

Framtidens mataffär hjälper konsumenten att göra hållbara val

Food Planner är ett nytt tjänstekoncept som ska hjälpa matkonsumenter att göra miljömässigt hållbara val och som samtidigt gör det enklare och roligare att handla mat. Syftet är att ta fram en realistisk vision om hur framtidens mataffär kan hjälpa konsumenter att ta bättre beslut. Konceptet är ett resultat från forskningsprojektet Checkout, där Interactive Institute, Doberman och Mataffären.se har arbetat med att ta fram digitala tjänster för en hållbar livsstil. – Ett mycket intressant projekt som visar hur mathandlandet kan bli både roligare och smartare framöver, säger Dan Landin, strategichef på Coop.

Food Planner är en prototyp av en e-handelstjänst för mat och ett resultat från det svenska forskningsprojektet Checkout. Projektet har sitt ursprung i digitala verktyg som stärker konsumentens makt. – Genom att ge kunder tillgång till sin egen köpdata kan vi hjälpa dem att se hur deras konsumtion påverkar miljön, hälsan och ekonomin och hjälpa dem att uppnå sina mål. Det är ett sätt att öka värdet av att handla och i förlängningen ett naturligt steg för dagligvaruhandeln, säger Eric Gullberg, projektledare på Interactive Institute.

Idag står vår mat för 25 % av klimatutsläppen i Sverige, och det innebär att vi konsumenter aktivt måste förändra våra vardagsvanor. – Som konsument finns det stor potential att minska sin klimatpåverkan från det vi äter. Det handlar om att göra aktiva val av rätt råvaror med en lägre klimatpåverkan och det kan konsumenterna behöva hjälp med, säger Britta Florén, expert på livscykelanalyser av mat vid Institutet för Livsmedel och Bioteknik.

Det finns sedan tidigare projekt med syftet att hjälpa konsumenter med sina matbeslut, men något som däremot saknats är hur man kan skapa lösningar som kan fungera på en marknad. Därför har teamet ställt sig frågan om vad som krävs för att livsmedelsbranschen ska vilja ställa upp givet att man ska hjälpa konsumenter att ta bättre vardagsbeslut. Svaret är att man måste öka kundvärdet och göra det enkelt för användaren: - Vi har satt användarupplevelsen i första rummet, med ambitionen att designa en tjänst som konsumenter verkligen skulle använda. Det ska vara roligt och enkelt att e-handla mat på ett mer hållbart sätt, säger Magnus Bergmark, kundansvarig på Doberman som ansvarat för designprocessen.

Om Food Planner och Checkout

Food Planner är en prototyp av en e-handelssajt för mat och är resultatet av det svenska forskningsprojektet Checkout. Projektet syftar till att skapa en mer medveten och hållbar matkonsumtion och är ett samarbete mellan forskningsinstitutet Interactive Institute, tjänstedesignbyrån Doberman och Mataffären.se - Coops egna ehandelsbolag. Checkout har delvis finansierats av VINNOVA. Läs mer om resultatet och se video på projektets egna sajt: <http://www.mataffaren.se/foodplanner/>

– Checkout är ett spännande initiativ som kopplar ihop vardagsliv, matlust och en hållbar konsumtion, där man som konsument enkelt och lätt kan göra hållbara val, säger Louise König som arbetar med hållbar affärsutveckling på Coop.

Kontaktuppgifter

Eric Gullberg
Project Manager, [Interactive Institute](http://www.interactiveinstitute.se)
Tel: +46(0)70 990 40 9

Magnus Bergmark
Account Director, [Doberman](http://www.doberman.se)
Tel: +46(0)70 927 52 29

Om Interactive Institute

Interactive Institute är ett experimentellt IT & designforskningsinstitut som utmanar traditionella perspektiv och tankesätt genom att kombinera design och ny teknik i forskningsprojekt och strategiska initiativ i samarbete med partners från akademi och näringsliv. Huvudkontoret ligger i Kista utanför Stockholm, och verksamhet bedrivs även i Göteborg, Eskilstuna, Norrköping, Umeå och Piteå. Norrköpingskontoret är en del av Visualiseringscenter C. Interactive Institute ingår i koncernen Swedish ICT. Mer om Interactive Institute på <http://www.tii.se>

Om Doberman

Doberman är en av Sveriges främsta designbyråer och har under åtta år i rad listats bland top tre i Resumés årliga tävling Kundens Bästa Byrå. Sedan 1998 har Doberman arbetat med tjänstedesign och ligger bakom många normbrytande tjänster såsom SVT-Play, KF-Medias ebokstjänst Dito och Apotekets Hälsokollen. Dobermans huvudkontor ligger i Stockholm och har även en filial i Berlin. Mer om Doberman på <http://www.doberman.se>

Om Mataffären.se

Dagligvaruhandel på Internet har funnits sedan slutet av 1990-talet på den svenska marknaden men har hittills varit en relativt marginell företeelse och många av de tidiga aktörerna har försvunnit. Mataffärens grundare Claes Hessel och Niklas Zeitlin har ett förflutet från livsmedelsförsäljning på Internet, som VD respektive driftschef. Med sina många års erfarenhet från internethandel och framförallt insikten om de svenska hushållens drastiskt förändrade internetvanor såg de möjligheten att starta en helt ny internetbaserad mataffär som tar vara på den senaste tekniken men också i grunden byggd för att kunna erbjuda högsta möjliga kundservice och - framförallt - livsmedelskunnande samt råvarukvalitet. Mataffären.se öppnade 2008 tillsammans med KF och är numera Sveriges största nätbaserade mathandel.

Mer om Mataffären.se på <http://www.mataffaren.se>