

2016-04-12 13:30 CEST

Ärtor och transporter, det är nästan samma fråga vi bör ställa oss

Det kan tyckas som om djupfrysta ärtor från Findus i Bjuv har väldigt lite att göra med transportbranschen. Men i grunden handlar det om samma sak: är det alltid lägsta pris som gäller eller är det frågor om kvalitet och hållbarhet som borde vara avgörande? Konsumenternas makt avgör vilken livsmedelsindustri och vilken transportbransch vi ska ha.

Om man som jag bor i Skåne kan man inte undvika den debatt och uppmärksamhet som omgett beslutet att stänga livsmedelsföretaget Findus verksamhet i Bjuv utanför Helsingborg. Den ena politikern efter den andra, inklusive statsminister Stefan Löfvén, ställer sig upp och uttrycker sin skarpa kritik mot ägaren Nomad Food och mot det beslut om nedläggning de fattat. Nu senast i lördags då det genomfördes en demonstration mot nedläggningen i närvaro av såväl Vänsterpartiets ledare Jonas Sjöstedt som arbetsmarknadsminister Ylva Johansson.

Vad har det här med transporter och Hållbar Logistik att göra undrar ni?

Jo mycket och jag kommer strax tillbaka till det. Jag råkar känna till Findus och deras förutsättningar rätt bra sedan min tid som VD för Bring Frigoscandia, som under mer än 50 år varit Findus viktigaste logistik- och transportleverantör. Findus har under den senaste 10-årsperioden vandrat mellan olika riskkapitalägare som samtliga på olika sätt försökt effektivisera verksamheten för att få upp lönsamheten, eller som den mångåriga Produktionsdirektören på Findus Henrik Nyberg uttryckte det, försökt krama ut Wettexduken igen och igen trots att vattnet redan kramats ur. Bakgrunden till detta är att Findus lever på en extremt konkurrensutsatt marknad där livsmedelsproducenter pressas stenhårt av de stora matkedjorna. Det här understryks av deras vilja att öka andelen egna varumärken, Private Label.

Hållbarhet och kvalitet kommer i andra hand

Findus har säkert gjort sin beskärda del av misstag och har kanske på grund av sina kortsiktiga ägare under senare år satsat för lite på produktutveckling och kvalitet, men deras kunder har väldigt tydligt drivit dem mot det.

På transportsidan ser vi exempel på exempel på företag som tvingas kasta in handduken. Förutom de otaliga lastbilsåkerier som hamnar i problem och tvingas ge upp har fler och fler bolag inom järnvägslogistik försvunnit från marknaden. Bara under senaste veckorna har TM Rail i Sverige och Cargolink i Norge antingen inlett en rekonstruktion eller avvecklat verksamheten. Tidigare tvingades RushRail i rekonstruktion och TX Logistik blev av med sitt trafikillstånd. I Europa ser vi samma situation där DB Cargo under 2015 redovisade ett katastrofresultat och många andra järnvägsbolag kämpar för sin överlevnad. Vi på Green Cargo har genomfört ett omfattande effektiviseringsprogram och nått ett svagt positivt rörelseresultat, men behöver förbättra resultatet betydligt för att nå ett resultat som är långsiktigt hållbart. Även här kan man säkert kritisera enskilda bolag för brister i organisation, effektivitet och nytänkande.

Men den totala bilden går inte att förklara med brister i enskilda företag vare sig det är Findus och livsmedelssidan eller exemplen ovan på logistik- och transportsidan. Och det är heller inte "giriga" riskkapitalbolags fel som ofta populistiska politiker vill plocka billiga poäng på. Det är i grunden inte heller livsmedelskedjornas fel även om de definitivt skulle kunna göra mer för att driva kvalitet och hållbarhet istället för lågt pris.

Nej ansvaret faller tungt på oss konsumenter både i fallet med Findus och vad gäller transporter. Vi måste se oss själva i spegeln och ställa frågan: bryr vi oss om den mat vi köper har hög kvalitet och är producerad hållbart. Och bryr vi oss om det vi köper har transporterats på ett klimatmässigt och socialt hållbart sätt. Vill vi verkligen få till en förändring? Eller är det alltid det billigaste som är bäst. Har hållbarhet någon betydelse?

Jag är medveten om att det kanske inte är så lätt som konsument att direkt påverka det här. Det är ju till exempel "någon annan" som bestämmer hur en vara transporteras. Som konsument kan du dock börja ställa frågor och driva utvecklingen i en viss riktning. Jag tror att det är precis det som måste ske. För utan tryck från konsumenter sker ingen förändring

För omöjligt kan det inte vara, och att det skulle bli för dyrt köper jag inte. Vi kan lätt betala 50 kr för en kopp kaffe på Espresso House eller betala stora pengar på nya typer av nötter och gojibär som Lotta Engzell-Larsson skriver i DI:s ledare den 8 april, apropå nedläggningen i Bjuv. I relation till det är några procents prisökning av kvalitetslivsmedel eller transportkostnaden ingenting.

Det är dags att vakna upp!

Jan Kilström, VD, Green Cargo

Green Cargo erbjuder näringslivet säkra, kapacitetsstarka och hållbara transporter till cirka 200 platser i Skandinavien och med partners når vi närmare 1000 i övriga Europa. Vårt transportarbete uppgick till 9,7 miljarder nettotonkm 2024. Nästan 98 procent av vårt totala transportarbete sker med eldrivna lok där elen uteslutande kommer från fossilfria källor. Varje vardag kör vi 31 miljoner nettotonkilometer och ersätter därmed 9 000 lastbilstransporter i vägnätet. Vi har 1 750 anställda, och har en årsomsättning på 4,2 miljarder SEK (2024).

Kontaktpersoner



Pressjour

Presskontakt
010-455 40 02



Stephan Ray

Presskontakt
Chef Kommunikation & Public Affairs
stephan.ray@greencargo.com