

Information
och inspiration
från KRAV



Sex skäl att KRAV-certifiera ditt kök!

Många kommuner, landsting och regioner har redan idag KRAV-certifierat sina kök och ännu fler är på ingång. I dagsläget är cirka 1 000 offentliga kök med. Det finns många argument för att KRAV-certifiera sin verksamhet, både av interna och externa orsaker. Här lyfter vi fram sex av dem.

Många som redan är certifierade kan skriva under på nedanstående skäl för att KRAV-certifiera sin verksamhet, säger Staffan Carlberg, KRAVs marknads- och regelutvecklare för restaurang och storkök.

1. Målet för offentlig konsumtion.

Målet till år 2030 är att 60 procent av den offentliga konsumtionen ska vara ekologisk. I KRAV-certifieringen finns tre nivåer: 25 procent, 50 procent och 90 procent godkända livsmedel.

– Är du inne i systemet blir det enklare att öka dina nivåer successivt, vilket har visat sig hos redan certifierade. Det känns helt enkelt naturligt att öka andelen ekologiskt då.

2. Intern kvalitetshöjning.

Certifieringen i sig kräver att personalens kunskaper upprätthålls, något som också revisorn kontrollerar vid de årliga kontrollbesöken. Utbildningen kan vara intern, men också göras med hjälp av externa utbildare, till exempel från KRAV.

– En välutbildad personal är med stor säkerhet mer motiverad. Vi får till exempel höra att certifieringen ofta medför att man får bättre och mer meriterade sökanden till nya tjänster, säger Staffan Carlberg.

3. Kontroll av verksamheten på årlig basis.

En av de kanske viktigaste nycklarna till ett bra resultat är att kvaliteten kontrolleras och upprätthålls. KRAV-certifieringen innebär en extern kontroll, vilket ytterligare ökar trovärdigheten för verksamheten.

4. Trovärdig marknadsföring.

Intresset för KRAVs mervärden – hög djurvälstånd, socialt ansvar, klimat och hälsa – är stort bland allmänheten. KRAV-certifieringen säkrar att ni stödjer KRAVs mervärden och gör att du kan kommunicera vad du står för i din verksamhet. KRAV-märket på dörren och på matsedeln talar till dina gäster. Det blir tydligt för dem att en viss mängd av det du serverar är ekologisk och KRAV-märkt mat.

5. Ökad stolthet bland medarbetare.

Certifieringen blir ett kvitto på att du klarat av att följa KRAVs regler. Att få sätta upp ditt certifikat blir ett tydligt bevis på detta.

– Det ger en ökad stolthet bland medarbetarna, säger Staffan Carlberg.

6. Roligt samarbete.

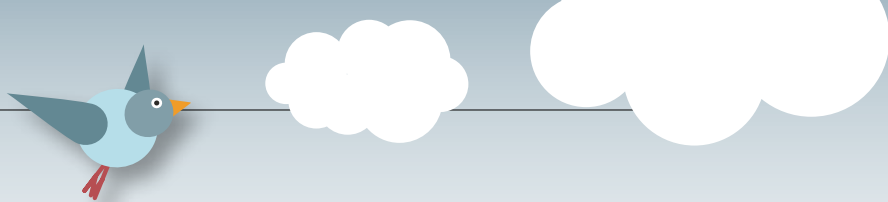
– Att arbeta med en certifiering upplevs ofta av personalen som roligt och givande. Alla drar åt samma håll och det blir ett naturligt samarbete, ett projekt att skapa tillsammans och upprätthålla, säger Staffan Carlberg.



↑ Staffan Carlberg.



↑ KRAV-certifiering är bra marknadsföring helt enkelt, säger Jonas Lennartsson, kökschef på Dackeskolan i Tingsryd.



”KRAV-certifiering en hjärtefråga för Wayne’s”

Konkurrensen är knivskarp bland kafékedjorna, inte bara om gästerna utan även om den allt mer hotade huvudråvaran. För att värna om kaffebönans framtid och lyfta fram sitt hållbarhetsarbete valde Wayne’s Coffee att KRAV-certifiera sig 2015. Vi bad Daniel Nordström, produkt- och hållbarhetschef, att berätta mer.

Varför ville ni KRAV-certifiera er?

– Certifieringen var en hjärtefråga för mig och vi var ganska tidigt ute. För oss handlade det om ekologiska produkter, men också om sådant som engångsmaterial och miljövänlig el.

Hur många av era kaféer är certifierade?

– Vi har certifierat alla kaféer i Sverige, utom vårt kafé på Arlanda som ligger på internationellt territorium. I dagsläget innebär det 85 certifierade kaféer. Vi är nu certifierade på nivå 1, men jobbar hårt för att kunna höja oss till nivå 2.

Vad har ni fått ut av KRAV-certifieringen?

– Den betyder massor! Det ger en intern stolthet och är ett tydligt budskap till våra gäster. En KRAV-certifiering är ett kvitto på att vi tar hela hållbarhetsarbetet på allvar. Att vi

jobbar med bra produkter som är producerade utan naturfrämmande kemiska bekämpningsmedel, att vi värnar om klimatet, djurlivet, bönderna och en massa annat! Dessutom är många av våra förpackningar, elen och rengöringsprodukterna miljövänliga.

Har det varit positivt ur ett marknadsföringsperspektiv?

– Absolut. Vi har bland annat gjort gemensamma kampanjer tillsammans med KRAV och SJ där vi tagit fram kartor över var man kan få en KRAV-märkt fika. Inne på våra kaféer finns skyltar med budskap om vår KRAV-certifiering och på sociala medier berättar vi om vårt hållbarhetsarbete. Vi märker också att vi har nått fram, i synnerhet de yngre gästerna



↑ Daniel Nordström är produkt- och hållbarhetschef hos Wayne's Coffee.

↓ Varje kafégäst får ta del av budskapet om certifieringen.





är väldigt medvetna om vad vi gör. Jag tror att företag som inte engagerar sig i miljöfrågor på sikt kommer att väljas bort av kunderna, så självklart är det viktigt att få ut budskapet.

Vad tycker kunderna?

– Vi får ofta positiv feedback. Många tycker att det är bra att vi gör så mycket för regnskogen och bönderna – att vi helt enkelt bryr oss om mer än att bara sälja kaffe.

Har samarbetet med KRAV inspirerat er att utveckla ert hållbarhetsarbete?

– Absolut! KRAVs glöd har smittat av sig på oss, den driver oss att bli ännu bättre. De har också talat väldigt väl om oss inför potentiella samarbetspartners och det har gett ringar på vattnet. Till exempel kan jag bli kontaktad av någon som säljer nedbrytbara sugrör gjorda av sockerrör, vilket innebär att jag själv slipper leta.

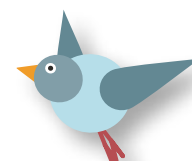
Hur ser ni på utvecklingen av ekologiskt och hållbart i er bransch och vilken roll vill ni själva spela i den?

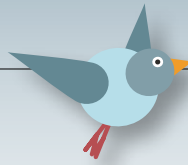
– Om vi ska komma tillrätta med klimatproblemen har vi inget val, alla måste vara med och dra sitt strå till stacken. Ibland är det jobbigt att gå först i snålblåsten men det öppnar samtidigt många dörrar för andra. Hållbarhet är en av våra grundstenar i företaget så vi tar gärna den rollen av att gå först. Och jag lovar – om bara två år kommer du till exempel att vara glatt överraskad över hur mycket bra engångsmaterial det finns!



↑ Våren 2017 lanserade Wayne's Coffee en serie "Supercinos" utan kaffe, vilket skapade uppmärksamhet kring att kaffebönan är en hotad råvara.

↑ I egenskap av Sveriges första, KRAV-märkta kafékedja tar Wayne's Coffee ansvar hela vägen, från kaffeodlingen till koppen.





KRAV kampanjar om klimat och hållbarhet

Någon vecka efter valet lanserade KRAV en stor kampanj. Hjärtat i kampanjen är en film med lantbrukare som berättar om hur sommarens torka påverkat dem. Med kampanjen #hållbaraval vill vi uppmana alla att göra hållbara val i vardagen - varje dag. Gilla och dela gärna våra inlägg i sociala medier. Läs mer på www.krav.se/hallbaraval/



AKTUELL REGEL

Berätta om KRAV-certifieringen

Att vara KRAV-certifierad innebär att du har rätt att använda KRAVs varumärke i din marknadsföring. Utnyttja det och passa på att berätta om ert viktiga arbete för era gäster och andra runt omkring er.

PÅ ER HEMSIDA kan du använda KRAVs restaurangmärke och tala om på vilken nivå ni är certifierade och vad det innebär. Berätta gärna om vilka förändringar KRAV-certifieringen bidragit till i er verksamhet och länka gärna till www.krav.se/om-krav/krav-markningen.

PÅ MATSEDELN/MENYN kan du berätta om certifieringen och använda KRAVs restaurangmärke. När du markerar vilka ingredienser som är KRAV-märkta ska du däremot använda KRAV-märket.

ANVÄND GÄRNA VÅRA BORDSPRATARE som du kan beställa i vår KRAV-shop (<https://shop.krav.se/>).

PÅ FÖRKLÄDET, TRÖJAN OCH KOCKMÖSSAN kan du använda KRAV-märket eller KRAVs restaurangmärke. På brickor och flaggor är det KRAVs restaurangmärke som ska användas.



KRAV SATSAR PÅ HÅLLBARA RESTAURANGER

KRAV går återigen in som samarbetspartner i nätverket Hållbara Restauranger för att vara med och driva utvecklingen av hållbara och ekologiska livsmedel inom restaurangbranschen.

Hanna Lukowiesky Årets Ekokock 2018

Hanna Lukowiesky från KRAV-certifierade Lilla Bjers på Gotland vann titeln Årets Ekokock. Huvudtemat var hållbarhet och Hanna gjorde en vegetarisk rätt med rotselleri, eftersom den inte kräver lika mycket energi som växthusodlade grönsaker. Årets Ekokock genomförs av Föreningen Ekokockar i samarbete med KRAV, som också sitter med i juryn.



DACKESKOLAN SEGRADE I UNGA EKOCKAR 2018

I tävlingen Unga Ekokockar vann Dackeskolan i Mjölby för andra året i rad. Unga Ekokockar är Sveriges största tävling för framtidens kockar med hållbarhetsfrågan i fokus. Det är en lagtävling som vänder sig till elever i årskurs två på gymnasieskolans RL-program eller motsvarande. KRAV står bakom tävlingen.

Kontakta KRAV

Är ditt kök KRAV-certifierat eller funderar ni på att ta steget? Vi svarar gärna på dina frågor. Staffan Carlberg. Tel: 070-311 05 70

E-post: livsmedel@krav.se. Information och stöd finns samlat på krav.se/offentlig-sektor och krav.se/foretag.