



Djurens Rätt.

# VÄXTBASERAD OMSTÄLLNING

Vilket ansvar tar hotell-, restaurang-  
och snabbmatskedjorna?

Publicerad 1 oktober 2024

# Innehållsförteckning

Inledning – växtbaserad omställning	3
<b>De ohållbara djurfabrikerna</b>	4
Djurfabrikenas utveckling	4
Djurfabrikenas – ett reellt hot mot djuren, planeten och folkhälsan	4
<b>Växtbaserad omställning</b>	7
Varför fokus på kycklingarna?	7
Varför fokus på fiskarna?	7
Målsättningar som Djurens Rätt rekommenderar	7
<b>Genomförande</b>	8
Enkätfrågor	8
<b>Resultat</b>	9
Hotellkedjor	10
Restaurangkedjor	11
Snabbmatskedjor	12
<b>Slutord</b>	14

## Inledning – växtbaserad omställning

Djurens Rätt arbetar för de djur som är flest och har det sämst, vilket i dagsläget är kycklingarna och fiskarna. För att djuren ska få det bättre måste djurfabrikenas montereras ned och fler välja vego. För att skapa en värld utan djurfabriker är företagen inom livsmedelsbranschen viktiga, detta då de är stora inköpare av animaliska produkter och därmed har ett enormt ansvar gentemot djuren.

Rapporten *Växtbaserad omställning – Vilket ansvar tar hotell-, restaurang-, och snabbmatskedjorna?* riktar därmed ljuset mot några av de ledande hotell- och restaurangkedjorna i landet för att se vilka mål de valt att jobba med för att minska sin påverkan gentemot djuren. Tidigare företagsrapporter som Djurens Rätt släppt har till största del fokuserat på vilka företag som säger nej till turbokycklingar genom att ställa högre djurvälståndskrav – medan den här rapporten fokuserar helt och hållet på växtbaserad omställning och vegomål. Det vill säga mål som innebär att ett företag minskar sina inköp och sin försäljning av animaliska

proteiner och ersätter dem med växtbaserade alternativ.

Samtliga företag som valts ut för rapporten har erbjudits stöd i form av informationsdelning, möten och konkreta målsättningar för arbetet. Detta för att hjälpa dem att sätta tydliga mål som på riktigt gör skillnad för flest djurindivider. Störst fokus har legat på att få företagen att minska inköpen och försäljningen av det vita köttet – fiskar och kycklingar. En del företag sätter nämligen egna mål som endast innebär att minska det röda köttet, och ersätter det med det vita. Vägen in i framtiden är inte att ersätta en djurart med en annan, då det i praktiken innebär att fler djurindivider behöver sätta livet till. Det företagen behöver göra är att minska animaliskt protein och övergå till växtbaserade alternativ.

I rapporten kan vi lyfta fram positiva exempel som KFC Sverige och Linnea & Basilika som båda publicerat ambitiösa mål för djuren. Medan exempelvis Max Burgers och McDonald's som satsar på kycklingkött hamnar efter.

## De ohållbara djurfabrikerna

### Djurfabrikernas utveckling

Har vi alltid haft djurfabriker? Det korta svaret är nej. Det har inte alltid funnits djurfabriker. Under större delen av jordbrukets 10 000-åriga historia har jordbruk varit ett hårt och slitsamt arbete som utförts av människor. Dåtidens gård kunde lite förenklat se ut så här; en gård med en familj och några djur av olika arter. Det var först under 1800-talet som man började ersätta människor med maskiner vilket kan ses som det första steget mot att effektivisera produktionen av mat. Djurfabrikerna uppstod under 1900-talets andra hälft då fler djur började födas upp på mindre yta. Det var också då man på konstgjord väg såg till att djuren förökade sig och växte snabbare<sup>1</sup>.

Fram tills idag har utvecklingen gått åt samma håll, det är fortsatt fokus på vinst och effektivisering vilket innebär intensiv avel och fler och större djurfabriker. Djuren glöms bort och det viktiga är att djuren ska bli så stora som möjligt, på så kort tid som möjligt. Denna utveckling ser vi i

Sverige men också globalt och antalet djur som dödas varje dag är ofattbart många. 900 000 kor dödas varje dag – en enorm siffra. Men ser vi till djuren som är flest och som har det sämst är siffrorna än mer hisnande; 202 000 000 kycklingar per dag vilket innebär att 140 000 kycklingar dödas varje minut. För fiskarna finns inte ens några siffror men troligtvis rör det sig om hundratals miljoner.

### Djurfabrikerna – ett reellt hot mot djuren, planeten och folkhälsan

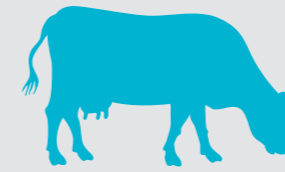
Förutom att djurfabrikerna är helt och hållet ohållbara ur ett djuretiskt perspektiv så utgör de också ett reellt hot mot planeten och folkhälsan. Detta då djurfabrikerna bidrar till hög köttkonsumtion och stor miljöpåverkan. Att som företag sätta mål som innebär minskade inköp och försäljning av animaliskt protein kan därmed bidra till en mängd fördelar, förutom de rent djuretiska.

Övergången till växtbaserad kost är exempelvis en väsentlig åtgärd i kampen mot klimatförändringar och

för att minska risken för framtida pandemier. Över 60 % av alla smittsamma sjukdomar som COVID-19, svininfluensa och fågelinfluensa smittar mellan djur och människor (zoonoser)<sup>2</sup>. Djurfabriker och den avskogning som orsakas av foderproduktionen är stora riskfaktorer för nya sjukdomsutbrott<sup>3</sup>.

Den globala köttindustrins omfattande användning av antibiotika ökar också risken för antibiotikaresistens, ett av de största hoten mot folkhälsan. Dessutom visar forskning att hög köttkonsumtion kan leda till ohälsa, som hjärt- och kärlsjukdomar samt cancer.

Listan över den negativa påverkan från djurfabriker kan göras lång, och det råder inget tvivel om att något måste göras. Enskilda individer kan göra mycket men företagen inom livsmedelsbranschen behöver ta sitt ansvar gentemot djuren, konsumenterna och planeten i stort. Företagen måste sätta konkreta mål för att driva på den växtbaserade omställningen.



900 000 kor



1,4 miljoner getter



1,7 miljoner får



3,8 miljoner grisar



12 miljoner ankor



202 miljoner kycklingar

Det betyder att varje minut slaktas 140 000 kycklingar



Flera hundratals miljoner fiskar

Källa: OurWorldInData.org. Uppgifterna kommer från FN:s livsmedels- och jordbruksorganisation och ikonerna från The Noun Project. Siffrorna är baserade på de globala totalsummorna för 2021. För att få fram en daglig siffra delades totalsummorna med 365.

\*Uppskattningen av hur många fiskar som dödas är tyvärr mycket osäker. Men trots det så står det klart att det rör sig om en mycket hög siffra, enligt OurWorldInData så handlar det om hundratals miljoner fiskar varje dag.

1. Flygare, Iréne och Isacson, Mats (2003) Det svenska jordbrukets historia (band 5) Jordbruket i välfärdssamhället 1945-2000. Stockholm: Natur och kultur.  
2. Folkhälsomyndigheten (2023). Zoonosberedskap.  
3. United Nations Environment Programme (UNEP). Antimicrobial Resistance: A Global Threat.



## Växtbaserad omställning

I samtal med företagen som är med i rapporten har Djurens Rätt föreslagit konkreta mål som gör skillnad för djuren på riktigt och som hjälper företagen i den växtbaserade omställningen. En del företag har på egen hand valt att minska, eller i vissa fall, helt slopa det röda köttet. Det är ett steg i rätt riktning så länge de inte väljer att ersätta det med vitt kött. Detta då en omställning till vitt kött gör att fler djur behöver sätta livet till. Djurens Rätt har därför lagt extra fokus på att få företagen att minska sina inköp av både kycklingar och fiskar.

### Varför fokus på kycklingar?

Kycklingar är de landlevande djur som är flest och som har det sämst. Varje år dödas över 100 miljoner kycklingar bara i Sverige. I svenska djurfabriker lever turbokycklingar trångt i anläggningar med tiotusentals individer, där upp till 25 kycklingar måste dela på en kvadratmeter. De växer så snabbt att deras kroppar ökar sin vikt med 5 000 % på bara 35 dagar, vilket leder till omfattande hälsoproblem som smärta, sjukdomar och rörelsestörningar innan deras liv avslutas.

Den snabba tillväxttakten och de ohygieniska förhållandena i mörka stall resulterar i att runt tre miljoner

turbokycklingar självdör varje år och ytterligare tre miljoner är så skadade att de helt enkelt "kasseras" på slakteriet<sup>4</sup>.

Ett annat stort problem i kycklingfabrikerna rör turbokycklingarnas föräldrar. För att de ska överleva tillräckligt länge för reproduktion utfodras de restriktivt, med hunger och kannibalism som konsekvens. Kycklingskandaler når media varje år och under 2023 visades föräldradjurens lidande upp i SVT:s Uppdrag Granskning – Kycklingens pris<sup>5</sup>.

Den intensiva uppfödningen gör att kycklingarna utsätts för ett systematiskt djurplågeri, men genom att företagen ställer om till växtbaserat kommer färre djur utsättas för lidandet.

### Varför fokus på fiskar?

Fiskar behandlas ofta som känslösa ting trots att de kan känna smärta och lidande. I fiskfabriker utsätts djuren för stort lidande på grund av trängsel och stress vid hantering och transporter. Samt vid slakt, där utebliven eller plågsam och ineffektiv bedövning orsakar starkt obehag och stress.

När det gäller vilda fiskar omfattas de inte av djurskyddslagstiftningen

vid fångst och slakt, och kvävs ofta i luften eller dör vid strupskärning eller rensning medan de fortfarande är vid medvetande.

Djurens Rätt arbetar för att minska detta lidande. Genom att få företag att minska inköpen av fiskkött kan de direkt påverka situationen för fiskarna. Att välja växtbaserade alternativ till fisk är ett steg mot en mer etisk och ansvarstagande verksamhet som respekterar alla djurs rätt till ett liv fritt från onödigt lidande<sup>6</sup>.

### Målsättningar som Djurens Rätt rekommenderar

Baserat på detta har Djurens Rätt föreslagit följande mål för att hjälpa företagen att göra en verklig skillnad för djuren och stödja den växtbaserade omställningen.

- Att inköpen av animaliskt protein ska 2030 ha minskat med 50–100 % från dagens nivåer (förslagsvis 2023 års totala inköp).
- Att inköpen av vitt kött ska 2030 ha minskat med 50–100 % från dagens nivåer (förslagsvis 2023 års totala inköp).
- Att växtbaserade protein ska stå för 70–100 % av de proteiner som säljs år 2030.

4. Djurens Rätt (2023). Kycklingar – Monterar ned djurfabrikerna.  
5. SVT (2023). Uppdrag granskning: Kycklingens pris.  
6. Djurens Rätt (2023). Fiskar – Monterar ned djurfabrikerna.

# Genomförande

## Enkätfrågor

Alla deltagande företag fick en enkät i maj 2024 med sista svarsdatum den 11 september. Under rapportarbetet fick företagen också utförlig information om rapportens utvalda

områden och erbjöds dialog genom möten och samtal med Djurens Rätt för att implementera policys och målsättningar för växtbaserad omställning.

Har ni i dagsläget offentliga målsättningar för att minska er köttkonsumtion?

Ja  
Nej

Hur är målet formulerat?

Ange ditt svar

Planerar ni att sätta ett offentligt mål för att minska er köttkonsumtion de kommande 12 månaderna?

Ja  
Nej

Hur kommer målet formuleras?

Ange ditt svar

Finns det en färdig strategi för att nå era målsättningar? Exempelvis en roadmap eller milstolpar?

Ja  
Nej  
Delvis

Något annat ni vill ta upp? Exempelvis om ni har andra målsättningar inom växtbaserat, hur stor andel av ert nuvarande utbud som är växtbaserat eller hur ni på andra sätt arbetar med att minska köttkonsumtionen.

Ange ditt svar



# Resultat

## Vilket ansvar tar företagen i den växtbaserade omställningen?

I denna analys går vi igenom hur företagen som ingår i rapporten hanterar sitt ansvar för den växtbaserade omställningen. Vi utvärderar dem i förhållande till Djurens Rätts föreslagna mål (läs målen på sida 7) som gör skillnad för djuren på riktigt, men även planeten och folkhälsan.

## Hotellkedjor

**Kedjor som valts ut:** Best Western, Elite Hotels, First Hotels, Scandic Hotels Group, Strawberry.

Den hotellkedja som gör bäst ifrån sig är **Scandic Hotels Group**. De har ett mål som innebär att till år 2025 ska 60 % av maten de serverar vara växtbaserad. I dialog med Djurens Rätt uppger kedjan att de genom sitt mål minskat sina köttinköp med nästan 30 %, vilket är väldigt positivt. De har även satsat på utbildning för kockar och restaurangpersonal för att göra

växtbaserade rätter mer lockande för sina gäster. Scandic visar tydligt att de tar ansvar för att minska sin användning av animaliska proteiner och öka andelen växtbaserat. Djurens Rätt fortsätter dialogen med Scandic om mer långtgående mål.

Gällande de andra hotellkedjorna finns det goda förhoppningar om att både **Strawberry** och **Best Western** kommer sätta konkreta mål för en växtbaserad omställning. Båda kedjorna för samtal med Djurens

Rätt om detta viktiga område och dialogen fortsätter framöver. När det kommer till **Elite Hotels** uppger att de redan nu gör vissa insatser för att öka andelen växtbaserat där de planerar att öka den mängden med 3 % per år. Det är dock oklart om denna ökning kommer innebära en minskning av kött. Även med Elite Hotels fortsätter dialogen.

Tyvärr har **First Hotels** valt att inte föra samtal med Djurens Rätt och inte heller besvara enkäten, vilket är beklagligt.

ELITE HOTELS  
OF SWEDEN

BW | Best Western.  
Hotels & Resorts

Strawberry

FIRST  
HOTELS

Scandic

## Restaurangkedjor

**Kedjor som valts ut:** ChopChop, Grekiska, Hawaii Poké, Linnea & Basilika, Oh Poké, O'Learys, Pinchos, PONG Buffé, Rasta (Burgsvik Group), Texas Longhorn, The Bishops Arms.

Gällande restaurangkedjorna så hamnar **Linnea & Basilika** i topp. Efter dialog med Djurens Rätt har kedjan valt att sätta ambitiösa mål som innebär att de kommer minska sin användning av rött kött med 70 % till 2030 och att de minskar inköpen av kyckling med 50 % till samma år. Liknande mål har även satts för systerkedjan **AM Sushi**, dessa innebär en minskning av fisk och skaldjur med 50 % och samma minskning av kyckling till år 2030. Genom konkreta mål visar kedjan att de tar ansvar för en mer djurvänlig och hållbar framtid.

**Hawaii Poké** har efter samtal med Djurens Rätt satt ett mål att öka sin försäljning av växtbaserade

proteiner till 50 % år 2027, och de planerar att göra stora investeringar för att nå detta mål. På liknande sätt har även **Oh Poké** ett mål om att 50 % av deras sålda rätter ska innehålla växtbaserade proteiner till år 2030, med förhoppningen att denna andel kan öka ännu mer och snabbare än så. Båda kedjorna visar ett tydligt engagemang för att ställa om till mer växtbaserade alternativ och minska sitt beroende av animaliska proteiner.

**O'Learys** har i dialog med Djurens Rätt visat en vilja att ta steg i den växtbaserade omställningen, men har ännu inte satt några offentliga mål. De arbetar med leverantörer som Oumph för att bredda sitt utbud av vegetariska och veganska rätter och planerar att inom det närmaste året formulera tydliga målsättningar. Även **Pinchos** har visat öppenhet för att sätta mål till 2030. Deras meny består redan av mer än 40 %

vegetariska eller veganska alternativ, vilket är bra. Det finns därmed stor potential hos båda dessa kedjor, och Djurens Rätt har förhoppningar om att de snart kommer sätta konkreta mål för en växtbaserad omställning. För att se hur **The Bishops Arms** jobbar läs om deras ägare Elite Hotels målsättningar på sida 10.

**Chop Chop, Grekiska, Pong Gruppen, Rasta** (som ägs av **Burgsvik Group**) och **Texas Longhorn**, hamnar efter i jämförelse med de andra restaurangerna. Även om kedjorna erbjuder några växtbaserade alternativ, saknar de konkreta och offentliga mål för att minska användningen av animaliskt protein. Kedjorna har inte heller satt några mål eller svarat på Djurens Rätts enkät. I brist på dialog med Djurens Rätt blir det också svårt att påverka deras utveckling mot mer djurvänliga riktlinjer. Därför placeras de sist i vår analys – tydliga mål behövs för verklig förändring.

RASTA  
PONG  
GRUPPEN

Jag har varit i branschen länge nog för att ha sett skandal efter skandal inom animalieproduktionen. Mer växtbaserat är att gå åt rätt håll och dit är vi på väg, säger Tony Lindgren, ansvarig för Produkt- och Affärsutveckling på Linnea & Basilikagruppen.

HAWAIIAN  
Oh Poké  
STREET FOOD

GREKISKA  
grill & bar

HAWAII  
POKÉ

LINNEA & BASILIKA

O'Learys

TEXAS  
LONG HORN

CHOPCHOP  
ASIAN EXPRESS

THE  
BISHOPS  
ARMS

P

PINCHO  
NATION

## Snabbmatskedjor

**Kedjor som valts ut:** Bastard Burgers, Brödernas, Burger King, KFC, Max Burgers, McDonald's, Sibylla och Subway.

Redan 2022 gick **KFC Sverige** efter samtal med Djurens Rätt ut med sitt mål som innebär att de till 2030 kommer öka försäljningen av växtbaserade proteiner med 5 procentenheter per år. Detta visar ett tydligt och långsiktigt engagemang för att minska sitt beroende av animaliska proteiner och bidra till en mer djurvänlig och hållbar framtid. De hamnar således i topp bland snabbmatskedjorna.

**Brödernas** har inte satt några tydliga mål för den växtbaserade omställningen när denna rapport släpps, de har dock visat en öppenhet för att tillsammans med Djurens Rätt utveckla ett sådant framöver. När det gäller **Bastard Burgers** så uppger de att de har interna målsättningar om att minska köttinköpen men dessvärre inkluderar detta endast rött kött. Kedjan var tidigare kycklingfria men har nu tagit tillbaka kyckling på menyn vilket är beklagligt. Något som är

positivt är Brödernas och Bastard Burgers stora veganska utbud.

**Max Burgers** har på egen hand satt ett mål om att minska försäljningen av rött kött och i stället satsa på växtbaserade burgare, men tyvärr även på kycklingkött. Ett mål som innebär att fler djurindivider får sätta livet till och ett tydligt exempel på när företag prioriterar klimatet på bekostnad av djuren. Max Burgers omnämns i Scandi Standards (ägare av Kronfågel) hållbarhetsrapport, där deras samarbete lyfts fram som lyckat. I rapporten står det att under 2022 såldes det nästan 1 000 ton kycklingfiléer via Max och produkten Grand Chicken<sup>7</sup>, vilket enligt Djurens Rätt beräkningar motsvarar cirka 1 160 000 kycklingar. En hög siffra som dock endast rör en av kedjans många kycklingprodukter. Djurens Rätt har flertalet gånger påtalat problematiken med målet, bjudit in till möte och dialog men tyvärr har Max ännu valt att inte lyssna.

Ingen av kedjorna **Burger King Sverige**, **McDonald's Sverige**, **Sibylla** eller

**Subway Sverige** har valt att besvara Djurens Rätts enkät. Likt Max Burgers storsatsar även en del av dessa kedjor på kyckling i Sverige. McDonald's har haft dialog med Djurens Rätt men har ännu inte satt några konkreta mål för att minska användningen av animaliska proteiner. Något som är positivt är att McDonald's meddelar att de planerar att utveckla sin växtbaserade meny under de kommande åren. Det är dock fortsatt bekymmersamt att Burger King och McDonald's i Sverige ligger efter jämfört med sina menyer i länder som Storbritannien och Tyskland, där fler växtbaserade alternativ redan finns

Det är tydligt att snabbmatskedjorna behöver ta ett större ansvar och sätta tydliga mål för att minska köttkonsumtionen. Djurens Rätt är besvikna över denna sektor, där de flesta kedjor ligger efter i sitt arbete med växtbaserade alternativ och dessutom storsatsar på att öka försäljningen av kycklingkött. Det finns en stor förbättringspotential för i stort sett alla aktörer, och det krävs konkreta åtgärder för att göra verklig skillnad för djuren.



## Slutord

Sammanfattningsvis visar Djurens Rätt rapport och dialogen som vi för om växtbaserad omställning med företagen att de har möjlighet att sätta konkreta mål som på riktigt gör skillnad för djuren. Målen som exempelvis Linnea & Basilika, KFC Sverige och Scandic Hotels Group har satt är sådana som på sikt kommer att minska antalet djur som föds upp i djurfabriker. Rapporten har också visat att flertalet stora aktörer visar en vilja att, tillsammans med Djurens Rätt, sätta sådana mål framöver. Men tyvärr har många av företagen fortfarande en lång väg att gå för att minska beroendet av animaliska proteiner och öka andelen växtbaserade alternativ. Något som är särskilt beklagligt är när företag väljer att gå från ett djurslag till ett annat i stället för att direkt satsa på växtbaserade protein.

Djurens Rätt fortsätter att föra dialog med aktörer inom livsmedelsbranschen om den här viktiga frågan och hoppas kunna dela fler positiva exempel framöver. Företagen har makten att förändra för djuren genom att minska sina inköp av kött, särskilt från kycklingar och fiskar. Vi planerar en uppföljande rapport av dessa frågor under 2025.





# På djurens sida sedan 1882

Djurens Rätt arbetar globalt för att göra skillnad för de djur som är flest och har det sämst. Det har vi gjort sedan 1882. Med målinriktade kampanjer, företagssamarbeten och politiskt påverkansarbete är vi en av världens ledande djurrätts- och djurskyddsorganisationer, med 50 000 medlemmar i Sverige.

**Vi står alltid på djurens sida.**

Läs mer om vårt arbete och hur du kan stödja oss på vår hemsida [www.djurensratt.se](http://www.djurensratt.se).

För frågor om rapporten kontakta [therese.kjell@djurensratt.se](mailto:therese.kjell@djurensratt.se).