

Ledare

Fokus på
medarbetarna

Idet här numret är det mycket om Dagligvarugalan. Ett av det bästa som händer under kvällen var att en av vinnarna, en av medarbetarna hos Ica Kvantum Landvetter, kom fram till mig under galan för att berätta hur mycket priset betyder för butikerna. Jag blev jätteglad, för det innebär att galan fyller sitt syfte. Att det är det slitet, de långa timmarna och arbetsglädjen som hyllas under en kväll. Egentligen borde det hårda arbetet hyllas varje dag och alla segrar, små som stora, borde vi fira oftare. Firandet behöver inte alltid vara exklusivt, viktigare är det att uppmärksamma och se sina medarbetare. Något som jag upplevde att alla chefer som tog emot priser under kvällen också gjorde – hyllade sina medarbetare.

DET ÄR EN BRA egenskap som även som utmärker det svenska ledarskapet. En annan bra ingrediens i det svenska ledarskapet är delaktighet och inflytande som tillsammans med en stor dos självständighet skapar ett positivt arbetslag som utträttar mer.

En annan fråga som är minst lika viktig för en bra arbetsmiljö är att det finns fungerande processer på plats, något som är svårare i små organisationer och i organisationer med hög omsättning av medarbetare. Otydlighet kring processer, arbetsordning, mandat och ansvar resulterar förvånansvärt ofta i att även butiksmiljön är rörig. Det ena speglar det andra.

ORDNING OCH reda är viktigt på alla plan i en organisation, inte bara för medarbetarna, det ger också tid och utrymme att möta kunderna på ett bra sätt.

En bra chef kommer inte bara med glada tillrop, en bra chef får resurser av sina chefer att låta vidareutbilda medarbetare och hjälp att lyfta medarbetare vidare i karriären.

Glada medarbetare som får synas och höras, som får vara med och utveckla butiken är också medarbetare som presterar och som vill ge det lilla extra när det krävs.



MAYA
SAKSI
Chefredaktör

Krönika

Fri Köpenskaps krönikör Tommy Ohlström, vd på KF.

Hur blir ekologiskt allas vardagsmat?

VI SOM VERKAR i dagligvarubranschen kan se att hållbarhet och ekologi är viktiga faktorer för våra kunder. Det finns en tydlig efterfrågan på ekologiska produkter och den har nära nog dubblats under de senaste fem sex åren, i alla fall att döma av Coops försäljning av ekologiska livsmedel. Den har gått från fem till drygt 10 procent under samma period.

En anledning till att vi sett denna ökning är att vi medvetet tog ner prisnivån på ett antal ekologiska livsmedelskategorier, allt för att göra det möjligt för fler att äta ekologiskt. Vi har också arbetat hårt med vårt sortiment och vi är stolta över

att Änglamark – som lanserades för drygt 25 år sedan som ett svar på våra medlemmars krav på ekologiska produkter – också är ett av Sveriges absolut starkaste ekologiska varumärken. Våra konsumenter efterfrågar också prisvärda svenska ekologiska produkter med hög lokal profil. Man vill ta ansvar i varje tugga ned på landskapsnivå. Därför har Coop redan initialt backat upp bliekobonde.nu, som informerar och stöttar bönder som vill ställa om från konventionellt till ekologiskt.

SÅ HÄR LÅNGT är allt gott och väl. Samtidigt dras ändå ekologiska produkter, i alla fall i vissa

CHEFEN HAR ORDET



kategorier, med utmaningen att priset fortfarande är för högt för gemene man. Ekologisk mat för några är ingen bra ambition. Det är glädjande att se att regeringen nyligen beslutat att öka stödet till ekologiskt jordbruk. Men vad kan vi i dagligvaruhandeln och vi på KF som ägare av Coop göra för att se till att alla våra medlemmar och kunder får tillgång till prisvärda ekologiska matvaror sju dagar i veckan?

DET SJÄLVKLARA svaret är förstås att inte vänta på att efterfrågan ska komma, utan att själva bidra. Detta gör vi redan, bland annat genom Veckans Eko där vi varje vecka sänker utvalda eko-

logiska varor med 20-50 procent. För oss inom Kooperationen är detta att leva våra värderingar, då vi vet att denna efterfrågan finns bland våra medlemmar. Det är också en form av återbäring – på detta sätt för vi tillbaka en del av de vinster vi skapar i gemensamma inköp till våra medlemmar. Samtidigt räcker det inte.

Hur kan vi i dagligvaruhandeln fortsätta att utmana oss själva och nästa steg för att göra ekologiskt till vardagsmat för alla? Dessa funderingar är något av det jag grubblar på under dagarna – tipsa mig gärna om fler långsiktiga samarbeten eller initiativ!

TOMMY OHLSTRÖM, VD PÅ KF

Debatt

Du kan kommentera debatten på www.fri-kopenskap.se

Veckans debattör

✓ Christer Lundin.



Brinner du för någon särskild fråga i dagligvarubranschen? Hör av dig till oss på: debatt@fri-kopenskap.se eller 08-670 41 37

Sverige behöver danskt kött

Att välja kött från landet du bor i är ett naturligt val. Sverige är också i många fall en förebild när det gäller djuromsorg och antibiotikaförbrukning. Ett problem är att svenskt kött inte räcker till för att möta konsumentbehovet. Därför behövs import och danskt kött är ett bra komplement. Om det griskött som importerats bara kom från Danmark, skulle mängden antibiotika nästan halveras för det griskött som erbjuds på den svenska marknaden.

I Sverige föds det inte upp tillräckligt med grisar, vilket innebär att självförsörjningsgraden för griskött endast är 70 %. Därför behöver dagligvaruhandel och grossister importera kött för att ha möjlighet att möta konsumenternas efterfrågan.

Historiskt har Danmark varit den viktigaste importören till

Sverige, men under de senaste åren har det förändrats. Istället har importen ökat från länder som har mycket högre förbrukning av antibiotika än både Sverige och Danmark. Idag är Tyskland den dominerande exportören till Sverige. Polen, Spanien och Italien har också ökat exporten till den svenska marknaden.

I den svenska köttdebatten ställs ofta Danmark mot Sverige, som ett argument för att köpa svenskt kött. Det är en märklig ordfejd. Visserligen stämmer det att danska grisuppfödare använder mer antibiotika än sina kollegor i Sverige, men i ett internationellt perspektiv ligger Danmarks förbrukning på en betydligt lägre nivå.

Danmark har satsat mycket på förebyggande rådgivning från veterinärer och ett om-



Christer Lundin.

fattande hälsostyrningssystem. Dessa åtgärder har inneburit en bättre djuromsorg och en låg användning av antibiotika. Under perioden 2009 – 2016 har användningen av antibiotika minskat med 25 procent. I Danmark används 44,9 mg antibiotika per kilo djur jämfört med Sverige som använder 12,6 mg. Holland använder 69,9 mg, Polen 151,2 mg, Tyskland 179,1 mg och Spanien 317,1 mg. Genomsnittet i Europa är omkring 158 mg. (Källa: ESVAC, 2016).

Faktum är att "antibiotikafotavtrycket" – den mängd antibiotika som används för att producera det griskött som konsumeras på den svenska marknaden – skulle halveras om allt importerat griskött ersattes med danskt kött.

Sedan ett par år tillbaka ge-

nomförs även ett omfattande åtgärdsprogram i Danmark för att förbättra djuromsorgen för grisar. I maj var det premiär för en ny djuromsorgsmärkning för griskött. Genom att välja detta kött till ett något högre pris driver danska konsumenter på utvecklingen så att djuromsorgen förbättras ytterligare. På sikt kommer detta system även omfatta andra köttslag.

De danska konsumenterna har visat ett stort intresse. Sedan premiären i maj har Tulips och Danish Crowns leveranser av griskött med djuromsorgsmärket ökat snabbt till detaljhandeln. Idag står griskött med djuromsorgsmärket för 25 procent av försäljningen i Danmark.

Det är dags att vända blad och se framåt. Danskt kött är ett bra komplement i de svenska kyldiskarna.

CHRISTER LUNDIN

Talesperson Landbrug & Fødevarer i Sverige

friKöpenskap

Bevakar världens viktigaste bransch

REDAKTIONEN

Postadress: Box 72001, 181 72 Lidingö
Besöksadress: Tryffelingsan 10
E-post: redaktionen@fri-kopenskap.se
Hemsida: fri-kopenskap.se
Facebook: [facebook.com/frikopenskap1943](https://www.facebook.com/frikopenskap1943)
Twitter



Maya Saksi
Chefredaktör och ansvarig utgivare
08-670 41 60
maya.saksi@fri-kopenskap.se



Joachim Björk
Redaktionssekreterare
08-670 41 96
joachim.bjork@fri-kopenskap.se



Siw Kejonen
Redigerare, layoutare/reporter
08-670 41 74
siw.kejonen@mentoronline.se



Johan Colliander
Webreporter
08-670 41 69
073-682 53 69
johan.colliander@fri-kopenskap.se



Cecilia Öster
Projektleddare, event
08-670 41 76
cecilia.oster@mentoronline.se

ANNONSER

Mentor Communications AB, Box 72001, 181 72 Lidingö. 08-670 41 00
Annonsmaterial: annons.fk@mentoronline.se

PRENUMERATION

För alla prenumerationsärenden, kontakta kundtjänst: fri-kopenskap@pressdata.se. Tel 08-799 62 18. Fri Köpenskap, Box 610, 832 23 Frösön. Prenumeration digitalt paket 1 år (App + e-tidning). Papperstidning ingår utan extra kostnad: 1 619 kronor (exklusive moms).



Mi Andrén
mediechef
08-670 41 97
mi.andren@mentoronline.se



Magnus Wrigert
mediesäljare
08-670 41 33
magnus.wrigert@mentoronline.se

Fri Köpenskap ges ut av Mentor Communications AB. Vd: David Hindfelt, 08-670 41 00
34 nummer per år. Medlem av Sveriges Tidskrifter.

ISSN 0016-1217. Tryckort: V-TAB Örebro 2017. © Fri Köpenskap 2017. All redaktionell text lagras elektroniskt, externa skribenter måste meddela eventuellt förbehåll mot detta.

