

Till alla transkriberingar överst i dokumentet
Texten är automatiskt genererad. Vi har i nuläget endast möjlighet att erbjuda transkriberingar i obearbetad form.

Livsmedelsförsörjningen har blivit alltmer i fokus den senaste tiden. På samma gång som maten blir dyrare och många hushåll måste hålla i plånboken så vill vi värna den svenska produktionen och stärka vår livsmedelsberedskap inför framtida kriser. Hur ska det här gå ihop? Faktum är att en tredjedel av den mat som vi äter vi på restaurang och därav en femtedel just snabbmat som hamburgare, korv och pommes frites. Så vilken roll kan snabbmaten spela för att öka den svenska livsmedelsberedskapen? Det ska vi prata om i Landet idag.

Välkomna till podden Landet! Jag heter Sandra Neergaard-Petersen och med mig i panelen idag för att prata snabbmat och krisberedskap har jag Jakob Ektander, potatisodlare från Skänninge i Östergötland. Jacob. Hej Sandra och tack så mycket! Sen har vi Wiveca Andreasson som arbetar på Atria Sweden och som arbetar med produkter såsom korv och hamburgare. Hej Wiveca! Hej Sandra. Och så har vi Håkan Jönsson som är docent och etnologisk forskare inom bland annat måltider vid Lunds universitet. Hej och välkommen Håkan! Tack så mycket! Ja, Håkan du forskar bland annat om den gastronomiska utvecklingen i Sverige över tid. Och om man tittar bakåt. Vilken mat har vi fått äta under andra kriser?

Beror på lite hur långt tillbaka i tiden vi ska gå såklart. Farfar berättade om saluhallen i Lund i slutet av kriget. Där fanns bara rabor och amerikanskt fläsk.

Rabor? Vad var det för något? Kålrötter eller andra rovor då på rikssvenska. Så man fick ju helt enkelt lösa det bäst man kunde. Och sedan tog man fram en delsurrogatvaror. Alltså man drygade ut...Det har man kanske alltid gjort under kriget och då pratar vi andra världskriget och Storbritannien. Framförallt så drygar man ju ut sån här skinka, burkskinka och så sålde man det som under beteckningen spam



och det blev lustigt nog så pass populärt så att det faktiskt fortsattes att ätas efter kriget. Statistik från Statistiska centralbyrån visar att just snabbmats-restaurangens försäljning påverkades minst faktiskt under Coronapandemin och att den ökat senaste året. Vad tror du Håkan som matetnolog att det beror på? Det är ett tecken på något som är ganska spännande, nämligen det att vi faktiskt i Sverige till sist har vant oss vid att äta ute så att säga. Ja, jag tänker att det här med att äta andras lagad mat. Nu ska vi bara försöka definiera vad snabbmat är idag. Jag tänker utifrån att servicehandel har förändrats. Bensinmackor idag erbjuder ju liksom långt ifrån bara korv och bröd och det finns salladsbuffé i matvarubutikerna. Det är väldigt spännande med gamla gränser för vad vi definierar kategorier inom löses upp i denna logistiska revolution som allt som levereras hem till dörren så att mycket kan förändras av maten, inte minst under pandemin, var ju också sånt som kom hem till dörren och åts i hemmet man hade lagats någon annanstans. Har Foodora som liksom plockar upp, som plötsligt gör restauranger också nästan blir snabbmat. Utifrån det perspektivet att du tar hem det till ditt hem på ett helt annat sätt. Ja, precis, Den där femtedelen av all restaurangmat hade kanske blivit en större andel om man utökar definitionen. Men Wiveca, du som jobbar mot snabbmats segmentet som gatukök och pizzerior, hur mycket pratas det om snabbmatens möjlighet att bidra till en ökad svensk produktion? När det gäller snabbmaten så är det ju inte så mycket diskussion om den svenska råvaran på samma sätt som man gör inom den offentliga sidan där man pratar mycket mer svenskt ursprung. Så när det gäller snabbmaten så har man inte samma diskussion som man har på den offentliga. Varför tror du att det är så? Jag tror mycket styrs av att den offentliga är lagstiftning och du kan påverka det genom politiken på ett annat sätt. Snabbmaten är ju enskilda individer och det kommersiella kommer in på ett annat sätt där inte för den sakens skull, utan där finns ju kedjor som har positionerat sig med kött från Sverige och mat från Sverige och som är duktiga på det. Så det är marknadsföringen som kommer in där. Konsumenterna kanske vilja att välja svenskt. Exakt. Jakob då som lantbrukare och





potatisproducent. Vilka möjligheter ser du för att få in mer svenska råvaror som potatis i snabbmaten? Som odlare har vi alla möjligheter att förse verksamheterna med våra produkter, som potatis till exempel. Snarare att efterfrågan där måste finnas ifrån framför allt konsument. Det som Wiveca säger där att i det offentliga så är det väldigt många konsument som aktivt köper svenskt. Det har även blivit enklare i dagligvaruhandeln att köpa svenskt. Det märks på ett väldigt bra sätt, till exempel från Sverige märkningen. Jag tror att inom restaurangbranschen så blir den svenska maten lite mer anonym. Du som konsument gör nog inte det valet aktivt på samma sätt om det inte erbjuds och att det profileras som svenskt.

Precis. Vad kan då behövas för att man ska som konsument få upp ögonen för att man skulle kunna ta med svenskt på restaurangmat? Behöver det märkning, eller hur? Hur ska restaurangerna nå ut tror ni?

Jag sitter inte på facit, men det pratas mycket i mina kretsar om att restaurangerna ska vara på menyerna mer promotat.

Den här rätten innehåller de här svenska råvarorna. Det finns absolut dom som gör det. Men att det i större utsträckning. Då kan man som konsument göra ett aktivt val för produkterna som vi ta fram. Odlingen finns och lantbrukarna inte bara inom potatis utan även inom allting som vi producerar. Absolut beredda på att förse med de svenska råvarorna.

Håkan, jag vänder mig till dig i din forskning har du tittat på den svenska måltidskulturen och vad vi äter och varför vi äter som vi gör. Vad är det för råvaror som blir viktiga i en livsmedelsberedskapskulle du säga? Baljväxter är egentligen suveränt ur ur beredskap till kris konsumtion därför att de kan lagras länge, de kan lagras genom torkning. De är inte så känsliga, kräver inte så mycket energi. De smälter inte bort som frysta varor gör om man skulle få stora elavbrott och de är dessutom bra för jorden. Det funkar ju väldigt bra att odla baljväxter i ett växelbruk. Det kan Jakob mycket mer om. Men det skulle ju vara ett sätt liksom att både återknyta till äldre måltidstradition och dessutom att äta på ett väldigt kris smart sätt. Att vi fortsätter den resa som väl ändå har påbörjats, liksom att baljväxter, ärtor, bönor har i alla fall i viss





månborjat återinföras i kosten i Sverige. Det var det och salt sill som var de huvudsakliga proteinkällorna. Wivecadå undrar jag utifrån det som är i den här köttbranschen. Salt sill och bönor är något som ni kan få in i produktionen? Då har vi en liten resa att göra in i snabbmaten. När du går dit för att äta en hamburgare med lite goda pommes frites tillså har vi gröna ärter till. Men det är ju spännande tanke att börja jobba in. Sill och pommes frites? Kanske med sill och potatis. Du har ju redan idag falafel som liksom har blivit modernt snabbmat och det är det som är bra med det liksom att ingen äter ju det för att man tänker att man ska vara krismedveten. De flesta äter det faktiskt inte ens för att man tänker att det ska vara vegetariskt längre, utan det är liksom bara normal snabbmat som vilken som helst. Det tror jag är viktigt, liksom att vi behöver komma dit för att det inte ska kännas som att man klär sig i säck och aska för att man äter något som är bra för samhället och framtiden liksom. Det ska bara vara normalt. Wiveca, som sagt så fortsätter vi att handla mycket från snabbmatsrestauranger under till exempel pandemin och Ukrainakrisen. Hur tänker du att snabbmatsrestaurangerna kan hjälpa till att trygga tillgången på svenska råvaror i kris? Jakob var inne på det lite med Från Sverige-märkningen är ju väldigt bra till att påverka tycker jag. Mat är gjort ett rätt så bra jobb med att framhäva betydelsen för Sverige. De hade någon undersökning. Sju av tio ville ändå liksom stödja det svenska jordbruket.

Det finns ju en vilja. Och den har ju någonstans ändå aktualiserats ännu mer nu i den som du var inne på själv med Ukraina osv. Den kris som jag sett har fått oss alla att vakna till att det är ju viktigt med självförsörjning också.

Jag tror att det är rätt tid att påverka. Hur ska man få upp den här medvetenheten så att folk uppskattar svenska råvaror? Jag tror det får ske genom en marknadsföring, via de olika gatukök, pizzeriorna och så vidare. Att de behöver positionera sig själva i så fall och nå ut. Jakob om efterfrågan ökar på svenska råvaror som till exempel svensk potatis till pommes frites eller till mos. Finns det tillräckligt med lantbrukare för att liksom producera och leverera det till efterfrågan?





Jag skulle absolut säga att det finns både lantbrukare och underlag, alltså arealunderlag för att kunna öka odlingen av potatis.

Men det är nog inte där skon klämmer utan det är snarare efterfrågan.

Sedan är det ju tyvärr så

potatisen är relativt anonym i sin bulkform så att säga. Om vi odlar den till exempel som pommes frites så är det ju

Det är kanske så att man inte efterfrågar utan det gäller att få upp den medvetenheten och efterfrågan på kanske just svensk pommes frites i det här sammanhanget. Vi pratar om att försöka öka den efterfrågan så det är komplext. Men marknadsföring är ett steg och odlingen finns absolut.

Håkan, vad säger du om det som Jakob tog upp? Behöver vi differentiera potatisen mer? Jo, men det har ju hänt väldigt mycket de senaste 20-30 åren. Men det är fortfarande en lång resa att göra. Det är fortfarande så att vin är kanske det bästa exemplet på det man har då man tänker på ett helt annat sätt i nuläget.

Visst, det finns bulkvin, men även ganska enkla viner i det differentierade på massa sätt. Potatis till exempel är ju liksom en fantastisk råvara som finns i oändligt många olika varianter som dessutom passar till väldigt mycket olika mat. Där tycker jag att det har väl spridit sig på restaurang. Ja, det finns. Det finns åtminstone på de flesta ställen idag mer än fast och mjölig potatis som. I bästa fall kan man till och med ta reda på vilken sort. Det är ju väldigt mycket mer att göra och det tycker jag att industrin har varit lite passiv vad man skulle kunna gå ut med. Ett antal olika potatis produkter. Om vi nu tar pommes fritten då, den är ju inte likadan.

Beroende på vilken sort du har. Och har man då en historia att knyta till det att den här potatissorten är framtagen, odlad där den får just de här smakegenskaperna som skiljer den från den vanliga potatisen. Då kan man ju utan problem ta ut lite mer i alla fall den merkostnad som det finns och man kan dessutom få mervärde för både den som förädlade liksom och den som säljer det i slutändan så går

det hela vägen tillbaka till bönderna. Vi måste alltså skapa en storytelling kring potatisen. Vad säger du Wiveca? Det är ju rätt intressant tanke du har det här liksom att differentiera om man nu tar potatis som exempel. Findus hade ju historiskt stor





ärtodling, det är ju andra som har tagit över. Jag jobbade för 100 år sedan som produktchef då.

Där valde vi att de tunga ärtorna föll ner på grund av stärkelsen och de små fina de flöt så man kunde ta mycket bra betalt för just det här att hitta segmenten för produkten och sedan vara ute på marknaden.

Nu har vi pratat lite om vilka möjligheter som finns här nu. Vilka skulle utmaningarna kunna sägas vara för att få inmer svenska råvaror i restaurangbranschen? Det är ju tillbaka till lönsamheten i alla led att visa påvisa att man kan ta ut de svenska mervärden alltifrån att vi har självförsörjning men också att vi pratar vi kött har vi oftavi ligger lågt i antibiotikaanvändningen, till exempel. Att förmedla de här fördelarna som vi har och kunna ta betalt för det.

För det är väl där det kommer med inflation och så vidare utifrån att personer håller i plånboken.

Samt om man tänker som potatisen så är det ju ändå fortfarande väldigt billig råvara. Vi är ju lite konstiga i våra icke helt logiska resonemang.

Jakob du nickar med. Men jag håller med Wiveca, där är där ← vi odlare ofta tittar på.

Vad möter vi där ute rent lönsamhetsmässigt. Och tider har vi ju sett att det kommer in billigare varor utifrån in i Sverige som är billigare helt enkelt. Och då har vi svårt att konkurrera. Så det är ju lönsamhets-nivån som Wiveca pratar om måste finnas i alla led för möjligheten att ta fram produkterna. Det vidhåller jag. De finns i Sverige i stor utsträckning, så det är lönsamheten.

Håkan, jag ger dig sista ordet. Vad säger du om utmaningarna? Ja, det tycker jag väl också att det är. Regelverket måste ju uppdateras och det finns ju viss naivitet också gentemot andra länder som har bibehållitsubventioner på ett helt annat sätt än Sverige. Jag tycker inte att vi tvungetska gå tillbaka till den jordbrukspolitik som vi hade på 80-talet, men det är ändå slående att se hur mycket högre självförsörjningsgrad och lantbruk som finns i vårt grannland Norge idag. Vad vi kan lära oss av Norge då? Framför allt tycker jag det generella att det faktiskt finns en ganskaganska gemensam övertygelse att en levande landsbygd är bra för landet. Här är det någon föreställning om





att utvecklingen består i att landsbygden avfolkas. Tyvärr tycker jag att trots alla gröna vågar och annat så ligger den rationaliteten kvar väldigt mycket i den övergripande svenska politiken. Där tror jag det måste till ett rejält skifte för annars så kommer vi bara en liten bit på vägen. Då säger jag tack till er. Medverkande Jakob Ektander, potatisodlare från EW Potatis i Skänninge, Wiveca Andreasson från Atria i Sverige och Håkan Jönsson från Lunds universitet. Tack för att ni var med och bidrog med er kunskap. Tack så mycket! På Landsbyggsnätverkets webb kan du läsa mer om svenska råvaror i restaurangmaten och om varför det är viktigt att bygga upp en stabil livsmedelsproduktion.

Tack till er som har lyssnat! Podden Landet görs av Landsbyggsnätverket. Producent var Ingrid Whitelock och jag heter Sandra Neergaard-Petersen. På återhörande!

