finder stor glæde i at reducere madspild.

Omvendt ser vi, at de modtagerorganisationer, der ikke vurderer, at varerne fra FødevarerBanken dækker en særlig stor andel af deres behov for fødevarer, er dem, der har en meget fast menu, som de ikke afviger fra. Her tages der ikke udgangspunkt i de varer, der modtages fra FødevarerBanken; snarere ser organisationen, hvordan udbuddet af



varer kan passe til allerede fastlagte menuer:

*"Vi planlægger ikke ud fra, hvad FødevarerBanken kommer med. Men vores køkkenleder går ned, når FødevarerBankens vogn kommer, og så tager hun ud fra, hvad der skal bruges til næste uges menu. Dagens grønt er baseret på, hvad vi kan få fra FødevarerBanken. Så det prøver køkkenlederen at passe ind."*

Daglig leder på varmestue

Som citatet viser, er det netop ved fleksibilitet omkring dagens salat (men ikke ved den faste menu), at varerne kommer godt i spil.

Det er altså af stor betydning, at varerne kan omsættes fleksibelt i madlavningen, og dette lykkes især, når de madlavningsansvarlige er passionerede omkring at få bragt overskudsvarerne i spil. Med denne velvilje og omhu omkring overskudsvarerne følger også systemer og overblik over holdbarhed, hvor udnyttelse af varer optimeres.

Her spiller fryserplads også en rolle for i hvilken grad, madens levetid kan forlænges, så man får brugt varerne på de rette tidspunkter. En køkkenleder eksemplificerer, at de engang lavede flødekartofler ud af en større mængde kartofler på pose, de havde modtaget. De kom flødekartoflerne på frost, indtil de en dag kan kombinere dem med eksempelvis frikadeller. En projektleder påpeger også, at fryserplads spiller en rolle for, hvor meget de kan tage imod og drage nytte af:

*"Vi har også fået en fryser fra FødevarerBanken, og det er rigtig vigtigt. Så hvis der er rester, kan vi smide det derind, så det ikke går til spilde, og så kan vi også tage imod mere."*

Projektleder for Madfællesskaber med Mening

Et udviklingsperspektiv for FødevarerBanken kunne være at samle og formidle de gode eksempler, tilgange og systemer, således at nye såvel som eksisterende modtagerorganisationer kan lade sig inspirere af, hvordan andre organisationer tilrettelægger deres madlavning og planlægning bedst muligt for at øge brugen af overskudsfødevarer og minimere madspild.

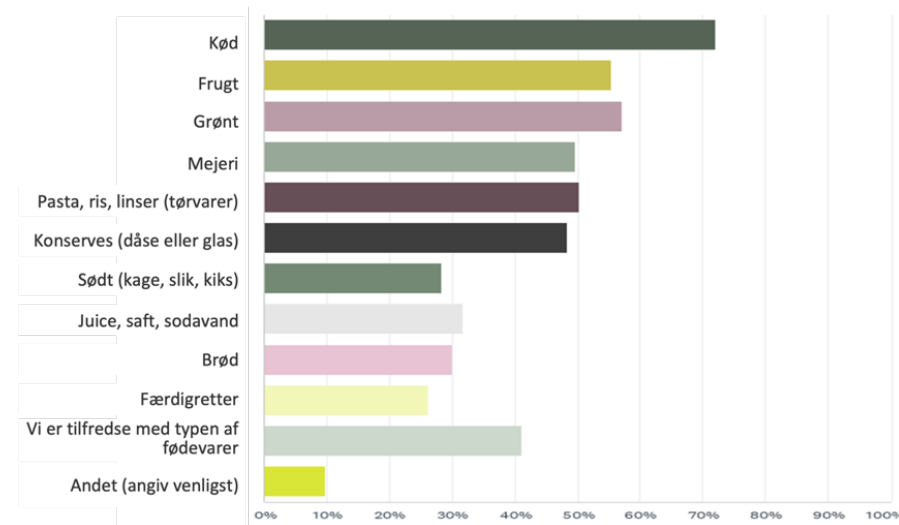
## Det gode fødevarematch og sammenhængen mellem udbud og behov

Et af formålene med undersøgelsen har været at blive klogere på matchet mellem udbuddet fra FødevareBanken og behovet hos modtagerorganisationerne. FødevareBankens uddelinger beror på de varer, de modtager fra fødevareproducenter og -grossister. Det er således ikke helt op til FødevareBanken selv at skulle opfylde modtagernes efterspørgsel, da udbuddet afhænger af den overskudsmad, fødevaredonorer stiller til rådighed. Når FødevareBanken alligevel har ønsket at belyse modtagerorganisationernes efterspørgsel efter andre/flere typer varer, er det for at opnå viden og afsæt for potentiel dialog med eksisterende og nye mulige fødevaredonorer samt for at afdække eventuelle logistiske forbedringspotentialer omkring pakning og organisering af ruter.

Viden om modtagerorganisationernes efterspørgsel og praksis omkring varer er indhentet gennem spørgeskemaet og interviewene, men også ved at observere og tale om konkrete fødevarer med de madansvarlige under rundvisningerne i køkkenfaciliteterne hos de 13 modtagerorganisationer. Herigennem har vi kunne få et indblik i, i hvilket omfang FødevareBankens leverancer dækker modtagernes fødevarebehov, samt få udpeget varer, der bruges mere eller mindre end andre.

Blandt modtagerne finder vi at kød, fisk, fløde, smør, konserves og frostvarer generelt er varer i høj kurs. I den kvantitative undersøgelse svarer 72% af modtagerorganisationerne, at de gerne vil have mere kød fra FødevareBanken (se figur). Dernæst er de mest valgte svarmuligheder frugt, grønt, mejeri, tørvarer og konservesvarer, som cirka 50% vælger, at de gerne vil have mere af. Disse typer varer kan bruges både i storkøkkener og til madlavning i mindre skala som basisvarer, hvorfor disse varer for størstedelen af modtagerorganisationer er eftertragtede. Denne viden kan være en god rettesnor i FødevareBankens dialog med nuværende og potentielle nye fødevaredonorer.

Hvilke typer fødevarer vil I gerne have mere af? Du kan sætte flere krydser



Hvor de fleste modtagerorganisationer kunne ønske sig flere basisvarer, finder vi, at søde sager og færdigretter, kopnudler og morgenmadsprodukter har en stor betydning på mange herberger, varmestuer og væresteder. FødevareBanken bliver indimellem mødt med spørgsmål om, hvorfor der også uddeles "usund" mad, men undersøgelsen viser en klar efterspørgsel efter dette. Særligt i de kvalitative interviews blev dette understreget. For mennesker som lever i omfattende udsathed er disse hurtige madvarer nemlig en nem vej til mad, som er overskueligt at spise samt kræver et minimum at tilberede. Desuden fortæller flere organisationer, at en chokoladebar, en kiks eller duften af en opvarmet færdigret kan vække appetitten for deres målgrupper; noget som ellers kan være svært, særligt for stofbrugere.

Som en daglig leder på et herberg for kvinder med sociale problemer, herunder eventuelle rusmiddel-problematikker siger:

*“Der er lidt dobbelthed omkring søde sager. Jeg vil sige, at det er der et stort forbrug af. Det er ikke dumt, hvis man ikke har spist et helt døgn. Det er også en måde, man kan pirre appetitten”*

Daglig leder, herberg

Flere organisationer fortæller, at tilgængeligheden af søde sager kan være med til at skabe hygge og hjemlighed, og at det kan være en vigtig gestus over for deres målgrupper, at der tilbydes snacks. Andre organisationer beretter dog, at de altid takker nej til usunde varer, fordi de har kostpolitik, kører en grøn linje eller ikke anvender varer med høj fedtprocent.

#### Non-food varer fra FødevarerBanken

Generelt finder vi, at der blandt mange modtagerorganisationer i svarmuligheden ‘andet’ i spørgeskemaet tilføjes, at de godt kunne tænke sig mere non-food (hygiejneprodukter, rengøringsartikler), ligesom vi til interviewene hører, at mange steder har stor glæde af dette.

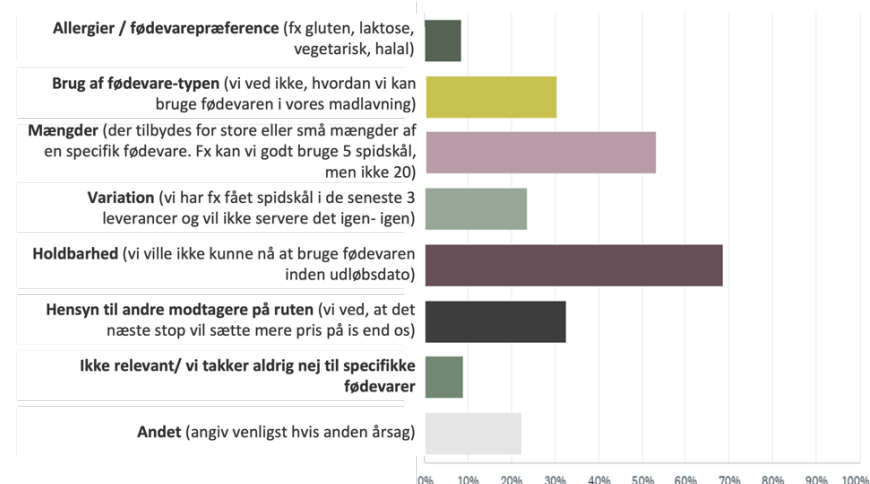
Den store variation i varerne fra FødevarerBanken matcher således den store variation blandt modtagerorganisationerne og disses forskelligartede ønsker og behov. Der ligger en stor og vigtig opgave i kontinuerligt at sikre, at varer og ruter som vidt muligt kan tilpasses modtagerorganisationernes behov. Derfor er det vigtigt løbende at være i dialog med modtagerne om evt. ændrede forhold.

Selvom modtagerne godt kunne tænke sig mere af bestemte typer varer, når vi spørger dem direkte, så er det dog også værd at bemærke, at 41% tilslutter sig ‘vi er tilfredse med typen af fødevarer’, de modtager fra FødevarerBanken.

## Årsager til at takke nej til specifikke fødevarer

Som beskrevet er der flere faktorer, der spiller ind på, hvad modtagerorganisationerne efterspørger mere af. Samtidig har vi spurgt til, hvilke årsager som ligger til grund, når de indimellem takker nej til specifikke varer, når kølebilen fra FødevarerBanken kommer. Mere end halvdelen af modtagerne svarer i den kvantitative undersøgelse, at de takker nej til at modtage specifikke varer ved hver eller hver anden leverance. Den hyppigste årsag til at takke nej til at modtage specifikke varer er ‘holdbarhed (vi ville ikke kunne nå at bruge fødevarer inden udløbsdato)’. Denne svarmulighed vælger 69% af respondenterne. Dernæst svarer 53% ‘mængder’, hvilket kan dække over flere årsager, der beskrives efter figuren.

Hvilke årsager ligger til grund, når I takker nej til at modtage specifikke fødevarer? Du kan sætte flere krydser



Når organisationerne takker nej på grund af mængder, kan det eksempelvis være fordi FødevarerBanken tilbyder store mængder af en bestemt type vare i lange perioder; dette er fx tilfældet, når en fødevarerproducent leverer mange paller med kiks eller morgenmads-

pakker, som kommer med på ruterne i flere uger eller måneder. Modtagerorganisationerne kan her have svært ved at nå at omsætte varerne i samme hastighed, som de modtages, hvorfor de indimellem takker nej til mere. Mængder kan også handle om, at den enkelte råvare leveres i for stor kvantitet til organisationens kapacitet; eksempelvis store dunke med 10 liter youghurt. Samtidig kan for små mængder typisk være for ressourcekrævende at anvende i storkøkkener, eller det kan være uhensigtsmæssigt, at der er for få varer til antallet af mennesker, der skal uddeles til; eksempelvis 8 chokoladebarer til en ungegruppe på 20.

Resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen understøtter pointen om, at modtagerorganisationer, hvor varerne fx skal bruges i beboernes egne køkkener, eller i et fælleskøkken i mindre boenheder, er særligt opmærksomme på mængder, eftersom 'mængder' disse steder vælges af hele 68% som årsag til at takke nej til specifikke varer, mens resultatet for hele respondentgruppen til sammenligning er 53%.

Desuden ser vi, at match mellem varer og behov også afhænger af den sammenhæng, maden laves i. Kostpolitik, et læringsformål med madlavningen eller en særlig målgruppe spiller ind på hvilke varer, der kan bruges. Dette ses også ved, at den fjerde hyppigste årsag til at takke nej til at modtage specifikke varer er 'brug af fødevarer-typen', som vælges af 31%. Hos et af 'Madfællesskaber med Mening' sættes der ord på, at det for et madfællesskab som dem kan være begrænsende at få bearbejdet mad/mad med tilsat smag, fordi det bliver for styrende for, hvilke retter de kan lave.

## Når det kører smooth

Hos nogle modtagerorganisationer takkes der meget sjældent nej til varer, fordi man kan bruge det hele. Et eksempel på et sted, der ikke er begrænset af de hensyn til mængder, holdbarhed og fødevarer-type, som andre modtagerorganisationer må tage, er en STU-institution, vi interviewede. Her tager de imod alt. Varerne bruges nemlig af professionelle i et storkøkken, men der er samtidig maduddeling til unge med særlige behov, der bor i mindre husstande hos organisationen, hvorfor modtagerorganisationen også tager imod mindre partier såsom fx Coco Pops, Knorr sovs osv. Desuden laves der mad alle ugens dage, så dermed er holdbarhed aldrig en udfordring.

Desto flere sammenhænge, fødevarerne fra FødevarerBanken kan anvendes i hos den enkelte modtagerorganisation, og jo flere måltider, der laves, desto mere fleksibilitet er der – og dermed kan der tages imod flere typer og mængder af varer. FødevarerBanken tilrettelægger derfor også typisk deres ruter således, at det sidste stop på en rute er et stort sted, der kan tage imod flest mulige af de varer, som andre modtagerorganisationer har takket nej til. Dermed minimeres madspild og sikres det bedst mulige match med de forskellige modtageres behov. Desuden hører vi, at flere af modtagerorganisationerne kender til de andre organisationer på deres rute og tager deres behov i betragtning, når de tager stilling til varer ved kølebilen. Over 30% svarer i undersøgelsen, at de kan finde på at takke nej til varer af hensyn til andre på ruten. Se eksempelvis disse citater:

*"Hvis vi har meget på frost eller tørskab tager vi ikke bare for at tage, andre kan få brug for det på ruten."*

Projekt for udsatte ældre

*"Personlig hygiejne siger vi også nej til, fordi vi er heldige at få andre steder fra, og vi ved, at de har glæde af det oppe på varmestuen [som ligger senere på ruten]"*

Leder, krisecenter



Samtidig hører vi, at modtagerorganisationerne med tiden bliver bedre og mere erfarne i forhold til at vurdere, hvad de vil få brugt. Flere steder fortælles der, at de i starten ivrigt tog imod hvad som helst, når kølebilen kom, fordi det hele var så fristende. Med tiden har de dog fået et bedre greb om egne behov og takker oftere nej til specifikke varer, fordi de vil undgå, at maden skal ende som madspild, hvis de ikke får den brugt.

*"Vi kender efterhånden børnenes "smag", så for at undgå madspild takker vi nogle gange nej 😊"*

Skole

*"FødevarerBanken kom i starten hver tirsdag, men så skiftede vi over til at få levering hver anden uge, fordi vi kom til at tage for meget pr. gang."*

Projektleder, Madfællesskaber med Mening

Der kan være et udviklingsperspektiv for FødevarerBanken i at hjælpe nye modtagerorganisationer med i højere grad at reflektere over, hvilke og hvor mange varer, de vil få brugt i praksis. Der kunne eksempelvis udvikles en guide a la "10 spørgsmål, du skal stille dig selv, når du står ved kølebilen", ligesom FødevarerBankens frivillige i endnu højere grad kan blive klædt på til at hjælpe organisationerne til at identificere deres egentlige behov. Vi hører nemlig, at de frivillige spiller en central rolle i leverancerne. Dette uddybes i næste afsnit.

## Den gode udvælgelse sker i samarbejde med FødevarerBankens frivillige

*"Fantastiske frivillige, der kører jeres biler!"*

Aktivitetscenter

Foruden de madansvarliges fleksibilitet og erfaring med, hvilke varer der matcher deres behov, fortæller mange af modtagerne om et meget betydningsfuldt samarbejde med FødevarerBankens frivillige, der kommer med kølebilen og leverer varer. Det er med et smil på læben, når de fortæller om den gode stemning og relation de har til FødevarerBankens frivillige. Flere bruger ordene "en særlig ping pong" om deres relation til de frivillige, og at der blandt modtagerorganisationernes ansatte kan være rift om at komme ud og hente varer, fordi det forbindes med et sjovt og godt øjeblik. Derudover fortæller modtagerorganisationerne, at de frivillige spiller en særlig rolle for den gode udvælgelse af varer. Der opbygges et kendskab over tid til modtagernes behov for specifikke varer og mængder.

*"Det er stadig de samme frivillige, som kommer her, og som er forblevet i FødevarerBanken. De er fantastiske fyre. Samarbejdet er vildt vigtigt. (...) De kender os, og jeg kender dem. De ved, hvad de ikke skal gemme til os, og hvad vi ikke vil tage. Det er sjældent vi tager mælk [de har selv mælkeproduktion på stedet]. Der er nogen mælkeprodukter, vi gerne vil have, fx fløde og piskefløde. Det er en fordel for mig, at jeg kan sende andre afsted for at hente varer fra FødevarerBanken, fordi de frivillige ved, hvad vi vil have. Jeg har opbygget det samarbejde henover 4 år."*

Køkkenleder på STU-institution

Dette kendskab giver en fleksibilitet for eksempelvis en køkkenleder, som kan sende alle sine ansatte ud til bilen, fordi de frivillige har en ret

præcis idé om, hvad de kan levere til hvert sted. Enkelte steder påpeges det, at selve udlevering og scanning af varer er tidskrævende. Her opstår et særligt behov for fleksibilitet i, hvem der fra modtagerorganisationens side kan "undværes" i dette tidsrum.

Det fremhæves, at de frivillige har et godt samlet overblik over modtagerorganisationerne på en rute, hvilket er afgørende for, at varerne bliver fordelt optimalt på ruten.

*"De [frivillige] er gode til at sige at "du kan godt tage det her, og de ældre [senere på ruten] ville blive glattere for den her vare".  
Man kan ikke regne med den samme rutine nu, hvor det ikke er de samme frivillige [fordi der er udskiftning blandt frivillige i Århus]"*

Køkkenleder på beskæftigelsestilbud

*"De frivillige siger for eksempel, at de ikke kan komme af med x, og så tænker vi måske en ekstra gang over, om vi kan bruge det"*

Køkkenleder på værested

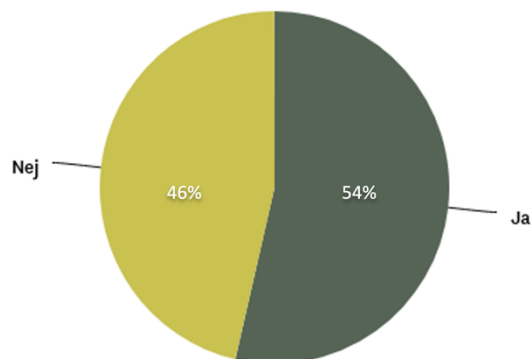
De frivilliges betydning for modtagerorganisationerne er vigtig at have for øje, fordi de i høj grad er afgørende for ikke blot den logistiske levering af varer, men også selve modtagerorganisationernes oplevelse af samarbejdet med FødevarerBanken, opfyldelse af behov for typer og mængder af varer og mulighed for at modvirke, at overskudsmaden skulle risikere at gå til spilde. Det fungerer godt for modtagerorganisationerne, at der kommer faste frivillige på deres rute hver uge, og flere steder bliver mødet med de frivillige chauffører også en anledning til et pædagogisk møde med modtagerorganisationens målgruppe. Der sker gode snakke om madlavning, madspild og fødevarerproduktion hen over kølebilen, og det opleves langt de fleste steder som en sjov og positiv begivenhed at tage imod de overskudsvarer, de frivillige leverer.

## Kan FødevarerBanken inspirere til endnu bedre brug af overskudsmad?

FødevarerBanken har som et led i undersøgelsen ønsket at afdække interessen for og aktualiteten af et projekt omkring madinspiration med afsæt i en idé om at støtte modtagerorganisationerne og deres målgrupper i at kunne arbejde med den overskudsmad, de modtager fra FødevarerBanken. På baggrund af mange års arbejde med madspild oplever medarbejderne i FødevarerBanken, at det for nogle kan være svært at vide, hvordan de skal anvende varerne, hvis de enten ikke er vant til at bruge disse typer varer i et køkken eller hvis de kun kender begrænsede tilberedningsmuligheder for den specifikke råvare. Samtidig forestiller FødevarerBanken sig, at det kan give mere spændende madlavning, hvis man føler sig inspireret til at tage varerne i brug på nye måder. Vi inkorporerede derfor dette som et særskilt fokus i undersøgelsen for at afdække interessen og blive klogere på, hvordan og til hvem en sådan madinspiration kan give værdi.

Samlet svarer 54% ja til spørgsmålet om, hvorvidt det ville være interessant at få inspiration til madlavning med FødevarerBankens fødevarer.

Ville det være interessant for jer at få inspiration til madlavning med FødevarerBankens fødevarer?



Når vi dykker ned i interessen for inspiration i undersøgelsen, ser vi først og fremmest, at målgrupperne i de forskellige modtagerorganisationer er meget divers. Det er ikke alle steder, at læring om overskudsmad og madlavning passer til målgrupperes livs-omstændigheder, når der er udfordringer i form af stofbrug, hjemløshed eller psykisk eller fysisk sygdom.

*"Hvis der kom nogen madkyndige ud og holdt en workshop om at lave mad af overskudsmad, så ville der komme 2 ud af de 49 kvinder, der bor her."*

Daglig leder på herberg

*"Jeg tror det er svært [at få borgerne i dette beskæftigelsestilbud til at bide på nogen former for madinspiration]. Det kan man næsten ikke. Hvis de har handlet ind, så kan man ikke lave om på det. Det ville gå ind ad det ene øre og ud af det andet. Det er mere os, der kan nudge noget ind af bagveje."*

Køkkenleder i beskæftigelsestilbud

Mens det hos ovenstående organisationer således ikke er aktuelt, vurderer over halvdelen af modtagerorganisationerne, at det har interesse at få inspiration til madlavning med fødevarer fra FødevarerBanken.

Vi stillede i såvel spørgeskema som kvalitative interviews åbne spørgsmål til, hvilket format eventuel madinspiration i praksis skulle have for at fungere hos organisationerne. Desuden spurgte vi specifikt, om det ville være interessant for modtagerorganisationerne at få en madkyndig ud, der kan give tips og tricks til at udnytte overskuds-fødevarer fra FødevarerBanken. Her svarer 44% ja, mens 56% svarer nej. Blandt 'Madfællesskaber med Mening' vælger 80%, at de er interesserede i at få en madkyndig ud, mens tallet er 47% for bosteder/krisecentre og varmestue/væresteder/aktivitetscenter. I de dybdegående interviews udtrykkes den største interesse ligeledes hos 'Madfællesskaber med Mening' i almennyttige boligområder og hos modtagerorganisationer for børn og unge. Fælles er interessen for at få en fagperson ud for at holde en praksisbaseret workshop med fokus på overskudsmad. Der er forskellige behov og idéer til indhold på en sådan workshop. For børn og unge lægges der vægt på behov for simple opskrifter, læring om holdbarhed og inspiration til madlavning af overskudsmad. For voksne i almennyttige boligområder skulle det i højere grad handle om, hvordan man kan maksimere sit madbudget, tidsoptimere sin madlavning i et travlt familieliv eller undgå madspild. Interviewpersonerne fortæller:

*"Det ville især være fedt [med en workshop], hvis vi kunne være med til at vælge hvilket tema eller hvilken type fagperson. Det ville være virkelig relevant hos os med noget om, hvordan man maksimerer sit budget. Det er både for os og vores brugere. Det synes jeg faktisk ville være virkelig fedt, jo flere inputs, jo mere effektivt. Billigt, lækkert, sundt. Eller måske noget med retter, man kan blive ved med at lave retter af. Fx hvis man laver chili con carne den ene dag, så laver man tacos den næste. Det tænker jeg ville være meget relevant for dem, der har børn. Det bliver tidseffektivt."*

Projektleder, Madfællesskaber med Mening

*"På lang sigt kunne vi godt tænke os at inddrage børnene mere i madlavning og have fokus på hvordan man undgår madspild, hvordan man køber fornuftigt ind, hvordan kan vi klæde børnene på fra sådan en krise. (...) Vi snakker om, at vi ikke kan gøre alt for alle, men vi kan gøre noget for nogen. Så vi kan have særligt fokus på nogen af børnene. Vi snakker meget om inddragelse – kunne man lave en workshop eller kagebog?"*

Leder på et værested for børn og unge

Fælles for de interesserede organisationer er, at de ser et potentiale i at give deres målgrupper mere erfaring og viden om at bruge overskudsmad eller den mad, der er tilgængelig, eksempelvis i form af tilbudsvarer. Herunder også at få mad til at række længere og vurdere holdbarhed som led i en forbedring af levevilkår fremadrettet.

*"Jeg synes ikke det er en udfordring med den kreative opgave, men jeg vil gerne have, at det bliver sjovere at tænke på det på en anden måde. Det er jo en omvendt madlavningsproces. Hvis vi kan få talt den kreative proces mere frem, så kan det være en måde at inspirere til, hvordan man selv kan forvalte processen bedre derhjemme. Fordi der også er flere, der skal lave mad den omvendte vej derhjemme også: fx at man er nødsaget til at købe de billige madvarer, og så finde ud af hvad man skal lave, baseret på dét."*

Projektleder, Madfællesskaber med Mening



Udover idéen om at få besøg af en madkyndig foreslår organisationerne, at formatet for madinspiration kunne komme i form af mails, sociale medier, kokebog, pjecer, plakater eller via FødevarerBankens frivillige chauffører. Samtidig nævnes et ønske om medfølgende opskrifter med forslag til forskellige måder at bruge en råvare på. Eksempelvis kunne organisationerne få inspiration til de mange måder, man kan bruge en specifik grøntsag på; at den både kan steges, koges, moses, bruges i supper, blendes i juice, syltes osv. I forlængelse af dette foreslår nogle organisationer, at de kunne modtage information om, hvor længe man kan forvente levering af en given råvare, samt historier/forklaringer på, når leveringer på fødevarer starter eller stopper. Hvis organisationerne ved, at der kommer guldkorn de næste mange uger, kan de fx planlægge at bruge dem i kager, og hvis de er forberedt på store leveringer af youghurt, kan de planlægge at lave tzatziki og dressinger.

Desuden viser undersøgelsen, at organisationerne ikke i særlig høj grad bruger FødevarerBankens Madunivers på Facebook til madinspiration. I denne Facebookgruppe er tanken, at organisationerne kan dele med hinanden, hvad de bruger varerne til, og derigennem inspirere andre til, hvad de kan lave. I spørgeskemaundersøgelsen svarer hele 64% af respondenterne dog, at de ikke kender til FødevarerBankens Madunivers eller at ingen af deres madansvarlige er i gruppen. 25% svarer, at deres madansvarlige eller nogle af deres madansvarlige er medlemmer af gruppen. 11% kender til Facebookgruppen, men ikke ved om deres madansvarlige er medlemmer. Til spørgsmålet om, hvilken grad deres madansvarlige bruger FødevarerBankens Madunivers til at finde inspiration til madlavning, svarer kun 5 organisationer (ud af 118, der kender gruppen), at de 'i høj grad' bliver inspireret, 0 svarer at de 'i meget høj grad' bliver inspireret og 27 at de 'i nogen grad' bliver inspireret.

Organisationerne udtrykker, at der mangler en facilitator til at sikre aktivitet og relevante opslag i gruppen, før det vil være en aktiv og relevant gruppe for dem. Dette er et udviklingsperspektiv for FødevarerBanken, som med de nødvendige ressourcer vil kunne bruge Facebookgruppen aktivt til at sprede inspiration på tværs af

modtagerorganisationerne og få flere organisationer til at dele fotos og opskrifter på den mad, de laver ud af varerne fra FødevarerBanken, eller stille spørgsmål til hinanden og FødevarerBanken. Nogle af modtagerorganisationerne orienterer sig i Facebookgruppen, men giver udtryk for, at de savner, at dem som ligger fotos op af maden også supplerer med opskrifter eller i hvert fald mere information om, hvad der er i retterne. Hvis FødevarerBanken havde ressourcer hertil, ville det være muligt at følge op med dem, der deler fotos, og efterspørge mere information om retterne. Desuden ville FødevarerBanken også selv kunne slå inspiration op og skabe engagement.

Potentialerne i at tilbyde madinspiration varierer således afhængig af modtagerorganisationerne og disse målgrupper. Hos en større andel af organisationerne ses et stort potentiale i at udbyde workshops og herigennem udbrede viden om og erfaring med at få mad til at række længere, bruge overskudsmad på mere kreative måder, lave sundere retter og undgå madspild. Hele 126 modtagerorganisationer landet over - svarende til over halvdelen af FødevarerBankens modtagere - udtrykker som nævnt interesse for at få inspiration til madlavning fra FødevarerBanken. Som beskrevet er der flere bud på, hvordan dette kunne se ud i praksis for de forskellige organisationer. Der er således et godt afsæt for, at FødevarerBanken kan afsøge mulighederne for at hjælpe modtagerorganisationerne hermed.

## Konsekvenser af fødevare- og energikrisen

Som Danmarks største organisation, der arbejder professionelt med at uddele madoverskud, har FødevareBanken en bred kontaktflade med de organisationer, der er i daglig berøring med mennesker i svære livssituationer i vores samfund. Som beskrevet i indledningen har hovedfokus i denne undersøgelse været af afdække, hvordan fødevare- og energikrisen påvirker disse mennesker, der allerede inden krisen ramte, befandt sig i svære livssituationer. I dette afsnit gennemgås først og fremmest påvirkninger for de sociale organisationer selv, og dernæst hvordan krisen har påvirket de personer, der benytter modtagerorganisationernes tilbud.

### Organisationernes driftsbudgetter er pressede, og der er større behov for deres ydelser

I spørgeskemaet spurgte vi organisationerne, hvordan de er ramt af krisen. 36% af modtagerorganisationerne svarer, at krisen ikke har væsentlig påvirkning på deres organisation. Nogle af disse respondenter tilføjer kommentarer såsom: *"Personale og beboere er ikke påvirket af situationen. Selvfølgelig skal vi som voksne ansvarlige tænke på energi og varmekonsum. Selvfølgelig også formidle det til vores beboere."* og *"Alt er det samme som før"* eller *"Vi oplever ikke en markant ændring, men lidt større interesse for det mad, vi deler ud af"*. Resten er ramt på forskellige måder, særligt ift. økonomi og efterspørgsel. De fleste modtagerorganisationer fortæller, at deres drift er blevet dyrere som følge af krisen. Det drejer sig særligt om madbudgetter, der er fordoblet, og energiregninger, der er skudt i vejret. 'Vores økonomi er presset som følge af krisen' er den markant hyppigst valgte svarmulighed for, hvordan organisationerne er påvirket af krisen. Dette gør sig gældende for hele 56% af organisationerne (se figur på næste side). Flere tilføjer kommentarer herom, som angivet i citatboksene.

*"Vi kan mærke det på den måde, at vores elforbrug er sat op med 33%"*

Herberg

*"Vi som organisation har færre penge og kan derfor ikke købe samme mængde/kvalitet af mad til vores beboere."*

Forsorgshjem

*"Med gamle bygninger og gasfyr samt inflationen er vores udgifter væsentligt forhøjede på flere områder."*

Krisecenter

*"Selvejende institution rammes hårdt på energipriserne. Syge børn i huset gør, at vi skal holde en god temp."*

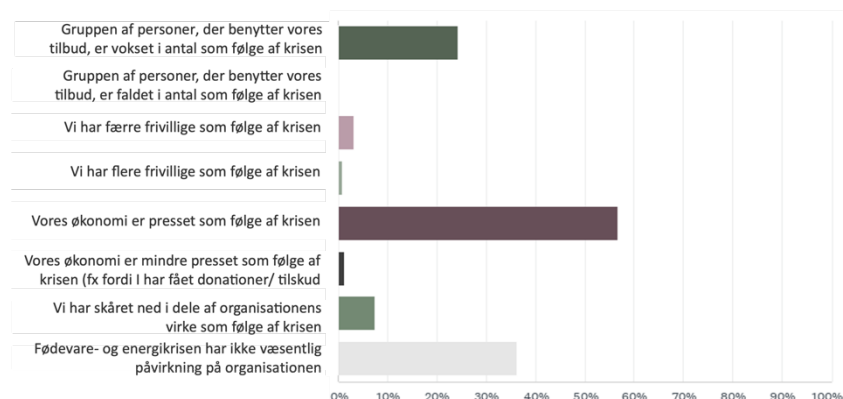
Selvejende institution

*"Vi er et bosted for børn/unge. Det påvirker fx midler til aktiviteter"*

Bosted

Som citaterne viser, betyder de stigende priser, at modtagerorganisationernes budgetter er pressede. Den næststørste påvirkning som følge af krisen er, at 24% af organisationerne oplever, at antallet af personer, der benytter deres tilbud, er vokset.

Hvordan er jeres organisation påvirket af fødevarer- og energikrisen? Du kan sætte flere krydser



Mens en fjerdedel af den samlede gruppe af modtagerorganisationer altså oplever flere besøgende, er det meget forskelligt, hvordan tallene fordeler sig mellem forskellige *typer* af modtagere. Dykker vi ned i tallene ser vi, at der blandt modtagerorganisationer, hvor målgruppen *ikke* kan bo (varmestue, værested, aktivitetscenter), er markant flere, som vælger, at gruppen af personer, der benytter deres tilbud, er vokset i antal (54%). Derimod er der kun 7% af de permanente bosteder/krisecentre, der vælger denne svarmulighed. Dette er formentlig fordi de permanente bosteder og krisecentre allerede i forvejen er på maks kapacitet, da de har begrænsede sengepladser. Der er således ikke mulighed for, at disse kan øge antallet af personer, der benytter deres tilbud, om end behovet godt kan være der, idet over halvdelen af gruppen af varmestuer, væresteder og aktivitetscentre oplever, at krisen medfører en stigning i antallet, som har behov for deres tilbud.

Krisen har ikke væsentlig indflydelse på organisationernes antal af frivillige. Kun 3% har fået flere eller færre frivillige pga. krisen.

Hvordan konsekvenserne af krisen håndteres blandt modtagerorganisationerne varierer. Nogle steder ser sig nødsaget til at øge brugerbetalingen på de måltider, de serverer, mens andre sænker dem for at beskytte deres målgruppe. Fælles for de fleste er en erkendelse af, at årsregnskabet går i underskud, og tiden må vise, hvilke konsekvenser det har, og hvordan disse skal håndteres i fremtiden.

*“Vores elpriser stiger ligesom alle andres. Hvad skal jeg gøre? (...). Ét år skal man prøve at komme ud med et underskud, og det bliver i år. Økonomi er småting ift. hvad vi oplever her [på krisecenter for voldsramte kvinder]. Det [ansvaret for økonomien] ligger hos mig, men jeg ligger ikke søvnløs. Jeg kan jo ikke gøre fra eller til. (...) En kvinde der sidder og ryster, har jeg ikke tænkt mig skal sidde i kulde.”*

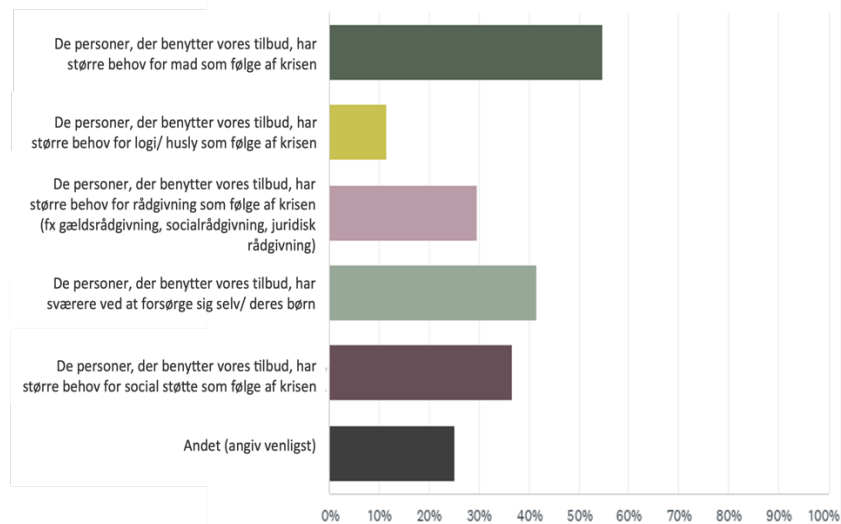
*Leder på krisecenter*

At organisationerne gør en stor indsats for at afbøde konsekvenserne af krisen overfor de mennesker, der benytter sig af deres tilbud, ses også ved, at kun 8% svarer, at de har skåret ned i dele af organisationens virke som følge af krisen.

### Krisens betydning for modtagerorganisationernes målgrupper

Når det kommer til de personer, der gør brug af modtagerorganisationernes tilbud, bliver det særligt tydeligt, at krisen har nogle store og alvorlige konsekvenser for de mennesker i samfundet der er i svære livssituationer. Figuren på næste side viser, hvordan de mennesker, der gør brug af modtagerorganisationernes tilbud, er ramt af krisen.

Hvordan er de personer, der benytter jeres tilbud, påvirket af fødevarer- og energikrisen? Du kan sætte flere krydser



Hos mere end halvdelen af landets modtagerorganisationer oplever de, at deres målgrupper har større behov for mad som følge af krisen, og 42% oplever, at personer som benytter deres tilbud har sværere ved at forsørge sig selv eller deres børn. 37% oplever større behov for social støtte, 30% oplever større behov for rådgivning, og 11,5% svarer, at deres målgruppe har større behov for logi/husly; en markant konsekvens af krisen.

Der tegner sig et billede af, at de personer, som kommer hos modtagerorganisationerne, er påvirket af krisen på forskellige måder afhængig af deres vilkår *før* krisen. Undersøgelsen viser, at for de mennesker som i forvejen lever i meget svære livsomstændigheder – stofbrugere, hjemløse eller mennesker på bosteder og krisecentre – er økonomien i forvejen så lille og manglende ressourcer, socialt eller helbredsmæssigt, så udtalt, at krisen ikke ændrer særligt på dette. Nogle respondenter tilføjer kommentarer såsom:

*“De er ikke påvirket af den krise, men af deres livskrise”*

Krisecenter

En køkkenleder fra et andet krisecenter understreger pointen, idet hun fortæller:

*“De mærker jo ikke noget [til krisen] her. Jeg er nødt til at sige, at det ikke er det, der fylder i dem. Det er jo altid økonomi. Økonomi er et kontinuerligt problem. Det har ikke noget med energikrise at gøre.”*

Køkkenleder på krisecenter

En medarbejder fra et herberg fortæller ligeledes:

*“Alle folk snakker om, at alt er blevet dyrere. Jeg ved ikke om kokain og heroin er blevet dyrere. Det skal jeg ikke kunne sige, og det er jo deres primære grund til at være her. Mad er blevet dyrere, men som jeg lige beskrev, så er mad jo ikke noget, de behøver bekymre sig om, fordi de får alt maden serveret gratis her. Så umiddelbart tror jeg, det er af mindre betydning for dem, der er her, i forhold til dem, der er på kontanthjælp. Mennesker som er kommet videre til egen lejlighed må være dem, som er ramt allerhårdst. De har været her på herberget inden, og der er ikke langt tilbage.”*

Medarbejder, herberg



Krisen har størst indvirkning på dem, som lever på små budgetter uden opsparinger, og måske lige akkurat har kunne betale deres husleje før krisen. Det er i særlig grad modtagerorganisationer i almennyttige boligområder og væresteder/varmestuer, der beretter, at krisen har ramt deres målgruppe meget hårdt. Her bliver der i højere grad end før krisen efterspurgt hjælp i form af gældsrådgivning, varme måltider, tøj, maduddeling mm. Dette understøttes også i den kvantitative undersøgelse blandt organisationerne, hvor målgrupperne ikke bor permanent, idet der her vælges betydeligt flere områder, hvor personerne, der benytter sig af organisationens tilbud, er påvirkede som følge af krisen. 50-88% af disse modtagerorganisationer svarer, at der er et større behov for mad som følge af krisen, og 41-55% af disse modtagerorganisationer svarer, at deres målgruppe har sværere ved at forsørge sig selv og deres børn som følge af krisen.

I spørgeskemaet tilføjes kommentarer, som understøtter indsigter fra interviewene om, at det er lavindkomstgrupper med meget begrænsede budgetter, som er ramt hårdest:

*"Vi har et forsorgshjem, hvor vi tidligere har fået 2-3 henvendelser fra hjemløse om ugen. Nu får vi 3-4 henvendelse om dagen. Det er fra borgere, som ikke har råd til egen lejlighed mere, men gerne vil bo billigere på et Forsorgshjem, hvor der også bliver serveret varmt mad og snacks."*

Forsorgshjem

*"Beboere på vej tilbage i egen bolig har sværere ved at få kontanthjælpen til at række, og ender oftere i tilbagefald eller kriminalitet som følge deraf."*

Misbrugscenter

*"Flere oplever at blive sat på gaden eller få f.eks slukket strøm i lejlighed, grundet manglende betaling. Flere er angste for fremtiden"*

Madfællesskaber med Mening

*"Vi kan se at antallet af daglige brugere til vores gratis frokost er steget betragteligt, og alle madvarer, vi kan få fat i, bliver revet væk - også mere specielle råvarer, der tidligere ikke havde den store interesse."*

Aktivitetscenter

Svarkategorierne for påvirkninger som følge af krisen har ikke passet så godt på børn og unge i morgenmadsklubber på skoler, idet der ikke er specifikke svarmuligheder for disse. Nogle af organisationerne skriver, at "Vi er en skole, derfor er der ingen af ovenstående, der passer" eller "Det skal ikke påvirke de børn/unge, der bor hos os". En anden skriver:

*"Børn og unge er ikke direkte påvirket"*

44% af morgenmadsklubberne tilføjer dog en kommentar, hvor de uddyber, at der er flere børn, der kommer i skole uden at have fået morgenmad eller uden en madpakke, og at flere kommer og benytter sig at morgenmadscafeerne:

*"Vi har elever, der i stigende grad ikke får morgenmad og madpakke med i skole."*

Skole

*"Flere mængde børn kommer i morgenmadscafé"*

Skole

Vi interviewede ligeledes et værested, der udelukkende er i berøring med børnene og de unge selv, hvorfor det er svært for organisationen at vide sig sikker på, hvordan deres familier er påvirket af krisen. Lederen af stedet fortæller dog om en større efterspørgsel på eksempelvis morgenmadstilbuddet, og i denne forbindelse også om en generel bekymring i hjemmene:

*"Børnene snakker mere om bekymringer derhjemme. De er mere usikre på, hvad de får af mad derhjemme, og hvad der er råd til. Der er mere utryghed. Nogen klarer også maden selv. De går fx i netto og køber brød til halv pris efter kl. 20. De frivillige siger, at børnene er mere sultne."*

Leder af værested for børn og unge

Også andre organisationer udtrykker, at børn og unge er påvirket af krisen og af flere bekymringer i hjemmene:

*"Vores tilbud er til små skolebørn, og der kommer også flere forældre ind omkring i denne tid, hvor vi taler om krisen osv."*

*"Hjemmet hos eleverne er påvirket af krisen, hvilket gør at de ofte ikke får den nødvendige næring hjemmefra"*

Fødevare- og energikrisen har således nogle meget virkelige og alvorlige konsekvenser for lavindkomstgrupper i Danmark, og tilbagemeldingerne fra landets sociale organisationer tyder på en bekymrende stigning i madfattigdom blandt de mennesker i samfundet, der befinder sig i svære livssituationer.

## Opsummering

I denne rapport er det tidligt slået fast, at der grupper i samfundet som befinder sig i svære livssituationer, for hvem adgangen til nærende måltider har afgørende betydning. I krisetid med stigende priser på energi og fødevarer er det tydeligt, at der er ekstra pres på de sociale organisationer landet over, som modtager overskudsmad fra FødevarerBanken. Endnu flere mennesker har behov for hjælp og støtte, og organisationerne kæmper for at hjælpe deres målgrupper med at håndtere de stadigt mere komplekse problemstillinger, der præger et presset hverdagsliv. Organisationernes økonomi og kapacitet er udfordret, og de oplever en stigning i antallet af mennesker, der lige akkurat kunne få enderne til at mødes før, men som nu kæmper for at få råd til husleje og nærende mad.

*"Vores madfællesskab (to ugentlig gratis madklubber) ligger i Gellerupparken - Danmarks fattigste sogn - og vi mærker tydeligt, at mange er mere økonomisk udfordrede end normalt. Derfor vil vi gerne sige hjerteligt tak for det, I gør i FødevarerBanken - vi har mange i nærområdet, der nyder godt af afleveringerne, og vi ser effekten af overskudsmaden meget tæt på. Tak for jeres indsats."*

Madfællesskaber med Mening

Særligt ramte er borgere, der bor i egne hjem, ingen opsparing har og hvor økonomien lige akkurat kunne hænge sammen før krisen ramte. Undersøgelsen viser, at krisen mærkes særligt tydeligt hos disse lavindkomstgrupper snarere end blandt landets hjemløse og stofbrugere på herberger og bosteder, som også inden fødevarer- og energikrisen befandt sig i omfattende livskriser præget af sociale og psykiske problemer.

Når modtagerorganisationerne oplever, at deres kapacitet og økonomi kommer under pres, bliver leverancerne fra FødevarerBankens vigtigere

end nogensinde. Modtagerorganisationer giver udtryk for, at samarbejdet med FødevarerBanken styrker deres muligheder for at imødekomme efterspørgslen efter mad og måltider i langt højere grad, end det ellers ville kunne lade sig gøre.

Med leverancerne fra FødevarerBanken kan der sættes højere standarder madmæssigt, og der kan bespises flere munde, end madbudgettet ellers ville efterlade rum til. Samarbejdet med FødevarerBanken har også en faglig værdi for køkkenpersonalet, som har stor glæde af at skulle tænke kreativt og inkorporere fødevarerne bedst muligt:

*"Ideen med at dele overskudsmad ud er genial. Det er med til, at vi kan hjælpe vores elever med få energi til at klare en hverdag, til at lære, til at fungere, i stedet for at de sidder og har indtaget for meget sukker og tomme kulhydrater. Og det gør faktisk, at nogle elever kommer i skole pga. maden. Så det er en rigtig god idé at hjælpe de forskellige institutioner og andre med overskudsmad. Det giver samtidigt mulighed for at vi, som køkkenpersonale, kan være kreative og give eleverne flere mulige smagsoplevelser"*

Skole

Foruden passionen for at få brugt overskudsmaden, har undersøgelsen vist, at fleksibilitet omkring menu-sammensætning er vigtig for at modtagerorganisationer kan få fuldt udnyttet af den overskudsmad, der leveres af FødevarerBanken. Samtidig hjælper det, at organisationen med tiden opbygger mere erfaring med at omsætte varerne, og at der skabes gode systemer og faciliteter, der gør det nemmere at anvende overskudsmaden.

Det er forskelligt fra én type modtagerorganisation til en anden, hvilke varer, de har størst glæde af. En chokoladebar eller duften af en opvarmet færdigret kan vække appetit og være vigtig kilde til at få noget i maven på landets herberger og varimestuer, mens store mængder creme fraiche eller frostvarer kan være ekstra gode i storkøkkener.

Fælles for de fleste modtagerorganisationer er, at de ønsker sig endnu flere fødevarer, og at særligt basisvarer som kød, frugt og grønt er i høj kurs.

Foruden de madansvarliges fleksibilitet, systemer og erfaring med, hvilke varer der matcher organisationens behov, fortæller mange af modtagerne om et meget betydningsfuldt samarbejde med Fødevarer-Bankens frivillige, der kommer i kølebilen og leverer varerne. Deres viden og erfaring sikrer et godt match mellem de forskellige modtagerorganisationer og den overskudsmed, der fordeles på ruterne.

Overordnet peger undersøgelsen på en række udviklingspotentialer, der kan sikre endnu mere værdi for de sociale modtagerorganisationer landet over og for de mennesker, organisationerne yder støtte til i et presset hverdagsliv. Potentialerne beskrevet i rapporten knytter sig særligt til måder, hvorpå FødevarerBanken kan inspirere til endnu bedre brug af overskudsmed. Særligt fremhæves muligheden for workshops og besøg af fagpersoner med specialiseret ekspertise i de enkelte køkkener. Det er her vigtigt at være opmærksom på diversiteten blandt de målgrupper, modtagerorganisationen henvender sig til. Især madfællesskaber og organisationer, der henvender sig til børn og unge viser stor interesse for at kunne give deres målgrupper mere erfaring og viden om at bruge overskudsmed eller den mad, der er tilgængelig, eksempelvis i form af tilbudsvarer.

Derudover understreger undersøgelsen det vedvarede behov for, at fødevarerproducenter og -grossister såvel som donorer af nonfoodvarer fortsat stiller deres overskydende varer til rådighed for FødevarerBanken, der udfylder en vigtig funktion i at fordele varerne til de modtagere, der hjælper mennesker i svære livssituationer.