

Möjligheter till expansion av marknaden för alternativ matproduktion som gynnar det biokulturella arvet - så gjorde vi den värmländska fördjupningsstudien

Margareta Dahlström, Hannah Bowring och Sigrid Josefsson. Karlstads universitet 29 augusti 2022.

I projektet Biokuma undersöker vi möjligheter för expansion av marknaden för alternativ matproduktion som gynnar det biokulturella arvet. Som ett led i detta har vi genomfört en fördjupad delstudie i Värmland. Det grundläggande syftet med delstudien är att förstå mer om de försäljningskanaler som alternativa matproducenter använder.

Vi har också genomfört andra moment för att undersöka vilka möjligheter som finns. Vi har genomfört fältarbete vid fyra gårdar, två i Norge och två i Sverige. Vid dessa fältarbeten gjorde vi också intervjuer på temat. Vi arbetade även med detta tema under projektets två workshopar: en första (digital) workshop den 20 januari 2022, och en andra workshop i Opaker, Hedmark, 10-11 maj 2022.

I den populärvetenskapliga rapporten "Inkomster från småskalig matproduktion som gynnar det biokulturella arvet" i projektets kunskapsbibliotek på webben, finns mer översiktlig information om datainsamlingen tillsammans med resultatet från den värmländska fördjupningsstudien. Nedan följer en utförligare beskrivning av metoden som användes.

Metodbeskrivning

Vi genomförde den fördjupade delstudien i Värmland för att kunna nå ut till fler alternativa matproducenter än de fyra gårdar där vi hade genomfört fallstudier. Målet var att få en djupare förståelse för marknaden för alternativ matproduktion som gynnar det biokulturella arvet. Det första steget i delstudien var att identifiera vilka alternativa matproducenter som finns i länet. I projektet definieras alternativ matproduktion som *småskalig och/eller hållbar produktion, primärt riktad mot en lokal eller nischad marknad*. Eftersom det är matproducenter som potentiellt gynnar det biokulturella arvet som är i fokus för projektet riktade vi in oss på *primärproducenter*, det vill säga *gårdar*. Gårdar som dels säljer råvaruprodukter såsom grönsaker, kött och ägg, dels produkter som är förädlade på gården som till exempel ost från ett gårdsmejeri.

Det finns inte något register över alternativa matproducenter, och därför behövde vi göra en egen kartläggning av sådana gårdar. Kartläggningen genomfördes av Margareta Dahlström och Hannah Bowring. Inom ramen för projektet var det inte möjligt att göra en fullständig sammanställning över producenter utan vi valde att identifiera denna typ av gårdar utifrån projektets definition av alternativ matproduktion som tidigare nämnts, och genom två kanaler: de åtta Rekoringarna i Värmland och genom branschföreningen för värmländska

mat- och dryckesföretag Nifa (Nordic Innovation Food Arena). Vi tror att vi på detta sätt nådde ut till de allra flesta alternativa matproducenter som kan gynna det biokulturella arvet i Värmland. I vår sammanställning har vi tagit med de av Nifa:s medlemmar som är gårdar som, utifrån tillgänglig information om gårdarna på nätet, kan betraktas som alternativa enligt projektets definition. Beträffande de matproducenter som säljer genom Reko-ringarna undersökte vi på motsvarande sätt genom tillgänglig information på nätet och genom Facebook om produktionen sker på en gård som kan betraktas som alternativ. I samband med den undersökningen identifierade vi även företag som är förädlare och bedriver mathantverk, samt en del andra försäljningskanaler för de alternativa gårdarna. Hela kartläggningen och sammanställningen genomfördes under våren 2021 och avslutades i maj.

I sammanställningen identifierades 67 gårdar där någon form av alternativ matproduktion förekommer. De två utvalda värmländska gårdarna där fältarbete genomfördes ingår också i denna grupp. Det var en stor spännvidd av gårdar. Från de som enbart säljer honung, till gårdar med en bred palett av matproduktion som kan innefatta såväl grönsaker, ägg, fjäderfä och kött, som förädlade varor som charkprodukter och ost med mera. Det fanns även etablerade gårdsverksamheter med mer omfattande produktion som sysselsätter flera personer, men där verksamheten ändå kunde betraktas som alternativ matproduktion i enlighet med projektets definition.

Under januari-februari 2022 konstruerade vi en enkät för att undersöka marknaden för alternativ matproduktion som gynnar det biokulturella arvet, försäljningskanaler, önskemål om att öka sin försäljning med mera. Enkäten bestod av elva frågor – se nedan. Den konstruerades i programmet Survey & Report och utgjorde underlag för de telefonintervjuer med de alternativa matproducenterna som vi genomförde i februari-mars 2022.

Nästa steg var att utifrån kartläggningen identifiera kontaktvägar till de 67 gårdarna. I första hand i form av mejladresser och i andra hand via Facebook. Det senare eftersom samtliga Reko-ringar är organiserade som Facebook-grupper och det inte alltid fanns andra kontaktuppgifter att tillgå. I samband med detta ströks också ett antal gårdar på listan från att delta i intervjun av följande orsaker:

- den kommersiella verksamheten hade upphört
- det visade sig att gården inte kunde betraktas som alternativ enligt projektets definition
- det var omöjligt att identifiera antingen en e-postadress eller kontaktuppgift via Facebook.

Efter denna genomgång återstod 58 gårdar. Vi kontaktade samtliga med en förfrågan om att delta i en telefonintervju utifrån enkäten. Efter en första kontakt skickades en påminnelse, med slutresultatet att tolv gårdar tackade ja till att delta. En av de som tackade ja till deltagande i telefonintervjun ströks efter intervjutillfället då det visade sig att verksamheten rörde förädling som inte var lokaliserad på en gård. Den telefonintervjun ingår däremot tillsammans med andra intervjuer i delstudiens bredare material.

Intervjuerna med gårdarna varierade i längd med mellan 35 minuter och en timme. Intervjuerna genomfördes av Margareta Dahlström och Sigrid Josefsson som fyllde i svaren i enkäten i Survey & Report. Utöver dessa elva intervjuer samlade vi även in material om marknaden för alternativ matproduktion som gynnar det biokulturella arvet från de två

utvalda gårdarna där vi gjort fältarbete samt från ytterligare en alternativ gård i Värmland. På den gården var dock den kommersiella produktionen i huvudsak vilande. Sammantaget omfattar därmed underlaget material från 14 alternativa gårdar i Värmland. Utöver material från gårdarna har vi också samlat in information i samtal och intervjuer med andra aktörer såsom Nifa och Gårdslagret som driver Plockomaten, en obemannad butik för lokal mat i Värmland.

- Läs mer om projektet på sola.kau.se/biokuma/ (länkas till <https://sola.kau.se/biokuma/>)
- På projektets webb finns även kunskapsbiblioteket (länkas till <https://sola.kau.se/biokuma/om-biokuma/bibliotek/>)

Projektet Biokulturellt arv och alternativ matproduktion – Biokuma, drivs av Karlstads universitet och Norsk institutt for kulturminneforskning samt Høgskolen i Innlandet. Projektet startade hösten 2020 och avslutas hösten 2022. Det genomförs med stöd av Interreg Sverige-Norge, Europeiska utvecklingsfonden, insatsområde Natur och kulturarv Samarbetsparter är Länsstyrelsen i Värmland, Skogsstyrelsen (Värmland-Örebro), Förbundet Svensk Fäbodkultur och utmarksbruk, Föreningen Värmlands Säterkultur, Hedmarken Landbrukskontor samt Innlandet fylkeskommune ved Jønsberg videregående skole.

Enkätfrågorna

1. Hur skulle du betrakta din gårdsproduktion?
 - Hobby/överskott av husbehov (d.v.s. i väldigt liten skala)
 - Bisyssla (d.v.s. viktig inkomst men andra inkomster finns)
 - Heltidsarbete
 - Annat...
2. Skulle du vilja öka din försäljning?
 - Om ja – vad är hindren?
 - Om nej – varför inte?
3. Vilka försäljningskanaler använder du – dels nu och dels under icke-pandemitid?
 - Lista på försäljningskanaler:
 - Gårdsbutik
 - Gårdscafé/restaurang
 - Rekoring
 - Torghandel/marknad
 - Bondens marknad
 - Smaka på Värmland
 - Återkommande marknad (t ex Oxhälja, Årjängsmarten, Arvikamarten, Torsby marten, matmarknader etc.)
 - Crowd farming
 - Saluhall/butik profilerad på lokal mat t ex Grön ko, Filé & Deli
 - E-handel genom egen hemsida
 - E-handel genom exempelvis "Gårdarna i Värmland", "Skafferi Värmland" eller "Värmlandsboxen"
 - E-handel via annan hemsida ...
 - Förädlingsföretag som bedriver mathantverk (t ex hantverksmässig kvarn eller bryggeri)
 - Livsmedelsbutiker (detaljhandel) typ ICA/Konsum
 - Externt café/restaurang/hotell
 - Storkök
 - Prenumeration

- Självplock
 - Annat ...
4. Plockomaten¹ – *information om den och så följande fråga*: Är den typen av kanal något som intresserar dig?
 - Ja
 - Nej
 - Om ja, varför?
 - Om nej, varför inte?
 5. Skulle du vilja använda några försäljningskanaler som du inte använder just nu?
 - Ja
 - Nej
 - Om ja, vilka?
 - Om nej, varför inte?
 6. Ser du några möjligheter att sälja dina produkter till norska kunder?
 - Ja
 - Nej
 - Om ja, på vilket sätt?
 - Om nej, varför inte?
 7. Det biokulturella arvet – *information om det och så följande fråga*: Finns det en koppling mellan matproduktionen på din gård och det biokulturella arvet?
 - Ja
 - Nej
 - Om ja, ...
 - Om nej, ...
 8. Tror du att du skulle kunna använda gynnande av det biokulturella arvet i marknadsföringen av dina produkter?
 - Ja
 - Nej
 - Om ja, på vilket sätt?
 - Om nej, varför inte?
 9. Tror du att du skulle kunna få bättre betalt för dina produkter om du kan informera om att produktionen gynnar det biokulturella arvet?
 - Ja
 - Nej
 - Om ja, ...
 - Om nej, varför inte?
 10. Vill du ge någon rekommendation till andra producenter och till myndigheter?
 11. Någon annan sak som du vill ta upp?

¹ Plockomaten är en obemannad butik för lokalproducerad mat i Värmland: <http://plockomat.se>