

Reddet 168.000 datovarerer på tre måneder

22 | Finansavisen | MANDAG 27. JULI 2020

THROW NO MORE VIL REDUSERE MATSVINNET

Reddet 168.000 datovarerer på tre måneder

Med NorgesGruppen i ryggen satser Throw No More på å redusere matsvinnet i dagligvarebransjen.

MARKUS ANTON ALEXANDERSEN
markus.anton.alexanderesen@finansavisen.no

Det norske oppstartsselskapet Throw No More vil gjennom en app redusere matsvinnet i det norske dagligvaremarkedet, og har i løpet av de tre seneste månedene solgt over 168.000 datovarerer.

Ideen er nokså enkel: gjennom plattformen kan kjøpmenn legge ut matvarer som holder på å gå ut på dato. De blir så solgt til nedsatte priser, og forbrukeren har alltid oversikt over hvilke varer som er nedpriset og i hvilken butikk. Dette skjer gjennom at plattformen er fullt integrert med NorgesGruppens systemer.

– Appen er på en måte et butikkvindu for datovarer som står i fare for å bli kastet. Vi ønsker å bevisstgjøre forbrukere om datovarerer og at man kan spare betraktelige summer på å kjøpe varer som er nærmere utgangsdato, sier gründer Kurt Stokke.

Forretningsmodellen fungerer slik at Kjøpmannshuset, en del av NorgesGruppen, har en avtale med selskapet for å kunne bruke appen i sine butikker.

Throw No More har siden lanseringen i april solgt over 168.000 datovarerer gjennom samarbeidet med NorgesGruppen, det tilsvarende rundt 46 tonn mat. Selskapet har så langt 8.600 brukere på plattformen.

Ifølge Stokke vil selskapet gå med overskudd i løpet av 2020.

«Pølseappen»

Ideen bak Throw No More kom da Stokke dro på en bensinstasjon for å kjøpe en hamburger for fire år siden.

– Personen bak kassen sa hamburgergrillen var stengt. Jeg så da at det lå en haug med pølser på pølsegrillen. Som den sunnmøringen jeg er spurte jeg om å få en gratis, men mannen bak kassen kunne ikke selge dem på grunn av at man var pålagt å kaste dem, sier Stokke.

– Jeg spurte da om jeg heller kunne få en av pølsene gjennom en «to for én»-deal, og det gikk fint. Dermed dukket pølseappen opp i hodet mitt. Appen skulle redusere matsvinn av pølser og varer på bensinstasjoner, fortsetter Stokke.

Det viste seg at appen ikke ble så suksessfull som han hadde håpet på. Men da han rettet blikket mot dagligvaremarkedet, så han et større marked med et enormt matsvinn. «Pølseappen» ble dermed Throw No More, med et sterkt team bak.

Store ambisjoner

Så langt har Throw No More fått inn 114 dagligvarebutikker, og sikter mot å ha 800 dagligvarebutikker ved årets slutt. Selskapet har planer om å ekspandere til resten av Norden og Canada.

– Vi er i dag i dialog med flere dagligvarekjeder i Canada for å prøve å få til et partnerskap, sier Stokke.

– Har dere planer om en emisjon for å støtte veksten?

– Nei, vi ønsker i dag å vokse organisk og har ingen planer om å gjennomføre en emisjon nå, svarer han.

I dag er den største kunden til Throw No More dagligvarekjeden Joker, men selskapet begynner også komme inn i både Spar- og



SKAL SPARE MILJØET: Markedsansvarlig Marie Thrane og adm. direktør Kurt Stokke har god tro. FOTO: SIV DOLMEN

Eurospar-butikkene.

Viktig satsningsområde

NorgesGruppen har som mål å halvere matsvinnet innen 2025.

– At NorgesGruppen har så tydelige mål på bærekraft og miljø setter jo dette høyt på dagsordenen hos oss som jobber med kjededriften i konsernet. Samarbeidet med Throw No More kom etter initiativ fra NorgesGruppen. Vi synes dette ble et sømløst og godt verktøy for å redusere matsvinn, sier kjedesjef i Joker, Kjetil Flåtrud.

– Vi kan ikke fortsette å produsere og bestille mat for å så kaste den, fortsetter han.

– Har appen fungert?

– Så langt er vi meget godt fornøyd med appen og det volumet av varer som vi har fått igjennom så langt. Vi er nå over 100 butikker koblet på, og med 350 butikker igjen så vil dette bli et viktig og godt matsvinntiltak fra Jokers side, sier Flåtrud.



46 tonn mat reddet så i

IT



DIGITALT SMITTEVERN: Salesforce-hovedkvarteret Salesforce Towers i San Francisco gjenåpnet 1. juli, og blir den første bygningen som tar i bruk de nye digitale smittevernløsningene. FOTO: NTB SCANPIX

«Berøringsfri arbeidsplass» skal lokke ansatte tilbake på jobb

Siemens og Salesforce henter inspirasjon fra berøringsfrie butikker, og lanserer digitale løsninger for en tryggere arbeidsplass etter pandemien.

■ GRUNDE GRIMSTAD
grunde.grimstad@finansavisen.no

De to IT-kjempene Salesforce og Siemens slår sine plakter sammen for å adressere spørsmålet som holder mange bedriftsledere våkne for tiden: hvordan vende tilbake til normal drift så raskt som mulig, uten å sette de ansattes liv og helse på spill.

Svaret tror de ligger i en kombinasjon av Salesforces handels- og kundeekspertise og Siemens' smartteknologi.

Helsefokus

– En absolutt forutsetning for å lykkes med gjenåpning er at de ansatte har tillit til at du som arbeidsgiver klarer å beskytte dem på en god måte, uttaler viseadm. direktør i Siemens, Roland Busch, i en pressemelding.

Ved å kombinere sine respektive ekspertiseområder mener selskapene at de har en perfekt match for å utvikle teknologiske løsninger som kan hjelpe bedrifter med å verne de ansatte mot smitte når de skal tilbake i et tilnærmet normalt arbeidsmiljø.

Salesforce er verdensledende innen handels- og kundeselskapsløsninger (CRM), mens Siemens har en omfattende portefølje av IoT-løsninger for smarte byer, drift av smarte bygg og infrastruktur.

Forskjellen er at teknologien ikke skal brukes til å analysere forbruksvaner eller selvkjørende busser, men å orkestrere medarbeidere, arbeidsprosesser, jobberesurser og alle de andre ingre-

diensene som inngår i et normalt arbeidsmiljø.

Berøringsfri jobb

Sentralt i satsningen er en applikasjon kalt «Berøringsfritt kontor» som skal hjelpe virksomheten med å overholde sosial avstand, ved å administrere adgangskontroll, bestille heiser, booke møterom og mye annet via en app på mobilen, samt varsle om det skulle bli opphopning av folk på enkelte steder.

Basert på dataene den samler inn, fungerer løsningen samtidig som en superlokal smittesporingsapp som gjør at ledelsen kan gjennomføre en effektiv smittesporing ved eventuelle smitteutbrudd.

Digitaliseringshjelp

I tillegg til smittevernoppgaven skal disse løsningene også hjelpe virksomheter til å komme i gang med digitaliseringen.

– Covid-19 har gjort det tydelig at helse og sikkerhet må ha en sentral plass i den digitale transformasjonen. Derfor handler ikke dette bare om smittevern, men om å gi virksomhetene et fleksibelt rammeverk av smarte, raske og datadrevne verktøy som kan hjelpe dem med å utvikle fremtidens arbeidsmiljø.

Siemens smartteknologisenter i Sveits og Salesforce-hovedkvarteret i San Francisco blir de første arbeidsstedene som tar i bruk løsningen.



angt

SPIS OPP MATEN: Gründer og daglig leder Kurt Falch Stokke satses på en app for å redusere matsvinnet. Her sammen med markedsansvarlig Marie Thrane i Throw No More. FOTO: SIV DOLMEN