



Utvärdering

Stöd till insatser på livsmedelsområdet

2014-11-27





Titel: Stöd till insatser på livsmedelsområdet
Skapat av: Nordiska Undersökningsgruppen AB
Dokumentdatum: 2014-11-27

Projektledare: Lars Lindqvist
Projektassistent: Fleur Englert



Nordiska Undersökningsgruppen AB
Elmiavägen 11, 554 54 Jönköping
+46 36 346230
www.nugruppen.se

Innehåll

Sammanfattning och analys	1
Kapitel 1 Bakgrund, syfte och metod	6
1.1 Bakgrund och syfte.....	6
1.2 Metod och svarsfrekvens.....	6
1.3 Redovisning.....	6
Kapitel 2 Resultatredovisning	7
2.1 Vilka effekter har uppnåtts?	7
2.2 Projektets bidrag till målet om en förbättrad hållbar tillväxt	9
2.3 Projektets bidrag till målet om mer och bättre forskning och utveckling	10
2.4 Projektets bidrag till målet om en förbättrad kvalitet och kompetens.....	11
2.5 Om projektet bidragit till fokusområdets mål	12
2.6 Om projektet bidragit till utveckling av befintliga och nya verksamheter.....	13
2.7 Projektets påverkan på omsättningen	17
2.8 Projektets påverkan på sysselsättningen.....	18
2.9 Projektets påverkan på lönsamheten	20
2.10 Genomfört projekt utan stöd till insatser på livsmedelsområdet.....	22
2.11 Projektets påverkan på kompetensnivån	23
2.12 Annorlunda eller smartare jobsätt efter genomfört projekt	25
2.13 Nya produkter/tjänster som berörts av projektet	27
2.14 Har visionen, medieuppmärksamheten och arbetet med att bli ett bra matland påverkat projektet?	29
2.15 Övriga synpunkter	30

Bilagor

Intervjuguide och e-postenkät

Separat bilagerapport med sammanställning och analys av djupintervjuerna

Sammanfattning och analys

Genomförandet

Jordbruksverket har velat göra en utvärdering av beviljade projekt inom stödet för insatser på livsmedelsområdet under 2008-2011. Stödet till insatser på livsmedelsområdet syftar till att stärka livsmedelsbranschens konkurrenskraft, underlätta företagande, skapa nya arbetstillfällen och bidra till tillväxt i hela livsmedelskedjan.

Utvärderingen syftar till att undersöka vad stödet har bidragit med och hur stödet har påverkat lönsamheten hos den slutliga målgruppen, om sysselsättningen ökat och om nya nätverk har skapats.

E-postenkätens svarsfrekvens på 50% indikerar ett ganska bra engagemang i frågan, inte minst med tanke på att de äldsta projekten är från 2008. Engagemanget har också varit stort bland de som djupintervjuats.

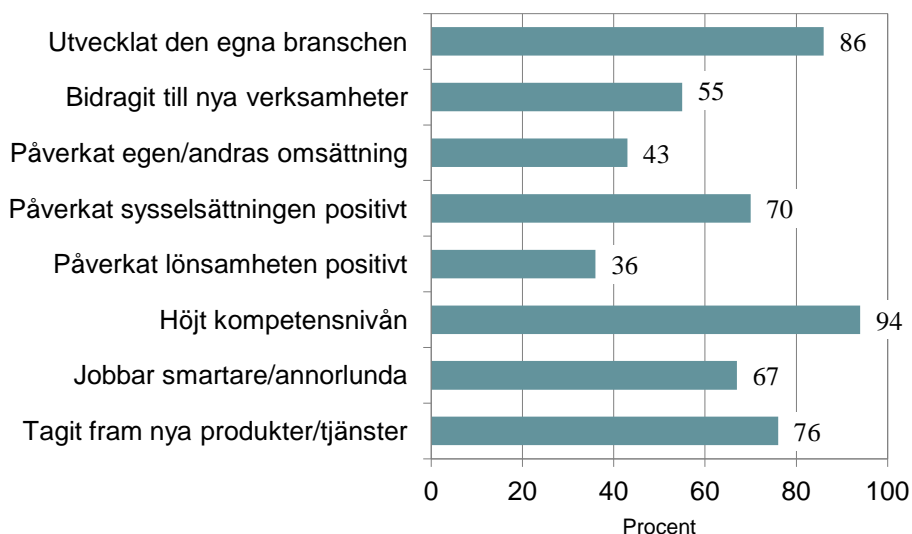
Effekter av stödet

När det gäller att mäta långsiktiga effekter av ett stöd kompliceras frågan av olika orsaker. Dels kan vi konstatera att de olika projekten har olika möjligheter och ambitioner att mäta effekterna. Det kan också vara svårt att härleda effekterna till det enskilda projektet, eftersom så mycket annat kan påverka en utveckling. Exempelvis finns det en allmän trend att vi äter mer ekologisk mat, hur mycket har då projektet som jobbar med att ta fram ett konkurrenskraftigt ekokött påverkat denna trend?

”Det är alltid svårt att mäta effekter. Det finns ingen bevisföring”

” Det har startats upp nya ekoproducenter, producenter sadlar om till ekoproduktion och andelen företag med KRAV-märkta produkter ökar för varje dag. Dessvärre har hon ingen statistik på detta (bortsett från att andelen ekologisk mat ökat från 9% till 25% sen 2008).”

Med detta sagt bedömer ändå de deltagande projekten att ganska tydliga effekter har uppnåtts av stödet. Ett sätt att visa på detta är att sammanfatta andelen i e-postenkäten som uppger att deras projekt haft effekt utifrån olika aspekter som att:



Störst har alltså effekten varit när det gäller att höja kompetensnivån och att utveckla den egna branschen. Att skatta totaleffekterna i form av sysselsättning i hur många arbetstillfällen som skapats, omsättningsökningar och liknande är dock mycket svårt eftersom det är komplicerat att utröna vad som hänt om projekten inte hade genomförts. Majoriteten bland de som drivit projekten är dock övertygade om att de gjort skillnad.

I djupintervjuerna ställdes en spontan fråga inledningsvis vilka effekter man ansåg att projektet haft. Exempel på dessa effekter är:

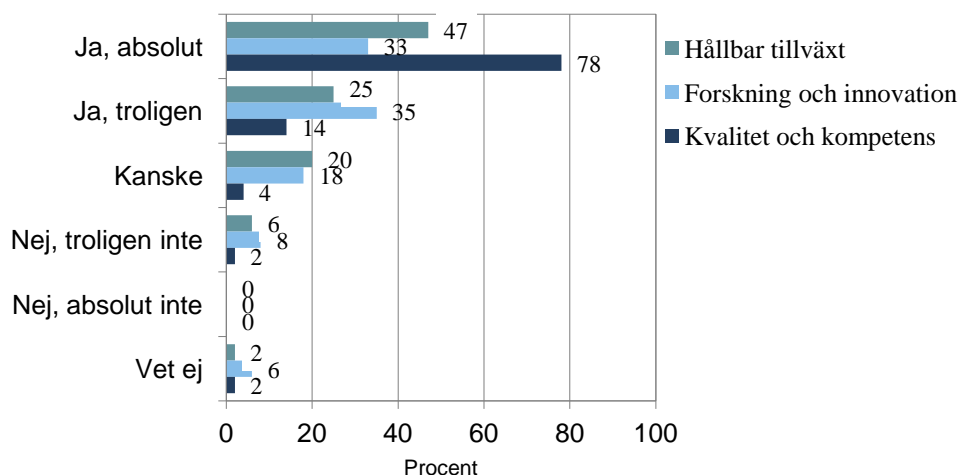
1. Att det egna projektet lett till nya projekt
2. Att utbildningsmaterial tagit fram som även används i andra sammanhang
3. Att man inspirerar andra till en fortsättning, utveckling av den egna idén
4. Att kompetensnivån höjs, exempelvis inom försäljning, att göra bättre ost, skapa effektivare logistikkedjor, utveckla kompetensregistreringsverktyg
5. Att företag förändrar sin inriktning, genom att exempelvis gå över till ekokött eller införa barnmatsedlar
6. Nätverkseffekter, exempelvis genom att LRF och ICA börjar samarbeta, att Findus och Biovelop nu samverkar eller att gårdsmejerier träffas och utbyter erfarenheter och kunskap
7. Att det blir fokus på en viss fråga, att den sätts på agendan. Som exempelvis fallet med svensk vinproduktion
8. Att utvecklas internt och bygga ny kunskap inom den egna organisationen

Men det finns också enstaka åsikter som anser att det måste vara en mer långsiktig satsning för att man ska lyckas. Efter några år upplever många av de som djupintervjuats, vad det ursprungliga projektet lett vidare till. Det är svårt att veta om det är rena tillfälligheter, men det har varit lättare att hitta mer långsiktiga effekter i de projekt som genomfördes 2008 och 2009, än i de senare projekten.

Har målen uppnåtts?

Det finns såväl inriktningsmål som mål för de olika fokusområdena som följts upp. I e-postenkäten följdes dock enbart inriktningsmålen upp. Inriktningsmålen är Hållbar tillväxt, Forskning och innovation samt Kvalitet och kompetens.

I nedanstående diagram kan vi se att majoriteten av de tillfrågade upplever att samtliga mål uppnåtts. Det mål som man är allra mest positiv när det gäller uppfyllandegrad är Kvalitet och kompetens:



Bilden är likartad eller till och med ännu lite mer positiv bland de som djupintervjuats. Nedan redovisar vi ett antal citat som exemplifierar hur målen anses ha uppnåtts:

Hållbar tillväxt:

”Ja, eftersom det lett till att arbets sättet använts i andra projekt som kan leda till mindre matsvinn. Eventuellt kan man tjäna mellan 1-2 miljarder på detta i livsmedelskedjan.”

Forskning och innovation:

”Ja, trots att projektet var litet så var man innovativa. Projektet fick t ex fram nya konsistenser som passar de äldre. Projektet innebar att man flyttade livsmedelsteknik till denna växande målgrupp.”

Kvalitet och kompetens:

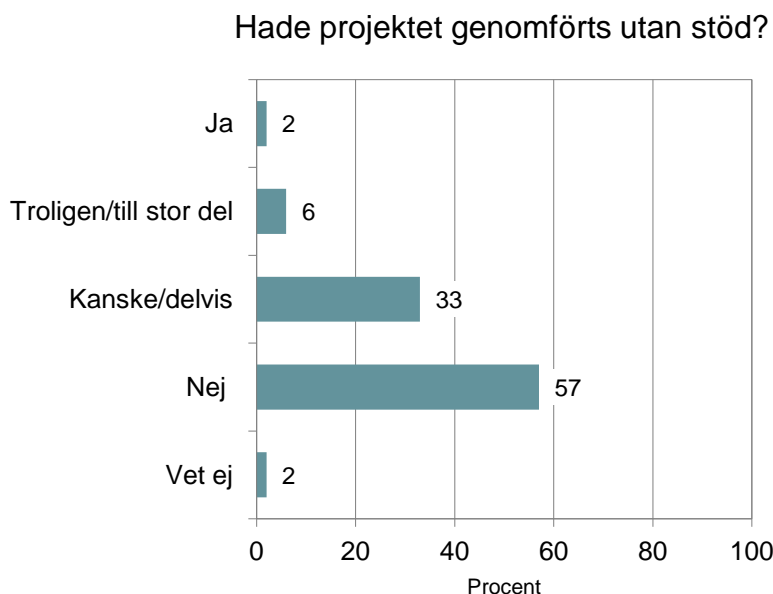
”Definitivt, det var A och O i projektet. Vi producerar nu svenska ostar istället för att kopiera europeiska.”

När det gäller målen för fokusområdena så följdes dessa endast upp i djupintervjuerna och då främst inom fokusområdena primärproduktion, offentlig mat samt förädlad mat. Och de allra flesta anser att målen på ett övergripande plan blivit uppfyllda, även om det fanns enstaka röster som inte tyckte det berörde dem eller att de kunnat göra det. Ett område som man kunde ana hade förbättringsmöjligheter var dock inom upphandlingsområdet. Det är en återkommande kommentar i intervjuerna, att det finns mer att göra när det gäller upphandlingsmålen.

”Ibland säljer vi till kommuner, i så fall till förskolor och äldreboenden. Ibland hamnar vi i presentkorgar när kommuner ska representera, men det går inte under upphandling. Det är en trög process med upphandlingar.”

Som en motvikt till detta uppges av en representant för projektet ”Klimatsmart mat i offentlig sektor”, att ekologisk mat ökat inom den offentliga sektorn från 9% 2008 till 25% i år.

Hur viktigt har stödet och den övergripande satsningen varit för projekten?



”Bedömer du att projektet hade genomförts utan stöd till insatser på livsmedelsområdet?”

I de flesta fall (57%) hade projekten inte blivit av utan stöd. I vart tredje fall (33%) var svaret kanske eller delvis.

Inte i något fall säger de djupintervjuade säkert att projektet hade genomförts på det sätt som det gjordes nu. De flesta (10 st av 17 st) säger att det inte hade genomförts och resterande uppger att det är tveksamt eller att det genomförts, men i mindre omfattning.

Bland de som säger nej finns några exempel och citat:

”Nej. När det gäller barn och mat så finns det annars inga pengar.”

”Nej, inte en chans. Inom detta område finns inget incitament inifrån branschen utan det kräver stöd utifrån.”

Att det är positivt att finnas med i den helhet som livsmedelsstrategin innebar, har också getts exempel på. I ett par fall konstaterar man att det inom livsmedelstrategin fick pengar till projektet och därigenom kunde genomföra det. I projektet ”Bättre skolmat” använde man sammanhanget som ett medel att stärka deltagarna:

”Ja. Har i alla försökt att förmedla att vi finns med i ett större sammanhang (som Matlandet). Detta lyfte deltagarna och gjorde dem stoltare.”

I flera av projekten har det också pekats på att det varit positivt med den medieuppmärksamhet som skapats kring satsningen:

”Den stora medieuppmärksamheten har påverkat positivt. Hela tanken med KRAV och hållbarhet är idag ganska lätt att argumentera kring. Det är inte så många som ifrågasätter det ekologiska perspektivet idag.”

En annan positiv effekt är att ha en vision att arbeta efter, så här resonerar en av de intervjuade:

”Ja, det känns viktigt att någon sätter ett mål att sträva emot, visionärt. Viktigt vad gäller lantbruk och livsmedel. Lätt hänt att man tittar för nära, i det egna arbetet och den egna produktionen annars. Visionen hjälper till att höja blicken, att få lantbrukaren att se att deras arbete bidrar till matupplevelsen i Sverige. Hemma eller på en restaurang. Det gör att de sträcker på ryggen och arbetar lite extra!”

I projektet som arbetade med ambassadkockar upplevde man även att satsningen gjorde att det egna projektet fick en större legitimitet:

”Ja, det har varit lättare att få acceptans för arbetet med detta. I ett annat sammanhang skulle projektet kunnat mötas av skepsis, men satsningen på mat nationellt har gett legitimitet och tyngd. Projekt befruktar varandra på det sättet.”

En väldigt positiv bild av arbetet med att bli ett bra matland kommer från ett projekt som syftar till bättre mat och måltider inom offentlig förvaltning:

”Ja absolut. Det har varit fantastiska år när verksamheten har lyfts! Det gör att det blir positiva effekter långt fram i tiden. Matens roll har lyfts inom vård, skola, omsorg, restaurang och inte minst turistmässigt.”

Även om bilden totalt är positiv finns det också förhoppningar om mer satsningar:

”Hade inte visionen funnits, då hade vi inte fått några pengar och vi forskare letar alltid efter pengar. Dessutom passade matlandssatsningen detta område väldigt bra. Men jag är besviken och ledsen över att vi inte fick fortsatta medel för branschens skull.”

Kapitel 1 Bakgrund, syfte och metod

1.1 Bakgrund och syfte

Jordbruksverket har velat göra en utvärdering av beviljade projekt inom stödet för insatser på livsmedelsområdet under 2008-2011. Stödet till insatser på livsmedelsområdet syftar till att stärka livsmedelsbranschens konkurrenskraft, underlätta företagande, skapa nya arbetstillfällen och bidra till tillväxt i hela livsmedelskedjan.

Utvärderingen syftar till att undersöka vad stödet har bidragit med hur stödet har påverkat lönsamheten hos den slutliga målgruppen, har sysselsättningen ökat och om nya nätverk har skapats.

Indira Basic har varit kontaktperson på Jordbruksverket.

1.2 Metod och svarsfrekvens

Nordiska Undersökningsgruppen har fått i uppdrag att genomföra utvärderingen. Metoden har dels varit en e-postenkät och dels ett antal kvalitativa intervjuer till projekten.

Insamlingsperioden för e-postenkäten har varit mellan 3-20 november 2014. Efter två påminnelser har 51 personer svarat på enkäten vilket ger en svarsfrekvens på 50% utifrån ett nettourval på 102 personer. Från början fanns 107 adresser i registret men 5 st av dessa har ”studsats” tillbaka på grund av felaktigheter. I grunden fanns 181 projekt, men eftersom många projekt pågått som en fortsättning under flera år, återstod endast 107 projekt att utvärdera i slutändan, när registret rensats från projekt som varit återkommande. Svarsfrekvensen bedömer vi som relativt god, inte minst med tanke att det var några år sedan som projekten genomfördes.

Framförallt kan vi konstatera att det är en relativt svag svarsfrekvens bland projekten från 2009 (26%), men från 2008 var det en relativt god svarsvilja (47%). Bland projekten som senast genomfördes 2010 är svarsfrekvensen bäst (59%) och bland de från 2011 ungefär som snittet (47%). Det är färre svar från de tidiga åren också beroende på att många projekt ju fortsatt i flera år. Det gör att 12 st av svaren är från projekt som inte fortsatt efter åren 2008/2009 och resterande 39 svar från åren 2010/2011.

Vi har också gjort en bortfallsanalys per fokusområde, men i de större områdena (ex förädling/livsmedelsförädling, ekologiskt och primärproduktion) kan vi inte se att någon grupp avviker på ett sätt som gör att något område är särskilt under- eller överrepresenterat. Svarsfrekvensen i dessa tre grupper varierar mellan 43-54% vilket gör att det handlar om enstaka svar i variation, i förhållande till totalpopulationen för respektive fokusområde.

Kvalitativa intervjuer har gjorts med 17 projekt av 20 möjliga. En person har ej nåtts trots såväl påstötningar per mail och telefon, en person har varit bortrest under insamlingsperioden och i ett projekt fanns det ingen kvar i organisationen som kunde svara på våra frågor.

1.3 Redovisning

Eftersom vi strävat efter att följa samma struktur i såväl e-postenkäten som i djupintervjuerna redovisas de under samma delkapitel, där så är möjligt. Djupintervjuerna sammanfattas dock endast i denna rapport och en mer detaljerad sammanställning finns i en bilagerapport.

Kapitel 2 Resultatredovisning

2.1 Vilka effekter har uppnåtts?

Denna fråga ställdes endast öppet på detta sätt till de som djupintervjuades och inte i e-postenkäten.

Dessa projekt har lett till en mängd olika effekter. Samtidigt kan det ibland vara svårt att veta exakt vilken betydelse det enskilda projektet haft och vad som hänt ändå. I ett av projekten uttrycker man sig så här: *”Det är alltid svårt att mäta effekter. Det finns ingen bevisföring”*. Att det finns andra påverkansfaktorer som exempelvis en allmän trend är också något som Ekoköttsprojektet tar upp.

Det är dock tydligt att det nu efter några år är många som nu kan se vad det ursprungliga projektet lett vidare till. Det är svårt att veta om det är rena tillfälligheter, men det har också varit lättare att hitta mer långsiktiga effekter i de projekt som genomfördes 2008 och 2009, än i de senare projekten. I nästan alla projekt pekar man dock på effekter, men i två fall tycker de tillfrågade spontant inte att det finns några större effekter.

En vanlig effekt som flera tar upp är att det första projektets arbete lett till vidareutveckling inom området och leder till nya projekt. Ett sådant exempel är ”Se till din marknad” från 2008 som ledde till ett samarbetsprojekt mellan LRF och ICA (Edsbacka-logistik) som gör att producenterna nu fått in sina närproducerade varor på lokala ICA-butiker. Samma projekt upprepades sedan inom området landsbygdsturism med liknande inriktning. I det projekt som tog fram ett arbetssätt för att få en effektivare logistikkedja för McDonalds och deras leverantörer, har detta arbetssätt använts i andra projekt för att exempelvis få ner svinnet i matkedjan. Utbildningsmaterial som tagits fram och används i andra sammanhang, nämns också i ytterligare ett par projekt som en effekt. Även nya utbildningar har startats upp, exempelvis kring barnens måltider vid högskolan i Kristianstad.

Att inspirera andra till en fortsättning märks inte minst på de projekt som riktar sig kring barnens måltider, skolmåltider etc. Trenden att starta tävlingar och utse bästa skolrestaurang har spridit sig och nu gör kommunerna egna utnämningar. Att genom goda exempel sätta fokus på detta område och lyfta de som arbetar med barn och mat är en effekt ett par av dessa projekt tar upp.

Att höja kompetensnivån inom dessa branscher, men även inom försäljning och marknadsföring har också lett till klara effekter. Andra typer av kompetenshöjning finns inom att göra bättre ost, få effektivare logistikkedjor, utveckla kompetensregistreringsverktyg och utveckla sin måltidspolicy.

Att företag förändrar sin inriktning och börjar med ekokött, har barnmatsedlar eller går över till ekologisk produktion är andra tydliga effekter som tas upp. Exempelvis att antalet företag med ekologisk produktion ökade från 1878 st 2009 till 2306 st 2010, att produktionen av ekologiskt griskött kommer att öka med 50% eller att man i år kommer att ha ökat andelen ekologisk mat i den offentliga maten till 25% (från 9,3% 2009). Sedan kvarstår den tidigare frågan om vad som är trend och hur mycket projektet påverkat.

En annan effekt beror på att man sammanför olika företag med varandra. Ett exempel på dessa nätverkseffekter är att företagen Biovelop och Findus nu har ett varaktigt samarbete, ett annat att LRF och ICA samarbetar inom projektet Edsbacka-Logistik. Men också att projekten har en social aspekt för exempelvis de små gårdsmejeristerna, att det är viktigt att träffas och utbyta erfarenheter.

Flera av projekten upplever också att det varit viktigt att det sätts fokus på de frågor som projektet tar upp och att det också varit en viktig effekt. Och att det varit ett viktigt syfte att skaffa uppmärksamhet kring området. Det gäller exempelvis barn och mat (som varit tacksamt ur medial synvinkel), hur mat och måltider används i diplomatiska sammanhang och att det finns möjligheter i svensk vinodling.

Att utvecklas internt och att bygga ny kunskap inom den egna organisationen, är en effekt som ganska många av projekten tar upp. Ibland som en bieffekt av projektet och ibland är det ett av syftena med det. Några citat kring detta är:

”Vi har utvecklat de organisatoriska kunskaperna internt. Man lär sig hur man driver ett projekt.”

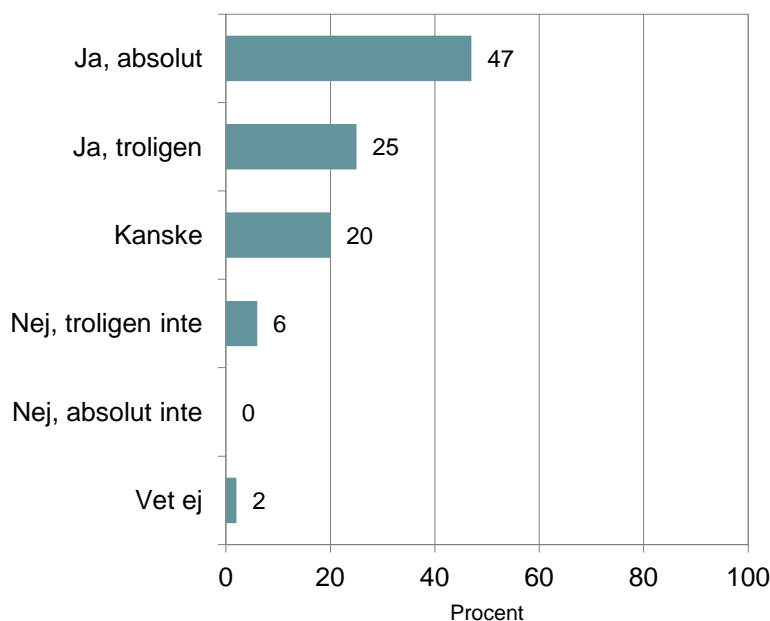
”För SIK’s del innebar projektet att man fick möjlighet att arbeta med tillämpad produktutveckling vilket är ovanligt. Detta lärde sig SIK mycket på.”

Det finns också en rad andra exempel på effekter som bloggar och appar som utvecklats, hur en äggproducent startat export till Danmark och att McDonalds själva hört av sig till SIK och föreslår nya projekt.

Men det finns också enstaka röster som önskar att satsningen var mer långsiktig:

”Men för att nå mer långsiktiga effekter krävs mer pengar. Om det verkligen satsats hade vi kunnat få igång ett vincentrum – men det har ej lyckats ännu. Men tanken lever ännu via Lunds Universitet och att den tanken fortfarande lever är bland annat ett resultat av projektet.”

2.2 Projektets bidrag till målet om en förbättrad hållbar tillväxt



Figur 2.1 "Har projektet bidragit till målet om en förbättrad hållbar tillväxt?" (fråga 1a)

Att satsningen bidragit till målet en förbättrad hållbar tillväxt står ganska klart utifrån projektens bedömning. Nästa tre av fyra projekt uppger att det troligen eller absolut bidragit till målet.

Även när det gäller djupintervjuerna anser åtminstone 13 st av de tillfrågade, att de bidragit till målet. Resterande är mer tveksamma även om det ibland handlar om hur modig man är i sina egna bedömningar. Så här motiverade en av de tveksamma effekterna:

"Följer man de regler som satts upp så bör det leda till hållbar tillväxt, eftersom fokuset har varit på närodlat och ekologiskt. Rimligtvis har projektet långsiktig effekt, inte bara för nu."

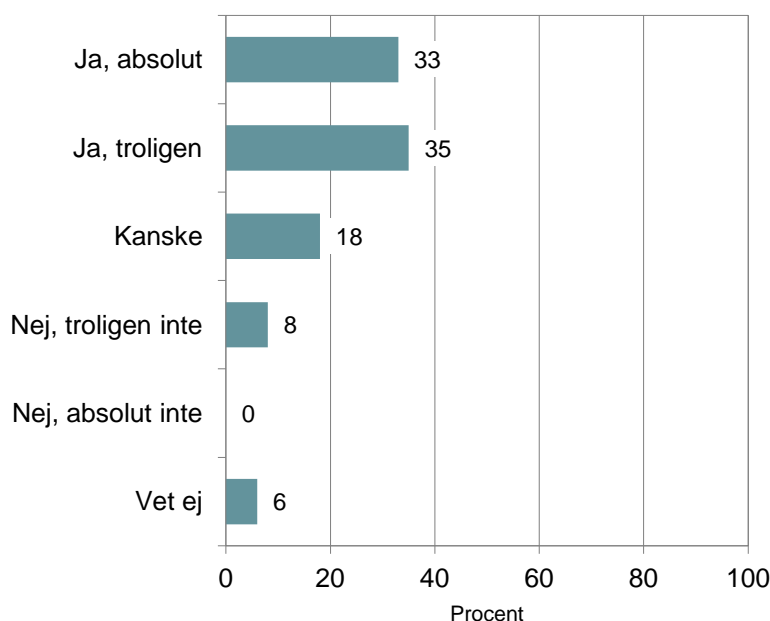
Projektet som bidrar handlar bland annat om ekokött, att få offentlig sektor att köpa närodlat eller ekologiskt eller att minska matsvinnet i matkedjan. I ett projekt, som handlar främst om att öka kompetensen i att marknadsföra sig, motiverade projektledaren sitt bidrag till målet på följande sätt:

"Ett exempel är en äggproducent i Grästorps kommun som kom på att hon kunde använda sina trasiga ägg för att producera glass. Eftersom bara gulan används för att göra glass kom hon sedan på att hon kunde göra maräng av vitan."

I ett annat projekt så pekar man på att ett nytt arbetssätt kan leda till stora vinster:

"Ja, eftersom det lett till att arbetssättet använts i andra projekt som kan leda till mindre matsvinn. Eventuellt kan man tjäna mellan 1-2 miljarder på detta i livsmedelskedjan."

2.3 Projektets bidrag till målet om mer och bättre forskning och innovation



Figur 2.2 "Har projektet bidragit till målet om mer och bättre forskning och innovation?" (fråga 1b)

För målet Forskning och innovation är den övergripande bilden tämligen lik den som gäller för Hållbar tillväxt. I e-postenkäten är det något lägre siffror men drygt två av tre projekt anser att de bidrar till detta mål.

De flesta av de som djupintervjuats känner att de bidragit på något sätt till målet medan ett par-tre stycken är mer tveksamma. I några fall har det förekommit forskning som också lett till vetenskapliga rapporter. I ett fall har deltagarna också fungerat som testgrupp för forskare kring ekokött. Forskare har också varit delaktiga i flera projekt. Något projekt har också utmynnat i ny forskning, även om det inte varit huvudfokuset.

Men oftast handlar det mer om utveckling och innovationer. Ett exempel har varit produktutveckling av mat till äldre:

"Ja, trots att projektet var litet så var man innovativa. Projektet fick t ex fram nya konsistenser som passar de äldre. Projektet innebar att man flyttade livsmedelsteknik till denna växande målgrupp."

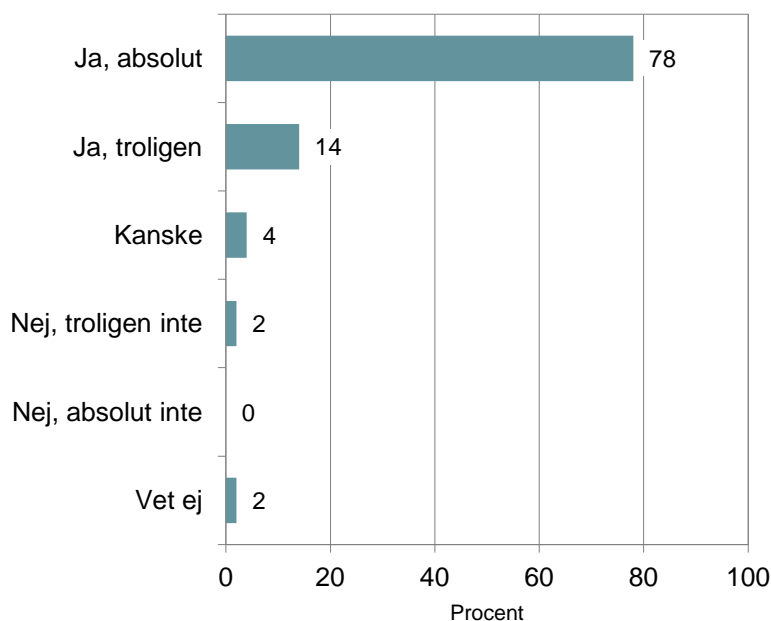
Ett annat exempel på hur producenter inspirerats till nya produkter:

"Inte forskning, men det har kommit nya innovationer. Exempelvis genom att ett företag utvecklats som smaksätter honung på nya sätt, exempelvis med ingefära och andra olika smaker."

Ett tredje exempel handlar om att man utvecklat nya arbetsmetoder som går att använda även i andra sammanhang:

"Ja, det har ju levt vidare genom att de arbetsmetoder som togs fram. Genom att använda det tänket kan man producera mer efterfrågestyrt och därmed minska svinnet."

2.4 Projektets bidrag till målet om en förbättrad kvalitet och kompetens



Figur 2.3 "Har projektet bidragit till målet om en förbättrad kvalitet och kompetens?" (fråga 1c)

Slutligen har vi frågat om målet Kvalitet och kompetens. Detta mål är det som projekten är mest övertygade om att de uppfyller och bidrar till. Detta gäller såväl de som besvarat e-postenkäten (92% svarar Ja absolut eller Ja troligen) som de som djupintervjuats.

I djupintervjuerna är enda undantaget egentligen det projekt som handlade om en Svensk Vinakademi och där handlade om att man inte tyckte att satsningen varit tillräckligt långsiktig för att man skulle komma så långt, men att det var dit projektet egentligen velat komma:

"Just nu är området ganska bromsat. Om vi ska ha en vinbransch måste vi in och kvalitetssäkra."

För andra projekt är det just kvalitet och kompetens man bäst anser att man bidrar till:

"Definitivt, det var A och O i projektet. Vi producerar nu svenska ostar istället för att kopiera europeiska."

"Projektet har bidragit till ökad kunskap för politiker, offentliganställda och engagerade föräldrar på de orter där kurserna genomfördes."

"Ja, det är framförallt det som projektet har handlat om. Ett exempel är att alla restauranger som deltar på Ålands skördefest är certifierade enligt Barnens Bästa Bord."

"Ja definitivt. Vi gick mot begreppet "skolkock" istället för "mattant". "skolrestaurang" istället för "matbespisning"."

2.5 Om projektet bidragit till fokusområdets mål

I djupintervjuerna ställdes även frågor kring fokusområdenas mål, detta gjordes dock inte i e-postenkäten då man tyckte det blev alltför komplicerat att göra det med den metoden.

Det är få projekt bland de djupintervjuade, som bidrar till alla de mål som satts upp för de olika fokusområdena, men de flesta bidrar på något sätt. Det är dock inte alltid som fokusområdet mål passar in på de olika projekten. Exempelvis är det svårt att härleda måluppfyllandet inom förädlad mat för ett projekt som handlar om kompetensregistreringsverktyg för livsmedelsbranschen.

När det gäller *målen inom primärproduktionen* handlar det mycket om ekologiska satsningar. Att det nu finns en högre konkurrenskraft och exempelvis en fördubbling av ekologiskt nöt- och lammkött är ett exempel på mer långsiktiga effekter. Dock har man inte lyckats sprida ekoköttsproduktionen över hela landet och heller inte lika bra när det gäller griskött. Upphandlingsområdet är också ett där det finns fler utmaningar kvar.

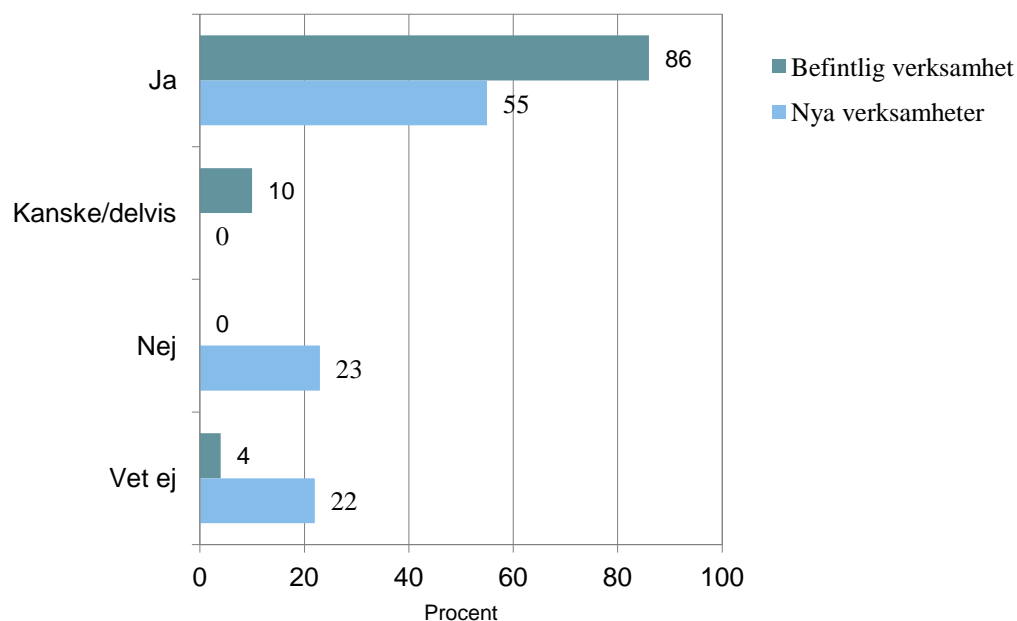
Upphandlingar berörs också i *målen för offentlig mat* som representerades av 6 stycken projekt. Det som några av projekten har bidragit till är att utforma policys och råd till de som handlar upp mat för att exempelvis göra den mer klimatsmart. I vilken omfattning det skett kan vi dock inte avläsa. Det andra målet handlar om att höja kvalitén på de offentliga måltiderna och det anser flera projekten att de gjort. Exempelvis genom att höja statusen på personal och skolrestauranger, att minska kemiska bekämpningsmedel och handelsgödsel i produktionen, att underlätta för kommunerna att öka andelen ekologisk mat vid offentlig upphandling och att det lagas mer mat från grunden nu än tidigare.

Det andra stora fokusområdet är *förädlad mat*. Målen handlar här om att antalet livsmedelsföretag ska öka, att de ska öka sin exportandel och att de ska vinna fler upphandlingar. För tre av projekten tycks bidragen varit ganska små, men för resterande tre tycks målen överensstämma väl med vad de gjort. Bidragen som funnits till dessa mål har varit att de blivit bättre på att paketera och sälja sina produkter. Många primärproducenter har startat utvecklingsgrenar där de förädlar sina produkter och exempelvis börjat sälja köttlådor, glass och maräng. Antalet gårdsmejerier har ökat från 70 st 2008 till 85 st i år och några av dessa har också börjat med export. Men när det gäller upphandling tycks det även inom detta fokusområde finnas ett visst motstånd, projektet som arbetat med gårdsmejerier uttrycker det så här:

”Ibland säljer vi till kommuner, i så fall till förskolor och äldreboenden. Ibland hamnar vi i presentkorgar när kommuner ska representera, men det går inte under upphandling. Det är en trög process med upphandlingar.”

I övrigt har det funnits ett projekt som verkat inom fokusområdet restaurang, där man anser att man bidragit till målen när det gäller nischen barn. Och ett projekt som arbetat inom fokusområdet ekologiskt där det inte finns några mål uppsatta.

2.6 Om projektet bidragit till utveckling av befintliga och nya verksamheter



Figur 2.4 "Har projektet bidragit till utveckling av din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?" (fråga 2)

"Har projektet bidragit till att nya verksamheter startats?" (fråga 3)

Nästan 9 av 10 (86%) upplever att projektet bidragit till den befintliga verksamhetens utveckling. Bland de som besvarat enkäten så är den vanligaste motiveringen att det tillförts mycket kompetens och erfarenheter samt nya kontakter och utvecklingsmöjligheter. 55% uppger att projektet bidragit till att nya verksamheter har startats. Det handlar inte enbart om företag, utan också om nya organisationer, nya idéer och nya sätt att arbeta.

När det gäller att utveckla verksamheterna, såväl befintliga som nya, är det en frågeställning som ger många och engagerade svar i den kvalitativa studien. För de flesta verksamheter så innebär det en utveckling och i något fall har det varit det som varit det enda resultat man varit säker på:

"För egen del innebar projektet främst att man fick bättre koll på hur utbildningsmaterialet skulle målgruppsanpassas."

Det är också tydligt att de tidigare projekten från 2008 och 2009 har haft det lättare överlag att peka på hur verksamheter utvecklats. Det kan handla om bagerier som nått ut till butikerna, köttlådor som säljer bra, rapsolja som smaksätts med citron eller timjan och äggproducenten som tog hand om sina trasiga ägg och gjorde glass av gulan och maräng av vitan. Nya verksamheter har också startats upp inom ekokött och det finns idag fler gårdsmejerier än då projektet startades. Men ibland är det svårt att härleda effekten enbart till projektet. Så här uttrycker EkoMatCentrum det:

"Det har startats upp nya ekoproducenter, producenter sadlar om till ekoproduktion och andelen företag med KRAV-märkta produkter ökar för varje dag. Dessvärre finns ingen statistik på detta (bortsett från att andelen ekologisk mat ökat från 9% till 25% sen 2008)."

Utveckling av verksamheter kan också handla om kompetens, att starta nya trender, använda nya arbetsmetoder och få nya nätverk. Exempel på detta är:

”Gårdsmejerierna producerar och säljer allt de får fram. Det finns avsättning för allas produkter. Alla har inte som mål att exportera, utan alla har olika mål. Huvudsakliga målet var att de skulle bli mer kompetenta och producera bättre produkter, vilket vi har uppnått.”

”Ja, här finns många exempel. Tävlingsrenden. Exempelvis tror vi att ”White guide junior” är ett sådant projekt som inspirerats av vårt. Kommunerna har nu gjort egna aktiviteter och tagit fram egna goda exempel.”

”Inom SIK har vi genom detta projekt fått fram nya arbetsmetoder och vidareförädlat dessa, som vi även använder i andra projekt. För deltagarna – ja, de fick nya konkreta förslag om att exempelvis öka staplingshöjden och därmed minska antalet transporter.”

”Vi har fått kontakt med ett europeiskt nätverk. Vi började leta efter forskningsresultat på grund av projektet och hittade då ett europeiskt nätverk. Idag deltar vi och är medlemmar. Organisationen är registrerad inom EU med säte i Paris, och har 12 medlemmar. Detta tror jag kommer leda till ännu mer utveckling. Enormt inspirerande.”

Ja, på vilket sätt har det utvecklats befintlig verksamhet? (kommentarer i e-postenkäten):

- Det har tillfört mycket ny kompetens och erfarenhet som vi har haft nytta av i den fortsatta verksamheten, **10 st**
- Nya kontakter och utvecklingsmöjligheter, **5 st**
- Ökat det ekologiska i offentlig sektor, **2 st**
- Alla landets kockar med ambitioner stimuleras av projektet
- Bättre industrikontakt mellan bagerisektorn och SIK
- Certifiering, metod, kunskapsöverföring
- Den är grunden i företaget
- En medvetenhet om hälsosammare charkprodukter
- Ett ökat fokus på bär generellt, samt vidareförädling av bär med fokus på aktiva komponenter i de olika delarna i bäret
- Fler företag har haft möjlighet till utbildning
- Fokus på området för oss och medlemmarna i föreningen
- Genererat mer kunskap som kan användas för att förbättra nuvarande förpackningslösningar
- Gett nya insikter
- Kunskap och förståelse för att arbeta med minskat svinn i livsmedelskedjan
- Ledande inom ekoinformation idag
- Mer fokus på fetter och choklad
- Ny beröringsfri sensortechnologi
- Nya arbetssätt - nya modeller
- Projektet bidragit till en disputation och Lic
- Satsning på närproducerat foder är en direkt följd av projektet
- SMF
- Småskaliga producenter har fått en arena för att ta steget in på restauranger både regionalt och nationellt
- Stärkt den svenska gastronomi i världen och vårdat Sveriges kulinariska arv
- Vi har adderat en ny produkt till marknaden
- Vi har bidragit med kompetens och en mötesplats för olika företag för att diskutera gemensamt tema
- Ökad kunskap om ekologisk odling och råvaror samt matlagning
- Ökad omfattning på ekologiska livsmedel
- Ökade kunskaper. Förbättrad logistik
- Ökat fokus på innovation
- Ökat kunskap och bättre praktik
- Ökat kunskap och kompetens kring hållbar tillväxt i restaurang hos oss och hos restaurangerna

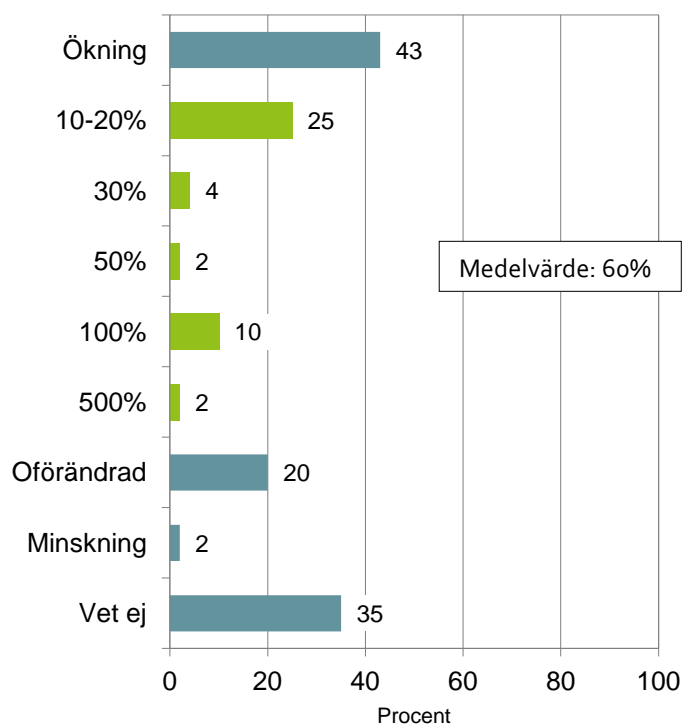
Kanske/delvis, på vilket sätt? (kommentarer i e-postenkäten):

- Kunskap och förståelse kring sojaproduktionens miljöpåverkan och bekämpningsmedelsanvändning
- Ny kunskap har genererats vilket har haft positiv påverkan på utvecklingen
- Spridning av kunskap
- Vi har fortsatt vårt arbete på samma spår
- Ökad kunskap om livsmedels klimatpåverkan

Ja, vilken typ av ny verksamhet har startats? (kommentarer i e-postenkäten):

- Alla landets krogar med höga ambitioner
- Allt från lantbruk som ställer om till företag som satsar på ekologiska livsmedel, från litet till mångmiljonbelopp
- En ny organisation, Organic Sweden, har bildats för ett mer konkret samarbete kring ekologisk produktion och konsumtion
- Etablerat konceptet Svensk unggris som numera är en produkt hos grossisterna. Det är framförallt restauranger som är köpare av råvaran
- Fler ekologiska lantbrukare och utökad produktion på befintliga ekogårdar
- Fler ekoproducerande företag i Sverige
- Fler klimatsmarta åtgärder på gårdsnivå, många fler lantbrukare som talar och tänker klimatåtgärder
- Flow-Viz spin-out förbereds
- Frilansande kockar som utbildar
- Inte ny men utökning i befintliga anläggningar
- Inte verksamheter, men väl projekt om svinn och livsmedelssäkerhet. Just nu en aktuell fråga i vissa interna grupparbeten med företag
- Integrering av ekologiskt tänkande i både utbildning och kocknätverk
- Livsmedelsföretag
- Mentorskap
- Nya branschriktlinjer och mer fokus på länet är resultatet som vi fortsätter än idag att arbeta med
- Nya utbildningar som får in ekologiskt och närproducerat på ett hållbart och lönsamt sätt
- Nytt projekt uppstartat tillsammans med bl.a. SIK, Institutet för Livsmedel och bioteknik
- Samarbeten kring transport och utnyttjande av befintliga resurser
- Samarbetet mellan producenter
- Småskalig livsmedelsproduktion och även restaurangers profilering mot högkvalitativa småskaligt producerade råvaror
- Stimulerat till nya producenter
- Storsatsning på närproducerat foder ihop med LRF och Växa Sverige
- Större kvantiteter hos befintliga aktörer. Nya aktörer som klivit in på marknaden för ekologiska livsmedel
- Uppstart av småskalig livsmedelsförädling. Förbättrad marknadsanpassning för befintliga företag. Ökad omsättning i befintliga företag med inriktning på småskalig livsmedelsförädling
- Utveckla småskaliga livsmedelsproducenter
- Vi har drivit idéerna vidare själva
- Vi startade Visthuset tillsammans med annat företag och vi fick en mycket bra start, men konkurrensen från Facebook blev sedan övermäktig
- Vår marknadsinformation avgör många gånger om man satsar på eko eller inte

2.7 Projektets påverkan på omsättningen



Figur 2.5 "Hur skulle du bedöma att projektet påverkat omsättningen i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?" (fråga 4)

I e-postenkäten uppger 43% av de tillfrågade att deras egen eller deltagarnas omsättning har ökat. Detta med i genomsnitt 60%, även om de flestas omsättning ökat med mellan 10-20%. Liknande andelar som ökat sin eller andras omsättning återfinns i djupintervjuerna. Åtta av projekten anser att deltagarnas omsättning ökat och i ytterligare några fall har även den egna omsättningen stärkts.

I de flesta fall handlar det om uppskattningar, men det finns också viss statistik att tillgå. Ett exempel är ekologiskt kött där man hävdar att priset gått upp med 40%, vilket naturligtvis ökat omsättningen. Ett annat sätt att öka omsättningen är att bli bättre på att producera och slänga mindre misslyckad produktion, som i exemplet med gårdsmejerierna. I projektet med "Klimatsmart mat" konstaterar man att eftersom andelen ekomat ökat från 9% till 25% så måste omsättningen också ha ökat. Ett annat exempel handlar om att vissa restauranger ökat sin omsättning genom att satsa på barn:

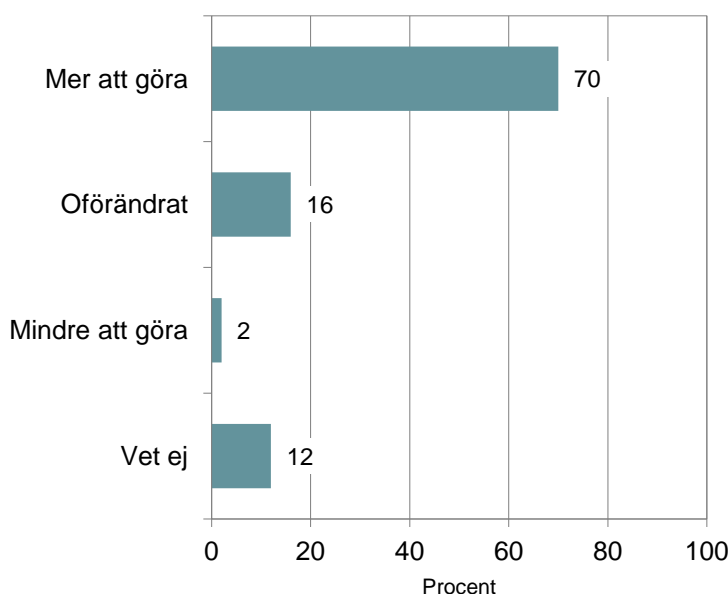
"Ett exempel är en restaurang som hon vet ökade sin omsättningen genom att införa en sk "kids-hour", där barn fick äta till halva priset under vissa tidpunkter."

Det är dock endast i projektet "Se till din marknad" vi har fått ta del av en undersökning bland deltagarna där omsättningsökningen mätts upp:

"46% av de som deltagit i kurserna hade ökat sin omsättning 1-2 år efter att de genomgått kursen. Hur långvariga effekterna är vet vi inte säkert, men de exempel som tidigare nämnts är tecken på att det även finns tydliga långvariga effekter."

Det finns konsulter som uppger att deras egen omsättning ökat med 5-7% och för matkonsulterna runt om i landet beräknas omsättningen ökat med i snitt 25%, i ett av projekten.

2.8 Projektets påverkan på sysselsättningen



Figur 2.7 "Har projektet gjort att man i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet, fått mer eller mindre att göra?" (fråga 5)

I 7 av 10 projekt uppges i e-postenkäten att man fått mer att göra jämfört med tidigare i form av fler kunder, nya uppdrag, nya projekt, nya målgrupper etc.

När det gäller djupintervjuerna liknar slutsatsen för sysselsättningen den för omsättningen även om det inte kvantifierats i lika hög grad. De tidiga projekten har lättare att peka på ökningarna än de senare och det är knappt tio av projekten som kan peka på sysselsättningsökningar. Effekter av satsningar kan vara som för gårdsmejeriet att man börjar med lite timanställningar. Andra effekter kan finnas i kommande led där produktionen av ekokött ökar:

"Ja. När produktionen ökar blir det fler arbetstillfällen. Men även på andra håll såsom småskalig slakt och gårdsrestauranger. Färre som jobbar på traktorn men fler som jobbar med eftermarknaden såsom restauranger."

I projektet "Se till din marknad" gavs fyra exempel på hur sysselsättningen ökat:

"Bageriet – framförallt deltar fler i familjen nu i verksamheten. Tror att det skapat ett par arbetstillfällen extra.

Köttlådorna – de har nyligen anställt en person

Gunnarshögs gård – de har växt och blivit fler

Glassföretaget – om inte annat har återförsäljarna ökat. Dessutom har de byggt ut och själva bygget har ju skapat arbetstillfällen."

En annan aspekt som återigen dyker upp är frågeställningen om vad som kan härledas ur just det egna projektet, här i relation till LRF's olika nätverk:

"För deltagarnas del så har sysselsättningen definitivt ökat, men de kan inte nämna några siffror och deltagarna förekommer i ett flertal av LRF's olika nätverk vilket gör det svårt att svara på vilket enskilt projekt som fått företagen att växa."

Projekten påverkas också av den allmänna utvecklingen inom lantbruket. Även om efterfrågan på ekologisk produktion är stor kan utvecklingen påverkas av den generella utvecklingen:

”Lantbrukarna har definitivt större sysselsättning. Det finns dock två tydliga utvecklingar. Precis som 2009-2010 är det en intensiv omlägningsfas nu. Efterfrågan hos slutkonsument är större än vad våra medlemmar kan producera. Samtidigt är det fler som slutar. Lantbruksprogrammet med femårsintervall tar slut, dåliga priser, hög snittålder och svaga politiska signaler gör att fler väljer att inte fortsätta med lantbruket.”

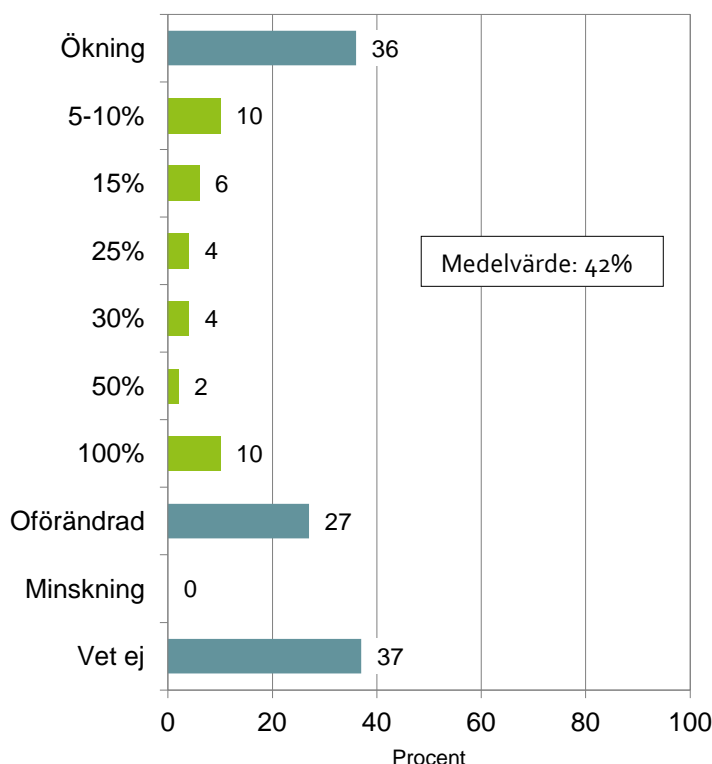
Mer att göra, på vilket sätt? (kommentarer i e-postenkäten):

- Behov av kunskapsinhämtning för att förstå komplicerade samband
- De utbildade Mästarna har fått bättre arbetsuppgifter, får ny anställningar etc
- Efterfrågad expertkompetens
- Ekomarknaden har exploderat
- Fler gäster på restaurang och fler utbildningsplatser för kockar och konditorer
- Fler kunder och ökat intresse för hållbarhetsfrågor i vårt företag
- Fler produkter för industripartnern, mer utvecklingsprojekt på SIK
- Fler uppdrag, bättre produktlanseringar
- Genom att delta i nätverk lyfts frågor upp som de sedan har bearbetat hemma
- Genom att nya produkter som är klimatsmarta tas fram bidrar det till mer jobb
- Internationella gästspel och utbildningar med svensk traditionell gastronomi
- Konsultativt stöd, databearbetning och spridningsinsatser
- Kurser, föreläsningar, nätverksbygge, seminarier
- Mer arbete med offentlig sektor - fler kurser etc
- Mer projekt med fokus på bär
- Mer uppdrag på choklad, fetter, ultraljud
- Mer utbildning av andra grupper
- Ny produkter och affärsmöjligheter
- Nya arenor - målgrupper
- Nya branschriktlinjer, mer frågor kring ämnet. Kompetenslyft
- Nya kunder och projekt som resultat av referensen
- Nya utbildningar och de som har gått dem har blivit mer lönsamma, ekologiska och närproducerande
- Nytt projekt uppstartat
- Nytt regelverk har antagits och program håller på att uppdateras
- Organisationer som arbetar med sojafoder behöver lägga mer tid på förbättringar
- Projektet har krävt mycket stöd av organisationen, PR, nätverk, konceptutveckling
- Småskaliga producenter har fått en logistik och marknadskanal till restaurang
- Stort intresse ifrån många branscher
- Tillväxt i företag och nya företag
- Utökad kompetens har bidragit till nya möjligheter hos företagen
- Vi har utvecklat verksamheten med fler tidningar, mer tjänster m.m
- Ökad efterfrågan på lokalt producerad mat
- Ökat intresse från bönder genererar merjobb

Mindre att göra, varför? (kommentarer i e-postenkäten):

- Man har kunnat hänvisa till mentorer

2.9 Projektets påverkan på lönsamheten



Figur 2.8 "Hur bedömer du att lönsamheten påverkats i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?" (fråga 6)

I drygt var tredje projekt har lönsamheten påverkats i den egna eller andra verksamheter som berörts av projektet. I genomsnitt med 42%.

I djupintervjuerna finns det inte alltid siffror på hur lönsamheten utvecklats även om man bedömer det i alla projekt utom fyra stycken. Precis som när det gäller omsättningen finns dock i projektet "Se till din marknad" siffror vi har fått ta del av:

"37% av de som deltagit i kurserna hade förbättrat sin lönsamhet 1-2 år efter att de genomgått kursen."

Även i ett projekt med liknande syfte "Vägen till marknaden" anser man att lönsamheten förbättrats för många. En del av bedömningarna bygger på uppgifter från enstaka fall, som i projektet "Klimatsmart mat i offentlig sektor":

"Den största grossisten till offentlig sektor säger idag att det faktiskt lönar sig att leverera ekologiskt – förr om åren var detta ett nödvändigt ont och en förlustaffär."

I flera fall är den förbättrade lönsamheten kopplad till att man säljer mer, men många gånger kan också en förbättrad produktion eller en förbättrad logistik göra lönsamheten bättre:

"Färre ostar slängs på grund av dålig produktion och det bör öka lönsamheten."

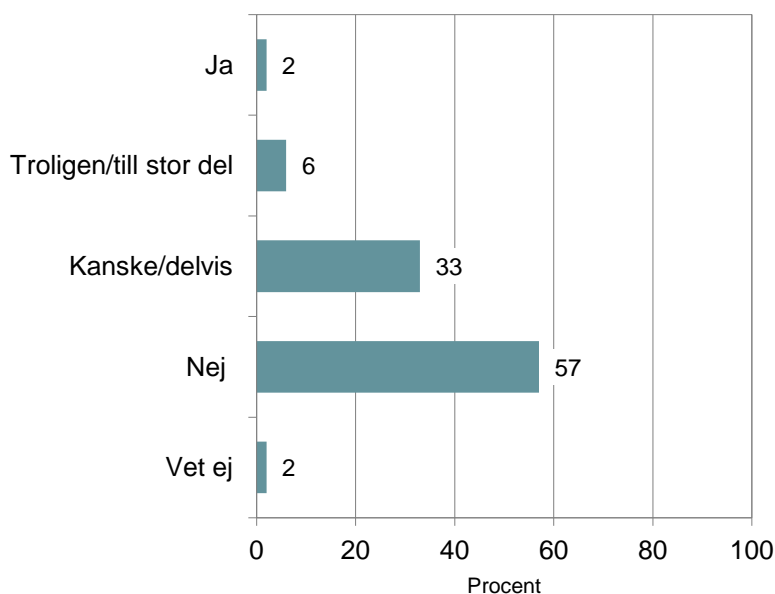
"Ja, de räknade på det. Det fanns bland annat tydliga vinster genom att en tätare packning

förbättrade hållbarheten för den skurna salladen och genom att man staplade bröden på ett bättre sätt. Det skapade vinster för ex McDonalds, men dessa uppgifter är konfidentiella. Det skapade också vinster utifrån klimatpåverkan.”

Ett exempel på varför man inte alltid kan förvänta sig en ökad lönsamhet, tas från projektet kring en ekologisk grundkurs:

”Nej, och detta var inte heller syftet med projektet. Förhoppningsvis har några av eleverna fått med sig det ekologiska perspektivet ut i arbetslivet och därigenom bidrar till mer och bättre mat.”

2.10 Genomfört projekt utan stöd till insatser på livsmedelsområdet



Figur 2.9 "Bedömer du att projektet hade genomförts utan stöd till insatser på livsmedelsområdet?" (fråga 7)

I de flesta fall (57%) hade projekten inte blivit av utan stöd. I vart tredje fall (33%) hade det endast delvis blivit av eller också är det tveksamt om det skulle bli av.

Inte i något fall säger de djupintervjuade säkert att projektet hade genomförts på det sätt som det gjordes nu. De flesta (10 av 17 st) säger att det inte hade genomförts och resterande uppger att det är tveksamt eller att det genomförts, men i mindre omfattning.

Bland de som säger nej finns några exempel och citat:

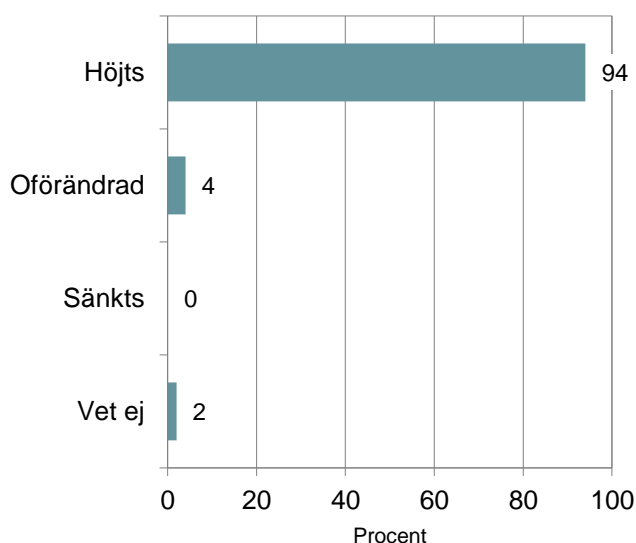
"Nej. När det gäller barn och mat så finns det annars inga pengar."

"Nej, inte en chans. Inom detta område finns inget incitament inifrån branschen utan det kräver stöd utifrån."

Några pekar på att projektet skulle bli av, men pekar på att det inte alls hade blivit samma omfattning och också att det är viktigt att få med Jordbruksverket för att andra också ska vara med att bidra:

"Stöd från myndigheter legitimerar ett projekt som gör att det privata näringslivet blir villiga att satsa tid och resurser."

2.11 Projektets påverkan på kompetensnivån



Figur 2.10 "Hur bedömer du att kompetensnivån påverkats i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?" (fråga 8)

I 94% av projekten upplever man att kompetensnivån höjts, bland de som besvarat e-postenkäten. Detta motiveras bland annat som att man fått ny kunskap, ny kompetens och nya erfarenheter.

Kompetensnivån har höjts enligt samtliga djupintervjuade projekt. Dock finns inte så mycket statistik på det, istället åskådliggörs det med hjälp av olika exempel och egna bedömningar. Framförallt hos de som deltagit och projekten drar slutsatsen att deltagandet ger ökad kompetens, vilket i och för sig verkar troligt. Så här beskriver projektet "Barnens bästa bord" att de direkt eller indirekt (som en utveckling av grundprojektet till nya projekt) bidragit till att höja kompetensnivån:

"Ja. Det har gjorts väldigt många konferenser och seminarier. I dagsläget har det utbildats kanske 1000 personer. Deltagare är alla som arbetar med barn och mat (ex restauranger, pedagoger, kockar, producenter). Projektet har också lett fram till en efterfrågad 10 poängskurs i måltidspedagogik vid Högskolan i Kristianstad. Man har också fått i uppdrag att göra en handledarutbildning för 12 st måltidspedagoger som i sin tur för vidare kunskap. Man har jobbat i ca 100 timmar med varje pedagog."

Det finns även fler exempel på utbildningsinsatser från KRAV, i projekten "Se till din marknad" och "Vägen till marknaden" och även som kurser för ambassadkockar. I ett par fall anses kompetensnivån ha höjts bara genom att man sätter fokus på ett område, som exempelvis i fallen svensk vinproduktion och ambassadkockarna.

Det finns också kopplingar till hur man samverkat med den akademiska världen:

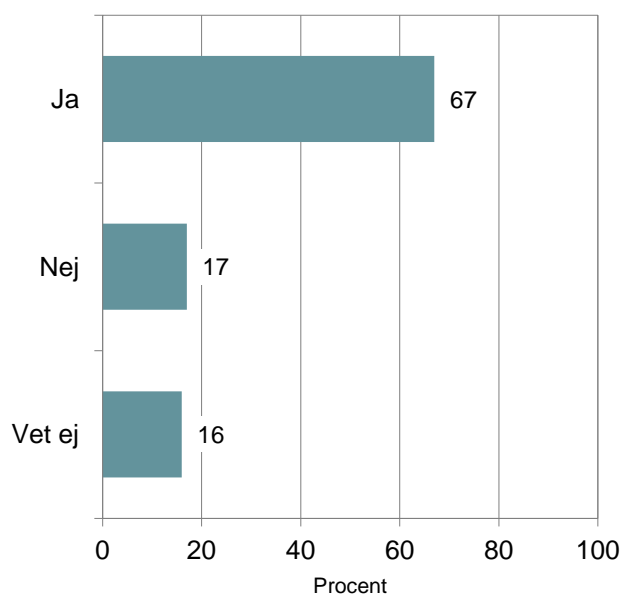
"Jag är dock tveksam till om de faktiska kunskaperna om att tillverka vin ökats. Men det har startats en kurs inom vinproduktion som fortfarande existerar vid Lunds Tekniska Högskola."

Det ges exempel från projekten att ett deltagande har ökat kunskapsnivån genom utbildning, att det funnits åhörare, att man utbytt erfarenheter med andra, att man tagit fram nya sätt att arbeta eller att man på annat sätt överfört kunskap till andra eller genom att hålla i projektet själv skaffat sig ny kunskap.

Höjts, på vilket sätt? (kommentarer i e-postenkäten):

- Ny kunskap, kompetens och erfarenhet, **8 st**
- Breddade kunskaper om marknaden för musslor och dess aktörer
- Både personal och bönder har kopplat ihop klimat och ekonomi
- Bättre kompetens kring produkt och process
- Bättre uppföljning och mer kompetenta uppfödare och veterinärer
- De småskaliga producenterna förstår nu vad restaurangerna kräver och kockarna har insikt i och om råvarornas kvalitet och ursprung
- Delade erfarenheter och goda råd
- Det sporrar kockar att förbättra sina kunskaper
- Ekologiskt, närproducerat, offentlig sektor
- Ekoweb är en informationsspridare
- En ökad medvetenhet för nya produkter som är klimatsmarta
- Erfarenhetsutbyte och kunskapshöjning genom seminarier, dialogmöten m.m
- Forskning som presenteras i nätverksform har varit framgångsrikt
- Fortbildning på alla plan
- Fått ökad kunskap om förpackning av syrekänsliga livsmedel och förpackningens betydelse för livsmedelskvaliteten
- Förståelsen för att ett systematiskt förbättringsarbete och samverkan krävs för att minska svinn i företaget
- Genom insikter som man får från ett pilotprojekt
- Genom seminarier och möten har kunskap spridits
- Grundläggande kunskaper har nått många fler än tidigare
- Högre kunskap. Fler kompetenta lantbrukare och tjänstemän
- Kunnat erbjuda utbildningar inom fler kompetensområden och på olika nivå
- Kunskap från flera områden har samlats och gett synergieffekter
- Kunskap kring växthusgaser i livsmedelsproduktion
- Kunskap och medvetenhet med smaken i centrum
- Kunskap om ekologisk och hållbar mat i offentlig sektor har ökat markant, samt hur man tar miljöhänsyn i upphandlingen
- Kännedom om hur nyttiga ämnen och smak påverkas av olika processer
- Mer kunskap kring växtföljder, bekämpningsmedelsanvändning och toxicitet
- Många sätt. Inte minst informationsarbetets betydelse för utveckling av landsbygdsföretag och ökad livsmedelsproduktion
- Ny kunskap, ökad kompetens om kund
- Ny forskningskompetens
- Olika kunskapsområden har samverkat och gett synergier och bättre förståelse
- Projekt har satt fokus på ökad kunskap om Hållbarhet i restaurang
- Projektet har skapat möjlighet att tala om svenskt griskött, kvalitetsdifferentiering av kött och utbilda/informera om svensk djuruppfödning
- Utvecklas hela tiden
- Utveckling av kockars och konditorers kompetens och spridning av deras kunskap till andra i bl.a. utbildning
- Ökad uppmärksamhet inom hela branschen för värdet av högre yrkeskunskap
- Ökad kunskap om att hitta marknad för produkter inom mat. Ökad kunskap om marknadsföring
- Ökad kunskap om innovationsprocessen och förståelse för framgångsfaktorer
- Ökad produktkännedom och förståelse av grundläggande mekanismer

2.12 Annorlunda eller smartare jobsätt efter genomfört projekt



Figur 2.11 "Jobbar du annorlunda eller smartare sen projektet genomförts?" (fråga 9)

I två av tre fall anser de tillfrågade i e-postenkäten att de nu jobbar annorlunda eller smartare.

I de flesta fall uppger man i djupintervjuerna att det utvecklats nya sätt att arbeta och i något fall har de gamla metoderna finslipats. Mest tydligt kanske nya arbetsmetoder blir i SIKs projekt med att effektivisera livsmedelslogistiken och hur de lärt sig arbeta bättre med konsumenttester och fokusgrupper. Även i fallet med ett nytt kompetensregistreringsverktyg är en ny arbetsmetod själva målet.

I projektet med ambassadkockarna beskrivs utvecklingen så här:

"Ja, projektet krävde att man kombinerade vetenskap med gestaltning. Matlagningen blev en sorts gestaltning av vetenskapen."

Även i utbildningsinsatserna kring försäljning och marknadsföring har målet varit att förändra deltagarnas arbetssätt:

"Det är svårt att ange andelar men jag gissar att åtminstone det påverkat 5-10% av deltagarna att långsiktigt förändra sitt arbetssätt."

Det kan också ha lett till utveckling av arbetssättet för projektledarna att nå ut med sina budskap:

"För egen del så har den digitala världen betytt mycket. Vi arbetar mycket med hemsidor och andra digitala verktyg som t ex hjälper storköken att arbeta mer ekologiskt."

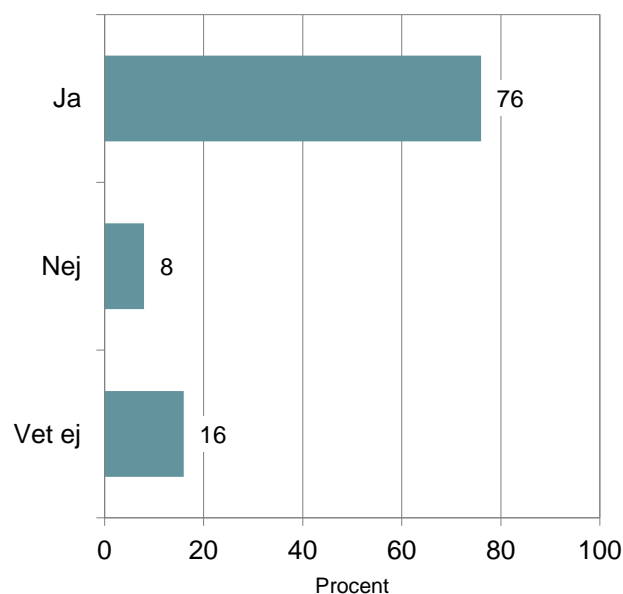
Slutligen kan vi konstatera att man i flera projekt uppger att den samverkan som funnits i projekten. Nya kontakter som lett till nya arbetssätt, nedan inom området vinproduktion:

"Ja. Eftersom vi lyckats hitta en form av samverkan i den akademiska världen i hela kedjan som handlar om vinproduktion. Där ex SLU, LTH och Högskolan i Kristianstad bidragit med olika kompetenser i olika delar av kedjan."

Ja, på vilket sätt? (kommentarer i e-postenkäten):

- Mer kundkontakt, 2 st
- Använder nätet mycket mer för att nå kockar
- Användning av ny beräkningsmodell för toxicitet, UseTox
- Betydligt mer ekologiskt, närproducerat, vegetabiliskt
- Bättre fokus genom uppdaterade behov och åtgärdsförslag. Ny organisation
- Bättre samordning leder till bättre effektivitet
- Effektiviserat insamlingen av data från postenkäter till webbenkät. Möjliggör en bättre dokumentation av statistiken. Samt kommunicerar resultaten bättre och effektivare nu
- Fler enskilda producenter utbildas i Food Scouts grundläggande principer
- Fortsatt hålla kontakten med företagen genom att utifrån behov erbjuda nya utbildningar
- Förståelsen kring svårigheter kring jordbrukets klimatpåverkan har gett oss och branschen mycket
- Grupparbeten har nu startats med företagen själva och redovisningar på gemensamma branschmöten
- Jag har lärt mig hur budskapet ska implementeras på bästa sätt i restaurang
- Kockar söker kunskap i råvarans ursprung och presenterar dessa på menyerna
- Mer bondekontakt och nya samarbeten med andra organisationer t.ex. LRF och Växa Sverige
- Mer fokus på benchmarking. Ekomatsligans ranking är ett exempel
- Mer fokus på frågeställningarna. Gäller både medlemmar och kansliet
- Mer fokuserat på sådant som genererar inkomst
- Mer insyn om att behovet i charkbranschen är stort för frågor som rör hållbarhet och hälsosamma produkter
- Mer målinriktat och använder sociala medier smartare
- Mer resultatnriktat
- Mer strategiskt och projektorienterat
- Mycket medveten om logistikens betydelse i kedjan mellan producent och konsument
- Nya arbetsmodeller
- Skaffat oss erfarenhet av att arbeta målfokuserat
- Större efterfrågan på våra kunskaper ställer krav på vår effektivitet som vi förbättrat ytterligare
- Tankar på fler nätverk utifrån företagets behov finns. Det är ett lyckat koncept
- Teknisk uppgraderingen av systemet har gjort att vi jobbar smartare
- Vi har utökat verksamheten efter det första testet
- Vi ser minskat svinn i livsmedelskedjan mer som ett FoI-område
- Ännu mer aktiva lantbrukare inom olika delar av informationsverksamheten
- Ännu mer lantbruksnära
- Ökade samarbeten

2.13 Nya produkter/tjänster som berörts av projektet



Figur 2.12 ”Har nya produkter/tjänster tagits fram i din och/eller andras verksamheter som berörts av projektet?” (fråga 10)

3 av 4 tillfrågade uppger i e-postenkäten att nya produkter/tjänster tagits fram. Exempel som där tas fram är nya utbildningar, nya former av utnämningar och produkter som kommit fram.

I djupintervjuerna ges flera exempel på produktinnovationer. Som ny smaksättning av rapsolja och honung, framtagning av nya skandinaviska ostar i småskalig produktion, en bok om måltidspedagogik, appen ”Fiskpinnar kan inte simma” och nya spel som kan användas på förskolor. Inom ett projekt har det också tagits fram prototyper till nya produkter som riktar sig till äldre med särskilda behov.

I vinprojektet ser man möjligheter, men saknar medel:

”Tveksamt, men kan man få in pengar så kommer det nog. Ett exempel är utveckling av fruktviner, som har en stor potential i Sverige.”

När det gäller nya processer är logistikprojektet mellan McDonalds och dess leverantörer det bästa exemplet:

”Ja, genom förbättrade och effektivare transporter och ett bättre arbetssätt med större helhetssyn.”

Att använda ny digital teknik dyker upp i några sammanhang, exempelvis EkoMatCentrum har tagit fram ett webbaserat verktyg som heter Ekomatsedeln som haft effekter på klimatsmart mat i offentlig sektor:

”En skola utanför Lund som idag har 99% ekologisk mat – föreståndaren säger att detta endast är möjligt för dem tack vare Ekomatsedeln.”

Ja, vilka? (kommentarer i e-postenkäten):

- Nya utbildningar, 2 st
- Branschriktlinjer, grupparbeten m.m
- Bättre verktyg för företagsutveckling. Mer innovativa produkter hos kunder
- Då delade vi ut pris till årets ekokrog. Nu delar KRAV ut pris till årets hållbara restaurang på WhiteGuide galan
- Ekologiskt tänkande är nu naturligt i utbildningen och fler småskaliga producenter erbjuder ekologiska råvaror, även om dom inte alltid är certifierade KRAV eller BIO enligt EU
- Ekomatsedeln, ett webbverktyg för skapande av klimatsmarta recept och menyer på nätet
- En ny produkt, svensk unggris har lanserats på marknaden
- Ett nytt utbildningskoncept
- Fler nätverk planeras att starta upp
- Flera nya produkter har utvecklats
- Flow-Viz prototypsystem
- Från statistikinsamling per post till webbenkät
- Förmåga att genomföra liknande projekt
- I efterföljande projekt har vi dragit nytta av kompetens som tagits fram inom projektet
- Indirekt, vi har utökat med en ekogala
- Kursmaterial
- Kvalitetssigill, kött
- Massor av nya råvaror och produkter erbjuds nu restauranger som en direkt följd av Food Scout
- Mentorskap
- Minskat svinn för företag genom lean verksamhetsutveckling
- Mängden klimatdata har gjort våra tjänster/projekt enklare och mindre tidsomfattande
- Ny teknik för rengöring har utvärderats och tagits i bruk
- Nya automatiska rapportfunktioner som underlättar återkoppling till användare
- Nya glutenfria bröd
- Nya samverkansformer
- Nya tekniker används eller tillämpning av känd teknik på nytt sätt på nya områden
- Toxicitetsanalyser via UseTox
- Utbildning av internationella domare för globala tävlingar i gastronomi och även i skolors och akademiernas utbildning
- Vi har själva arbetat vidare med idéerna för att tillämpa dem på andra verksamheter
- Ökad produktutveckling i deltagarnas företag

2.14 Har visionen, medieuppmärksamheten och arbetet med att bli ett bra matland påverkat projekten?

Denna fråga besvarades endast av de som djupintervjuades. De flesta av dessa uppger att det påverkat det enskilda projektet. I ett par fall konstaterar man att det ju inom livsmedelstrategin fick pengar till projektet och därigenom kunde genomföra det. I projektet ”Bättre skolmat” använde man sammanhanget som ett medel att stärka deltagarna:

”Ja. Har i alla försökt att förmedla att vi finns med i ett större sammanhang (som Matlandet). Detta lyfte deltagarna och gjorde dem stoltare.”

I flera av projekten har det också pekats på att det varit positivt med den medieuppmärksamhet som skapats kring satsningen:

”Den stora medieuppmärksamheten har påverkat positivt. Hela tanken med KRAV och hållbarhet är idag ganska lätt att argumentera kring. Det är inte så många som ifrågasätter det ekologiska perspektivet idag.”

En annan positiv effekt är att ha en vision att arbeta efter, så här resonerar en av de intervjuade:

”Ja, det känns viktigt att någon sätter ett mål att sträva emot, visionärt. Viktigt vad gäller lantbruk och livsmedel. Lätt hänt att man tittar för nära, i det egna arbetet och den egna produktionen annars. Visionen hjälper till att höja blicken, att få lantbrukaren att se att deras arbete bidrar till matupplevelsen i Sverige. Hemma eller på en restaurang. Det gör att de sträcker på ryggen och arbetar lite extra! ”

I projektet som arbetade med ambassadkockar upplevde man även att satsningen gjorde att det egna projektet fick en större legitimitet:

”Ja, det har varit lättare att få acceptans för arbetet med detta. I ett annat sammanhang skulle projektet kunnat mötas av skepsis, men satsningen på mat nationellt har gett legitimitet och tyngd. Projekt befruktar varandra på det sättet.”

En väldigt positiv bild av arbetet med att bli ett bra matland kommer från ett projekt som syftar till bättre mat och måltider inom offentlig förvaltning:

”Ja absolut. Det har varit fantastiska år när verksamheten har lyfts! Det gör att det blir positiva effekter långt fram i tiden. Matens roll har lyfts inom vård, skola, omsorg, restaurang och inte minst turistmässigt.”

Även om bilden totalt är positiv finns det också förhoppningar om mer satsningar:

”Hade inte visionen funnits, då hade vi inte fått några pengar och vi forskare letar alltid efter pengar. Dessutom passade matlandssatsningen detta område väldigt bra. Men jag är besviken och ledsen över att vi inte fick fortsatta medel för branschens skull.”

2.15 Övriga synpunkter

Synpunkter från e-postenkäten

- Alldeles för krångligt att söka bidrag som liten egen företagare och långa handläggningstider. I bland kan man undra också hur bedömningen görs när vissa projekt får medel och andra inte, **3 st**
- Bidrag till insamlingen av statistik gällande inköp av ekologiskt i offentlig sektor har gett en otrolig utväxling i form av bättre uppföljning av inköpen i offentlig sektor. Resultaten kan användas som benchmarking och ranking
- Detta är en förstudie som inte gett direkta nya produkter och/eller arbetssätt, men det har gett en bra grund att stå på för att driva ett mer fullskaligt projekt och där förväntas effekten komma
- Det är viktigt att det finns en uttalad och insatt mottagare på Jordbruksverket som ställer rätt krav på oss. Det har inte varit fallet tycker jag. Den här typen av självvärderingar är för enkelt och ger inte tillräckliga krav på innehåll och utformning
- Främst är de småskaliga regionala råvarorna och produkterna samlade och kanaliserade genom www.smakriket.se, där nu mer än 500 små producenter har en samlad nationell logistik- och marknadsplats. Omsättningen 2014 kommer att ligga mellan 80 och 100 miljoner
- Genom att driva ”matlandetprojekt” har fler företag fått möjlighet till kompetenshöjning och fått en insyn i att forskning kombinerat med utbildningsinsatser ger mervärde
- Genom projektet Hälsosammare och klimatsmart charkprodukter startade en diskussion om bl.a. mindre salt i produkterna och hur produktionen kan bli mer klimatsmart. Diskussionen är påbörjad och det är lång väg kvar att förändra ett traditionellt synsätt
- Klimatsmart mat i offentlig sektor inklusive Ekomatsligan har haft en otrolig utväxling. Projektet har bidragit i stor utsträckning till att det nationella målet 25 % ekologiskt i offentlig sektor förmodligen kommer att nås under det här året
- Minskat svinn i livsmedelskedjan är ett område som är i behov av mer kunskapsuppbyggnad varför mer riktade forskningsprogram behövs för området
- Mycket viktigt med fortsatta insatser inom FoU, speciellt för småföretag som sällan har tid eller råd med avancerad produktutveckling och forskningstillämpning
- Nätverksformen är ett lyckat koncept där deltagande företag får möjlighet att diskutera frågeställningar med likartade företag och samtidigt få ta del av aktuell forskning inom området
- Perioden för projektens genomförande blir för korta eftersom det enbart varit fråga om 1-årsprojekt. Godkännande ges i mars och redovisning ska göras i december vilket innebär att det i praktiken ges 6 månader för genomförande. Skolor har längre framförhållning
- Projektet bidrog till att få restaurangerna intresserade av hållbarhetsfrågorna. Vi lyckades bra genom vårt samarbete med White Guide där vi fick White Guides matpatruller att ta upp frågor om just ekologiskt i sina frågeformulär när de inventerade restaurangerna
- Projektet handlade mycket om kartläggning och beskrivning, men resulterade också en rad slutsatser om kvalitet på innovationer och behovet av mer medveten och resultatstyrd innovationsprocess
- Projektet har bidragit med mycket
- Projektets syfte har varit att skapa föredömen för yrkeskunnande att genom att ta tillbaka gesäll- och mästarprogrammen verkat för att sätta snöboll i rullning så att fokus på yrkesmännen/kvinnor blir större och därmed ökar efterfrågan på att fortsätta utbildningen
- Projektmedel gjorde det möjligt att forma kompetensutveckling för en grupp av företagare som efterfrågade stöd för att bli bättre på att marknadsföra sina produkter/sälja efterfrågade produkter och på så sätt höja sin omsättning

- Små belopp kan ge stor effekt rätt använt och få en hel bransch att få fokus på en viktig fråga. Det är precis vad detta gjort och man kan bara beklaga att stödet upphör
- Stödet är bra, redovisningen kan förenklas
- Sverige fick uppdraget att utveckla moderna och konsekventa tävlingsregler för alla tävlingar inom WACS. Har nu ordförandeskapet i WACS Culinary Competition Committee
- Utan stödet hade projektet inte kunnat genomföras. Projektet har starkt bidragit till efterfrågan på griskött inom restaurangsektorn. Projektet har också bidragit till att differentiera grisköttet och därmed öka värdet och intresset
- Vår största fundering är att det känns tragiskt att man nu helt upphör med denna verksamhet från Jordbruksverket och Landsbygdsdepartementet. Det har gett inspiration och varit en injektionsspruta för företagen och organisationen

Synpunkter från djupintervjuerna

Projektets namn	Övrigt
Projekt från 2008	
Konkurrenskraft Ekokött	-
Se till din marknad	Spontant känns det som att deltagandet gjort skillnad för många företag. Sen är ju inte alla mottagliga. Men de har fått en grundstruktur att arbeta efter.
Vägen till marknaden / Handbok	LRF önskar att det skulle finnas fler utbildare inom detta område. Alltså utbildare som kan entreprenörskap och kan sin sak. Idag blir det ganska kostsamt att ta in utbildare då resor och traktamenten fördyrar utbildningarna samtidigt som de inte känner till de lokala förutsättningarna. De efterlyser större konkurrens när det gäller utbildare.
Ett lyft för hantverksmässigt tillverkad ost	-
Projekt från 2009	
Bättre skolmat	-
Klimatsmart mat i offentlig sektor	Projektet "Klimatsmart mat i offentlig sektor" är ett av de roligaste projekten hon jobbat med och det projekt som haft mest påverkan i slutändan. Syftet var att höja kunskapen i hela livsmedelskedjan och med detta bidra till att öka andelen ekomat i Sverige. Ett bevis för detta är att andelen ekologisk mat inom den offentliga sektorn ökat från 9% -08 till 25% i år.
Ökad omläggning till ekologisk produktion	Tycker det var ett roligt projekt att jobba i. God respons. Hon hade önskat ännu större snurr på mentorskapet, men priser och liknande påverkade. Arbetsstättet finns kvar och kunskaperna från projektet.
Säker och miljöeffektiv livsmedelslogistik	-
Kompetensregistrerings-verktyg för livsmedelsbranschen	En positiv bieffekt av detta projekt är att många av de deltagande företagen nu samarbetar mycket mer jämfört med tidigare. Tack vare projektet startades ett antal forum inom olika teman, forum som lever än idag där man hittar synergier. T ex samarbetas det nu inom vissa utbildningsområden.

Projekt från 2010

Barnens Bästa Bord	-
Ambassadkock - Måltidsinnovatör och livsmedelskommunikatör	Acceptansen för mat som något större än livsuppehållande upplever Rickard har ökat. Idag är det kultur, socialt och ekonomi i mat. Skulle man jämföra hur man diskuterade mat innan 2008 tror Rickard att man skulle se stora skillnader. Han tror att det är en helt annan nivå på intellektualiseringen kring mat idag, tack vare projektet.
Ekologisk grundkurs	-
Bättre mat och måltider inom offentlig förvaltning!	Överlag har satsningen varit väldigt positiv. Många krafter har samlats. Producenter, kommuner grossister, och det är då det blir lyft och förändring. Det behöver höras överallt. Någon gång tar projekt slut, och då är det viktigt att de fortlever själva. Har de förändrat sin policy så kommer den ligga till grund för kommande policys. Förankringen har lett till detta.
Svensk vinakademi - innovativ metod att utveckla matlandet	-

Projekt från 2011

Den goda skolmaten	-
Den goda måltiden för äldre med specifika behov	-
Lokal odling för mångkulturella smaker	-

Bilaga enkät

1. I livsmedelsstrategin har funnits tre inriktningsmål. Har <projektets namn> bidragit till målet om...

	Ja, absolut	Ja, troligen	Kanske	Nej, troligen inte	Nej, absolut inte	Vet ej
En förbättrad hållbar tillväxt	?	?	?	?	?	?
Mer och bättre forskning & utveckling	?	?	?	?	?	?
En förbättrad kvalitet & kompetens	?	?	?	?	?	?

2. Har projektet bidragit till utveckling av din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?

- Ja. På vilket sätt?.....
- Kanske/delvis. På vilket sätt?.....
- Nej. Varför inte?.....
- Vet ej

3. Har projektet bidragit till att nya verksamheter startats?

- Ja. Vilken typ av verksamhet, beskriv gärna inriktning, storlek etc?.....
- Nej
- Vet ej

4. Hur skulle du bedöma att projektet påverkat omsättningen i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?

- Ökning, med ungefär%
- Oförändrad
- Minskning, med ungefär%
- Vet ej

5. Har projektet gjort att man i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet, fått mer eller mindre att göra?

- Mer att göra. På vilket sätt/beskriv?.....
- Oförändrat
- Mindre att göra. Varför?.....
- Vet ej

6. Hur bedömer du att lönsamheten påverkats i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?

- Ökning, med ungefär%
- Oförändrad
- Minskning, med ungefär%
- Vet ej

7. Bedömer du att projektet hade genomförts utan stöd till insatser på livsmedelsområdet?

- Ja
- Troligen/till stor del
- Kanske/delvis
- Nej
- Vet ej

8. Hur bedömer du att kompetensnivån påverkats i din och/eller andra verksamheter som berörts av projektet?

- Höjts. På vilket sätt?.....
- Oförändrad
- Sänkts
- Vet ej
-

9. Jobbar du annorlunda eller smartare sen projektet genomförts?

- Ja. På vilket sätt? Beskriv kortfattat:
- Nej
- Vet ej

10. Har nya produkter/tjänster tagits fram i din och/eller andras verksamheter som berörts av projektet?

- Ja. Vilka, beskriv kortfattat?.....
- Nej
- Vet ej

11. Vi tycker att dina synpunkter och funderingar är viktiga. Har du något övrigt att tillägga skriv gärna det nedan.

Tack för din medverkan!

Bilaga – intervjuguide utvärdering projektstöd inom livsmedelsstrategin 2008-2011

1. Hade projekter genomförts utan stöd till insatser på livsmedelsområdet?
2. Vilka effekter har uppnåtts på verksamheten genom projektet? Beskriv först öppet – sedan:
 - Hur har projektet bidragit till inriktningsmålen – alltså har vi fått en förbättrad Hållbar tillväxt, mer och bättre FoU, en förbättrad Kvalitet och kompetens?
 - Hur har projektet bidragit när det gäller fokusområdets mål – (målen inom Primärproduktion, Offentlig mat, Förädlad mat, Handel respektive Restaurang. Målen går igenom utifrån broschyren om matlandet beroende på vilket fokusområde man tillhör)?
3. Vilka effekter har projektet haft på andra verksamheter än den egna? På vilket sätt?
4. Har stödet bidragit till utveckling av befintlig verksamhet? I vilken omfattning? På vilket sätt?
5. Har stödet bidragit till att nya verksamheter startats? Vilka verksamheter? Antal/storlek etc
6. Har stödet förändrat omsättningen? Långsiktiga effekter på den egna verksamheten och på andra (eventuell slutlig målgrupp). Hur mycket? Hur utvecklas den?
7. Har stödet förändrat antal arbetstillfällen? Långsiktiga effekter i egen och andras verksamheter (eventuell slutlig målgrupp). Uppskatta antal? Hur utvecklas antalet?
8. Har kompetensnivån höjts? Egen/andras? På vilket sätt? Hur mycket?
9. Har nya arbetsmetoder utformats? Egen/andras? På vilket sätt? Hur mycket?
10. Har nya produkter och/eller processer tagits fram? Egen/andras? På vilket sätt? Hur mycket?
11. Har lönsamheten förändrats? Egen/andras? På vilket sätt? Hur mycket?
12. Har visionen, medieuppmärksamheten och arbetet med att Sverige ska bli ett bra matland påverkat ditt projekt? I så fall hur?