CRS, CENTRUM FÖR FORSKNING OM
HÅLLBAR SAMHÄLLSFÖRÄNDRING

Norsk institutt for kulturminneforskning

INKOMSTER FRÅN SMÅSKALIG MATPRODUKTION SOM GYNNAR DET BIOKULTURELLA ARVET

Biokulturellt arv och alternativ matproduktion

POLICY BRIEF | NR 2 | 2022

Biokulturell arv og alternativ matproduksjon – Biokuma. Policy Brief 2:2022

Inkomster från småskalig matproduktion som gynnar det biokulturella arvet

Författare: Margareta Dahlström *Karlstads universitet*, Hilde Rigmor Amundsen *Norsk institutt for kulturminneforskning*, Ruth Björkholm *Karlstads universitet*, Hannah Bowring *Karlstads universitet*, Sigrid Josefsson, *Karlstads universitet*, Marius Kjønsberg *Høgskolen i Innlandet*, Eva Svensson *Karlstads universitet*.

Foto: Höhässjning Loviseberg: Loviseberg Herrgård, Potatismosaik från Bodaholms gård: Skördefest på Värmlandsnäs 2017. Konstnär: Marianne Westerberg, Foto: Öjvin Lund, Plockomaten och Rekoring: Christina Knowles, Grönsaker i gårdsbutiken på Alm Østre: Hilde Rigmor Amundsen.

Tack till alla som bidragit! Kunskap skapas tillsammans. I det här projektet har en rad kloka människor från gårdar, organisationer, myndigheter och andra intressenter generöst delat med sig av erfarenheter, kunskap och frågeställningar för framtiden. Ett särskilt tack till de fyra gårdar som vi besökte, alla som intervjuats och svarat på våra enkäter samt deltagit med stort engagemang på de två workshoparna. För just denna populärvetenskapliga rapport är försäljningskanaler och inkomster i fokus och detta diskuterades främst på workshopen på Opaker gård i Hedmark i maj 2022. Där deltog gårdarna Alm Østre och Loviseberg Herrgård, Föreningen Värmlands Säterkultur och Förbundet Svensk Fäbodskultur och utmarksbruk, Anno Museum avdelning Odalstunet, Norges Bondelag, en fristående forskare om norsk säterkultur, Nifa – branschföreningen för värmländska matföretag, NIKU, Karlstads universitet, Høgskolen i Innlandet samt Anna Blomquist AB. Ett varmt tack till er.

Läs mer om projektet på sola.kau.se/biokuma/

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Inkomster från småskalig matproduktion som gynnar det biokulturella arvet **4**

Småskalig matproduktion och försäljning – ett sammanhang 4

Så genomförde vi studien 6

Bredd, variation och idérikedom 7

Framtiden för det småskaliga djur- och miljövänliga jordbruket som gynnar det biokulturella arvet 16

Några rekommendationer 17

Några läsförslag om inkomster från småskaliga gårdar som gynnar det biokulturella arvet **20**

Tidigare populärvetenskapliga rapporter inom projektet 20

Bilaga 1. Försäljningskanaler som används av gårdarna **21**

INKOMSTER FRÅN SMÅSKALIG MATPRODUKTION SOM GYNNAR DET BIOKULTURELLA ARVET

Det finns ett växande intresse för småskalig matproduktion i samklang med naturen bland både producenter och konsumenter. Frågan om hur och var mat produceras har hamnat i fokus genom samhällsutmaningar som klimatförändringar, hållbarhetsfrågor över huvud taget och på senare tid i blixtbelysning genom coronapandemin och Rysslands invasion av Ukraina. Relationer mellan stad och landsbygd ligger centralt i detta.

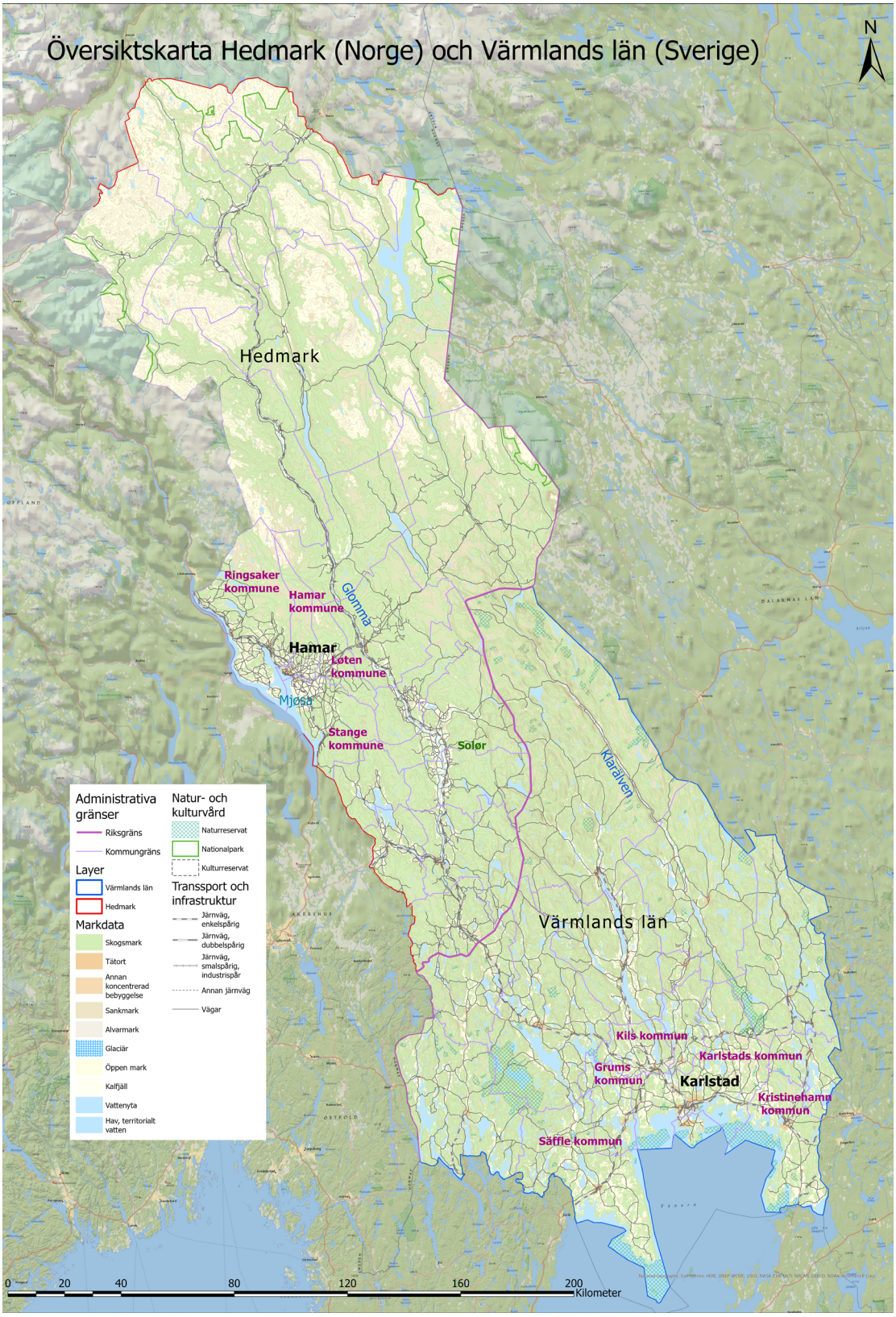
Inom Interreg-projektet ”Biokuma – Biokulturellt arv och alternativ matproduktion” (2020-2022) tittar vi närmare på några av aspekterna som rör småskalig matproduktion i gränslandskapen Hedmark, en del av Innlandet fylke, och Värmland. Vi ser på den småskaliga matproduktionen utifrån dess potential att gynna det biokulturella arvet som riskerar att utarmas och gå förlorat bland annat på grund av landsbygdens avfolkning och det storskaliga skogs- och jordbruket. Det biokulturella arvet handlar om samspelet mellan människan och naturen och bruket av landskapet i ett långt historiskt perspektiv. Exempel på biokulturellt arv är fornlämningar, äldre byggnader, traditioner, biologisk mångfald, gamla lantraser och grönsakssorter, praktiker som skogsbete med mera. I både Norge och Sverige värdesätts det biokulturella arvet och det är i behov av att bevaras och utvecklas för dagens boende och besökare liksom för framtida generationer. I projektet undersöker vi om småskaliga matproducenter, vars verksamhet bedrivs på ett hållbart sätt och påminner om äldre tiders lantbruk, skulle kunna vara vardagliga förvaltare av det biokulturella arvet. Gårdarnas verksamhet är primärt riktad mot en lokal eller nischad marknad. Av avgörande betydelse i så fall är att de som bedriver småskalig matproduktion kan leva på verksamheten på ett sätt som är långsiktigt hållbart även för gårdsbrukarna - och att de kan bli fler.

I den här populärvetenskapliga rapporten ligger fokus på möjligheter för de småskaliga producenterna att sälja sina produkter och få inkomster från gårdsbruket på olika sätt. Vilka möjligheter finns det att öka avsättningen för produkterna? Kan det biokulturella arvet användas i marknadsföringen av produkterna? Detta är några av de frågor som vi har arbetat med i projektet med målet att kunna bidra med råd och förslag till såväl gårdar som andra aktörer. Projektets resultat beträffande det biokulturella arvet med fokus på landskapet finns på projektets webbplats i ett samlat kunskapsbibliotek med filmer, bloggtexter, presentationer och den populärvetenskapliga rapporten ”Biokulturellt arv, landskap och produktion”.

- sola.kau.se/biokuma/om-biokuma/bibliotek/

Småskalig matproduktion och försäljning – ett sammanhang

Gränslandskapen Hedmark och Värmland karaktäriseras av omfattande skogs- och landsbygder som delvis är glest befolkade. Båda områdena präglas också av älvarna som skär genom landskapet: Glomma i Hedmark och Klarälven i Värmland. Det är stora avstånd till tätorter och städer. Hamar, en kommun med drygt 32 000 invånare,



Bearbetning: Jan Haas, Karlstads universitet.

är störst i Hedmark medan Karlstad med cirka 95 000 invånare är störst i Värmland. Båda centralorterna omges av mindre samhällen och landsbygd. Småskaliga gårdar finns ofta i bygder med mer brutet landskap med odlings- och betesmark mellan älv, sjö och skog, och i Hedmarks fall även fjällområden. I norra och östra Hedmark samt i norra Värmland finns även säterlandskap med betande djur, men på den svenska sidan är dessa inte i kommersiell drift. I både Hedmark och Värmland finns mer sammanhängande jordbruksområden där storskaligt jordbruk bedrivs. I Värmland är jordbruksmarken mest omfattande i en halvcirkel runt Vänern, i kommunerna Säffle, Grums, Karlstad, Kristinehamn samt Kil. Det är även här som största delen av länets befolkning bor. I Hedmark finns stora och traditionella jordbruksbygder vid sjön Mjøsa, i kommunerna Stange, Hamar och Ringsaker samt i Løten längre in i landskapet. Det finns även rika jordbruksbygder i Solørområdet i södra delen av fylket. Även i dessa delar av landskapen förekommer dock en del småskaliga gårdar.

Några av gårdarna är ofta belägna långt ifrån en större befolkning samtidigt som de framförallt vänder sig mot en lokal eller nischad marknad. En central fråga handlar därför om försäljningskanaler för produkterna och andra möjligheter till inkomster från verksamheten. Hur ska de som bedriver småskalig matproduktion kunna leva på verksamheten på ett sätt som är långsiktigt hållbart – inte enbart för miljö och samhälle, utan också för dem själva och med en rimlig arbetsbelastning?

De småskaliga gårdarna producerar en mängd olika produkter: grönsaker, frukt, bär och honung, men också spannmål, kött och ägg. En del gårdar förädlar även sina råvaror till exempelvis ost och sylt. I det småskaliga ”matsystemet” finns även mathantverkare som förädlar kött till charkprodukter, maler mjöl i hantverksmässiga kvarnar, bakar bröd hantverksmässigt och förädlar fårskinn för att nämna några exempel. En annan typ av förädling av produkter från de småskaliga gårdarna är den som sker i restauranger och caféer. Intresset för den här typen av mathantverk hos restauranger och caféer som jobbar med närproducerat i samklang med djur och natur har ökat under flera år.

Den hantverksmässiga förädlingen kan vara en betydelsefull marknad för de småskaliga gårdarna, men en stor del av marknaden är slutkonsumenter. Möjligheten att nå slutkonsumenter för att få lönsamhet är avgörande för de småskaliga gårdarnas långsiktiga överlevnad, något som har konsekvenser för möjligheterna att gynna det biokulturella arvet.

Så genomförde vi studien

Vi har samlat in material till studien på flera sätt. Inledningsvis samlades information in vid fältarbete vid två gårdar i Hedmark och två i Värmland[1]. Utöver det har en fördjupad studie i Värmland genomförts. Projektets båda workshopar, en digital den 20 januari 2022, och en som genomfördes på Opaker gård i Hedmark den 10-11 maj 2022, har också bidragit med kunskap.[2]

[1] https://www.kau.se/files/2022-04/Biokuma_Rapport_A4_Nr1_2022_Tillganglig.pdf
[2] En utförligare beskrivning av metoden för den värmländska fördjupningsstudien finns här: https://sola.kau.se/biokuma/wp-content/uploads/sites/191/2022/08/Biokuma_Metoddokument-Enkatstudien_2208_Tillganglig.pdf.

Det första steget i den fördjupade Värmlandsstudien var att identifiera vilka alternativa matproducenter som finns i länet. Det finns inte något register över alternativa matproducenter, och det var därför nödvändigt att göra en egen kartläggning av sådana gårdar. 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 (småskalig produktion och/eller hållbar, primärt riktad mot en lokal eller nischad marknad), 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. Våren 2021 identifierades 67 gårdar där någon form av alternativ matproduktion förekommer.

Under februari-mars 2022 genomförde vi en enkätundersökning för att kartlägga marknaden för alternativ matproduktion som gynnar det biokulturella arvet, försäljningskanaler, önskemål om att öka sin försäljning med mera. Efter en genomgång av de 67 gårdarna för att dels få aktuella kontaktuppgifter och dels säkerställa att gårdarna föll inom ramen för projektets definition återstod 58 gårdar som samtliga kontaktades med en förfrågan om att delta i en telefonintervju utifrån enkäten. Tolv gårdar tackade ja till att delta, men en av dessa gårdar 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.

Utöver de elva telefonintervjuerna och de två värmländska gårdarna där vi genomfört fältarbete gjordes även två gårdsbesök. Ett av dessa var till en av de intervjuade gårdarna medan det andra var till en gård som pausat sin försäljningsverksamhet. Tillsammans med de två norska gårdarna där vi genomförde fältarbete, bygger därför denna studie på material från sammanlagt 16 gårdar. Utöver material från gårdarna har information även inhämtats i samtal och intervjuer med andra aktörer såsom Nifa och Gårdslagret som driver Plockomaten, en obemannad butik för lokal mat i Värmland.

Bredd, variation och idérikedom

Gårdsmosaik

Den bild av de småskaliga gårdarna i Värmland som växer fram kan närmast beskrivas som en mosaik! Det är en mosaik i flera dimensioner:

- Produktion av grönsaker, potatis, honung, blommor, ägg, ull, ost, kött, jordgubbar, sylt, saft, chutney med mera
- ”Gårdsrötter” från familjegård sedan generationer till nyinflyttade och nystartade
- Varierande försörjningsstrategier: Från att försörja familjen, ibland med någon anställd, året runt och/eller under säsong, till att ha verksamheten som bisyssla eller som en del av ett aktivt pensionärsliv

Den mångfacetterade bilden illustrerar att det är svårt att ge generella råd och rekommendera allmängiltiga strategier. Sådant måste anpassas efter varje gårds förutsättningar och ambitioner.

Potatismosaik vid skördefest på Värmlandsnäs 2017. Konstnär: Marianne Westerberg.

Biokulturellt arv

Vid samtliga gårdar finns exempel på biokulturellt arv, även om det inte är ett begrepp som används av småbrukarna själva. Alla gårdar bedrivs medvetet på ett sätt som gynnar den biologiska mångfalden. På gårdarna där fältarbetet genomfördes fanns och förvaltades olika typer av biokulturellt arv, till exempel röjningsrösen, äldre byggnader, lantraser och fjällbete. Läs mer om detta i ett av projektets blogginlägg ”Hus i bruk på Alm Østre”[3] samt i den populärvetenskapliga rapporten ”Biokulturellt arv, landskap och produktion”[4]. På de gårdar i Värmland som intervjuades fanns en mängd olika exempel på biokulturellt arv och gårdsbrukarna visade stort engagemang för detta.

Flera gårdar pratar om att deras djur betar ute så mycket som möjligt och att det är bra för den biologiska mångfalden. En av gårdarna berättar att de har haft bete i flera hundra år på marken. Det finns också exempel på växelbete där kor och får växlar mellan hagarna och höns som betar i flyttbara hönshus. Några gårdar använder bökande grisar i markberedning och låter sedan hönsen rensa efter grisarna. Omsorgen om jorden och djuren lyfts fram. Det finns exempelvis en stark vilja att djuren helst ska vara ute hela året och bara vara inne i samband med kalvande och lammande. Flera av gårdarna har bin på egen mark och i ett fall också på andras marker. Utöver att de ger honung, så är bina viktiga för pollinering. En av gårdarna arbetar också med att upprätthålla, och sälja, det nordiska biet som fanns redan på vikingatiden i Norge. En gård är klart uttalat en permakulturgård. Permakultur kommer från engelskans *Permanent Agriculture*. Det är en form av jordbruk med naturen som modell för att

[3] https://sola.kau.se/biokuma/2022/02/18/hus-i-bruk-pa-alm-ostre-i-stange/
[4] https://www.kau.se/files/2022-04/Biokuma_Rapport_A4_Nr1_2022_Tillganglig.pdf

utforma system som gör att människor och miljö mår bra, både nu och i framtiden. Permakulturen grundar sig i ett holistiskt synsätt där mänskliga samhällen är förenliga med en levande planet och där rättviseprinciper är centrala. Den praktiken, som är varsam med djur och natur, bidrar också till ett vardagligt förvaltande av det biokulturella arvet.

Kurs i höhässjning vid Loviseberg Herrgård.

Vid ett par gårdar har man arbetat särskilt med våtmarker, antingen genom att ta vara på dem eller återställa dem. I det ena fallet genomfördes arbetet med bidrag från Länsstyrelsen, och i ett annat fall handlade det om en dalgång med bäckraviner där man tidigare fått EU-bidrag för att bevarandet gynnar den biologiska mångfalden. Flera gårdar är certifierat ekologiska, medan några som inte är det ändå arbetar utan kemisk gödning och ogräsbekämpning. Flera arbetar med gamla sorter, till exempel av hallon och kålrot. Någon arbetar inte specifikt med gamla sorter, men har en väldigt stor bredd på grönsaker, upp till 50-60 sorter. Detta bidrar också till biologisk mångfald och god jord. En av gårdarna ligger i en radby där det finns regelverk för byggnaderna. Även vägsträckningen är historisk där.

Vid en av gårdarna, Loviseberg, som också besöktes i projektet och som deltog i workshopen i Opaker i maj 2022, bedrevs ett aktivt arbete med det biokulturella arvet. Det rörde såväl praktiker i jordbruket som att arbeta med häst i jord- och skogsbruk, återskapande av ängsmark genom bete, samt varsamt restaurerande av äldre byggnader. Vid gården har de också, i samarbete med Länsstyrelsen, arrangerat kurs i höhässjning.

Försäljningskanaler

Även försäljningskanalerna kan beskrivas som en mosaik. Försäljning sker på en mängd olika sätt: Rekoring, torghandel, gårdsbutiker, äggbodar, självplock, e-handel och detaljhandel är bara några exempel. I bilaga 1 ges en utförligare översikt över de olika försäljningskanaler som gårdarna i studien använder sig av.

Vilka försäljningskanaler som lämpar sig beror bland annat på vilken typ av produkt som ska säljas. Några produkter har begränsad hållbarhet eller är känsliga för transporter, annat behöver hållas kylt eller fryst, medan produkter som sylt eller chutney har lång hållbarhet och är förpackade så att de kan transporteras långt utan att komma till skada.

En annan viktig faktor för val av försäljningskanal är var kunder och marknad finns, och om gårdsbrukaren önskar direktkontakt med konsumenterna. Många små producenter värdesätter det direkta mötet med konsumenterna som ger möjlighet att berätta om sina produkter och förklara gårdens arbetssätt och värderingar. Flera gårdar lyfter att detta gör att kunderna har förtroende för gården på ett sätt som gör att gården inte nödvändigtvis behöver genomgå certifiering för ekologisk produktion. Producenten kan förklara hur gården bedriver sin produktion på ett sätt som motsvarar, eller ibland överstiger, de krav som ställs för certifiering, och hur de kan spara tid och pengar på att inte genomgå den formella certifieringsprocessen. Dessa gårdar uppskattar också återkoppling från kunderna om produkterna, vilket ger producenterna en erkänsla som man inte kan få på samma sätt genom exempelvis försäljning till detaljhandel eller e-handel. Flera gårdar drivs också av ett socialt engagemang för bygden och landsbygden i vidare bemärkelse och vill bidra med goda livsmedel lokalt och till traktens livskraft.

Några gårdar berättar att de har lagt ner mycket arbete på att nå ut till kunder, och prövat olika former av försäljningskanaler. Det finns exempel på gårdar där man överraskats av ett mer begränsat intresse från lokalsamhället för att bli kunder.

Valet av försäljningskanaler beror också på hur mycket tid och kompetens man har kring försäljning, och på regelverk kring försäljning av livsmedel.

Varje försäljningskanal har fördelar och nackdelar. Många säljer genom Rekoringar som har fördelarna att de inte har några mellanhänder, att produkterna är beställda i förväg och att det skapas direktkontakt mellan producent och konsument. Nackdelarna är exempelvis att det är tidskrävande, att det krävs en ”kritisk massa” av producenter vid varje ring för att nå tillräckligt många kunder och att kunderna bara kan hämta sina produkter under en viss tid varje vecka. Torghandel och återkommande marknader erbjuder också direktkontakten med kunden och har fördelen att det inte är några mellanhänder. Oftast når den här typen av försäljningskanal fler kunder än Rekoringen, men samtidigt är det mer osäkert i förhållande till hur mycket av det som producenten tagit med som faktiskt blir sålt.

Under coronapandemin ställdes de flesta återkommande marknader och en del torghandel in, medan Rekoringarna upplevde ett uppsving med både fler producenter och konsumenter. Från producenthåll upplevdes en del gnissel då flera producenter som inte är småskaliga gårdar eller förädlare av lokala produkter och som förlorat sina försäljningskanaler när marknaderna ställdes in, sökte sig till ringarna trots att deras produkter inte alltid motsvarade det som normalt förväntas av lokalproducerat. Det kan till exempel handla om godis som är producerat lokalt men av enbart industriellt framtagna råvaror. En annan försäljningskanal, som liknar återkommande marknader, är matevent såsom skördefester och matmässor. Ett exempel är ”Smaka på Värmland”, som årligen arrangeras på ett antal fasta platser där flera producenter säljer tillsammans, i kombination med att kunderna också kan besöka gårdar på liknande sätt som vid en konstrunda.

- visitvarmland.com/en/smaka-pa-varmland/

Gårdsbutiken på Alm Østre.

I Hedmark finns ”Midt i matfatet” som är en årlig mat- och lantbruksfestival i Hamar där traditionell och lokal mat är ett centralt tema

- midtimatfatet.no/

Några av gårdarna i studien säljer genom prenumeration. De upplever att fördelen är att det möjliggör bredd i produktionen, det är inga mellanhänder, det är effektivt att packa för leverans och produkterna är sålda i förväg. En nackdel som nämndes är att det kan vara ombytligt bland prenumeranter från år till år och att kunder önskar specifika grönsaker snarare än de färdigpackade som gården erbjuder. De gårdar som har självplock får också en försäljning utan mellanhänder och möjlighet till direktkontakt med kunderna. Några säljer till livsmedelsbutiker vilket har fördelen att de har långa öppettider och når många kunder, men å andra sidan nackdelar beträffande regelverk för förpackningar, högt påslag som ger lägre pris till producenten (och kanske för högt pris för konsumenten), och att det kräver relation till en handlare. Här finns dock exempel på att några lokala handlare tillhandahåller en hylla eller två för de små producenterna utan större påslag då man ser sig som en del i lokalsamhället och vill bidra till dess livskraft.

Ett annat exempel på försäljning utan mellanhänder är gårdsbutiker. Flera av gårdarna har egna gårdsbutiker medan några levererar till närliggande gårdsbutiker. En fördel med de egna gårdsbutikerna är att det ger direktkontakt med kund och att de ofta blir en del av en utflykt för kunden. Därigenom kan de nå en marknad på lite längre avstånd än det omedelbara lokalsamhället. Nackdelar med gårdsbutiken som försäljningskanal är att de är tidskrävande och att försäljningen är osäker.

Flera gårdar säljer sina produkter genom olika former av e-handel. För några innebär det en försäljning utan mellanhänder då kunderna beställer på nätet och hämtar eller får levererat på överenskommen plats, eller får produkterna per post. I andra sammanhang använder sig producenten av en samlande webbportal, till exempel ”Gårdarna i Värmland”.

- gardarnaivarmland.se

Ett annat exempel är ”Dagens” i Norge, en nätbutik där restauranger kan köpa direkt av producenterna.

- dagens.farm

Fördelarna med e-handeln är att det går att handla dygnet runt och att producenten når många kunder. Nackdelar kan handla om regelverk i förhållande till förpackningar som kan kräva investeringar, och även kostnader för distribution eller frakt.

Några av gårdarna har prövat på att sälja till caféer, hotell och restauranger, och några har även bedrivit egen café- eller restaurangverksamhet. I några fall har detta fungerat bra och det har utvecklats till en stabil försäljningskanal som innebär en fördel i och med att produkterna blir exponerade för en större kundkrets. I andra fall har det varit mer problematiskt utifrån en ombytlighet med nya kockar, att det kan krävas en för stor volym eller att direktiv från centralt håll i en hotellkedja inneburit förändringar lokalt. För de som driver egen café- och restaurangverksamhet finns också ett krävande regelverk att förhålla sig till, och det kan vara svårt att få tillräckligt många kunder.

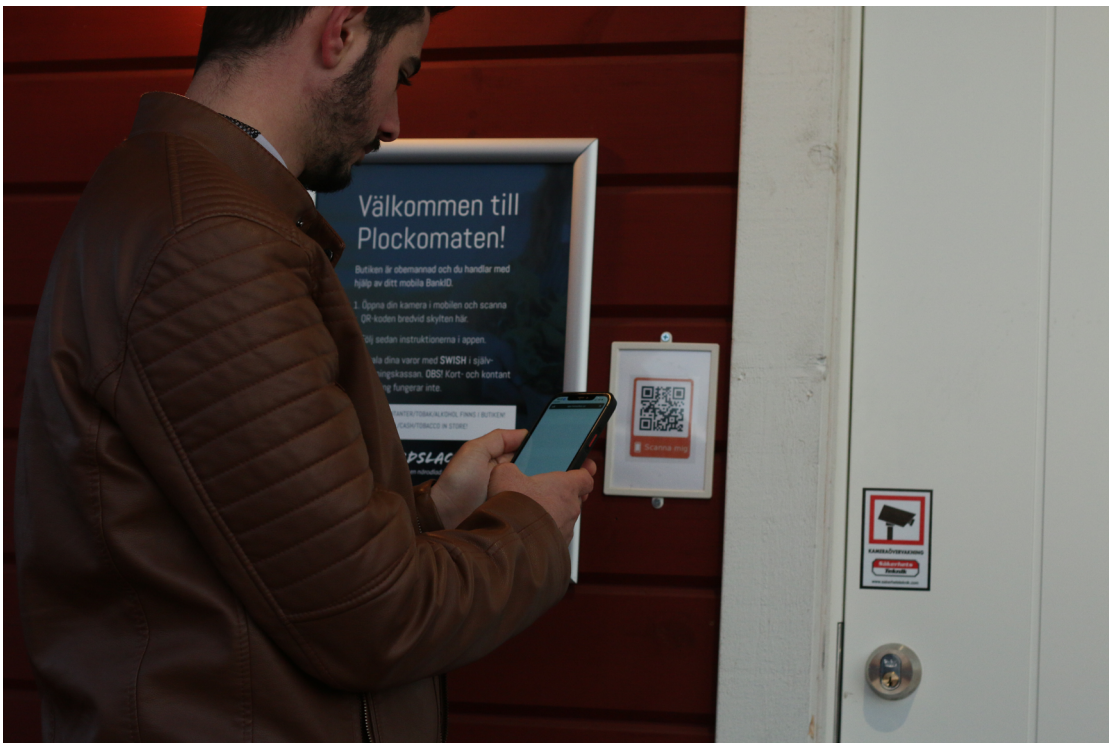
Flera producenter är intresserade av att hitta nya försäljningskanaler. På flera håll pågår försök att hitta nya sätt att koppla ihop producenter och konsumenter. Ett exempel är Plockomaten i Värmland - en obemannad butik för lokalproducerad mat och dryck. Den är öppen från 7-21 alla dagar i veckan. Kunden kommer in med hjälp av BankID och betalar med Swish. Fördelen för producenten är att leveransen görs till ett ställe: företaget som driver Plockomaten, och man når potentiellt många kunder som kan handla under generösa öppettider. En nackdel är att försäljningskanalen inte passar för alla typer av produkter och att regelverket kan innebära investeringar exempelvis vad gäller förpackning. Producenten får också oftast mindre betalt än vid direktförsäljning, men mer betalt än vid försäljning i detaljhandeln

- plockomaten.se

Varje gård behöver finna den eller de försäljningskanaler som passar bäst utifrån sina egna förutsättningar, möjligheter och kompetens och vad som produceras. För detta behövs en palett av försäljningskanaler. Det är också viktigt att försöka minimera nackdelarna med existerande försäljningskanaler och vara innovativ när det gäller nya sätt att sälja lokala produkter från gårdar som gynnar det biokulturella arvet. Vid workshopen i Opaker i maj 2022 arbetade deltagarna tillsammans för att bidra till sådana lösningar.

Undanröj hinder och utveckla försäljningskanaler

Flera idéer och förslag på hur hinder i förhållande till försäljningskanaler kan överbryggas för det småskaliga jordbruket har kommit fram under projektets gång, särskilt vid workshopen och från gårdarna. En del hinder handlar om regelverk där det särskilt betonas att regelverk över lag, inte bara i förhållande till försäljningskanalerna, är inriktade på det storskaliga jordbruket och inte är anpassade för småskalig produktion. Beträffande försäljning genom gårdscafé, restaurang och catering råder en bred enighet om att det måste finnas regler för livsmedelssäkerhet, och att det är många olika myndigheter och regelverk att förhålla sig till. Här behövs samordning, information, kurser, checklistor och liknande för att underlätta för gårdarna. Det finns också exempel på gårdar som önskar mer samarbetsvilja från kommuner för att exempelvis upplåta plats för obemannade äggbodar eller bidra till lite mer avancerade arrangemang.
Ett exempel är återkommande högkvalitativa marknader på de större torgen där lokalproducerade råvaror och förädlade varor kan säljas med viss regelbundenhet. Det efterlyses också ett regelverk kring offentlig upphandling som underlättar att använda lokalproducerade produkter, till exempel i förhållande till miljömål som skulle gynna mat som inte transporterats så långt och som producerats på ett hållbart sätt. Just i detta fall gavs exemplet ”kor på rot” i Härjedalen - en kreativ offentlig upphandling som underlättar för småskaliga och lokala producenter att leverera till storhushåll. En annan regelverksfråga som kom upp är den om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker såsom öl, cider och vin. För närvarande är sådan försäljning möjlig i Norge utifrån ett särskilt regelverk men inte i Sverige, även om det finns signaler om att detta kan komma att ändras framöver.



Plockomaten på Hammarö i Värmland.

För de småskaliga gårdarna utgör tidsbrist ofta ett hinder. Flera av försäljningskanalerna, i synnerhet de med direktkontakt med kunderna, är arbets- och tidskrävande. Några förslag till förbättringar är:

- ett ökat samarbete mellan gårdarna, kanske extern hjälp i form av frivilligorganisationer eller personer i arbetsmarknadsåtgärder.
- att kunna sälja och/eller leverera produkter på andra sätt, exempelvis genom olika varianter på obemannade butiker eller utlämningsställen som Instabox
- att kunna koppla upp sig mot andra former av distribution som exempelvis tidningsbud. Ett exempel på detta finns i Boden och Luleå med omnejd. Det är nätbutiken för lokalproducerad mat, Noah, som samarbetar med Svensk Hemleverans som kör ut tidningar både för att hämta upp varor hos producenter och leverera varor till kunder.
- Föreningen Rørosmat är ett bra exempel på hur samarbeten gör att lokal matproduktion kan nå ut till fler kunder, även till livsmedelsbutiker och restauranger.

  Läs mer på rorosmat.no
  Läs artikeln om Rørosmat i Eldrimners magasin Mathanverk nr. 2-3 2022

Det kom upp förslag på fler varianter av Plockomaten, men där lyftes också utmaningen med BankID och Swish (Sverige), eller Vipps (Norge). Den typen av teknisk lösning fungerar inte för internationella besökare och därför önskas en internationell lösning för att underlätta den här typen av försäljning. Beträffande de enklare obemannade bodarna påpekades att det bygger mycket på tillit, men flertalet erfarenheter tyder på att kunder i huvudsak är ärliga och betalar för sig.

Marknadsföring med hjälp av det biokulturella arvet

Både i samtalen med gårdarna och i projektets andra workshop diskuterades möjligheten att marknadsföra produkterna med hjälp av det biokulturella arvet. En grundläggande utmaning här är själva begreppet ”biokulturellt arv” som uppfattas som mycket svårt att kommunicera. Det är inte ett begrepp som används av konsumenter och producenter, utan i huvudsak ett vetenskapligt begrepp. Det finns flera andra begrepp som används, som till exempel de etablerade begreppen *ekologisk* och *biodynamisk,* och de inte lika väl etablerade begreppen *permakultur* och *regenerativt jordbruk* som samtliga innebär en produktion som gynnar åtminstone delar av det biokulturella arvet, framförallt det som rör natur och miljö. Däremot är de olika konkreta exemplen på biokulturellt arv som finns hos gårdarna möjliga att använda i marknadsföringen, och det görs redan på lite olika sätt. Vid försäljning genom Rekoring skriver varje producent information om hur deras produkter kommit till och det är vanligt med både bilder och filmer från verksamheten. Exempel på detta är att man vid försäljningen och beskrivningen av produkterna betonar grönbete och god omsorg om djuren, både när det gäller kycklingkött och äggproduktion och att grisarna går ute och bökar.

Det framkom flera förslag på hur det faktum att de småskaliga gårdarna producerar på ett sätt som gynnar det biokulturella arvet skulle kunna användas i marknadsföringen

men då med andra ord. Eftersom de små gårdsbruken har vissa likheter med det äldre jordbruket skulle formuleringar som använts i olika projekt såsom ”När då blir nu” eller ”Söka gammalt - skapa nytt” kunna användas. Samtidigt såg många gårdar sig som innovativa, snarare än som förvaltare av ett arv. Att betona förvaltning av arv kan ge associationer till museal verksamhet, snarare än den matproduktion som gårdsbrukarna behöver få tillräckliga inkomster från för att kunna leva av. Förslag lyftes också om att marknadsföra genom att berätta en historia, antingen i mötet mellan producent och kund eller exempelvis på produktens etikett. I diskussionerna kring begreppet och marknadsföring kom vi också in på behovet av att folkbilda om skillnaden mellan småskalig gårdsproduktion och industriellt jordbruk, något som vi återkommer till nedan.

Andra inkomstkällor för småskaliga gårdar

Det småskaliga gårdsbruket i samklang med djur och natur är arbetsintensivt, ofta mångsidigt och har utmaningar med låg lönsamhet. Därför är det intressant för några av dessa gårdar att finna andra inkomstkällor kopplade till sin verksamhet, såsom egen förädling genom mathantverk med produktion av exempelvis sylt och saft, bakning med eget mjöl, eller med egen café- och restaurangverksamhet. Bland gårdarna finns flera exempel på detta. Både i Norge och i Sverige finns det resurser som stöttar de som är intresserade av att utveckla mathantverk. I Norge finns fem regionala kompetensnätverk för lokalmat ”Kompetensnettverk lokalmat” och i Sverige finns det nationella resurscentret för mathantverk, Eldrimner.

- mathåndverk.no
- eldrimner.com

Det finns också flera gårdar som bedriver utbildningsverksamhet i olika former. För den biodynamiska gården Alm Østre innebär det faktum att man är en del av ett internationellt system för utbildning inom den biodynamiska verksamheten viktigt. Detta är en form av lärlingssystem (Biodynamic initiative for the next generation – Nordic) som gör att ungdomar utbildar sig praktiskt samtidigt som deras arbete bidrar med fler händer i produktionen.

- bingn.org/

Även gården Ridgedale har tidigare bedrivit utbildningar i regenerativt jordbruk (permakultur) på liknande sätt, samtidigt som man också bedriver kortare avgiftsbelagd kursverksamhet. Att vara involverad i kursverksamhet för andra småskaliga producenter eller hobbyodlare via studieförbund kan också vara ett alternativ, såsom i exemplet med höhässjning som genomfördes på Loviseberg Herrgård 2021. Kopplat till utbildning finns också exempel på hur gårdar tar emot barn och ungdomar från förskoleålder och uppåt för studiebesök. Ibland görs detta som en del i ett vidare engagemang för lokalsamhället, och ibland mot en avgift. En annan inkomstkälla är att ha ”öppen gård”-arrangemang, vilket kan ses som en blandning mellan utbildning och besöksnäring.

Andra möjliga exempel på inkomstkällor för småskaliga gårdar som föreslogs var kopplade till arbetsmarknadsåtgärder, till exempel för integration av nyanlända, praktik

för arbetslösa eller kommunala sommarjobb för ungdomar. Eftersom de småskaliga gårdarna bidrar med samhällstjänster för natur-, miljö- och kulturvård och är det rimligt att det allmänna skulle kunna bidra med finansiering av en del av arbetet på detta sätt. Grön hälsa och rehabilitering är andra exempel på inkomstmöjligheter för gårdarna, där det finns etablerade verksamheter av rehabilitering och ett växande intresse för olika mer nischade produkter såsom skogsbad och yoga. Det föreslogs också att de småskaliga gårdarna skulle vara särskilt lämpade för studiebesök från äldreboenden då många äldre kan ha relationer till den sortens jordbruk.

Bland gårdarna finns också exempel på uthyrning av djur för slyröjning och markberedning. Såväl getter som grisar lämpar sig bra för sådant, och här nämndes möjligheter såsom slyröjning av kraftledningsgator och skidpister, liksom naturvårdsarbete med kor i våtmarker och getter vid sätrar. Andra former av inkomster för gårdarna är kopplade till besöksnäringen och sträcker sig från aktiviteter såsom ”bo på lantgård” till samarbeten med företag kring exempelvis musikarrangemang och andra event. Det finns också exempel på säterrundor där flera sätrar samarbetar om ett upplägg med olika aktiviteter samma helg.

Ytterligare en möjlighet till inkomster är ersättning för det kultur-, natur- och miljövårdande arbete som antingen ingår som en naturlig del i själva det småskaliga gårdsbruket, till exempel en ökad biologisk mångfald, eller som en specifik insats grundad i intresse och förutsättningar på gården, exempelvis restaurering av en historisk byggnad. Det finns exempel på att ersättningar kan utgå för sådana här arbetsinsatser från lokal, regional, nationell och internationell nivå, men det är ett tidskrävande arbete beträffande ansökningar och ibland är regelverket stelbent och inte anpassat för de småskaliga gårdarna. Några gårdar nämnde också att verksamheter som tidigare möjliggjort ersättning från myndigheter har tagits bort, och att andra istället har tillkommit. Här efterfrågas hjälp att hitta rätt, och att få ersättning för rätt saker.

En väldigt viktig aspekt som dock lyftes när det gäller andra typer av inkomster från gårdsverksamheten är att det är både tidskrävande och kan kräva annan kompetens än den som rör själva produktionen, och inte minst att man måste ta betalt! Flera gårdar berättar om erfarenheter av spontanbesökare som inte verkar förstå hur mycket tid som själva gårdsproduktionen tar, eller kontakter som tagits för att arrangera ett studiebesök där förväntningarna var att det inte skulle vara förknippat med så stora kostnader för gården. Några nämnde att småbrukare är dåliga på att ta betalt och behöver få erkännande för sin kunskap och kompetens, som självklart är värd att betala för.

Framtiden för det småskaliga djur- och miljövänliga jordbruket som gynnar det biokulturella arvet

Det finns ett växande intresse för småskaligt jordbruk av flera skäl. Fler unga är intresserade av att bedriva den här typen av verksamhet, något som syns dels bland de som söker sig till lärlingsutbildningar exempelvis på Alm Østre och Ridgedale, och dels bland de övriga gårdarna i undersökningen. Här finns yngre gårdsbrukare som tagit över eller startat upp utifrån intresset av att leva och producera mat i bättre samklang med

naturen, oftast parallellt med någon annan inkomstkälla. En annan drivkraft är en önskan om att bidra till en livskraftig landsbygd. Det finns också ett ökat intresse för närproducerad mat som konsumenten känner sig trygg med har producerats på ett sätt som värnar om djur och natur. Klimatförändringarna och behovet av en grön omställning gör också att frågan om hur och var vår mat produceras blir av stor betydelse. Coronapandemin och kriget i Ukraina har också satt sårbarheten bland annat kring livsmedelsförsörjningen i blixtbelysning och gett ytterligare näring åt det växande intresset för småskaligt och lokalt jordbruk. Även från politiskt håll lyfts behovet av en ökad självförsörjningsgrad och även av nödvändigheten av att arbeta för ökad biologisk mångfald.

Det är alltså flera faktorer som drar åt samma håll och som på ett sätt visar på en ljus framtid för det småskaliga jordbruket som gynnar det biokulturella arvet. Utöver den mat som produceras vid dessa gårdar bidrar deras arbete även till ett samhälleligt mervärde inom kultur-, natur- och miljövård. Samtidigt finns det stora utmaningar med lönsamheten för dessa gårdar. Det betyder att det är ett stort förändringsarbete som ligger framför oss alla för att förbättra förutsättningarna för småskaligt jordbruk som gynnar det biokulturella arvet. Vi behöver nå bortom ”de redan övertygade” så att alla lär sig att förstå skillnaden på ”mat och mat”, till exempel varför småskalig matproduktion i samklang med miljön ger dyrare produkter än en mer industriell livsmedelsproduktion. Och på vilka sätt kan producenterna få betalt för de mervärden i form av samhälleliga natur- och kulturmiljövinster som den småskaliga produktionen genererar? Här krävs en mängd olika folkbildningsinsatser, något som såväl workshopdeltagarna som gårdarna hade många uppslag till.

Några rekommendationer

Flera utmaningar för lönsamheten i det småskaliga gårdsbruket kräver politiska beslut och systemskiften. Det pågår utredningar och insatser av olika slag som kan ge positiva effekter för småskaliga gårdar på sikt. Men det finns också förslag på aktiviteter som kan och bör göras här och nu. I workshopen arbetades rekommendationer och tips fram, och förslag har även kommit från gårdarna. Vi sammanfattar i nedanstående punkter:

- ***Försäljningskanaler.*** Det behöver finnas regler för livsmedelssäkerhet beträffande försäljning genom gårdscafé, restaurang och catering, men det är många myndigheter och regelverk att förhålla sig till. Det finns behov av samordning, information, kurser, checklistor och liknande för att underlätta för gårdarna. Det efterfrågas ökad samarbetsvilja från kommuner att till exempel upplåta plats för obemannade försäljningsbodar och arrangera högkvalitativa marknader för lokalproducerat. Från det offentliga efterfrågas också kreativ upphandling som underlättar för det lokalproducerade. Det tidskrävande arbetet att

sälja i direkt relation till kund skulle kunna underlättas av mer samarbete mellan gårdar och kanske ytterligare hjälp av frivilligorganisationer eller personer i arbetsträning. Bland de frivilliga som redan nu arbetar med Rekoringarna är det ofta några få som gör mycket jobb. Utveckling av obemannade butiker och distribution av varor exempelvis genom Instabox eller liknande eller samarbete med andra distributörer som tidningsbud efterlyses. Goda exempel finns att inspireras av.

- ***Marknadsföring*** av produkterna från det småskaliga gårdsbruket kan utvecklas, men oftast har den enskilde gårdsbrukaren begränsat med tid och kompetens för detta. Det sågs som en möjlighet att marknadsföra produkterna genom att betona att de är framtagna på ett sätt som är i samklang med djur och natur, något som i vissa fall redan görs exempelvis genom ekologisk eller biodynamisk certifiering. Dock ses det inte som möjligt att kommunicera begreppet biokulturellt arv, utan andra formuleringar och uttryckssätt behöver användas utifrån varje gårds förutsättningar.
- ***Andra inkomstmöjligheter utifrån gårdsbruket*** är nödvändigt för många som bedriver småskaligt gårdsbruk. Att förädla produkterna genom mathantverk och/eller att sälja i eget café är exempel på detta. Här lyfts dock också utmaningen ovan beträffande regelverk. Bra resurser för gårdsbrukare som vill starta eller utveckla mathantverk är de regionala kompetensnätverken för lokalmat i Norge och det nationella resurscentret för mathantverk Eldrimner i Sverige. Gårdar kan också bedriva utbildningsverksamhet i olika former genom lärlingssystem och kursverksamhet både för andra småskaliga odlare och hobbyodlare. Studiebesök för olika grupper från förskola, skola och även äldrevård var ytterligare förslag. Förslag fördes också fram på olika varianter av arbetsmarknadsåtgärder i det småskaliga jordbruket såsom integration av nyanlända, praktik för arbetslösa eller kommunala sommarjobb för ungdomar, liksom att småskaligt gårdsbruk kan vara lämpligt i förhållande till grön hälsa. Kopplat till besöksnäring nämndes också aktiviteter som ”bo på lantgård” och olika former av arrangemang. Möjligheten att få inkomster i form av ersättning för kultur-, natur- och miljöarbete nämndes också och då efterlyses hjälp att få information om hur man kan få den typen av ersättning och att ansökningar till finansiärer är så smidiga som möjligt och anpassade för småskaligt gårdsbruk så att gårdarna kan få betalt för sitt arbete. Det är dock viktigt att ta hänsyn till kunskap och kompetens hos gårdsbrukarna då flera av dessa möjliga inkomstkällor kräver andra sakkunskaper än den som handlar om själva gårdsbruket. Vad finns det för stöd för gårdsbrukarna att få kring detta?

- ***Folkbildning.*** Det stora förändringsarbete som ligger framför oss alla för att förbättra förutsättningarna för småskaligt jordbruk som gynnar det biokulturella arvet kräver en mängd olika insatser. Några förslag som lyftes är olika aktiviteter såsom ”bonden i skolan” som det redan finns exempel på, men enligt workshopdeltagarna i nuvarande form mest i förhållande till det mer storskaliga jordbruket. Skolklasser kan följa en gård dels digitalt och dels genom studiebesök. Inom skolan föreslås hemkunskapen ha en särskild roll när det gäller att utbilda om skillnaden mellan mat som är producerad småskaligt och storskaligt. Varför inte satsa på resurslärare med särskild kompetens på detta område för att stötta hemkunskapen i flera skolor? Barn och ungdomar i skolans alla årskurser föreslås få mer direkt kontakt med små gårdar med praktiska inslag. Även vuxna behöver lära sig mer om ”skillnaden på mat och mat” och här kan studieförbund vara viktiga aktörer. Det finns redan exempel på sådana kurser, men det behöver göras insatser för att nå fler än de som själva aktivt letar efter den här typen av kunskap.

NÅGRA LÄSFÖRSLAG OM INKOMSTER FRÅN SMÅ-SKALIGA GÅRDAR SOM GYNNAR DET BIOKULTURELLA ARVET

Dubois, A. (2018). Nurturing proximities in an emerging food landscape. *Journal of Rural Studies, 57*, 1-12.

Dubois, A. (2019). Translocal practices and proximities in short quality food chains at the periphery: The case of North Swedish farmers. *Agriculture and Human Values, 36*(4), 763-778.

Leikvoll, G. K. A., Hvitsand, C., Haugen, I., & Engh, M. (2020). REKO-ring: En viktig omsetningskanal for økologisk landbruk?. *Telemarksforsking. https://www. telemarksforsking. no/publikasjoner/reko-ring-en-viktig-omsetningskanal-forokologisk-landbruk/3568*.

Rytkönen, P., & Tunón, H. (2020). Summer farmers, diversification and rural tourism—challenges and opportunities in the wake of the entrepreneurial turn in Swedish policies (1991-2019). *Sustainability, 12*(12), 5217.

Tidigare populärvetenskapliga rapporter inom projektet

Svensson, Eva, Amundsen, Hilde, Rigmor, Dahlström, Margareta (Karlstads universitet och Norsk institutt for kulturminneforskning. 2022). *Biokulturellt arv, landskap och produktion. Biokuma Policy Brief 1:2022.*

BILAGA 1. FÖRSÄLJNINGSKANALER SOM ANVÄNDS AV GÅRDARNA

Nedanstående tabell är en sammanställning över de olika försäljningskanaler som framkommit att gårdarna använder, eller nämnt att de tidigare har använt. Några är vanliga, såsom Rekoring eller torghandel. I andra fall är det enstaka fall, exempelvis beträffande crowd funding.

Andelsjordbruk
Bondens marknad*
Bärstånd utanför butiker/köpcentrum
Crowd funding
Egen butik, annan plats än gården
E-handel genom egen hemsida
E-handel genom ex ”Gårdarna i Värmland”, ”Skafferi Värmland”, ”Dagens” (Norge)
Externt café/restaurang/hotell
Facebook
Förädlingsföretag som bedriver mathantverk (t ex kvarn eller bryggeri)
Gårdsbutik
Gårdscafé/restaurang
Livsmedelsbutiker i detaljhandel
Local food node med förutbestämda utlämningsplatser
Midt i matfatet i Hamar, Hedmark
Obemannad butik med inloggning med BankID
Obemannad butik utan inloggning med BankID
Oslokooperativet
Prenumeration
Rekoring
Saluhall/butik profilerad på lokal mat (t ex Grön Ko, Filé & Deli)
Självplock
Smaka på Värmland
Torghandel/marknad
Återkommande marknad (Oxhälja, Årjängsmarten mm)
Äggbod

* Bondens marknad är inte verksam i Värmland, men finns i Hedmark. En informant i Hedmark, som tidigare sålt på Bondens marknad, upplevde att Rekoringarna har blivit mer betydelsefulla än Bondens marknad på senare tid.

Layout: Universitetstryckeriet, Karlstad 2022

CRS, CENTRUM FÖR FORSKNING OM
HÅLLBAR SAMHÄLLSFÖRÄNDRING

Norsk institutt for
kulturminneforskning

BIOKUMA
Biokulturell arv og alternativ matproduksjon

Interreg
Sverige-Norge
Europeiska regionala utvecklingsfonden
EUROPEISKA UNIONEN

KARLSTADS UNIVERSITET • NORSK INSTITUTT FOR KULTURMINNEFORSKNING • HØGSKOLEN I INNLANDET LÄNSSTYRELSEN VÄRMLAND • SKOGSSTYRELSEN (VÄRMLAND-ÖREBRO), FÖRBUNDET SVENSK FÄBODKULTUR OCH UTMARKSBRUK • FÖRENINGEN VÄRMLANDS SÄTERKULTUR • HEDMARKEN LANDBRUKSKONTOR • INNLANDET FYLKESKOMMUNE VED JØNSBERG VIDEREGÅENDE SKOLE

NIKU.NO

KAU.SE/CRS