Inte vilken industri som helst

En rapport från Livsmedelsföretagen

Innehåll

01
LÅNGKOKET OCH HALVFABRIKATET

Mat har blivit status och det vi äter berättar något om vilka vi är. Men har statusjakten fått oss att skämmas över vad vi äter – även fast vi inte behöver det?

SID 6 – 9

02
LIVSMEDELS-EKONOMIN

Trots att alla vet att mat är en förutsättning för vår överlevnad är det få som förstår hur livsviktig livsmedelsindustrin är för Sveriges ekonomi.

SID 10 – 13

03
TRYGGARE KAN INGEN VARA

Matlarmen har blivit en del av konsumenternas vardag. Men trots de många larmen i medierna påverkas inte livsmedelsförsäljningen nämnvärt. Varför?

SID 14 – 19

04
INTEGRATIONS-INDUSTRIN

Den höga andelen utlandsfödda i den svenska livsmedelsindustrin har resulterat i både höga exportnivåer och en mångkulturell bransch som bjuder på många spännande levnadsöden.

SID 20 – 23

05
DET GLOKALA MATLANDET

Kebabpizza och tacos är kanske de svenskaste rätterna som finns. Få andra länder plockar på samma vis ihop det bästa från andra matkulturer och gör någonting helt eget av dem.

SID 24 – 27

06
VÄRLDENS MEST INTOLERANTA LAND

Sverige brukar beskrivas som ett av världens mest toleranta länder. Men att döma av explosionen av allergianpassade specialprodukter frodas intoleransen i öppenhetens högborg.

SID 28 – 29

07
MATEN SOM MARKNADSFÖR SVERIGE BÄTTRE ÄN MILLENIUMTRIOLOGIN

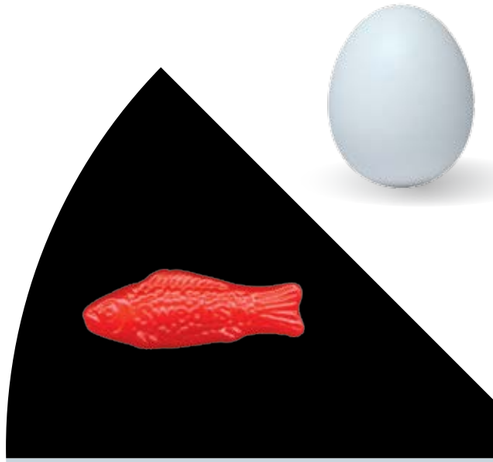
Det är lätt att få bilden av att det är de svenska pop- och deckarundren som gör Sverige känt i världen, men det är faktiskt mat som flest tänker på när de hör ordet Sverige.

SID 30 – 34

08
STORA UTMANINGAR MED MIKROSKOPISKA LÖSNINGAR

I en tid av närodlat och naturligt finns en skepsis mot tekniskt förbättrad mat, men något håller på att hända. Och för att överleva är vi kanske tvungna att tänka om.

SID 35 – 37



Inte vilken industri som helst

I en ny studie från Göteborgs universitet kom forskarna lite oväntat fram till att man blir mätbart lyckligare av att shoppa. All form av shopping ger inte samma effekt på lyckan. När en skidälskare köper ett par nya och bättre skidor och använder dessa blir hon mätbart lyckligare. Mat har samma effekt. Bra mat som konsumeras tillsammans med andra skapar lycka. Så mycket välmående att det är mätbart och sammantaget höjer ett lands lyckoindex. Livsmedelsindustrin levererar inte bara nödvändiga vitaminer och mineraler, proteiner och kolhydrater. Den skapar också välmående och hälsa. Utan mat överlever vi inte, så enkelt är det. Och bra mat gör oss lyckliga.

Det finns många föreställningar om den industri som producerar mat. Det beror till viss del på att vi fortfarande har lite svårt att acceptera att vi har släppt tillverkningen av mat till andra. Att vi i stället för att själva odla, slakta, stycka, tillaga, baka, safta och sylta köper allt mer förberedd mat gjord av stora eller små företag, innehållandes råvaror från hela världen. Vi är inte alldeles bekväma i det moderna urbana samhället, där mat har blivit en vara bland andra. Mat är trots allt något som vi måste känna sådant förtroende för att vi är beredda att stoppa det i munnen och bokstavligen göra det till en del av oss själva. Därför är inte livsmedelsindustrin riktigt vilken industri som helst. Det är hantverk och industrialism på samma gång. Det är litet och stort i samma fabrik. Det är avancerad logistik och manuellt provsmakande samtidigt.

En viktig orsak till att Sverige har exploderat som spännande matland är vår lätt ängsliga rädsla för att verka omoderna och konservativa. Det för det goda med sig att vi är öppna och nyfikna på allt nytt. Vi är mycket mer benägna att införliva andra länders smaker och rätter i våra egna traditioner än många andra nationer. Det gör att vår mat är stadd i ständig förändring. Vi slänger inte ut det gamla, utan vi gör om det i nya uppdaterade och spännande versioner. Vi har alla skäl att vara stolta över att Sverige i dag anses ligga i framkant när det gäller mat. Och jag hoppas att denna rapport ska skingra en del av de funderingar som finns kring mat, äkthet, säkerhet, märkning och produktion. Och som sagt, unna dig god mat. Det gör dig bevisat lyckligare.

Marie Söderqvist

vd för Livsmedelsföretagen

Långkoket & halvfabrikatet

Den omsorgsfullt lagade köttfärssåsen till tisdagsmiddag säger mer om vem du är än klänningen du bär på lördagskvällen. Mat och matlagning är i dag intimt förknippat med status och säger mycket om en person. Baksidan? Skammen som många känner när tiden och orken inte räcker till för att laga allt från grunden.

Efter en lugn och härlig frukost där hela familjen samlats kring det hembakade brödet sätter du på dig dina löparskor för en uppfriskande löptur till jobbet. Början på en dag i karriären, som pekar spikrakt uppåt, inleds och du hinner med allt som planerats. Du lämnar jobbet tidigt för att kunna få lite kvalitetstid med barnen samtidigt som du förbereder kvällens långkok. Utvilad och nöjd med livet går du och lägger dig med ett leende på läpparna. Känner du igen dig? Antagligen inte.

Vardagslivet präglas snarare av en känsla av att vilja mer. Hälften av svenska barnfamiljer har ofta svårt att hinna med vardagslivets bestyr enligt sociologen Jörgen Larsson som har studerat tidsbristen närmare i sin avhandling *Studier i tidsmässig välfärd* från 2012.

Larsson kommer också till slutsatsen att den upplevda tidsbristen har blivit större under senare decennier.

När efterfrågan överstiger tillgången tenderar fenomen att klättra på statustrappan. Att ha tid – och att utföra kunskapskrävande sysslor som tar tid – trängs därför i dag med pengar på det översta trappsteget.

Den franske sociologen Pierre Bourdieu menade att det existerar tre typer av statusbärande kapital – ekonomiskt, socialt och kulturellt – där det kulturella kapitalet innefattar kunskap, kompetens och bildning. På senare år har konsumtionsforskaren Colin Campbell beskrivit hur människor manifesterar sitt kulturella kapital genom vad han kallar *hantverkskonsumtion*. Eller som han själv uttrycker det: ”Hantverkskonsumtion är ett sätt att göra vardagslivet till en konst.”

Matlagning är en form av hantverkskonsumtion då man i processen förvandlar råvaror till något eget – det blir ett ypperligt tillfälle att visa upp sin kreativitet och sitt kulturella kapital i vardagen.

Hantverkskonsumtion innebär att människor inte bara konsumerar färdiga varor, utan själva förändrar det de köper till något mer än en vara som man kan sätta ett pris på. Matlagning är en form av hantverkskonsumtion då man i processen förvandlar råvaror till något eget – det blir ett ypperligt tillfälle att visa upp sin kreativitet och sitt kulturella kapital i vardagen.

Att laga en enkel rätt som spaghetti med köttfärssås kan utvecklas till en lång process, där alltifrån hur köttfärsen väljs ut till exakt hur länge pastan kokas gör att rätten upphöjs till en konstform snarare än middagsmat. Genom hantverkskonsumtion kan hobbykockarna, ofta personer från de högre samhällsskikten, leva ut sina kulturella värderingar och traditioner och visa upp dem för omvärlden. Mat och matlagning har blivit ett sätt att manifestera sitt kulturella kapital.

Vad svenskarna skryter om!

40% Att de äter dyr och exklusiv mat

39% Att de kan mycket om vin och andra drycker

36% Att de äter nyttig och hälsosam mat

33% Att de bakar eget bröd

33% Att de äter ekologisk och ”schysst” mat

29% Att de besöker nya heta restauranger

29% Att de äter egenplockad svamp och bär

29% Att de äter närproducerad mat

28% Att de lagar mat från grunden

27% Att de lagar avancerade/komplicerade maträtter

Källa: Livsmedelsföretagen

Vi vill kanske inte erkänna det för andra – eller ens för oss själva – men när vi gör något som anses ge status vill vi gärna visa upp det för omvärlden. Kort sagt: vi skryter. När Livsmedelsföretagen i en undersökning ställde frågan om vad svenskar anser att andra skryter med svarade var tredje att de skryter med hembakat bröd, att de plockar sin egen svamp och bär samt att de lagar mat från grunden. Sysslor som alla tar tid och som kräver ett visst mått av kunskap.

Ingenstans märks skrytet tydligare än i sociala medier. Facebook svämmar över av matbilder och statusuppdateringar om tidskrävande och exklusiva matkreationer. På fotodelningstjänsten Instagram är *#instafood* en av de vanligaste så kallade ”hashtaggarna” med drygt 7,9 miljoner bilder på mat. Långt före populära ämnen som musik och dagens outfit.

Men det finns en baksida med statuskonsumtionen av mat: skammen när man inte har tid eller ork att alltid laga mat från grunden. I Livsmedelsföretagens undersökning medgav var femte svensk att de ibland skäms för vad de äter. Siffran är ännu högre bland kvinnor och yngre – en fjärdedel av svenska kvinnor och mer än var tredje i åldersgruppen 18 till 25 år anger att de ibland skäms över sin matkonsumtion. De som skäms gör det framför allt för att de äter snabbmat, men även för att de bland annat äter förberedd mat och halvfabrikat.

Frågan är dock om vi verkligen behöver skämmas över att vi inte alltid har tid att tillaga recept från grunden med egenodlade grönsaker och noggrant utvalda råvaror. I en studie från Newcastle University jämfördes näringsinnehållet i recept från berömda tv-kockars kokböcker med färdigrätter från några av Storbritanniens största matkedjor. Resultaten förvånade forskarna. Många av kockarnas recept innehöll fler kalorier, högre halter av fett samt mindre fibrer per portion än färdigrätterna.

Uppfattningen att förberedd mat alltid har ett sämre näringsinnehåll än mat lagad från grunden stämmer alltså inte. Att mat tillagas i fabrik i stora volymer enligt en standardiserad process behöver inte betyda att den är sämre att äta än mat lagad hemma i det egna köket. Precis som när det handlar om hemlagad mat finns det också nyanser inom det stora utbudet av förberedd mat. Vissa rätter är mer näringsrika än hemlagat, medan vissa innehåller mer salt och fett.

Samtidigt utvecklas den förberedda maten kontinuerligt hos livsmedelsföretagen. Få utanför industrin känner till att processen för att ta fram nya rätter innan de presenteras för konsumenterna är lång och noggrann.

En fjärdedel av svenska kvinnor och mer än var tredje i åldersgruppen 18 till 25 år anger att de ibland skäms över sin matkonsumtion.

På Arla börjar arbetet att ta fram ett nytt recept i utvecklingsköket. Parallellt med testerna letar man fram råvaror av rätt kvalitet som motsvarar de ställda förväntningarna. När recept och råvaror är på plats provkörs produkten i större skala steg för steg tills den är godkänd. Först då säkras produktionen i ett försök i stor skala på mejeriet.

Den färdiga produkten kontrolleras sedan kontinuerligt av en tränad expertpanel som bedömer de sensoriska egenskaperna under lagringen.

– Innan en person godkänns som bedömare måste hon passera ett antal tester för att kvala in. Bedömare rekryteras till exempel via annonser i press och kan vara vem helst, men det är bara ett fåtal som klarar av att passera dessa tester. Som bedömare måste du ha förmågan att känna smaker av sött, surt, salt och beskt i väldigt små, små mängder, så kallade tröskelvärden. Vidare är det viktigt att du som bedömare har förmågan att uttrycka det du känner och analyserar i ord, vilket kanske låter lättare än det är, förklarar Elisabeth Alströmer, livsmedelsagronom på Arla.

Felix har länge arbetat med förberedd mat och utvecklat ett omfattande system för att ta fram sina nya produkter. Där börjar arbetet med en ny produkt på innovations- och marknadsavdelningen.

– En ny produkt börjar som en idé på innovations- och marknadsavdelningen. Därnäst tar gastronomer och kockar fram den nya produkten i ett provkök som påminner om ett vanligt kök. När de känner sig nöjda med produkten testas den i olika utföranden tills produkten är tillfredställande. Efter det testas den externt i en kvantitativ undersökning där testpersoner får bedöma den på en niogradig skala. Uppfyller den då inte våra krav får vi börja om, berättar Maria Tegman, marknadschef på Felix.

Intresset för mat har sannolikt aldrig varit större än nu. Tidningshyllorna svämmar över av tidningar om mat och på tv går det att se alltifrån amatörkockar som tävlar i matlagning till historiska djupdykningar i människors matvanor och matresor till hela världen. Det märks också i utbudet av förberedd mat som aldrig har varit så genomtänkt och stort som nu. Samtidigt är det problematiskt om människor som redan har brist på tid känner ett tvång att alltid laga all mat från grunden själva – och att de skäms om de inte gör det.

Colin Campbells begrepp hantverkskonsumtion har en motsvarighet inom beteendeekonomin – Ikea-effekten. Enligt forskarna Michael Norton, Dan Ariely och Daniel Mochon tenderar konsumenter att värdera saker som de själva har skapat särskilt högt. Intressant är att detta även gäller något så banalt som att skruva ihop en Billy-bokhylla – därav namnanspelningen på den svenska möbeljätten.

En del av lösningen på ekvationen tidsbrist och statusjakt kanske ligger i förberedda livsmedel som vi själva monterar ihop. Liksom vi värderar ett par sneakers som vi själva har designat högre än ett par direkt från lagerhyllan kan förberedd mat som vi anpassar efter vår egen smak kännas mer acceptabelt att duka fram på middagsbordet än något som snabbt värms upp i mikrovågsugnen. •

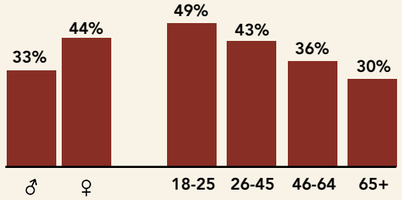
Matbilder på Instagram

#instafood	7,9 miljoner
#food	5,8 miljoner
#yummy	2,5 miljoner
#yum	2,3 miljoner

Källa: Instagram (april 2013)

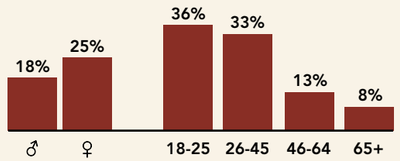
39%

***av svenskarna** bildar sig en uppfattning om andra baserat på vad de lägger upp för livsmedel på rullbandet*

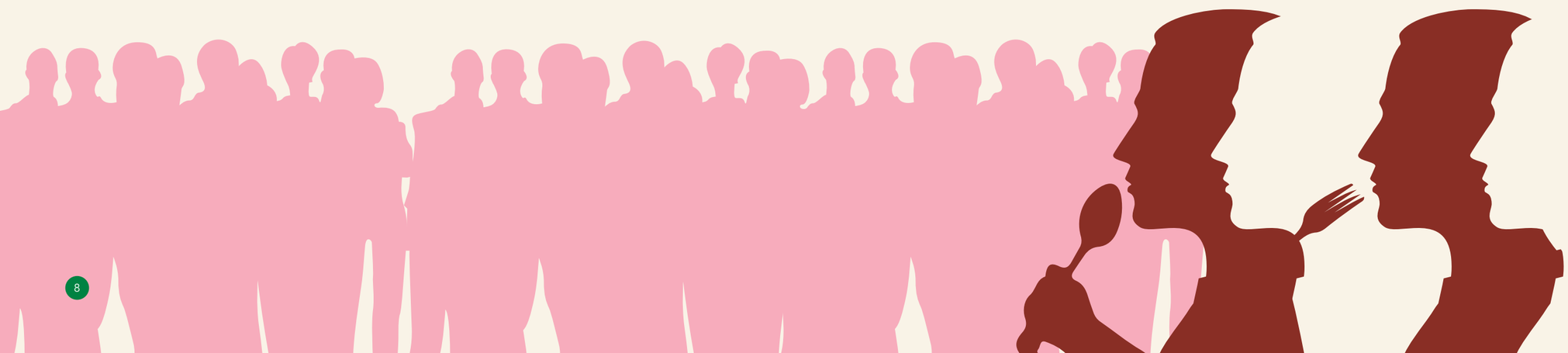


22%

***av svenskarna** skäms ibland för vad de äter*



Källa: Livsmedelsföretagen



Skäms inte för maten

Paul Svensson är tv-kock, kokboksförfattare, föreläsare och har tävlat i Bocuse d’Or – VM för kockar.

Foto: Jacob Fridholm

Vad lagar du om du ska imponera på dina gäster – vilken är din ”skryträtt”?

– Jag skryter kanske inte så mycket, men jag vill gärna överraska mina gäster. Jag gillar att fixa till lite ”dissade” rätter och ge upprättelse åt bortglömda men goda rätter. Till exempel en riktigt bra Flygande Jakob eller att laga kalvlever till folk som säger att de inte gillar inälvsmat, men som är så god att de omvänds. I höst har jag satsat på att lära ut att laga vitkål på många riktigt bra sätt. Rustik fattigdomsmat som görs exklusiv och god på ett annorlunda sätt, det gillar jag.

Många skäms eller tycker att det är pinsamt att köpa och äta vissa saker. Vad har du själv för ”skam-mat”?

– Jag skäms när jag inte hinner äta ordentligt, när jag stannar på Statoil och trycker i mig en varmkorv och en chokladkaka för att det går fort. Jag som berättar för andra hur de ska göra med maten och är sämst själv, det är inte kul. Men man är ju inte komplett, man gör ju fel ibland.

Hur ser du på att det finns människor (t.ex. småbarnsföräldrar) som skäms över att de äter förberedd mat hemma?

– Jag tycker inte att familjer eller andra konsumenter ska ha dåligt samvete för att man köper förberedd mat så länge den är bra. Tiderna förändras och i dag prioriterar vi inte matlagning varje dag.

Hur ser du på utvecklingen av färdigrätter och förberedd mat i Sverige?

– Den förberedda maten har blivit bättre och nu börjar folk med riktigt bra kunskaper titta på och jobba med förberedd mat – det blir stort. Jag är jättenyfiken på vad som kommer att hända framöver och vill gärna vara med och jobba för bra lösningar.

Bra mat är en av de viktigaste ingredienserna i receptet till ett lyckligt liv och en förutsättning för hela vår existens. Ändå är det få som förstår hur livsviktig livsmedelsindustrin är för Sveriges ekonomi. Om alla som var beroende av livsmedelsindustrin för sin sysselsättning skulle bo i samma stad skulle den vara landets fjärde största.

Livsmedelsekonomin

70%
av det svenska jordbrukets produktion *förädlas av den svenska livsmedelsindustrin.*

75%
av produktionen *från den svenska förpackningsindustrin används av svenska livsmedelsproducenter.*

1/3
av transporterna *på svenska vägar fraktar livsmedel.*

Livsmedelsindustrin är den största industrin i Europa. Också i Sverige är den en viktig del av ekonomin. År 2010 placerade den sig som landets fjärde största enskilda industrigren med en omsättning på 165 miljarder kronor och med en direkt sysselsättning på cirka 57 000 personer. Men livsmedelsindustrins betydelse för Sverige är långt större än så.

Den så kallade multiplikatorfaktorn för livsmedelsindustrin är särskilt hög. För varje sysselsatt inom livsmedelsindustrin får ytterligare 1,8 personer anställning i direkt angränsande näringar. Det ger runt 100 000 tjänster som indirekt genereras genom livsmedelsförädlingen.

Med andra ord är knappt 160 000 svenska jobb direkt eller indirekt beroende av livsmedelsindustrin. Om alla dessa personer skulle bo i en stad skulle den vara landets fjärde största – placerad efter Malmö och strax före Uppsala. Få andra näringar inom svensk ekonomi ger ett lika viktigt bidrag till att hålla Sverige levande.

Om livsmedelsbranschen är betydelsefull på ett nationellt plan är dess roll ännu tydligare runt om i Sveriges mer glesbefolkade regioner. Av tradition är det vanligt att livsmedelsföretagen ligger nära sina råvaruproducenter, vilket har gjort att ingen annan industri kan sägas vara lika geografiskt spridd som just livsmedelsindustrin. Från Pågens bageri i Malmöstadsdelen Rosengård till Nyåkers Pepparkakor i Västerbottens inland.

Ofta är enskilda livsmedelsföretag ortens eller bygdens viktigaste privata arbetsgivare. En livskraftig svensk livsmedelsindustri är tillsammans med landets bönder en av nyckelkomponenterna för att hålla landskap och landsbygd levande.

En bredare definition av den svenska livsmedelsbranschen, den svenska livsmedelsekonomin, visar att närmare en av tio sysselsatta i Sverige har anknytning till svensk livsmedelsproduktion, distribution och försäljning mot konsument. I denna siffra ingår alla steg från innan fröet är sått till försäljningen i den lokala livsmedelsbutiken.

I centrum för den svenska livsmedelsekonomin placerar sig förädlingsledet med jordbruket och dagligvaruhandeln i dess omkrets. Ett illustrerande exempel är jordbruket. Landets bönder levererar runt 70 procent av sin produktion för vidare förädling inom den svenska livsmedelsindustrin. Förädlingsprocessen kräver i sin tur en rad inköp av varor och tjänster för de färdiga produkterna.

Med andra ord är knappt 160 000 svenska jobb direkt eller indirekt beroende av livsmedelsindustrin.

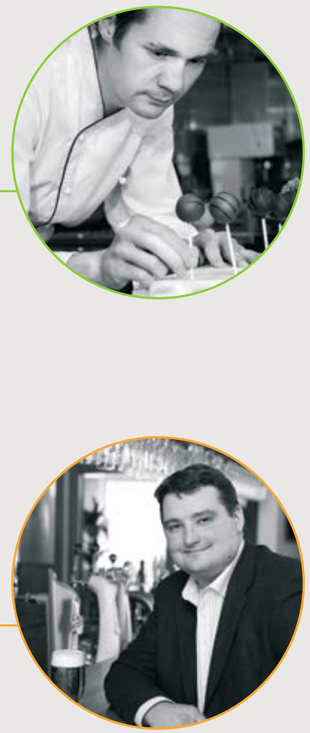
Förpackningar är en annan central del i livsmedelsproduktionen. Livsmedelsindustrin är, bortsett från att den kräver en hel del förpackningar, också en krävande kund då hygien- och hållbarhetskraven inom livsmedelsproduktionen är mycket högt ställda. Från den världsledande svenska förpackningsindustrin går hela 75 procent av produktionen till svenska livsmedelsproducenter.

Några av världens i dag mest innovativa förpackningslösningar såg sitt ljus i Sverige genom Tetra Pak. Deras första serietillverkade maskin såldes i början 1950-talet till två mejerier i Mälardalen. Det var det nära samarbetet mellan svensk livsmedelsindustri och ingenjörerna på Tetra Pak som lade grunden till en innovativ svensk exportsuccé.

När livsmedelsproducenternas produkter är färdiga återstår transporten mot slutkonsumenten – via dagligvaruledet i Sverige och exportmarknaden. Logistiken runt livsmedelsindustrin är mycket omfattande. Det faktum att branschen till stor del handlar om tillverkning och försäljning av produkter med kort hållbarhet och stor efterfrågan ställer särskilda krav på logistikkedjan. Det gör livsmedelsindustrin till en av svensk transportnärings viktigaste uppdragsgivare. Var tredje transport på svenska vägar innefattar ett uppdrag där livsmedel i en eller annan form transporteras. •

De har Sveriges godaste jobb

Angela Forsgren D'Orazio hos whiskyproducenten Mackmyra och statsminister Fredrik Reinfeldt har något gemensamt. De är de enda i Sverige med sina yrkestitlar. Livsmedelssverige är fullt av ovanliga jobb som vi andra bara kan drömma om. Möt fyra matnördar runt om i landet som har Sveriges kanske godaste jobb.



Gustav Erikson, charkuterimästare på Eriksons Chark, Nossebro

Inte sedan 2009 har någon i Sverige klarat av att ta Mästarbrevet i charkuteri. Men 2012 lyckades Gustav Erikson från Eriksons Chark i Nossebro, en fjärde generationens charkuterist, med den stora bedriften.

Vad krävs för att lyckas klara Mästarprovet i charkuteri?
Man måste vara väldigt allsidig. För min del låg den stora svårigheten i styckningen eftersom det är något som jag normalt inte arbetar med. Jag fick arbeta med det på ett helt annat sätt än tidigare vilket var tufft. Sen krävs ett kallt huvud den dagen man utför provet för att nervositeten inte ska ställa till det.

Vilka charkuterier är dina egna favoriter att tillverka och äta?
Kallrökta och lufttorkade produkter är de jag tycker är mest spännande för att man får uppleva hur de utvecklas över tid. När vi experimenterade fram en ny sorts salami blev varianterna som ens egna barn. De utvecklades olika jämfört med varandra, även om jag såklart älskade dem alla lika mycket.

Angela Forsgren D'Orazio, master blender på Mackmyra Svensk Whisky, Valbo

En av Sveriges bästa näsor sitter på Angela Forsgren D'Orazio, den enda person i Sverige som kan titulera sig master blender. Sedan 2005 står hon bakom det svenska whiskyundret från Valbo som har tagit världen med storm.

Vad gör en master blender?
En master blender blandar och skapar recept, övervakar mognadsprocessen i mognadslagret och håller provningar och utbildningar runt om i världen där det krävs en master blenders närvaro.

Varför har er whisky rönt så stora framgångar internationellt?
Jag tror att det är en blandning av faktorer. Att vi har haft tajming i vår expansion. Att vi har en unik story – att vi gör god och nyskapande svensk whisky. Vi finns med i hjärtat på många svenskar som reser utomlands. Många är dessutom stolta fatägare.

Vilket är ditt starkaste doftminne?
Mina starkaste doftminnen är från min barndom. Jag kommer väl ihåg hur mamma luktade (Idominsalva och fräscht), pappa (svårbeskrivet, men han luktade "pappa" och lite salt), morfar (öl och tobak), faster Lella (nystärkta kläder) och moster Anna (en god typ av tvål).

Gustaf Mabrouk, konditor och produktutvecklare på Delicato, Kungens Kurva

Gustav Mabrouk har yrket som alla barn, och många vuxna för den delen, drömmer om. Han hämtar inspiration från resor världen över för att utveckla nya bakverk och desserter åt företaget som gav oss punchrullen och mazarinen.

Vad älskar du mest med ditt arbete?
Det jag älskar mest med mitt arbete är mångfalden. Vi måste se till att allting fungerar i produktionen – från att stryka tårtor till att packa biskvier. Det bästa är att skapa och ta fram nya spännande godsaker.

Vilken kommer att bli Sveriges nästa fikafavorit?
Sveriges nya fikafavorit kommer att bli en kaka med det lilla extra som vi precis blivit färdiga med. Tänk vår Delicatoboll, men platt, och med smak av kokos, mocka och choklad.

Vilket bakverk tycker du själv bäst om?
Jag är personligen inte så mycket för bakverk, men en stor passion är choklad. För tillfället får jag äta mycket av den varan eftersom jag tränar inför en stor internationell tävling som heter World Chocolate Masters som går av stapeln i oktober 2013. En tävling där endast de bästa chokladkreatörerna i världen tävlar.

Richard Bengtsson, bryggmästare på Spendrups Bryggeri, Vårby

I sitt jobb som bryggmästare på Spendrups Bryggeri har Richard Bengtsson förmånen att få arbeta med sin passion – öl. Han har satt smak på oräkneliga sommarkvällar ute i landet och sett svenskarnas intresse för öl nå nya höjder.

Vad gör en bryggmästare, och hur blir man det?
En bryggmästare har den bredaste och djupaste kompetensen inom öltillverkning på ett bryggeri och ansvarar för processen, driften och tillverkningen. Bryggmästaren arbetar mycket med problemlösning, produktutveckling, kvalitetsfrågor och att skriva recept.

Utbildningen är på tre år för att bli diplomerad bryggmästare, och fyra och ett halvt år för att bli diplomingenjör. De högst renommerade skolorna ligger i Tyskland på de tekniska universiteten i Berlin och München. Under utbildningen läser man ämnen som mälteri, bryggeriteknologi, kemi, biokemi, mikrobiologi och maskinkunskap.

Hur står sig svenskt öl i den internationella konkurrensen?
Svenskt öl står sig mycket bra. Tillsammans med Italien och Danmark är Sverige ledande i utvecklingen av hantverksöl från små bryggerier i Europa, men även öl från de stora svenska bryggerierna håller en hög klass och kvalitet.

Tryggare
kan ingen vara

Matlarmen har blivit en del av svenskarnas vardag. Men trots de många varningarna påverkas inte livsmedelsförsäljningen nämnvärt. Förklaringen går att finna i ett högt förtroende för svenska myndigheter och för den svenska livsmedelsindustrin.

83%
***av svenskarna** har ett gott förtroende för svenska livsmedel*

Källa: Livsmedelsföretagen

Ingen har väl glömt skräcken som larmet om galna ko-sjukan orsakade i mitten av 1990-talet, även om det i slutändan inte var en enda svensk som drabbades. Sedan dess har matlarmen duggat tätt i de svenska medierna som har varit snabba med att rapportera om alltifrån upptäckter av cancerframkallande ämnen i livsmedel, till ehec-bakterier som misstänktes finnas i groddar och färgad fläskfilé som såldes som oxfilé. Under sommaren 2012 varnade medierna för att mat i konservburkar kunde öka halterna av det hormonstörande ämnet bisfenol A i kroppen, och i början av 2013 briserade hästköttsskandalen på löpsedlar runt om i världen.

Men trots att matlarmen har fått stort utrymme på löpsedlar och gjort avtryck i svenskarnas medvetande har livsmedelskonsumtionen inte påverkats nämnvärt. I de sällsynta fall då den har gjort det har den återgått till det normala bara veckor efter avslöjandet.

När Livsmedelsverket i slutet av april år 2002 gick ut med larmet om det cancerframkallande ämnet akrylamid i chips sjönk chipsförsäljningen med 40 procent den efterföljande veckan. Men redan i augusti rapporterade chipstillverkaren OLW att försäljningen under juli månad hade slagit alla rekord och varit den bästa i företagets historia. Produktionen hade ökat med 15 procent jämfört med samma månad året innan.

De stora livsmedelskedjorna har vid ett flertal tillfällen gått ut och konstaterat att de inte ser några större skillnader i försäljning före och efter livsmedelslarm. Varför bryr sig inte de svenska konsumenterna?

– Svenskar har i allmänhet ett mycket stort förtroende för myndigheter. Man litar på att tillsyn och andra kontroller fungerar. Vi har tilltro till vår byråkrati och våra tjänstemän, säger Louise Ungerth, chef för konsument och miljö på Konsumentföreningen Stockholm.

Åke Rutegård, veterinär och vd på Kött & Charkföretagen, en branschorganisation för den svenska kött- och charkbranschen är inne på samma spår.

– Grundförtroendet för myndigheterna är förhållandevis stort i Sverige. Det framkom väldigt tydligt när galna ko-sjukan bröt ut i mitten av 90-talet. I Tyskland föll konsumtionen av nötkött med hälften över en natt. Det fanns inga fall av galna ko-sjukan i Tyskland, det var rädsla alltihop. När Håkan Stenson från Livsmedelsverket satte sig i morgonsofforna och på ett lugnt och sakligt sätt förklarade att vi i Sverige inte behöver vara oroliga för galna ko-sjukan lyssnade konsumenterna. I Sverige fortsatte nötköttskonsumtionen i stället att öka.

Vårt höga förtroende för samhällets institutioner har en historisk förklaring. Henrik Berggren och Lars Trägårdh har studerat förtroendet för myndigheter i en rad länder och kommit fram till att förtroendet för ett samhälles institutioner och lagar går att härleda till hur väl landets demokratiska beslutsprocesser är förankrade i gemensamma värderingar. Historiskt bestod Sverige och de övriga nordiska länderna av en ”rättslig gemenskap” långt innan staterna blev till. När staterna sedan växte fram fanns de gemensamma värderingarna inbyggda från början och hade därmed ett stort stöd bland invånarna.

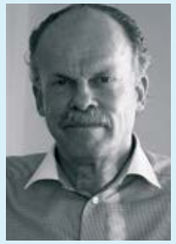
I dag kan nordborna beskrivas som ett statsindividualistiskt folk, där självförverkligande och ett stort förtroende för personer utanför den närmaste kretsen går hand i hand.

Detta avspeglas också i hur vi ser på samhällsviktiga industrier. Svenskar har högst förtroende för den inhemska livsmedelsindustrin av alla länder i EU, enligt en undersökning genomförd av EFSA, EU:s myndighet för livsmedelssäkerhet år 2010. Oron för galna ko-sjukan, nya virus som fågelinfluensan, miljögifter i fisk eller griskött och att drabbas av matförgiftning kopplad till mat ligger i Sverige långt under genomsnittet i EU.

Louise Ungerth

Livsmedelsbranschen rankas högt även i en jämförelse med andra industrier. I en undersökning av United Minds från 2012 hamnar livsmedelsbranschen tillsammans med IT-branschen och läkemedelsbranschen i topp när svenskarna får ranka hur högt förtroende de har för ett antal industrier. Långt efter hamnar bland annat fastighetsbranschen, bank- och finansbranschen och mediebranschen.

Livsmedelsföretagens årliga mätning av förtroendet för maten i Sverige bekräftar bilden av ett folk som inte är oroliga över livsmedlen vi konsumerar. År 2012 angav 83 procent av svenskarna att de har ett gott förtroende för svenska livsmedel, en siffra som har befunnit sig på ungefär samma nivå sedan 2001 då mätningarna inleddes. Detta trots matlarmen som med jämna mellanrum har dominerat nyhetsrapporteringen.



”När Håkan Stenson från Livsmedelsverket satte sig i morgonsofforna och på ett lugnt och sakligt sätt förklarade att vi i Sverige inte behöver vara oroliga för galna ko-sjukan lyssnade konsumenterna. I Sverige fortsatte nötköttskonsumtionen i stället att öka.”

Åke Rutegård

Den hårda kontrollen av livsmedel som säljs i Sverige visar att vi inte heller har anledning att vara oroliga. Via en mängd kvalitetstester som utförs av myndigheter – men framför allt av företagen själva – kontrolleras mat och dryck regelbundet. Ett av Sveriges största köttföretag gör nära 10 000 analyser årligen som en del i sin interna hygienkontroll. Därtill gör företaget årligen ytterligare över 10 000 analyser för att säkerställa att informationen om produkterna är korrekt. De bedrägerier med hästkött som uppdagades i början av 2013 fick svenska livsmedelsföretag att dessutom införa DNA-tester av kött som en del av den löpande egenkontrollen.

När matens kvalitet och säkerhet har blivit en självklarhet oroar vi oss för andra saker, som djurens välfärd och miljö. I EFSA:s undersökning framkommer det att svenskarna tycker att välbefinnandet för djuren är den viktigaste frågan för livsmedelsindustrin. Men faktum är att Sverige vid en internationell jämförelse har en mycket omfattande och på många sätt unik djurskyddslagstiftning som trädde i kraft redan 1988.

EU förbjöd svanskupering år 2001, men i praktiken är det bara Sverige, Finland och Litauen som låter grisarna behålla svansarna. I resterande medlemsstater har undantag införts.

– Djurskydd är prioriterat i Sverige sedan länge. Vi har den tuffaste djurskyddslagstiftningen i Europa, vågar jag säga, säger Åke Rutegård på Kött & Charkföretagen.

Även om EU har gemensamma regler för djurskydd tillåts enskilda medlemsstater ha en högre nivå på djurskyddet. Något som framförallt Sverige utnyttjar. Ett exempel är att svenska kor släpps lösa utomhus under sommarmånaderna. Enligt Åke Rutegård är den lagstiftningen unik i en internationell jämförelse. Ett annat är att svenska grisar tillåts ha knorren kvar. EU förbjöd svanskupering år 2001, men i praktiken är det bara Sverige, Finland och Litauen som låter grisarna behålla svansarna. I resterande medlemsstater har undantag införts.

Djurhållningen är också väldigt kontrollerad i jämförelse med andra delar av samhället. Kött & Charkföretagen brukar understryka att kedjan från gården via transporter till slakterierna är den mest kontrollerade i det svenska samhället. På de 21 slakterier som organisationen representerar finns 150 anställda kontrollanter från Livsmedelsverket, varav 50 är veterinärer som bevakar djurens välbefinnande på heltid. •

Några matlarm

1960 – 2013

1969
Produkter som innehåller sötningsmedlet cyklamat, bland annat vissa marmelader och drycker, plockas bort från hyllorna i butiken.

1999
Kött och ägg från Belgien visar sig innehålla stora mängder av det cancerframkallande ämnet dioxin.

2001
Olivolja. Butikerna plockar bort ett antal olika olivoljor, som misstänks innehålla PAH, en samling cancerogena kolväten som kan skada arvsmassan.

2005
Sötningsmedlet aspartam, vanligt i lightläsk, uppges kunna orsaka cancer.

2012
Det upptäcks att flera ton fläskfilé har färgats och sålts som oxfilé.

1996
Galna ko-sjukan sätter skräck i England sedan det visat sig att den kan föras över till människor i form av Creutzfeldt-Jakobs sjukdom.

1999
Champinjoner. Visar sig innehålla fenylhydrazin-er, ämnen som i försök på möss visat sig vara cancerframkallande.

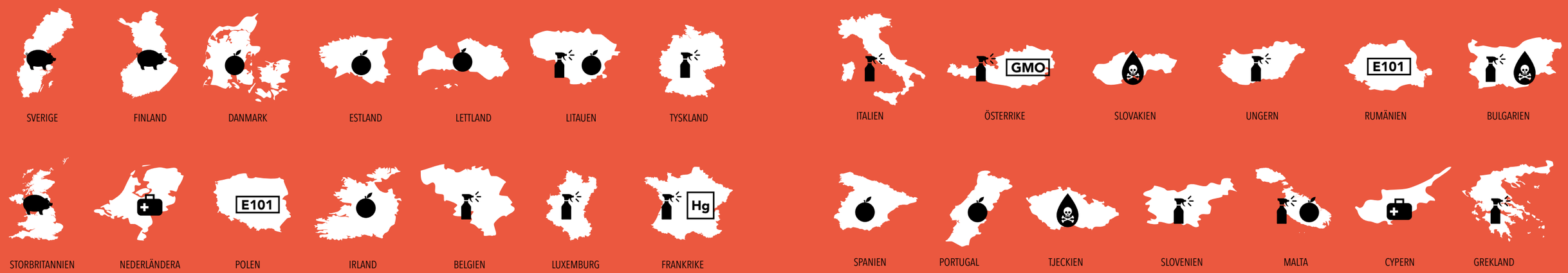
2002
Larm om att det cancerframkallande ämnet akrylamid kan finnas i bland annat chips.

2011
Groddar misstänks sprida ehec-bakterier och dras tillfälligt in från butikerna. Smittkällan visar sig senare vara bockhornsklöver.

2013
Färdiglagad lasagne visar sig ha innehållit hästkött på grund av fusk från utländska leverantörer.

De viktigaste källorna till oro i EU:s medlemsstater

Källa: EFSA, Food and safety 2010



Välbefinnandet för djuren inom livsmedelsindustrin

Livsmedlens kvalitet och färskhet

Rester som antibiotika eller hormoner i kött

Rester från bekämpningsmedel i frukt, grönsaker och spannmål

Matförgiftning från bakterier som salmonella i ägg eller listeria i ost

GMO Genetiskt modifierade organismer (GMO)

Hg Miljögifter som kvicksilver

E101 Tillsatser som färgämnen, konserveringsmedel eller smakämnen i mat eller dryck

Till tillsatsernas försvar

Tillsatsdebatten som blossade upp i samband med Mats-Eric Nilssons bok ”Den hemliga kocken – det okända fusket med maten på din tallrik” från 2007 lever kvar i svenskarnas medvetande. I YouGovs undersökning Food & Health 2012 säger hälften att de känner oro för livsmedlens innehåll när de står i affären och väljer vad de ska lägga i kundvagnen. Av dem oroar sig en femtedel specifikt för tillsatser och 14 procent för E-nummer.

Men är tillsatser alltid så onyttiga och onödiga som många verkar tro? Marie-Louise Danielsson-Tham, veterinär och professor i livsmedelshygien vid Örebro universitet, är av en annan åsikt. 2008 gick hon ut i Dagens Nyheter och argumenterade till tillsatsernas försvar under rubriken ”Utan tillsatser i maten riskerar vi att dö”.

”Det finns en enkel anledning till att tillsatser används i många livsmedel: de skyddar maten från att förstöras och bli farliga för konsumenterna. Utan exempelvis tillsatsen natriumnitrit i många charkvaror skulle dessa produkter angripas av livsfarligt giftbildande bakterier. Andra syntetiska livsmedeltillsatser är exakt desamma som substanser som tillverkas av naturen”, skrev hon då.

”Kunskaperna om maten och livsmedelsråvarorna har försämrats bland allmänheten. Många tror att det bara är konstgjorda ämnen som är farliga, medan allt som moder natur har tillverkat är ofarligt och till och med nyttigt.”

Marie-Louise Danielsson-Tham

Varför behöver vi livsmedelstillsatser?

– Dagens konsument har helt andra krav än vad gårdagens hade. Det går inte att laga stora mängder mat, som klarar transporter och har tillräckligt lång hållbarhetstid och som dessutom ser ut som den mat som lagas hemma i köket på samma sätt som man gör hemma. Därför måste livsmedelsindustrin använda olika tillsatser.

Varför vill vi inte ha tillsatser?

– Kunskaperna om maten och livsmedelsråvarorna har försämrats bland allmänheten. Många tror att det bara är konstgjorda ämnen som är farliga, medan allt som moder natur har tillverkat är ofarligt och till och med nyttigt. Man har aldrig hört talas om botulinusbakterien, som bildar ett gift som är så starkt att ett gram räcker för att döda 7 miljoner människor eller att mögelsvamparnas gifter, mykotoxiner, är starkt cancerogena.

– I dag hämtar många kunskaper och åsikter från massmedia. Massmedia vet att larmrapporter säljer. Livsmedeltillverkarna har också dragit sitt strå till rädslostacken genom att i sin marknadsföring använda ”utan-märkning”. Om till och med tillverkaren skriver på förpackningen att innehållet är utan konserveringsmedel, så måste det ju innebära att konserveringsmedel är farliga!

Har attityderna kring tillsatser förändrats?

– Både ja och nej. De som fått information om vad tillsatser är och varför de används har insett att tillsatsvärlden som det mesta annat varken är svart eller vit. Att fortbilda svenska folket tar tid, men jag hoppas på mer hjälp från myndigheterna, livsmedelstillverkarna och forskarna.

Vilken är den största tillsatsmyten?

– Att konstgjorda ämnen är farliga, medan allt som moder natur har tillverkat är ofarligt och oftast också nyttigt. Ta lingon och hjortron som exempel. De innehåller höga halter av konserveringsmedlet bensoesyra (E 210). Det är också tack vare bensoesyran som rårörd lingonsylt och mylta inte möglar. Mig veterligt har ingen ifrågasatt konsumtion av lingon eller hjortron. Däremot ifrågasätts den på laboratoriet i ren form framställda bensoesyran och dess salter, som tillsätts saft och sylt för att förhindra att den möglar eller jäser. •

Marie-Louise Danielsson-Tham
Foto: Marcus Schiött

50%

av svenskarna oroar sig för något speciellt innehåll i livsmedel när de handlar mat

Bland dem som oroar sig för något speciellt innehåll i livsmedel oroar sig:

22% för tillsatser
15% för socker
14% för E-nummer/ämnen
11% för gift/ohälsosamma substanser
11% för kemikalier
8% för färgämnen
7% för konserveringsmedel

Källa: YouGov, Food & Health 2012

Allt vi äter är kemiska substanser

Vad är E-nummer?
Att en livsmedelstillsats har ett E-nummer innebär att den har godkänts för användning i EU. Tillsatser i maten används för att öka hållbarheten, påverka konsistensen eller ge smak och färg. De kan vara utvunna ur växter eller djur eller vara syntetiskt framställda. Vissa tillsatser är direkt nödvändiga för att vi ska kunna konsumera maten. Utan tillsatser för till exempel konservering kan livsmedel bli direkt farliga att äta.

Tillsatser finns också naturligt i saker vi äter. Genom att äta ett äpple får du i dig 14 tillsatser som har tilldelats E-nummer. Bland dem finns citronsyra (E 330), askorbinsyra (E 300), riboflavin (E 101) och pektin (E 440) som i sig tillsätts i livsmedel för sina unika funktioner.

Källa: SIK

Integrations industrin

Livsmedelsindustrin är en av de branscher i Sverige med högst andel utlandsfödda vilket har resulterat i både höga exportnivåer och en mångkulturell bransch som bjuder på många spännande levnadsöden. Ett av dem är historien om flerfaldigt prisbelönta livsmedelsföretaget Qibbla Halal som tar sin början bland flyktingströmmarna från 70-talets Kurdistan.

En procentenhets högre mångfaldsnivå i arbetskraften innebär i genomsnitt nio procent mer export.

Källa: Hatzigeorgiou och Lodefalk

1970-talets Sverige. Oljekrisen 1973 och en därpå följande lågkonjunktur drabbar landet hårt. Sverige är mitt inne i en övergång från det gamla industrisamhället till det nya informationssamhället och många industrier läggs ner. I samband med militärkuppen i Turkiet 1971 sker den första flyktinginvandringen av kurder till Sverige. Bland flyktingströmmarna som några år senare kommer från det irakiska Kurdistan finns Diler Mustafa Taher och Jamil Zetali som senare ska starta det framgångsrika livsmedelsföretaget Qibbla Halal.

Enligt statistik från SCB är livsmedelsindustrin den industri som har den näst största andelen utlandsfödda bland sina anställda efter textilindustrin. 18 procent av de runt 57 000 personer som arbetade inom livsmedelsindustrin år 2010 var födda i ett annat land än Sverige. I industrin som helhet var 13 procent utlandsfödda och sett till samtliga förvärvsarbetande var andelen densamma. Liksom livsmedelsbranschen många gånger erbjuder ett instegsjobb för ungdomar på väg in på arbetsmarknaden är den öppen för nyanlända invandrare i Sverige som ännu inte har hunnit lära sig språket. Maten i sig blir ett internationellt språk.

Men det är inte bara bland de anställda som livsmedelsindustrin är full av utlandsfödda svenskar. Vart femte företag som startas i Sverige i dag startas av en person med utländsk bakgrund. Livsmedelsbranschen går i bräschen med en stark tradition av framträdande entreprenörer med invandrarbakgrund där Cloetta, Göteborgs Kex, Ramlösa och Abba bara är en handfull av otaliga exempel. Herbert Felix som kom till Sverige på flykt från Tjeckoslovakien 1938 grundade senare livsmedelsjätten Felix. En annan utländsk entreprenör är Emad Bayoumy som startade Pyramidbageriet och utnämndes till Årets uppstickare i livsmedelsbranschen 2007. Samma pris gick 2012 till just Qibbla Halal.

Efter att förgäves ha sökt arbete som passar deras utbildningsnivå öppnar Diler och Jamal en livsmedelsbutik i Rinkeby i nordvästra Stockholm år 1984. Efter några års verksamhet märker de av en ökad efterfrågan på halalkött i takt med att invandringen från Mellanöstern ökar under 1980-talet. Men vid den här tiden finns det fortfarande inget svenskt slakteri som utför halalslakt i större skala. De börjar se sig om efter en möjlig partner och kommer i kontakt med Scan år 1994 som på uppdrag av Qibbla inleder halalslakt på ett antal anläggningar i Sverige.

2009 öppnar de en egen fabrik i småländska Stockaryd där de förenar svenska råvaror med orientaliska smaker.

– Jag försöker personligen jaga alla gamla recept som finns i de muslimska länderna från Mellanöstern och Bosnien som har traditionella charkprodukter. Jag försöker förnya produkterna och anpassa dem till livsmedelsindustrin. Jag ser det som att vi berikar den svenska matkulturen, säger Diler Mustafa Taher.

Hög andel utlandsfödda i livsmedelsindustrin

18%

av de anställda i livsmedelsindustrin är utlandsfödda

13%

av de anställda i industrin som helhet är utlandsfödda

13%

utlandsfödda finns bland samtliga förvävsarbetande

Källa: SCB

Äta sova dö

Filmen *Äta sova dö* kammade hem fyra guldbaggar 2012, bland annat för bästa film och bästa regi. Filmen handlar om 20-åriga Raša som bor med sin pappa i ett litet samhälle i nordvästra Skåne. Raša jobbar inom livsmedelsindustrin med att packa sallad, och filmen skildrar hur viktigt jobbet är för självkänslan. Fabriken måste dra ned på personal, men mitt i all hopplöshet är det stundtals också en galghumoristisk skildring av livet i en skånsk by. Den är indirekt också en illustration till att livsmedelsindustrin anställer många unga och utrikes födda.

År 2012 fick Qibbla Halal ett hedersomnämnande från Djurskyddet Sverige 2012 för att de ”visar att det går utmärkt att förena svensk djurskyddslag med religiösa traditioner och önskemål” och för att de har ”stått upp i media och försvarat den svenska djurskyddslagen och att detta enbart är positivt för företaget”.

Utöver försäljningen via svenska kedjor som Coop, ICA och Axfood exporterar Qibbla Halal produkter till Finland, Danmark och Tyskland. Utanför den europeiska marknaden har de hittills sålt vidare importerade lamm från Nya Zeeland till Irak, men i maj 2013 ska de börja exportera förädlade produkter från fabriken i Stockaryd. Att både Diler och Jamil är irakiska kurder har varit en stor fördel i arbetet med förberedelserna. Men också att irakierna känner till Sverige.

– Det finns 100 000 irakier i Sverige. Sverige är väldigt känt, har gott rykte och ett bra varumärke i Irak – framförallt i Kurdistan. Att komma från Sverige blir en jättebra kostym att klä på sig när man är där nere.

”Personer som är födda i andra länder eller har internationell kompetens kan hjälpa till att förbättra företagens internationaliseringsförmåga. Det finns ett starkt positivt samband mellan företag som anställer fler utlandsfödda och ökad handel med andra länder.”

Andreas Hatzigeorgiou

Andreas Hatzigeorgiou
Foto: Lars Wigert

Qibbla är inte ensamma om att ha märkt av den här effekten. Studier visar att det finns ett positivt samband mellan andelen utlandsfödda på ett företag och hur mycket företaget exporterar.

Andreas Hatzigeorgiou, nationalekonom vid Lunds universitet och verksam vid Utrikesdepartementet, har tillsammans med Magnus Lodefalk, forskare vid Handelshögskolan i Örebro, studerat hur utlandsfödda anställda påverkar företagens utrikeshandel. Resultatet visar att en procentenhets högre mångfaldsnivå i arbetskraften i genomsnitt är förknippad med nio procent större export.

– Personer som är födda i andra länder eller har internationell kompetens kan hjälpa till att förbättra företagens internationaliseringsförmåga. Det finns ett starkt positivt samband mellan företag som anställer utlandsfödda och ökad handel med andra länder, förklarar Andreas Hatzigeorgiou.

Det finns två huvudorsaker till att fler utlandsfödda i arbetskraften är positivt för företagens export. Den första kallar Andreas Hatzigeorgiou kunskapsmekanismen.

– Företagen behöver lära känna marknaden man är intresserad av. Deras affärsklimat och kulturen. Man måste också förstå sig på hur kunderna agerar på trender, på olika prisfluktuationer, och hur man helt enkelt möter marknadens behov. Utlandsfödda som man anställer blir en brygga. Har man en anställd från Chile blir det inte lika dyrt att skaffa sig information om Chile.

Det andra skälet handlar om kontakter och nätverk. Det räcker inte bara med kunskap för att ta sig in på en ny marknad. Ett företag med anställda som är födda i det land företaget vill exportera till har möjlighet att använda de anställdas befintliga nätverk för att komma i kontakt med rätt personer.

Enligt jämförande studier på andra marknader är effekten särskilt tydlig i Sverige. Vi tillverkar i högre utsträckning differentierade produkter med högt förädlingsvärde som är attraktiva utomlands. Detta gäller inte minst för livsmedelsindustrin där Qibbla Halal är ett tydligt exempel.

– Personer födda i landet är som en liten bro, ibland en jättestark bro, med de länder man vill exportera till. Vi har mycket lättare att exportera till Irak än Findus eller någon annan i branschen. Vi har stor erfarenhet och ett stort nätverk där nere. Och vi vet precis hur deras psykologi fungerar, säger Diler Mustafa Taher. Andreas Hatzigeorgiou håller med.

– Jag tror att branschen generellt sett har en bättre förmåga att handla med andra länder i genomsnitt. Tittar man på branschen så ser man att vi importerar många livsmedelsprodukter från länder som många invandrare kommer ifrån. Tittar man på 50- och 60-talets strömmar från Italien och området runt Medelhavet förde det också med sig en våg av import från Grekland och andra länder. Invandrare efterfrågade först de här produkterna – och sedan spred det sig. Det ledde till större import och senare också export. Jag tror absolut att livsmedelsbranschen kan agera draglok här. •

Diler Mustafa Taher

Information om Qibbla Halal:
Grundades: 1995 av Jamil Zetali och Diler Mustafa Taher.

Finns: Huvudkontor i Johanneshov i södra Stockholm och fabrik i Stockaryd.

Anställda: 35 personer.

Omsättning: 142 miljoner kronor 2008/2009.

Säljer sina produkter: Via bl.a. Coop, ICA och Axfood.

Exporterar till: Finland, Danmark och Tyskland. Export till Irak startar i maj 2013.

Aktuella med: Vann utmärkelsen Årets Uppstickare 2012 och fick ett hedersomnämnande från Djurskyddet Sverige samma år.

Livsmedelsentreprenörer med invandrarbakgrund

Cloetta grundades 1862 av Bernhard, Christoffer och Nutin Cloetta, Schweiz

Felix grundades 1955 av Herbert Felix, Tjeckoslovakien

Göteborgs kex grundades 1888 av Robert Cruickshank, Storbritannien

Ramlösa grundades 1707 av Johan Jacob Döbelius, Tyskland

Banankompaniet grundades 1909 av Carl Mathiessen, Norge

Zoégas grundades 1881 av Carlos Zoéga, Italien

Abba grundades 1838 av Christian Gerhard Amel, Norge

Mrs Cheng grundades 1953 av Hanna och Johnny Cheng, Kina

Kvibille grundades 1916 av Alfred Wendler, Danmark

Zeta grundades 1974 av Fernando Di Luca, Italien

Pyramidbageriet grundades 1991 av Emad Bayoumy, Egypten

Det glokala mat-landet

Om den svenska matkulturen kunde beskrivas i ett enda ord skulle det vara öppenhet. På våra tallrikar blandas globalt och lokalt både när det gäller influenser och råvaror. Några av våra allra svenskaste maträtter har sina ursprung i utländska kök, men har sedan stöpts om för att bli något nytt och helt unikt. Kebabpizzan och tacos är bara två exempel på hur Sverige har blivit ett glokalt matland.

Sverige år 1968. Olivolja används primärt som laxermedel, bara fåglar äter rå fisk och pizza introduceras för första gången för stockholmarna. 44 år senare kan svenskarna välja mellan över 3 000 pizzerior, runt 400 sushiserveringar och fler än 2 000 restauranger som serverar kebab. Vi förknippar fredagar med texmex, har tagit till oss spaghetti med köttfärssås som vår nya nationalrätt och kan köpa falafel i varje respektabelt gatukök.

Utländska köks etablering i Sverige speglar landets utveckling från utvandringsland till invandringsland. Det reflekterar också den kulturella värderingsförskjutning som skett i Sverige och västvärlden under efterkrigstiden. Sociologen Ronald Inglehart talar om en tyst revolution där ökat välstånd och existentiell trygghet har lett till framväxten av postmateriella värderingar. Ett uttryck för dessa är ett ökat intresse för omvärlden – och i förlängningen också en fascination för utländsk matlagning.

I en undersökning genomförd av Metro International och United Minds angav tre av fyra stockholmare att de är intresserade av att prova på olika länders kök. Att äta är att uppleva en kultur – smaker och lukter kan få oss att både minnas och fantisera. Tomatsåsen som kastar dig tillbaka till piazzan i Florens eller mezen som ger en ledtråd om Beiruts gränder.

Det mest utbredda köket, det italienska, äter tre av fyra svenskar minst en gång i månaden, enligt en undersökning av Livsmedelsföretagen. Även ett exotiskt kök som det kinesiska äter nästan en tredjedel av svenskarna varje månad. Det indiska köket, som var det minst spridda köket i undersökningen, äter 14 procent av svenskarna lika ofta. Stockholm utmärker sig som den region där utländska kök konsumeras i störst utsträckning.

Långt ifrån alla länder är lika öppna för utländska matinfluenser som Sverige. Den amerikanska forskaren Michaela DeSoucey har myntat begreppet gastronationalism – matnationalism.

Långt ifrån alla länder är lika öppna för utländska matinfluenser som Sverige. Den amerikanska forskaren Michaela DeSoucey har myntat begreppet gastronationalism – matnationalism. Hon syftar på hur länder som Frankrike, Spanien och Italien, vars kök kännetecknas av hög självmedvetenhet, använder sig av handelshinder för att skydda nationellt säregna produkter. Detta leder till en protektionistisk inställning i länder som annars förespråkar öppenhet. Sverige nämns som ett land med lågt självmedvetande, vilket kan förklara varför svenskar är snabba på att ta till sig utländska kök.

I stället för att avskärma oss från det okända välkomnar vi det nya, men vi översätter det ofta till någonting eget. Sveriges populäraste pizza, kebabpizzan, är ett resultat av två utländska kök som möts i en supersvensk, nationellt säregen maträtt. När vi tröttnade på en grillad med bröd och i stället fick smak för det thailändska köket byggdes korvkiosker som inte höll måtten om efter ett nytt koncept – thaikiosker. En blandning av en lokal svensk institution och en global influens som fått fäste. Vem kan tänka sig att franska boulangerier skulle byggas om till fransk-svenska knäckebröderior?

Ett annat illustrerande exempel är den texmexkultur som växt fram i Sverige. Marknaden har gått från att för 20 år sedan värderas till cirka 70 miljoner kronor till att i dag uppgå till 1,2 miljarder per år. Sverige, Norge och Danmark står i dag tillsammans för 40 procent av konsumtionen av mexikansk mat i Europa. Sveriges största texmexföretag, Santa Maria, säljer i dag sina produkter till hela Norden, Baltikum, Storbritannien och Benelux-området.

Cecilia Solér och Maite Creixell Plazas har för Handelshögskolan i Göteborgs räkning studerat varför just texmex har blivit en så given del av svenskt fredagsmys. De menar att framgången dels beror på att tacos uppfyller kraven svenska barnfamiljer har på en snabblagad men ändå social maträtt som alla kan samlas kring och på att maten passar in i den svenska kulturen då den påminner om smörgåsbord. Vi anammade en rätt med rötter i Mexiko, hittade en plats för den i vår kultur och gjorde den till någonting eget.

Parallellt med vår öppna inställning gentemot utländsk mat har det nordiska köket fått ett uppsving de senaste åren. Det nya nordiska köket – som i princip går ut på att ge sig ut i närmsta skog i jakt på delikatesser – är i dag det trendigaste köket i världen. Mycket på grund av att det förespråkar att ta vara på råvaror från det absoluta närområdet och inte låta någonting gå till spillo. Trenden går hand i hand med den resursmedvetenhet och vurm för lokala råvaror som kännetecknat mattrenderna de senaste åren.

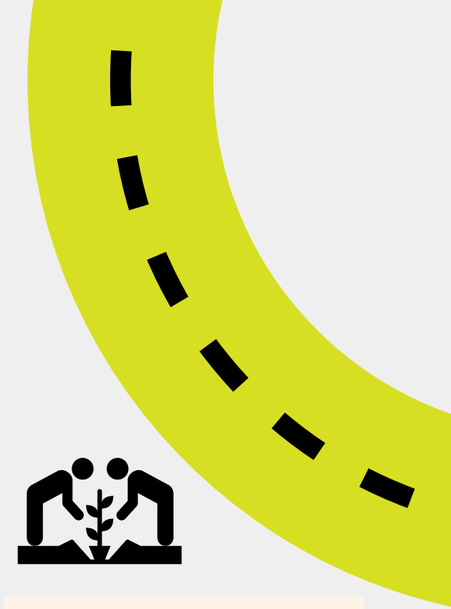
Det finns goda skäl till att handla inhemska råvaror och att vara stolt över det svenska matarvet. Svenska råvaror håller ofta en hög kvalitet och medför en låg belastning på miljön. Det betyder dock inte nödvändigtvis att importerade råvaror är dåliga. Ulf Sonesson, forskningschef på Institutet för Livsmedel och Bioteknik, SIK håller med om att svenska livsmedelsråvaror ofta har bra miljöprestanda. Han påpekar dock att det inte bara beror på att de är närproducerade, utan även på att produktionen bedrivs effektivt och med fokus på minskad miljöpåverkan.

– För många råvaror är transporterna av mindre betydelse än man kan tro, produktion av insatsvaror som gödsel, drift av maskiner, uppvärmning av hus bidrar ofta mer. Dessutom är det oftast den sista transporten, från butik till konsument som bidrar mest av alla transporter, berättar Ulf Sonesson.

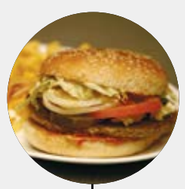
För att bedöma ett livsmedels miljöpåverkan måste man se till helheten, alltså summan av alla aktiviteter från jord till bord och inte bara fokusera på en begränsad del, som till exempel transporten.

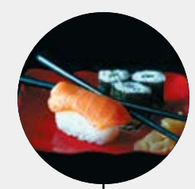
– På samma sätt som det ekonomiskt kan vara bättre att producera någon annanstans och transportera varorna kan det vara miljömässigt bättre att producera råvaran där det finns bäst förutsättningar miljömässigt och sedan transportera den. Sammantaget kan detta vara en miljövinst, säger Ulf Sonesson.

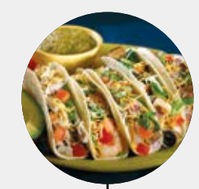
Möjligheten att handla med mat är en del av den öppenhet som präglat Sverige till att bli ett matland som gett upphov till såväl kebabpizzan som världens kanske trendigaste kök – det nordiska köket. Vi har kunnat skapa någonting unikt och säreget, utan att stänga gränser och sätta upp hinder. Det är resultatet av en modell som gynnat både maten och miljön. Sverige har blivit ett land som på tallriken är lika globalt som lokalt – ett glokalt matland. •

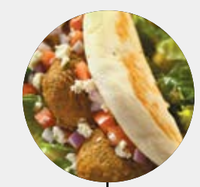


I livsmedelssektorn står transporternas klimatpåverkan för mellan 2 och 15 procent av den totala påverkan från transporter och produktion.









1947
Första pizzaserveringen öppnade för italienska arbetskraftsinvandrare i Västerås.

1956
Första hamburgerstället hette Burger-Grill och låg i Helsingborg.

1973
Första kinarestaurangen öppnade. Fyra små rätter introduceras av krögaren Erland Yang Colliander på restaurang Shanghai i Stockholm.

1968
Sveriges första pizzeria var restaurang Östergök som öppnade i Stockholm.

1979
Sushi introducerades för svenskarna. Första japanska restaurangen Seikoen vid Tegelbacken grundades av Toshiko Lee redan 1973. Sex år efter öppnandet blev de också först med att servera sushi.

1980
Enligt egen utsago blir Bromma Kebab det första stället att servera kebab.

1983
Sveriges första Taco Bar öppnar.

1985
Falafelkungen öppnar i Lund och serverar enligt egen utsago Sveriges första falafel.

1987
Sala Thai på S:t Eriksplan i Stockholm säger sig vara först med att servera thai.

Politisk tillhörighet påverkar matkonsumtionen

Hur mycket mångkulturell kost människor äter varierar också med politisk hemvist. Och i allmänhet är det faktiskt inte sverigedemokratiska sympatisörer som utmärker sig mest genom att äta minst utländsk mat, även om de äter mindre mångkulturellt än svensken i allmänhet. I stället är det socialdemokratiska sympatisörer som tenderar att äta minst av utländska kök.

Källa: Livsmedelsföretagen

Ofta utländskt på tallriken

Andelen svenskar som äter följande mat minst en gång i månaden.

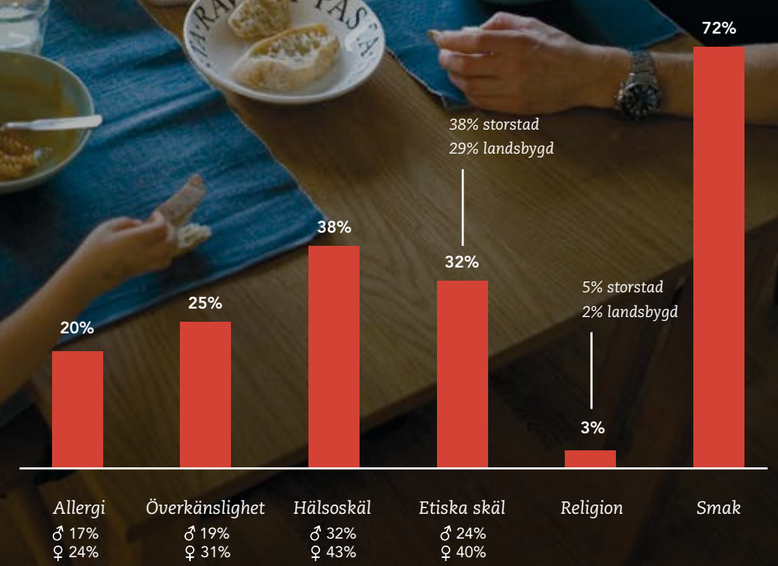
***72%** Italienskt (t.ex. pizza, pasta)*
***52%** Amerikanskt (t.ex. hamburgare, BBQ)*
***39%** Mexikanskt/texmex (t.ex. tacos)*
***33%** Grekiskt (t.ex. souvlaki, fetaostsallad)*
***31%** Kinesiskt*
***30%** Thailändskt*
***23%** Arabiskt/Mellanöstern*
***21%** Franskt*
***20%** Spanskt (t.ex. tapas, paella)*
***18%** Japanskt (t.ex. sushi, yakiniku)*
***15%** Östeuropeiskt (t.ex. gulasch)*
***14%** Indiskt*

Källa: Livsmedelsföretagen

Världens mest intoleranta land

15%
av Sveriges befolkning har någon form av matöverkänslighet
Källa: Livsmedelsverket

Andel som uppger att de undviker mat på grund av:



Källa: Livsmedelsföretagen

Sverige brukar beskrivas som ett av världens mest toleranta länder. Men att döma av explosionen av allergianpassade specialprodukter frodas intoleransen i öppenhetens högborg. Vad beror det på att svensken köper allergianpassade produkter som aldrig förr?

Den som de senaste åren någon gång anordnat ett barnkalas kan nog känna igen sig i att innan kalaset få en mindre avhandling om vad de små gästerna inte kan äta och dricka på grund av intoleranser, tycke och smak. Bjuder man i stället ett gäng pensionärer på middag är det däremot sällan någon som är tvungen att avstå. Någonting har förändrats – svenskar har aldrig varit så intoleranta som i dag.

Ökningen syns i konsumtionen. Mellan 2008 och 2009 gick försäljningen av laktosfri mjölk upp med 50 procent i Sverige. Från 2010 till 2012 har marknadsvärdet för glutenfria produkter ökat från 190 miljoner till 226 miljoner kronor. Semper, som sedan 1991 utvecklat glutenfria produkter och i dag är marknadsledande i Norden, har känt av uppgången.

– För tio år sedan var försäljningen på en helt annan nivå och det fanns inte alls samma utbud som i dag, konstaterar Malin Westling, kommunikationschef på Semper.

Ett skäl till att allergianpassade produkter säljer som aldrig förr kan naturligtvis vara att överkänsligheten mot olika livsmedel har ökat. Gunilla Hedlin, allergiläkare vid Karolinska Institutet, bekräftar att allergier och andra överkänsligheter faktiskt har gått upp bland svenskarna, men att orsaken till ökningen inte är helt säkerställd.

– Orsakerna är inte helt klarlagda, men det finns en rad teorier bakom ökningen, säger hon.

En av förklaringarna bakom ökningen kan vara att sådant som tidigare inte har konsumerats i dag blir allt vanligare i våra kylskåp och skafferier. I Sverige har exempelvis nötter, sojaprotein och kiwi börjat användas mer frekvent under senare decennier, vilket medfört att fler drabbas av allergi mot dessa livsmedel.

Ändå är det bara uppskattningsvis 15 procent av svenskarna som har någon form av matöverkänslighet enligt Livsmedelsverket. I USA, där trenden med allergianpassade produkter varit stark under senare år, äter runt 1,6 miljoner personer glutenfritt utan att egentligen lida av glutenintolerans, enligt en studie av The Mayo Clinic.

Även i Sverige finns det undersökningar som indikerar att många äter allergianpassade produkter av andra anledningar än faktisk allergi eller intolerans. Svensk Mjölk genomförde 2012 en undersökning där 16 procent av svenskarna uppgav att de undvek mjölk eller valde laktosfri. Av dessa svarade 42 procent att de gjorde det på grund av laktosintolerans och sex procent på grund av allergi. Resterande visste inte varför de gjorde det eller hade en annan anledning till att avstå från mjölk.

Därför är frågan om det verkligen är ökad överkänslighet, eller ens ökad kännedom om överkänslighet, som helt kan förklara uppgången i försäljningen av intoleransanpassade livsmedel.

I USA, där utvecklingen nått längre än i Sverige, har glutenfritt blivit trendigt med föregångare som Lady Gaga och Victoria Beckham som beskriver det som en hälsodiet som bidrar till lugnare mage och slankare figur. I Sverige diskuteras problem och sjukdomstillstånd i forumtrådar och på bloggar, vilket gör att många självdiagnostiserar sig som till exempel laktos- eller glutenintoleranta.

Alla dessa faktorer pekar på att vi i dag allt mer vill ha en skräddarsydd, individuell kost som motsvarar vår livsstil, våra preferenser och personliga mål.

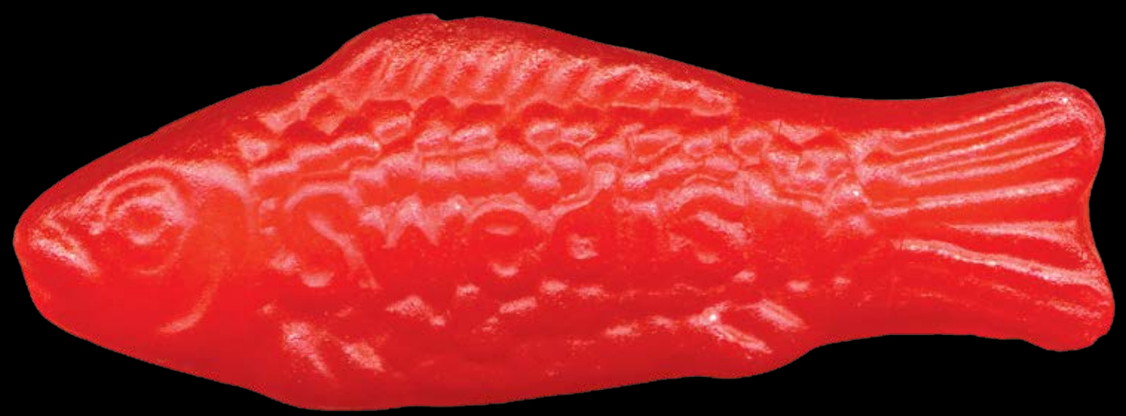
Att allt fler individualiserar sin kost kan tolkas som ett uttryck för individualiseringen av samhället som har skett i västvärlden. Under senare år har en valfrihetsexplosion skett, särskilt bland livsmedel. Varje tänkbar produkt finns i oändliga variationer och när vi beställer mat förväntas vi bestämma hur maten ska tillagas och vad vi vill ha till. Vi vill helt enkelt kunna bestämma själva över vad vi ska äta och inte äta.

Den ökade individualiseringen kan vara en viktig anledning till att utbudet av produkter för intoleranta och allergiska fortsätter att växa och anpassas efter allas individuella smak. Den ökade efterfrågan har märkts av i handeln. År 2011 erbjöd till exempel ICA 640 laktos- och glutenfria produkter, en ökning med 13 procent jämfört med 2010. Vare sig ökningen beror på faktiska eller upplevda problem är en sak säker: svenskarna efterfrågar ett stort och varierat utbud av intolerans- och allergiprodukter. •

De som uppger att de undviker mat på grund av allergi eller överkänslighet uppger sig vara allergiska eller överkänsliga mot:

29% *Laktos*
28% *Nötter*
19% *Färgämnen eller konserveringsmedel*
14% *Frukt*
14% *Mjölk*
13% *Skaldjur*
11% *Gluten*

MATEN SOM MARKNADSFÖR SVERIGE BÄTTRE ÄN MILLENNIUMTRILOGIN



Svensk mat sätter Sverige på världskartan

Var fjärde ung amerikan tänker först på mat eller godis när de hör ordet ”Sverige”

UNGDOMSBAROMETERN 2012

Svensk mat slår *Män som hatar kvinnor* i marknadsföringen av Sverige. Och det är smarta matinnovationer som har störst potential att nå utanför Sveriges gränser och bidra till en ökad livsmedelsexport.

Det är lätt att få bilden att det är svenska kulturutövare som Stieg Larsson och Robyn som sätter Sverige på kartan i världens medvetande. En undersökning gjord av Ungdomsbarometern i mars 2012 bland unga amerikaner utmanar den föreställningen. I den är det varken *Män som hatar kvinnor* eller poplåten *Dancing on my own* som flest förknippar med landet Sverige när de får associera fritt. Bland sådant som unga amerikaner förknippar med Sverige, som ”neutralt”, ”kallt”, ”Ikea” och ”Schweiz”, står svensk mat ut bland svaren. Medan två av 579 personer svarade Millenniumserien och en enda person uppgav Robyn nämnde var fjärde mat eller godis som det de först tänkte på när de hörde ordet ”Sverige”. Hela en av tio tänkte specifikt på Malacos pastellfärgade fiskar som i USA går under det passande namnet ”Swedish fish”.

Inte heller i exportvärde slår kulturen livsmedlen. Från premiären i början av 2009 till och med slutet av juni 2010 hade den första filmen i Millenniumtrilogin, *Män som hatar kvinnor*, spelat in över 800 miljoner världen över. Den svenska musikexporten under 2010 uppgick till mellan 700 och 800 miljoner kronor enligt branschorganisationen Musiksverige. Som en jämförelse såldes svensk vodka utomlands till ett totalt värde av 4,3 miljarder kronor samma år.

Medan två av 579 personer svarade Millenniumserien och en person uppgav Robyn nämnde var fjärde mat eller godis som det de först tänkte på när de hörde ordet ”Sverige”.

Som en liten öppen ekonomi med en högteknologisk industri är en växande export särskilt viktig för Sverige. Under 2011 uppgick vår export till 1 750 miljarder kronor – vilket motsvarar 50 procent av vår BNP. Utslaget på Sveriges befolkning exporterade vi för 181 000 kronor per person. Det är flera gånger mer än för till exempel USA och Kina, som exporterade för 44 000 respektive 10 000 kronor per person samma år.

Här ligger livsmedelsindustrin i framkant. Den samlade exporten av livsmedel växte med osannolika 440 procent mellan åren 1994 och 2011. År 2012 exporterade Sverige mat och dryck för 58 miljarder kronor, vilket var mer än exporten av läkemedel samma år. Målet är att den ska öka ytterligare. En viktig del av visionen *Sverige – det nya matlandet* är ambitionen att

Svenska exportsuccéer

Västerbottensost

Osten som bara kan göras på en enda plats i hela världen – i norrländska Burträsk – men som avnjuts på många håll i världen, till exempel i Finland och Storbritannien.

Frysta tårtor

Göteborgsföretaget Almondy får tyskarna att smälta. Frysta mandeltårtor har blivit en succé, och företaget försöker till och med få tyskarna att säga “tårta” på svenska.

Absolut Vodka

Skånsk säd blir till trendig vodka och Sveriges klart största matexportprodukt. Absolut Vodka är också ett av världens bäst kända vodkamärken. Många kampanjer från Absolut har gått till reklamhistorien.

Kaffe

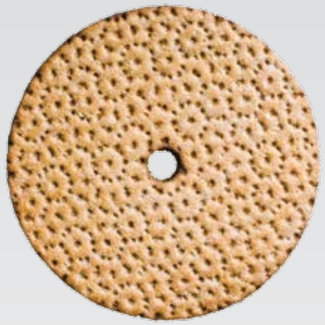
Visste du att till exempel Gevalia och Löfbergs fått engelsmännen att börja dricka kaffe? Att komma från ett av de mest kaffedrickande länderna i världen är ett starkt försäljningsargument i te-landet.

Söt cider

Svenska bryggerier som Åbro och Kopparbergs har revolutionerat det brittiska pubutbudet med söt cider. Men hur uttalar engelsmän egentligen “Rekorderlig”?

Pepparkakor

En av de mest svenska julsmakerna sprids nu i Europa, USA och Kina. Fast “ginger snaps” som det heter i USA äts förstås året om.



fördubbla exporten av livsmedel från 50 miljarder år 2008 till 100 miljarder år 2020.

Sverige – det nya matlandet bildsätts ofta med svenskodlade råvaror, svenska bondgårdar och framgångsrika stjärnkockar. Kritikerna menar att när det väl kommer till kritan är det förädlade livsmedel, som plockgodis och spritdrycker, som målas upp som framgångssagor av aktörerna bakom satsningen. Priset Årets livsmedelsexportör 2012 gick till Åbro Bryggeri med motiveringen att de lyckats sälja Rekorderlig cider till britter under konceptet ”Beautifully Swedish”. 2011 gick priset till Oatly och året innan till företaget Aromatic som tillverkar ingredienser till bageriindustrin.

”Så vad kan då detta betyda? Vilka av matlandets mervärden visar våra livsmedelsföretag egentligen upp?” frågar sig till exempel matskribenten Mats-Eric Nilsson i en krönika om livsmedelsexporten i Svenska Dagbladet från april 2011 där han ondgör sig över att det är ”alkoläsk, riskakor och texmexmat” som är bäst på att nå utanför Sveriges gränser.

Men finns det verkligen en motsättning mellan att visa upp och vara stolta över det svenska köket, med enkla, rena råvaror och djur som behandlas väl, och att också vara stolta över matinnovationer som redan i dag har satt Sverige på kartan utomlands?

Faktum är att också Sveriges bönder tjänar på en ökad livsmedelsexport – oavsett vilken typ av livsmedel det är som exporteras – då en stor majoritet av råvarorna från den svenska primärproduktionen köps upp av svenska livsmedelsföretag. Enligt bedömningar från Jordbruksverket skulle en ökad export av livsmedel också ha positiva effekter för Sveriges bönder.

Enligt bedömningar från Jordbruksverket skulle en ökad export av livsmedel också ha positiva effekter för Sveriges bönder. Och den största potentialen för en ökad livsmedelsexport finns bland förädlade livsmedel.

En tydlig trend under de senaste åren är att andra, mer nyskapande produkter med nya inriktningar och smaker, har ökat i exportvärde.

Och den största potentialen för en ökad livsmedelsexport finns bland förädlade livsmedel.

Redan i dag står förädlade livsmedel för två tredjedelar av den svenska livsmedelsexporten. Vodka, kaffe och mejeriprodukter är några av våra mest exporterade livsmedel. Men en tydlig trend under de senaste åren är att andra, mer nyskapande produkter med nya inriktningar och smaker, har ökat i exportvärde. Här finns till exempel djupfrysta rätter och tårtor, svensk texmex och moderna varianter av svenska pytter där potatis, kött och lök har bytts ut mot grönsaksmixer från olika matkulturer.

Och det är just genom matinnovationer som Sveriges livsmedelsföretag kan bli ännu bättre på export. Under rubriken ”Forskning och innovationer som konkurrensfördel” konstaterade Jordbruksverket på ett seminarium i början av 2012 att ”i Sverige är produktionskostnaderna relativt höga och det är svårt att konkurrera med standardiserade produkter. Det finns därför mycket att vinna på att vara kunskapsintensiv och konkurrera med hjälp av innovationer och nya produkter.”

I dag är det små och medelstora företag som tydligast driver på utvecklingen. På företaget Aromatic som utvecklar ingredienser för bakning arbetar tio av 85 anställda med produktutveckling. ASM Foods har en ännu högre andel av sina anställda på sin utvecklingsavdelning (se intervjun med företaget här intill). Båda företagen exporterar också sina produkter i mycket hög utsträckning – imponerande 85 procent av Aromatics försäljning går på export och två tredjedelar av ASM Foods produktion säljs utanför Sveriges gränser. •

Företaget som förvandlar trender till traditioner

Det är detaljerna som gör det – inte minst när det gäller mat och dryck. Livsmedelsföretaget ASM Foods i Mjölby tar matinnovation till nya nivåer genom att se till att chokladkrossen i glassen du äter framför tv:n smälter på tungan på exakt rätt sätt och att jordgubbssylten smakar som jordgubbar ska göra, oavsett var i världen du bor.

ASM Foods ovanligt stora utvecklingsavdelning – 16 av företagets 110 fast anställda arbetar här – står bakom succéer som Lakritspucken, frysta tårtor och smaksatt fil. Nyckelorden i utvecklingsarbetet är tradition blandat med trend.

– Tradition är att ta tillvara på den långa kunskapen vi har samlat på oss. Det är därför vi får exportera så mycket. Vi tar också fram idéer som sticker ut lite, säger Roger Altsäter, vd på företaget.

ASM Foods exporterar i dag två tredjedelar av sin produktion till 47 länder. Under de senaste åren har nya, och för svenska företag lite ovanliga, marknader som Iran och Indonesien tillkommit. Den stora spridningen av länder gör att kunskap om olika kulturer och smakpreferenser är oerhört viktig för företaget. Vad konsumenterna uppfattar som en viss smak – som hur en jordgubbe ska smaka – skiljer sig både över tid och mellan olika länder. I Baltikum är de till exempel vana vid starkare färger och intensivare smak än vad vi är i Sverige.

En annan utmaning för ASM Foods är att de tillverkar ingredienser till flera olika produktområden. Deras ingredienser används i såväl glass som bröd, och råvarorna måste därför fungera i alltifrån minus 20 till plus 250 grader. Det kräver en hög råvarukompetens. Samtidigt används det spridda produktsortimentet som en fördel i utvecklingsarbetet. Det är inte ovanligt att trender och nya smaker tas från ett sortiment till ett annat.

Under ett år tar ASM Foods fram cirka 1 000 nya recept. Drygt var tionde blir till nya produkter. Vissa recept tar en till två veckor att utveckla, medan andra tar upp till ett par år innan de lämnar företaget. Utöver det skickar de ut 3 000 till 5 000 produktprover som de tidigare har utvecklat till kunder.

Att erbjuda något utöver standardprodukter är helt avgörande för ett litet företag som ASM Foods.

– Att vara innovativa är vår nyckel. Skulle vi inte vara innovativa skulle vi inte leverera längre än till Skandinavien. En standardprodukt är död när den kommer ner till Tyskland på grund av transportkostnaden – man måste tillföra något mer för att bära den kostnaden. Då är den innovativa delen och framförallt produktkvaliteten det viktiga, säger Roger Altsäter.

Innovation behöver dock inte handla om att ta fram något helt nytt. ”Det behöver inte vara rocket science varje gång” som Roger Altsäter uttrycker det. I stället handlar det lika ofta om att se bakåt som att se framåt, och att våga testa nya trender och smaker över produktgränser. Det kan handla om att tillföra kryddor till choklad eller att smaksätta fil med bär och frukt – något som enligt Roger Altsäter var helt otänkbart för bara några år sedan. •

Fakta om ASM Foods

Finns i: Mjölby.

Grundades: På 30-talet under namnet AB Svenskt Mjölksocker.

Gör: ASM Foods utvecklar och marknadsför koncept och ingredienser inom choklad och sylt till producenter inom områdena mejeri, glass, bageri, konfektyr och desserter.

Antal anställda: 110 personer varav 16 arbetar med utveckling.

Exporterar: Två tredjedelar av sin produktion till 47 länder.

”Att vara innovativa är vår nyckel. Skulle vi inte vara innovativa skulle inte vi leverera längre än till Skandinavien.”

Roger Altsäter, vd ASM Foods

Svenska exportsuccéer

Skorpor

Fransmännen tycker att deras marmelad kräfva svenska skorpor. Säljs ofta som ett hälsosamt alternativ till andra kakor och kex.

Sill

En del säger att man måste vara uppvuxen i Sverige för att kunna uppskatta inlagd sill, men Abbas sill går på export till bland annat Sydafrika, Sydamerika och Australien som gillar ”Swedish tapas”.

Ärter

Skåne ligger i centrum av ”ärtbältet” längs den 56:e breddgraden. Svenska ärter håller världsklass, och hälften av Findus ärter går på export till italienska finsmakare.

Bageriingredienser

I Mellanöstern äter man kakor och dricker te när västvärlden i stället tar en öl. Aromatic säljer mängder av ingredienser till Mellanösterns bagare.

Ministern med förkärlek för småländska isterband och lingon

Eskil Erlandsson, Sveriges landsbygdsminister, är initiativtagare till visionen *Sverige – det nya matlandet*, som lanserades 2008. Det är en vision om att Sverige ska bli det nya matlandet i Europa, och om att skapa tillväxt och nya jobb inom mat- och upplevelsesektorn. Ökad export av svenska livsmedel är en förutsättning för att uppfylla visionen och målet är att fördubbla svensk matexport från 2008 års 50 miljarder till 100 miljarder år 2020.

Som ett led i satsningen besökte Eskil Erlandson Kina och Hong Kong i november 2012 för att marknadsföra svenska produkter – däribland kycklingfötter och grisöron. Under resan passade ministern på att svara på några frågor om vikten av svensk livsmedelsexport.

Hur innovativa och konkurrenskraftiga är svenska livsmedelsföretag internationellt?

– Vi har många innovativa, konkurrenskraftiga livsmedelsföretag i Sverige i dag, men jag vill se ännu fler i framtiden. Det är bland annat därför som det varje år ligger en summa pengar för innovation och kompetenshöjning inom ramen för *Sverige – det nya matlandet*.

Hur viktig är svensk livsmedelsexport för Sverige?

– Exporten är jätteviktig för produktionen och jobben i både primär- och förädlingsledet. Utan en betydande livsmedelsexport kan vi inte på allvar kalla Sverige för ”det nya matlandet”. Jag tror att det bland annat är inom livsmedelsområdet som framtidens jobb finns, och det är dessutom jobb som finns i hela Sverige. Från landsbygd till storstad.

Hur viktig är svensk livsmedelsexport för bilden av Sverige i omvärlden?

– Jag är övertygad om att svensk mat och dryck har en viktig roll att spela i arbetet med att stärka Sverigebilden utomlands. Genom den svenska maten kan vi väcka en nyfikenhet för Sverige som kanske gör att fler väljer att lägga sin weekendresa eller långledighet här. Blir det fler som testar exempelvis svenskt knäckebröd eller hjortronsylt så tror jag också att det kan leda till att vi får hit fler matturister som vill upptäcka matlandet Sverige i verkligheten.

Vilken svensk livsmedelsprodukt tycker du bäst representerar Sverige i världen?

– Svår fråga, det finns ju så många produkter att välja ibland. Fisk och skaldjur kanske, som är vår största exportprodukt. Sverige är en gammal sjönation med långa kuster, fantastiska skärgårdar, sjöar och hav. Sedan har vi också det vilda köttet, som ofta porträtteras genom älgen som jag tror många kopplar samman med Sverige. Som smålänning måste jag dock flika in lingonen som en av de råvaror som kanske bäst representerar Sverige. Många rynkar nog på näsan när de får höra att vi äter sylt till kött och fisk men när de sedan får testa så brukar de faktiskt gilla det.

Vilken svensk livsmedelsprodukt skulle du personligen vilja få världen att upptäcka?

– Som många redan vet så tycker jag mycket om småländska isterband och lingon. Turister som söker den genuina maten i olika delar av Sverige har mycket att vinna tror jag. I Småland har vi till exempel isterband, lingon och ostkaka. Skåningarna stoltserar med sin gås i november, och uppåt landet finns fint renskav. Sen har vi Kalixrom som väl inte går någon förbi.

Hur viktiga är svenska livsmedelsföretag för att realisera visionen om Sverige – det nya matlandet?

– Helt avgörande, skulle jag säga. Det är svenska bönder och livsmedelssektorns entreprenörer och företag som bygger matlandet Sverige. I visionen om matlandet Sverige har vi valt att fokusera på fem fokusområden som var och en representerar olika näringar kopplade till maten i Sverige. Det är primärproduktionen, den förädlade maten, det offentliga köket, matturismen och restaurangerna. Med de fem fokusområdena vill vi fånga upp alla delar som fokuserar på mat och i vissa fall öka samarbetet dem emellan.

Vilken svensk livsmedelsprodukt letar du upp och äter när du själv är utomlands och får hemlängtan?

– Jag är svag för svensk hårdost på ett gott knäckebröd, så det brukar jag kolla efter. •

Stora utmaningar *med*

mikroskopiska lösningar

Typiskt tisdagar. De odlade köttbullarna har äntligen mognat, men utskriften av potatismoset har, såklart, hakat upp sig igen och gräddpaketet blinkar lila eftersom grädden surnat. Tur att man i alla fall inte blir bakfull av vin längre. Hur klarade man sig egentligen på 2010-talet? Det här kan låta som en avlägsen framtidsvision, men teknik och innovation kommer att krävas för att vi ska kunna möta de stora matutmaningar som världen står inför i dag. Är vi redo att omvärdera kraven på att allt bör vara naturligt framställt?

Trenden att allt vi konsumerar ska vara framställt på helt naturlig väg är stark. Maten vi stoppar i oss ska helst ha jord kvar och vara så lite förädlad som möjligt. De bästa restaurangerna odlar sina egna råvaror och hobbyodlandet, som att odla grönsaker på balkongen eller i kooperativa trädgårdar, är trendigare än någonsin. I Stockholm är det flera års väntetid för att få förvalta en kolonilott i någon av stadens många koloniträdgårdar.

I ett samhälle där tekniken nästlar sig in i våra liv i allt större utsträckning verkar längtan efter naturen och det naturliga öka. Vid valet mellan något som är ekologiskt och något som är tekniskt förbättrat ses det naturliga som det bättre alternativet. Resultatet har blivit att livsmedelsföretag aktar sig för att prata om teknik, och i stället lyfter fram att produkterna innehåller helt naturliga ingredienser.

Ett talande exempel är debatten kring GMO, genmodifierade organismer. I Sverige har debatten kring användning av modern genteknik i livsmedelsproduktionen pågått i mer än 15 år. Trots detta finns det en bred vetenskaplig samstämmighet om att livsmedlen på marknaden som härrör från genmodifierade grödor inte utgör större risk för människors hälsa än konventionella livsmedel. Debatten har ofta fokuserat på ekologiska risker liksom på ekonomiska farhågor relaterade till det faktum att många genetiskt modifierade växter och djur är upphovsrättsskyddade.

I Sverige har debatten kring användning av modern genteknik i livsmedelsproduktionen pågått i mer än 15 år. Trots detta finns det en bred vetenskaplig samstämmighet om att livsmedlen på marknaden som härrör från genmodifierade grödor inte utgör större risk för människors hälsa än konventionella livsmedel.

Men även om många fortfarande är tveksamma verkar acceptansen för genmodifierade livsmedel ha ökat under de senaste åren. Enligt en studie bland medlemmar i Konsumentföreningen Stockholm kan allt fler tänka sig att köpa GMO-livsmedel i butiken. År 2012 ansåg 46 procent att genmodifiering av livsmedel är mycket eller ganska negativt, att jämföra med 74 procent 1998 när mätningarna började genomföras. Acceptansen var störst gällande GMO-varianter som bidrar till att lösa miljö- och hälsoproblem, exempelvis grödor som minskar användningen av kemikalier i jordbruket eller livsmedel framtagna för allergiker.

En förklaring kan vara att detta underlättas av att EU har skapat en ordning för märkning och spårbarhet samt marknadsgodkännande av ansökningar för att tillverka och sälja GMO. En annan förklaring kan vara att larmrapporterna om GMO-livsmedel har uteblivit, trots att odling av genmodifierade grödor i dag är relativt utbrett ur ett globalt perspektiv. En tredje att debatten mot GMO överskuggas av mer akuta globala världsproblem – som hotet mot miljön och bristen på mat.

Världssvälten och miljöhotet var också anledningarna till att en av de starkaste kritikerna, den brittiska författaren och miljöaktivisten Mark Lynas som var drivande bakom den europeiska motståndsrörelsen mot GMO, helt bytte ståndpunkt. I början av 2013 gick han ut med en offentlig ursäkt med motiveringen att tekniken tvärtom är ett viktigt verktyg för att få ett slut på hungersnöden och för bevarandet av vår gemensamma miljö.

Miljöpåfrestningar är ett stort hinder för att producera mer mat – jorden räcker inte till och de pågående klimatförändringarna påverkar jordbrukets förutsättningar. Samtidigt är matsvinnet enormt. Institutet för Livsmedel och Bioteknik, SIK konstaterar i en rapport att det globala matsvinnet uppgår till 1,3 miljarder ton. Det är cirka 30 procent av den totala matkonsumtionen världen över. I Sverige slänger varje person i genomsnitt 56 kilo livsmedel per år enligt uppskattningar från Livsmedelsverket (2011).

Genmodifierade livsmedel skulle kunna vara en del av lösningen för att producera mer mat, som dessutom håller längre. Däremot är de sannolikt inte hela lösningen. Ett annat forskningsområde med stor potential för livsmedels- och förpackningsindustrin är nanotekniken. Med denna kan egenskaperna hos partiklar, smala som DNA-strängar, skräddarsys för att förändra bland annat smak och konsistens hos livsmedel.

Nanotekniken kan också användas för att minska matsvinn, exempelvis genom smarta förpackningar som ändrar färg och själva ”säger till” när innehållet närmar sig sitt bäst-före-datum. Nanoförbättrade förpackningar kan också själva ta död på bakterier som angriper innehållet i dem. Hållbarheten för livsmedel kan förlängas med skyddande nanohöljen som är både osynliga och ätliga.

Ett annat forskningsområde med stor potential för livsmedels- och förpackningsindustrin är nanotekniken. Med denna kan egenskaperna hos partiklar, smala som DNA-strängar, skräddarsys för att förändra bland annat smak och konsistens hos livsmedel.

Som med alla tekniska framsteg bör forskningen kring tekniskt förbättrad mat hanteras med försiktighet. Eventuella frågor av etisk och hälsokaraktär får inte sopas under mattan. Men mot bakgrund av de potentiellt stora fördelarna med till exempel GMO och nu nanoteknik bör Sverige inte vara främmande för att satsa mer på forskning och utveckling som kan bidra till bättre mat. Och lösningen kan vara så liten att ingen kan se den. Världens minsta matrevolution. •

Matsvinnet – vad vi slänger mest

Fråga: Har du slängt några av följande matvaror den senaste veckan?

Källa: Konsumentföreningen Stockholm

Vad är genmodifierade livsmedel?
Genmodifierade livsmedel är mat eller dryck som härrör från råvaror som har fått sin arvsmassa modifierad – genetiskt modifierade grödor. Genom genteknik tillförs grödor egenskaper som inte går att tillföra med traditionellt förädlingsarbete.

EU har världens hårdaste lagstiftning kring genetiskt modifierade organismer. Det ska garantera att endast säkra genetiskt modifierade livsmedel släpps ut på marknaden. Alla produkter som innehåller genetiskt modifierade organismer ska också märkas. Några genetiskt modifierade växtsorter som är godkända för användning inom livsmedelsproduktion i EU är till exempel soja, majs, raps och sockerbeta.

Källa: Livsmedelsverket

Vad är nanoteknik?
Med hjälp av så kallad nanoteknik kan man skapa mycket små partiklar, nanopartiklar, av olika ämnen. Eftersom partiklarna är så små kan ämnena få nya egenskaper och funktioner. Nanopartiklar varierar i storlek, mellan en och hundra nanometer, nm (en nanometer är en miljarddels meter).

Källa: Livsmedelsverket

Om Livsmedelsföretagen

Livsmedelsföretagen är en arbetsgivar- och branschorganisation. Livsmedelsföretagens medlemmar representerar alla typer av livsmedelsföretag, från småskaliga bagerier till stora välkända varumärkesproducenter. I livsmedelsbranschen arbetar totalt närmare 60 000 personer, och den utgör Sveriges fjärde största industrigren.

Bilder:

Sid 1–3	Felix, Anagram, Arla Foods
Sid 4	Sanna Sjöswärd
Sid 6	Emrah Turudu/Gettyimages, Felix
Sid 7	Jacob Fridholm
Sid 12	Mackmyra Svensk Whiskey
Sid 14	Erik Thor/Folio
Sid 18	Marcus Schött
Sid 19	Bohman och Sjöstrand/Folio
Sid 20	Michael Erhardsson/ Mostphotos
Sid 22	Anagram, Lars Wigert
Sid 23	Qibbla Halal
Sid 26	Johan Markusson/Scanpix Bildhuset, Paul Moore/Gettyimages, Yuri Arcurs/Mostphotos, Arian Bahrami/Mostphotos
Sid 27	Katrina Brown/Mostphotos, Digitalpress/Mostphotos
Sid 28	Ann-Sofi Rosenkvist/Scanpix Bildhuset
Sid 29	Semper, Oatly, Arla Foods, ICA
Sid 30	ABBA Seafood
Sid 31	Norrmejerier, Almondy, Absolut Vodka, Löfbergs Lila, Åbro bryggeri, Nyåkers Pepparkakor
Sid 32	Pågen, ABBA Seafood, Sergej Razvodovskij/Mostphotos
Sid 33	ASM Foods
Sid 34	Centerpartiet

Övriga bilder från Livsmedelsföretagen och Istockphoto

Inte vilken industri som helst

Den svenska livsmedelsindustrin är inte vilken industri som helst. Utan mat överlever vi inte, så enkelt är det. Men industrin levererar inte bara nödvändiga vitaminer och mineraler, proteiner och kolhydrater. Maten som industrin producerar skapar också välmående och hälsa. Och bra mat gör oss lyckliga. Det gör livsmedelsindustrin unik.

I den här rapporten får du en inblick i svenskens förhållande till mat och till den svenska livsmedelsindustrin. Här får du veta vilket godis som marknadsför Sverige bättre än Millenium-trilogin, varför Instagram fylls med skrytsamma matbilder och hur det kommer sig att svenska matkonsumenter är de tryggaste i Europa, trots upprepade matlarm.

Du får även möta företag och personer verksamma inom industrin. En av Sveriges vassaste näsor, en minister som älskar småländska isterband och det svenska företaget som ligger bakom svenska smaksuccéer som lakritspucken.

Livsmedelsföretagen