



Pressmeddelande den 14 december 2018

Svenska folket: MAX är den överlägset mest hållbara snabbmatskedjan

MAX rankas som nummer ett inom hållbarhet av snabbmatsrestauranger och som nummer tio bland Sveriges största och mest kända detaljhandelsföretag. Svensk Hållbarhetsranking har genomfört 25 000 intervjuer då svenska folket har bedömt 200 företag.

MAX toppar bland snabbmatskedjorna med ett index på 65, vilket kan jämföras med ett snittindex på 56 (index 0-100). IKEA är total vinnare med 75 i index inom kategori detaljhandel.

– Det är fantastiskt att svenska folket upplever oss som mest ansvarstagande och att vi gör skillnad långsiktigt. Bland svarande mellan 18 och 35 år kommer vi fram extra starkt. Rent generellt finns en hög medvetenhet i det åldersspannet kring hållbarhetsfrågor, vilket också ställer höga förväntningar på vår trovärdighet, säger Christoffer Bergfors, vice VD och Sverigechef på MAX Burgers.

Tony Apéria, Ekon Dr vid Stockholm Business School på Stockholms Universitet, har genomfört undersökningen med 25 000 personer i åldern 18-74 om vilka företag som bedöms vara mest hållbara baserat på miljö och klimat, samhälle och etik, långsiktighet och goda framtidsutsikter samt öppenhet och schyssta arbetsvillkor. Studierna visar att det finns tydliga samband mellan ansvarstagande och starka varumärken.

– MAX höjer sitt hållbarhetsindex från 61 förra året till 65 i år. Av samtliga 200 företag och organisationer finns inget som är så överlägset sina huvudkonkurrenter, säger Tony Apéria.

MAX långa hållbarhetsarbete omfattar frågor inom hälsa, rättvisa och miljö. Som första restaurang i världen började MAX klimatmärka menyn 2008 och har sedan dess klimatkompenserat för koldioxidutsläpp från lantbrukarens jord till gästens bord. Klimatkompensationen har resulterat i 1,4 miljoner planterade träd i Afrika, vilket motsvarar en bindning av koldioxid som om 160 000 bilar stod stilla under ett år. Den mest framgångsrika produktanseringen någonsin gjordes 2016 när antalet gröna burgare femdubblades, vilket ledde till en fyrdubbling av försäljningen av gröna måltider.

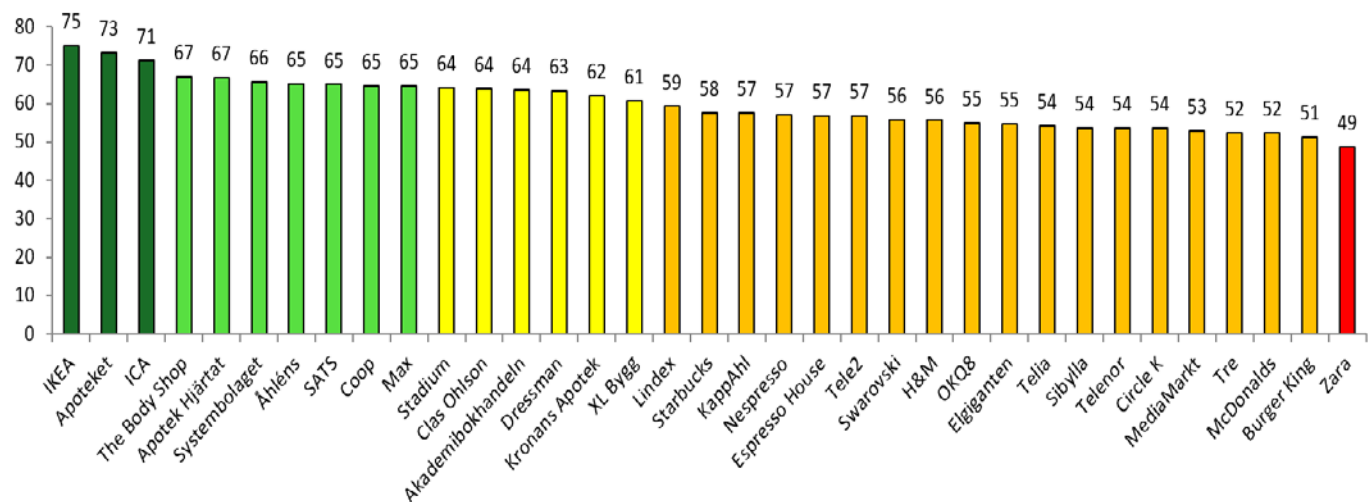
– Vi är stolta att vara en förebild i branschen och ett föredöme i hållbarhetsfrågor. Klimatomställning av menyn fortsätter med ny kraft under 2018. Vårt mål är att år 2022 ska minst hälften av försäljningen komma från burgare utan rött kött. Idag är det ungefär var tredje och för två år sedan var det bara var nionde, så omställningen har gått snabbt, säger Christoffer Bergfors.

För mer information kontakta gärna:
Marita Wengelin, Head of Public Relations
press@MAX.se
[+46 \(0\) 72-516 03 16](tel:+460725160316)



Analys Max vs tre benchmarks delindex 0-100 Detaljhandels- företags totalindex	Miljö och klimat Snitt: 56	Samhälle och etik Snitt: 60	Öppenhet och bra arbetsvillkor Snitt: 61	Långsiktighet och framtidsutsikter Snitt: 66
MAX (snitt 65)	64	64	61	69
Sibylla (snitt 54)	52	48	57	58
McDonald's (snitt 52)	49	55	44	62
Burger King (snitt 51)	46	47	50	62

Källa: Svensk Hållbarhetsranking



Källa: Svensk Hållbarhetsranking

MAX Burgers AB är Sveriges äldsta hamburgerkedja och ett familjeföretag med målet att finnas kvar i många generationer. MAX strävar efter att vara ett hållbart företag och ett föredöme i branschen. Hela verksamheten klimatkompenseras till 100 % genom trädplantering i Afrika och all mat är märkt efter hur mycket koldioxid den släpper ut. MAX har också påbörjat en klimatomställning av menyn med fler gröna burgare. Målet är att varannan beställning ska vara något annat än rött kött år 2022. Kedjan är den enda rikstäckande hamburgerkedjan som bara använder kött, kyckling och bacon från Sverige. Det finns 126 restauranger, varav 114 i Sverige (oktober 2017) och sysselsätter ca 4 500 medarbetare. MAX omsatte 2,8 miljarder kronor under 2016, varav 2,6 miljarder kronor i Sverige.