

# Slutrapport ”Varumärke Naturbeteskött Vätterbranterna”

Projektet ”Biologisk mångfald i odlingslandskap Biosfärområde Östra Vätterbranterna” med underprojektet ”Varumärke Naturbeteskött Vätterbranterna”, startades med medel från WWF 2018, med syfte att på ett långsiktigt och för brukarna ekonomiskt lönsamt sätt bevara och utöka biosfärsområdets värdefulla naturbetesmarker. Målen var då att undersöka förutsättningarna för ett lokalt varumärke för certifierat naturbeteskött inom Biosfärsområde Östra Vätterbranterna, samt att utveckla förädlade produkter att sälja under detta varumärke.

Projektteamet byttes ut under våren 2020. Effektmålen i förändringsteorin (se bilaga 1) förblev desamma men nya aktivitetsmål för tiden maj-december 2020 formulerades utifrån de tillgängliga resurserna, och godkändes av WWF. Projektet kom att omformuleras till en mer uttalad förstudie. Denna slutrapport belyser arbetet som gjorts från maj 2020.

## 1) Key Outcomes and Impacts Achieved (approx. 1-2 pages)

**Inom projektet vill vi särskilt lyfta fram tre olika resultat, vilka fördjupas nedan:**

- Engagerade producenter den viktigaste målgruppen
- Samhällsförändringar till det svenska och lokala köttets fördel
- Ett starkt nätverk skalar upp och tar arbetet vidare

### **Engagerade producenter den viktigaste målgruppen**

Tack vare projektets producentkartläggning och -kommunikation har en tydligare bild av områdets djurhållare skapats. Många producenter i området ”gör jobbet” och bevarar värdefulla naturbetesmarker och därmed den biologiska mångfalden med hjälp av sina djur.

Vid en genomlysning befanns dock inga av områdets producenter vara certifierade av Svenskt Sigill, med eller utan tillvalet Naturbeteskött. Ingen försäljare inom de lokala Reko-ringarna marknadsförde vid tillfället sitt kött som naturbetat.

Utifrån Länsstyrelsens djurhållarregister gjordes ett utskick med en kort enkät till drygt 300 djurhållare inom Biosfärsområdet. Ett 80-tal av dem svarade att de önskade fortsatt kontakt och mer information om certifiering av naturbeteskött inom Biosfärsområdet. Alla utom en av dessa dryga 80 respondenter höll vid tillfället djur som betar naturbetesmarker och därmed hävdar kulturmiljön och områdets biologiska mångfald. De allra flesta av dem får också miljöstöd för sina betesmarker.

Redan idag gör de alltså ett stort jobb för hållbar köttproduktion och bevarandet av arter och deras livsmiljöer. Den övervägande delen av producenterna säljer idag sitt kött direkt till slakteri utan certifieringar, vilket gör att de inte får extra betalt för köttet från de naturvårdande djuren. Somliga säljer i egen gårdsbutik eller köttlådor direkt till kund. Ingen angav att de sålde under eget varumärke i lokala butiker.

De producenter som svarade på enkäten att de önskade vidare kontakt fick e-postutskick med information om det viktiga arbete de och deras djur gör för Biosfärsområdets natur och biologiska mångfald, samt om certifiering via Svenskt Sigill Naturbeteskött, och om Biosfärsområde Östra Vätterbranterna. De bjöds in till en fysisk träff med fältvandring på Säby gård 22 september 2020. De 17 producenter (varav 8 kvinnor och 9 män) som kom till träffen fick träffas som kollegor, utbyta erfarenheter och diskutera med varandra, såväl som att få information och kunna ställa frågor direkt till representanter från Länsstyrelsen, Biosfärsområdet, den regionala livsmedelsstrategin och föreningen för Naturbeteskött i Sverige.

Ytterligare en producentträff på Elmia planerades och marknadsfördes till den 22/10. Ett generellt minskat intresse och möjlighet att delta i fysiska evenemang på grund av Corona-läget kom dessvärre att leda till att aktiviteten ställdes in. Producentaktiviteten skulle gästas av sex föreläsare från olika organisationer och med olika ingång till naturbeten och naturbeteskött. Syftet var som tidigare, att stärka de lokala naturbetesproducenterna, ge dem tillgång till projektets nätverk och experter och dessutom ett tillfälle att träffa och utbyta erfarenheter med kollegor. När aktiviteten ställdes in valde man att inte heller websända föreläsningarna. Intresset för digitala evenemang har varit svagt bland producentmålgruppen, och därför inte prioriterats. I den digitala varianten hade även möjligheten till nätverkande och kunskapsutbyte producenter emellan försvunnit.

Under samtal med producenterna framkom att man sett problem med att få konsumenter att inse naturbetesmarkernas och naturbetesköttets alla fördelar. Med denna utgångspunkt planerades och marknadsfördes ett inspirations- och informationstillfälle för konsumenter. Konsumentvandringen hade liknande upplägg som fältvandringen för producenter, och skulle genomföras på Säby gård samma dag, den 22/9. På grund av lågt intresse, sannolikt påverkat av Covid, ställdes vandringen in.

Under senhösten planeras en digital föreläsning/panelsamtal för konsumenter och restauranger på temat Hållbart kött på julbordet, där fokus kommer att ligga på lokalproducerat och svenskt naturbeteskött. Detta evenemang kommer att samarbeta med det nationella LRF-projektet "Mer svenskt kött på restaurang", Naturbeteskött i Sverige, Elmia Matbruk och den regionala livsmedelsstrategin i Jönköpings län.

Parallellt med projektet "Varumärke Naturbeteskött Vätterbranterna" drivs ett östgötskt projekt, "Naturbeteskött från Östergötland", där man arbetat med att marknadsföra lokalproducerat certifierat naturbeteskött. Naturbeteskött Vätterbranterna har haft kontakt med östgötaprojektet för att jämföra förutsättningar och resultat samt ta del av goda exempel. I Östergötland har kommunerna och de offentliga upphandlingarna varit drivande för att skapa en efterfrågan på lokalproducerat naturbeteskött, vilket i sin tur gjort att fler producenter valt att certifiera sin produktion.

Med detta i åtanke beslutades att Jönköpings läns kostchefer och upphandlare för offentliga kök skulle få ta del av information om naturbetesköttets mervärden, samt hur man kan upphandla lokalt naturbeteskött med hjälp av Upphandlingsmyndighetens hållbarhetskriterier. En digital föreläsning för kostchefer och upphandlare spelades in och sprids under senhöst och vinter 2020-21 till målgruppen via utskick från den regionala livsmedelsstrategin i Jönköpings län 2030. Positiva exempel lyfts fram och åhörarna erbjuds fortsatt kontakt och stöttning med såväl den regionala livsmedelsstrategin i Jönköpings län som föreningen för Naturbeteskött i Sverige.

### **Samhällsförändringar till det svenska och lokala köttets fördel**

Den ursprungliga målformuleringen, med ett eget varumärke för naturbeteskött från Biosfärsområdet, hade under projektets gång blivit mindre aktuell. Förändringar på samhällsnivå har, under projekttiden, verkat i projektmålens riktning, varför dagens möjligheter och utmaningar ser annorlunda ut än när projektplanen skrevs. Till stor del handlar detta om en större rörelse med ökad uppmärksamhet för hållbar mat och vilja att handla av lokala producenter.

En bättre marknad för svenskt kött gör att fler producenter upplever att de har bra avtal med slakterierna utan att för den skull certifiera sin produktion. En orsak till detta är att fler svenskar nu lagar mat hemma snarare än att äta på restaurang på grund av Corona-restriktionerna. Konsumenter tenderar att i högre grad välja svenska och närproducerade råvaror i butik, samtidigt som andelen svenskt kött på restaurang är betydligt lägre (ca 20% enligt LRF). Producenten som upplever en efterfrågan och får sina produkter sålda till ett pris man är nöjd med, är mindre benägen att gå igenom en certifieringsprocess.

Nya försäljningsvägar har också utvecklats sedan projektstarten, som Reko-ringar och ökad försäljning direkt till kund via köttlådor och gårdsbutiker. På denna lokala marknad blir producenten i hög grad är sitt eget

varumärke. Här möter producenter och konsumenter varandra direkt, utan mellanhänder. En transparent produktion med starka mervärden blir försäljningsargument, och exempelvis naturbetesdrift kan motivera ett högre pris ut till kund. När producenten själv kan beskriva sin produktion på gårds- och ända ner till djurnivå, blir en certifiering mindre aktuell. Certifieringen innebär en kostnad, men också ökad administration och kontroll. Fler producenter uttrycker också att de själva sätter sina kriterier för exempelvis betesdrift och andel grovfoder högre än certifieringens krav, varför de ändå behöver kommunicera sitt produktions sätt ut till kunderna.

### **Ett starkt nätverk skalar upp och tar arbetet vidare**

För att ta ett samlat grepp om frågan, belysa så många mervärden som möjligt och nå ut så brett som möjligt, arbetade projektet för att initiera ett kunskapsnätverk av organisationer på olika nivåer, såväl lokalt som regionalt och nationellt. I och med detta skulle projektets begränsade resurser komma att utnyttjas så effektivt som möjligt, samtidigt som naturbetesfrågan skulle bli aktuell i många organisationer samtidigt, till gagn för såväl producenter som konsumenter, restauranger och offentliga kök.

Träffarna som nämnts ovan planerades som ett samarbete mellan Biosfärsområde Östra Vätterbranterna, Länsstyrelsen i Jönköpings län, föreningen för Naturbeteskött i Sverige och Nära till bra mat – den regionala livsmedelsstrategin i Jönköpings län 2030.

Projektledaren för Naturbeteskött från Östergötland, tillika verksamhetsledare för Naturbeteskött i Sverige, deltog vid producentträffen och svarade på frågor om såväl certifiering av naturbeteskött som förutsättningar, svårigheter och fördelar med att arbeta med lokala varumärken.

LRF:s nationella projekt "Mer svenskt kött på restaurang" kontaktades och deltar i den digitala föreläsningen "Hållbart kött på julbordet". LRF-projektet kommer att infoga ett avsnitt om naturbeteskött i sina utbildningar för restauranger och producenter under vintern och våren 2020-21.

Hushållningssällskapets projekt "Göra affärer med lokalproducerad mat" önskar fortsatt kontakt med naturbetesproducenterna inom Biosfärsområdet för att hjälpa dem att sälja mer på den lokala marknaden. Samverkan kommer på dessa och liknande sätt att göra att projektet "Varumärke Östra Vätterbranterna" lever vidare, att resultaten tas tillvara och att kommande projekt och insatser tar vid snarare än att börja sina insatser från noll.



*Samverkan i praktiken: Representanter för Biosfärsområdet, Länsstyrelsen, Naturbeteskött i Sverige, Naturbeteskött från Östergötland och den regionala livsmedelsstrategin i Jönköpings län tillsammans med naturbetesproducenter under fältvandringen på Säby gård.*

## **2) Sharing of Lessons Learned\* (approx. 1 page)**

### **Vikten av att utvärdera och omformulera projektmålen efter hand**

Ett projektarbete, från ansökan till genomförande, kan sträcka sig över flera års tid. Även om effektmålen på lång och kort sikt är desamma, kan förutsättningarna ha förändrats under projektets gång. Genom att granska och ta ställning till projektets hela förändringsteori under projekttiden, kan prestationen och aktiviteterna

vässas utifrån yttre förutsättningar. I detta fall kom förändringar på samhällsnivå att verka i projektmålen riktning (beskrivet ovan), varför det blev aktuellt att förändra projektet under arbetets gång. De övergripande målen kvarstod, men aktiviteternas inriktning omformulerades.

### **Samverkan som avgörande faktor**

*”Fixar Biosfärsområdet inbjudan så ordnar Regionen lokalen och Länsstyrelsen gör utskick.”*

Samverkan och kunskapsspridning mellan fler aktörer är avgörande för en bred förankring. Gemensamma resurser kan skala upp arbetet. Samarbetet ger mer ”muskler”, bredare kunskap från fler expertområden, större ekonomiska förutsättningar, men också ett nätverk och fler kollegor som kan bidra med idéer och energi. För att skapa en sådan positiv samverkan är det viktigt att agera för att hitta och knyta samman nyckelpersoner med hela förändringsteorin i åtanke. Identifiera vilka andra organisationer som kan ha samma långsiktiga och/eller kortsiktiga mål, som önskar liknande effekter eller som är intresserade av att genomföra liknande aktiviteter. Ett nätverk med driv och engagemang kan bestå och samverka även efter projektets slut, vilket borgar för att frågorna inte försvinner med projektet.

### **3) Effective Implementation of Workplans and Budgets (max. 1 page).**

Under projektets första del, under 2018 och 2019 gjordes informationsinsamling och informationsmaterial; folder (bilaga 2) och hemsida skapades. Målen var då att undersöka förutsättningarna för ett lokalt varumärke för certifierat naturbeteskött inom Biosfärsområde Östra Vätterbranterna, samt att utveckla förädlade produkter att sälja under detta varumärke.

Projektteamet byttes ut under våren 2020. Nya aktivitetsmål för tiden maj-december 2020 formulerades utifrån de tillgängliga resurserna, och godkändes av WWF. Projektet kom att omformuleras till en mer uttalad förstudie, i enlighet med projektets förändringsteori (bilaga 1).

Projektet kom under 2020 att ”växla upp” projektmedlen med både ekonomisk finansiering och engagemang från andra aktörer. I de gemensamma aktiviteterna fördelades arbetet mellan organisationerna, och de organisationer som hade budget för det tog eventuella kostnader. Utan detta samarbete skulle projektet inte kunnat nå ut på samma sätt, erbjudandet till mottagarna hade varit fattigare och informationen tunnare. Man hade även riskerat en konkurrenssituation mellan organisationerna, då fler planerade aktiviteter som vände sig till dessa målgrupper.

### **4) Challenges and Strengths Affecting Performance (max 1 page)**

Corona-pandemin kom att påverka mottagarnas vilja och möjlighet att delta i fysiska träffar, vilka är viktiga för nätverkande och kunskapsutbyte. Detta kom att påverka och begränsa projektets aktiviteter. Digitala föreläsningar planerades och genomfördes, men intresset för dessa träffar var inte lika stort. Projektet har därför delvis fått kommunicera med de producenter som önskat vidare kontakt via e-postutskick och telefon.

De relativt små resurserna i denna del av projektet upplevdes först som en begränsning och en utmaning. Samtidigt ledde det till initiativet med samverkan, vilket i sin tur blev en av projektets stora styrkor.

### **5) Adaptive Management (approx. 1 page)**

Under våren 2020 byttes projektmedarbetarna ut. Projektets mål och inriktning utvärderades och omformulerades utifrån de förutsättningar som nu rådde. Effektmålen kvarstod, men aktivitetsmålen behövde nu uppnås under en kort tid med begränsade resurser. Projektet stöptes om till en tydligare förstudie, med fokus på Biosfärsområdets djurhållare. Projektets inventering av djurhållarna fick ett stort gensvar, och en

tydligare bild av områdets producenter och deras djur trädde fram. Med denna bakgrund kunde projektet styra sina insatser efter producenternas önskemål, och därmed införa ett tydligare underifrånperspektiv än i den ursprungliga projektplanen.

Tack vare producenternas intresse fanns en stark önskan att göra så mycket som möjligt av de slimmade förutsättningarna. Därför sökte projektet kontakt med andra organisationer i syfte att skapa ett nätverk och växla upp sina resurser. Tanken var från början kunskapsutbyte och en gemensam aktivitet, men nätverket kom att bli projektgenomförandets ryggrad och motor. Tillsammans är vi starkare, mer uthålliga och kan göra större nytta, nå större effekt.

Utifrån de mål som formulerades och aktiviteterna som genomförts under 2020 har projektet kommit att beröra fler av WWF:s nyckelfrågor som Hållbar köttproduktion, Matsäkerhet och Bevarandet av arter och deras livsmiljöer. Produktionen av naturbeteskött på Östra Vätterbranterna är en del av den lokala lösningen på ovanstående frågor. En ökad uppmärksamhet på sambanden mellan Biosfärsområdets biologiska mångfald och de betande djuren bereder vägen för att naturbeteskött ska vara en hållbar affär, även ekonomiskt. Vägen dit kan se olika ut för olika producenter, vilket framkommit i kartläggning och samtal. Certifiering via svenskt Sigill Naturbeteskött och/eller ökad marknadsföring/märkning av ursprung från Biosfärsområdet är förslag på lösningar, som producenterna nu fått information om.

Föreningen Naturbeteskött i Sverige erbjuder rådgivning och möjlighet till nedsatt certifieringskostnad för de producenter som vill certifiera produktionen med IP Sigill Naturbeteskött. Idag finns ingen organisation för en ursprungsmärkning av matvaror från Biosfärsområdet. I takt med att namnet och varumärket Biosfärområde Östra Vätterbranterna stärks skulle en sådan efterfrågan kunna komma från producenterna. Med hjälp av de erfarenheter som gjorts i projektet Naturbeteskött från Östergötland, skulle man då kunna arbeta vidare utifrån de lokala förutsättningarna. Dessa tankar har kommunicerats till Hushållningssällskapets projekt "Göra affärer med lokalproducerad mat", som startat under 2020 och syftar till att hjälpa företagare att marknadsföra och sälja sina lokala produkter på den lokala marknaden. På så sätt ser vi att det arbete som gjorts inom "Varumärke Östra Vätterbranterna" kan leva vidare och utvecklas.