



Självorganiserande matnätverk – producenters perspektiv på REKO-ringar

Self-organizing food networks – producers' perspectives on REKO groups

Marika Kronberg

Självständigt arbete • 15 hp
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU
Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för stad och land
Agronomprogrammet – landsbygdsutveckling
Uppsala 2021



Självorganiserande matnätverk – producenters perspektiv på REKO-ringar

Self-organizing food networks – producers' perspectives on REKO groups

Marika Kronberg

Handledare: Malin Beckman, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land
Bitr. handledare: Cristian Alarcon Ferrari, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land
Examinator: Örjan Bartholdson, Sveriges lantbruksuniversitet, Institutionen för stad och land

Omfattning: 15 hp
Nivå och fördjupning: Grundnivå, G2E
Kurstitel: Självständigt arbete i Landsbygdsutveckling
Kurskod: EX0888
Program/utbildning: Agronomprogrammet - landsbygdsutveckling
Kursansvarig inst.: Institutionen för stad och land

Utgivningsort: Uppsala
Utgivningsår: 2021
Omslagsbild: Marika Kronberg
Elektronisk publicering: <https://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: REKO-ringar, alternativa matnätverk, producenter, självorganisering, närproducerad mat, lokalproducerad mat

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för stad och land
Avdelningen för landsbygdsutveckling

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver godkänna publiceringen. Om du kryssar i **JA**, så kommer fulltexten (pdf-filen) och metadata bli synliga och sökbara på internet. Om du kryssar i **NEJ**, kommer endast metadata och sammanfattning bli synliga och sökbara. Fulltexten kommer dock i samband med att dokumentet laddas upp arkiveras digitalt.

Om ni är fler än en person som skrivit arbetet så gäller krysset för alla författare, ni behöver alltså vara överens. Läs om SLU:s publiceringsavtal här: <https://www.slu.se/site/bibliotek/publicera-och-analysera/registrera-och-publicera/avtal-for-publicering/>.

JA, jag/vi ger härmed min/vår tillåtelse till att föreliggande arbete publiceras enligt SLU:s avtal om överlåtelse av rätt att publicera verk.

NEJ, jag/vi ger inte min/vår tillåtelse att publicera fulltexten av föreliggande arbete. Arbetet laddas dock upp för arkivering och metadata och sammanfattning blir synliga och sökbara.

Sammanfattning

Som reaktion på det globala livsmedelssystemets brister har det uppstått alternativa sätt att producera och distribuera mat. I Sverige är REKO-ringar ett alternativt matnätverk som vuxit fram under de senaste åren och som också speglar det ökade intresset för närproducerad mat. För att förstå om REKO-ringarna kan driva på strukturella förändringar i livsmedelssystemet är det intressant att känna till aktörernas motiv, behov, intressen och värderingar. Syftet med studien är att undersöka varför producenter engagerar sig i REKO-ringar, vilken syn de har på REKO-ringar som modell och vad de betyder för dem. Metoden utgörs av kvalitativa intervjuer med sex producenter som är med i REKO-ringar i Uppsala län och/eller Stockholms län. Materialet analyserades med hjälp av begreppen självorganisering och gränser ('boundaries'). Resultaten visar att producenter ser flera fördelar med REKO-ringar gentemot andra försäljningskanaler. De motiveras av praktiska och ekonomiska aspekter och ser flera värden med REKO-ringar såsom att det är närproducerat, småskaligt och att man har direktkontakt med konsumenter. Samtidigt betonar de dock olika aspekter i dessa värden. Producenterna har olika inställning till vad som kan anses vara inom ramen för REKO-ringarna som modell och vittnar om att nya REKO-ringar med mer tillåtande regler bildas när befintliga stramar åt sina regler. Det självorganiserande REKO-nätverkets möjligheter att bevara sin alternativa prägel och driva på förändringar i livsmedelssystemet är därmed ovisst.

Nyckelord: REKO-ringar, alternativa matnätverk, producenter, självorganisering, närproducerad mat, lokalproducerad mat

Abstract

As a response to the shortcomings of the global food system, alternative ways to produce and distribute food have emerged. In Sweden, REKO is an alternative food network that has been growing in recent years and its expansion also reflects the increasing interest in local food. In order to understand whether the REKO network can drive structural changes in the food system, it is interesting to know more about the motives, needs, interests and values of the actors. The purpose of this study is to investigate why producers engage in REKO groups, what their view is on REKO groups and what they mean to them. This is investigated through qualitative interviews with six producers that are part of REKO groups in Uppsala County and/or Stockholm County. The material is analysed with the concepts of self-organization and boundaries. The results show that the producers see several benefits with REKO groups as compared to other sales channels. They are motivated by practical and economic aspects and the main values they see in REKO groups are associated to the local feature, small-scale production, and the direct contact with consumers. At the same time, they stress different aspects in these values. The producers have different points of view on what should be regarded to be within the boundaries of the REKO model. They bear witness that new REKO groups with more permissive rules are created when existing groups tighten their rules. The capacity of the self-organizing REKO network to keep its alternative character and drive changes in the food system is therefore uncertain.

Keywords: REKO-rings, alternative food network, producers, self-organization, local food

Innehållsförteckning

1. Inledning	7
1.1. Syfte och frågeställningar	9
2. REKO-ringar och lokalproducerad mat	10
2.1. Vad är REKO-ringar?	10
2.2. Hur definieras lokalproducerad mat?	11
3. Teoretiskt ramverk	12
4. Metod och material	14
4.1. Kvalitativa intervjuer	14
4.2. Avgränsningar och urval.....	15
4.3. Intervjupersoner.....	16
4.4. Etik.....	16
4.5. Analysmetod	17
5. Resultat	18
5.1. Hur ser producenterna på REKO-ringar jämfört med andra försäljningskanaler?	18
5.1.1. Praktiska aspekter	18
5.1.2. Kontakt med konsumenter.....	19
5.1.3. Ekonomiska aspekter	20
5.2. Vilka värden ser producenterna i REKO-ringar som företeelse?	21
5.2.1. Närproducerat och småskaligt.....	21
5.2.2. Inga mellanhänder	22
5.3. Hur ser producenterna på REKO-ringarnas nuvarande form och funktion?.....	23
6. Diskussion	27
7. Slutsatser	32
Referenser	34
8. Bilaga	36
8.1. Intervjuguide	36

"Det är dynamiskt koncept, jag menar det ändrar sig hela tiden efter förutsättningarna och är det någonting som skaver då ändras det med tiden liksom. Det är inte så där hugget i sten. Allting rör på sig."

Daniel, producent, om REKO-ringar

1. Inledning

Under de senaste åren har efterfrågan på närproducerad mat ökat bland konsumenter i Sverige såväl som i andra delar av världen (Granvik et al. 2017). Enligt Livsmedelsföretagens konjunkturbrev från fjärde kvartalet 2020 är efterfrågan på svensk/lokalproducerad mat den konsumenttrend som har haft störst påverkan på produktionen för femte året i rad (Livsmedelsföretagen 2021). Även på en högre politisk nivå har intresset ökat för lokalproducerad mat. I Sveriges nationella livsmedelsstrategi, som pekar ut riktningen för politiken fram till 2030, syns en ökad tonvikt vid det lokalproducerade (Näringsdepartementet 2017). I strategin fastslås bland annat att konsumenter ska ges möjlighet att göra medvetna och hållbara val av närproducerade och ekologiska livsmedel. I strategin förordas ett utvecklat samarbete mellan den offentliga sektorn och lokala livsmedelsaktörer. Man konstaterar också att jordbruksproduktionen utgör ett bidrag till "lokal sysselsättning och möjlighet att köpa närproducerade produkter till nytta för det lokala samhället" (Näringsdepartementet 2017:42). På senare tid har självförsörjning på mat också seglat högre upp på den politiska dagordningen i ett flertal västerländska länder (Granvik et al. 2017). Under coronapandemin har denna diskussion aktualiserats ytterligare. Många vill se en ökad inhemsk produktion av livsmedel för att säkra beredskapen vid framtida kriser. Sedan Sveriges inträde i EU har självförsörjningsgraden på livsmedel minskat och idag ligger den på ungefär 50% till skillnad från 80% i början av 90-talet (Lantbrukarnas Riksförbund 2020). Det tycks alltså vara flera anledningar som ligger till grund för trenden med närproducerad mat. Dels finns en ökad medvetenhet om det globala livsmedelssystemets brister och om problemen med dess inneboende geografiska och sociala avstånd mellan producent och konsument. Fler intresserar sig för livsmedelssystemets påverkan på miljö, klimat och hälsa samt frågor om matkvalitet och djurvälstånd. Dels handlar det om en vilja att minska sårbarheten i matförsörjning inför framtida kriser.

Utöver trenden med närproducerad mat i den konventionella handeln har det vuxit fram alternativa sätt att producera och distribuera mat som reaktion på de problem som associeras till det globala livsmedelssystemet (Maye & Ilbery 2006). Dessa alternativa former av försörjningskedjor går ofta under begrepp som korta livsmedelskedjor och alternativa matnätverk och har exempelvis använts för att beteckna fenomen som REKO-ringar, bondemarknader och andelsjordbruk

(Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019; Michel-Villarreal et al. 2019). REKO-ringar som modell för att handla lokalproducerad mat utvecklades i Finland med inspiration från den franska AMAP-rörelsen (Hushållningssällskapet u.å.a). AMAP står för *Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne* (ungefär Föreningen för bevarande av småskaligt jordbruk) och modellen, som är Frankrikes motsvarighet till andelsjordbruk, fungerar genom att grupper av konsumenter upprättar kontrakt med en eller flera producenter som förbinder sig att leverera produkter (Dubuisson-Quellier et al. 2011). REKO-ringar kom till Sverige 2016, tre år efter att de första REKO-ringarna bildades i Finland. Sedan dess har antalet REKO-ringar ökat i en stadig takt. I januari 2021 fanns det omkring 220 aktiva REKO-ringar i Sverige och antalet medlemmar i REKO-ringarnas Facebook-grupper var ca 800 000 (Hushållningssällskapet u.å.b). REKO-ringarna administreras och drivs av administratörer, vilka antingen är producenter eller konsumenter, som engagerar och organiserar sig lokalt.

Med min uppsats hoppas jag kunna ge ett litet bidrag till forskningen på alternativa matnätverk, såsom REKO-ringar, för att förstå mer om de involverade aktörernas utgångspunkter. Det är intressant för att kunna förutspå vad deras roll kan vara i framtidens livsmedelssystem. Michel-Villarreal et al (2019) konstaterar att det finns brister i det konventionella livsmedelssystemets utformning och de pekar på att en del därmed sätter sin tilltro till att alternativa initiativ kan vara en väg framåt (se Goodman et al. 2012). En övergripande fråga handlar om huruvida REKO-ringar kan få en mer framskjuten position och på sikt utmana det konventionella livsmedelssystemet. Inom ramen för denna uppsats är det inte möjligt att svara på denna fråga men mot bakgrunden av ovanstående är det intressant att få mer kunskap om vad som driver aktörer att vara med i REKO-ringar. Flera studier har visat att det är vanligt med en mångfald av mål och värderingar i alternativa matnätverk och att olika prioriteringar, intressen och behov hos producenter och konsumenter påverkar vad de fäster för innebörder vid lokal mat (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). Denna mångfald kan leda till diskussioner om var gränserna går mellan REKO-ringar och det konventionella livsmedelssystemet, exempelvis vilka som ska vara med och inte (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). Min uppsats har denna diskussion om drivkrafter och värderingar hos aktörer i alternativa matnätverk som utgångspunkt. Michel-Villarreal et al. (2020) framhåller att forskning ofta, åtminstone vad gäller korta livsmedelskedjor, har varit upptagen av konsumenters uppfattningar, beteenden och motivationer. I litteraturgenomgången fann jag själv jämförelsevis fler studier på konsumenters motiv och därför har jag velat titta närmare på producenters perspektiv i denna uppsats. Ser de på REKO-ringar som en pragmatisk försäljningskanal eller en kraft med potential att förändra livsmedelssystemet?

1.1. Syfte och frågeställningar

Syftet är att undersöka varför producenter engagerar sig i REKO-ringar, hur producenter ser på REKO-ringar som modell och vad de betyder för dem. För att uppnå syftet har jag utgått ifrån dessa tre operationella frågeställningar:

- Hur ser producenter på REKO-ringar i förhållande till andra försäljningskanaler?
- Vilka värden ser producenter i REKO-ringar som företeelse?
- Hur ser producenter på REKO-ringarnas nuvarande form och funktion?

2. REKO-ringar och lokalproducerad mat

2.1. Vad är REKO-ringar?

”REKO är en folkrörelse som växer av egen kraft” skriver Hushållningssällskapet på sin hemsida (u.å.b). REKO står för Rejäl Konsumtion och en REKO-ring är en form av sammanslutning mellan producenter och konsumenter på en ort där syftet är att kunna sälja och handla lokalproducerade råvaror och produkter utan mellanhänder (Hushållningssällskapet u.å.b). Vanligtvis administreras ringarna via Facebook-grupper. Producenterna lägger upp vad de har till försäljning för tillfället och konsumenterna beställer i kommentarsfältet. Därefter sker utlämningen av varorna på en bestämd tid och plats som är regelbundet återkommande. För att REKO-ringsutlämningarna inte ska falla under regelverken för torghandel och marknad ges ingen möjlighet till att handla på plats utan att ha beställt i förväg (Hushållningssällskapet u.å.c). Detta underlättar eftersom regelverket för marknader kräver att man söker tillstånd för varje tillfälle. Hushållningssällskapet är den organisation som på uppdrag av Jordbruksverket har till uppgift att främja REKO-ringarnas etablering i Sverige. Detta gör de genom att sprida kunskap och information samt genom att tillhandahålla praktiska tips för de som vill starta upp REKO-ringar (Hushållningssällskapet u.å.b). Som redan nämnts i inledningen drivs och administreras REKO-ringar dock av administratörer ur den egna gruppen, på frivillig basis. Angående riktlinjer skriver Hushållningssällskapet skriver på sin hemsida:

Varje REKO-ring har sina egna riktlinjer och det finns ingen som kan hävda att det ena eller det andra inte får förekomma i en REKO-ring. Men att ringarna håller sig till gemensamma principer gynnar REKO-ringarna som kollektiv. Det stärker REKO som varumärke, medlemmarna känner igen sig och administratörerna kan ta råd och hjälp av andras erfarenheter. (Hushållningssällskapet u.å.c)

Hushållningssällskapet listar ett antal grundläggande principer som de menar att de flesta kända REKO-ringar i Sverige håller sig till. Det är bland annat:

- Endast livsmedel och direkta biprodukter från egen livsmedelsproduktion

- Endast försäljning av egna produkter
- Inga mellanhänder

Källa: Hushållningssällskapet u.å.c

Hushållningssällskapet uppmanar dock administratörerna att eftersträva ett brett underlag av producenter och att inte ha för stränga regler i onödan. Enligt Hushållningssällskapet kommer marknaden att reglera sig själv eftersom konsumenterna väljer vad de vill handla och det som är oönskat kommer därmed att falla bort (Hushållningssällskapet u.å.c).

2.2. Hur definieras lokalproducerad mat?

Samtidigt som intresset för lokalproducerad mat tydligt har ökat de senaste åren råder det ingen enighet om hur begreppet ska definieras. Granvik et al. (2017) menar att det kan vara problematiskt att definiera lokalproducerad mat utifrån mätbara parametrar vilket en del forskare, myndigheter och icke-statliga organisationer har gjort en ansats till. Samtidigt fäster människor olika innebörd vid stämpeln lokalproducerad och risken är att de parametrar som väljs inte är de som är mest betydelsefulla för människor (Granvik et al. 2017). Som utgångspunkt till definitioner har man bland annat haft geografiska avstånd som produkter färdas, koldioxidavtryck, energianvändning eller kombinationer av dessa. Kneafsey et al. (2013) definierar *local food systems* som system där ”produktion, förädling, försäljning och konsumtion av mat sker i ett avgränsat och definierat geografiskt område.” I EU-finansierade program och andra studier har detta geografiska område en radie på ungefär 20 till 100 km (Kneafsey et al. 2013). Kneafsey (2013) påpekar också att det lokala ofta uppfattas i förhållande till större geografiska skalor, som den regionala, nationella eller globala, och beroende på kontext. Lokalproducerad ger ofta associationer till större möjlighet till kontakt mellan producent och konsument, hantverksmässig produktion, bevarande av öppna landskap, småskalig produktion, ekologisk produktion och gynnande av lokala producenter (Granvik et al. 2017). Detta kan vara fallet men samtidigt kan lokalproducerad mat också komma från stora industrier med konventionell produktion. Eftersom olika aktörer i livsmedelskedjan förknippar lokalproducerad mat med olika saker kan en mängd betydelser gå förlorade med en entydig definition (Granvik et al. 2017). I stället för att nå enighet om en absolut definition förespråkar Granvik et al. (2017) att individuella aktörer är transparenta med vilken definition de använder. Med tanke på den diffusa innebörden av begreppet lokalproducerad har en del studier som undersökt aktörers perspektiv underlåtit att tydligt definiera begreppet för att låta aktörernas egen tolkning framträda (se Beingessner & Fletcher 2020).

3. Teoretiskt ramverk

Begreppet självorganisering har sitt ursprung i naturvetenskapen men har på senare tid kommit att användas för att analysera människors handlingar i komplexa sociala system och för att förklara icke-hierarkiska och decentraliserade aktiviteter inom organisering (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). Exempelvis är det möjligt att beskriva den interna dynamiken i sociala rörelser med hjälp av begreppet självorganisering (Fuchs 2006). Fuchs definierar självorganisering som ”en process där ett system reproducerar sig självt genom sin egen logik och sina egna beståndsdelar, det vill säga systemet producerar sig självt grundat på en intern logik.” (2006:102) Fuchs (2006) framhåller egenskaper hos självorganiserande system som komplexa, dynamiska, produktiva och organiskt framväxande.

Självorganisering som begrepp har använts allt oftare för att beskriva processen när olika aktörer, såsom producenter och konsumenter, går samman och engagerar sig i olika former av lokala och hållbara livsmedelssystem (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). Självorganisering kontrasteras mot hierarkiska former av organisering, som är vanliga i konventionella livsmedelssystem (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). ’Organisering’, ’autonomi’ och ’gränser’ (’boundaries’ på engelska) är tre delar som hör till begreppet självorganisering och som är viktiga för förståelsen, enligt Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019). ’Organisering’ syftar på att det finns inslag av ordningsskapande och att olika beteenden uppmuntras eller begränsas. ’Autonomi’ handlar om att organiserande aktiviteter och beslut tas inom en grupp och utan inblandning från ”utsidan”. Begreppet ’gränser’ är viktigt eftersom systemets gränser, det som separerar ”insidan” från ”utsidan” måste etableras för att man ska kunna slå fast att ett system är självorganiserande. (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019)

Begreppet självorganisering skapar förutsättningar för att förstå och diskutera hur nätverket av REKO-ringar växer fram och hur aktörer samspelar med varandra inom det. En del av forskningen på självorganisering och alternativa matnätverk behandlar värderingar och huruvida aktörerna till slut landar i vissa gemensamma värderingar och mål (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). En del författare (se Rossi 2017) hävdar att delade värderingar är centrala och att gemensamma principer driver på förändringar i livsmedelssystemet. Mount (2012) påpekar dock att det är vanligt med en mångfald av värderingar i alternativa

matnätverk och Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) konstaterar i en fallstudie av det finländska REKO-nätverket att en avsaknad av gemensamma värderingar och mål hos aktörerna försvårar möjligheterna att komma överens om och driva nätverket i en bestämd riktning (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019).

Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) pekar på att självorganisering kan innefatta sociala processer som präglas av konflikter och motstridigheter, speciellt under en expansion. Författarna argumenterar att diskussioner och förhandlingar om gränserna ('boundary negotiation') uppstod i det finländska REKO-nätverket då producenter, konsumenter och administratörer hade skilda motiv, värderingar, prioriteringar och intressen. Gränsförhandlingarna innefattade frågor om vilka producenter och produkter som borde få vara med i REKO-ringarna utifrån olika parametrar. I fallstudien identifierade de fyra typer av gränser: moraliska, geografiska, marknadsmässiga och maktrelaterade. Författarna menar att dessa till viss del flyter ihop med varandra. Diskussionerna om de moraliska gränserna uppstod på grund av olika uppfattningar och övertygelser omkring vad som är "bra mat", exempelvis betydelsen av ekologisk eller småskalig produktion. Den geografiska gränsförhandlingen handlade om det tillåtna avstånd som producenter och produkter kunde färdas för att godkännas i REKO-ringarna. Den marknadsmässiga gränsförhandlingen berörde vilket utbud REKO-ringarna skulle erbjuda och den maktrelaterade gränsförhandlingen innefattade diskussioner om hur mycket makt konsumenter (genom sin efterfrågan) respektive administratörer har att bestämma över REKO-ringarnas utveckling.

I uppsatsen kommer jag att göra en jämförelse med Ehrnström-Fuentes och Leipämaa-Leskinens fallstudie och undersöka om producenterna i det svenska REKO-nätverket också resonerar om dessa typer av gränser. Jag kommer också att anknyta mina resultat till begreppet självorganisering eftersom REKO-ringarna i Sverige har samma självorganiserande karaktär. I Sverige fortsätter antalet REKO-ringar att öka och därför är det intressant att undersöka vad de inblandade aktörerna ser för värden i REKO-ringar som modell och hur de ser på REKO-ringarnas utformning och funktion.

4. Metod och material

4.1. Kvalitativa intervjuer

För att uppnå syftet, förstå varför producenter engagerar sig i REKO-ringar, hur de ser på REKO-ringar som modell och vad de betyder för dem valde jag att genomföra kvalitativa semi-strukturerade intervjuer med sex producenter som säljer sina produkter i REKO-ringar. I kvalitativa intervjuer ligger tonvikten på informanternas egna uppfattningar och synsätt (Bryman 2011). Detta sätt att samla in material möjliggör en lyhördhet för den intervjuades ståndpunkter (Bryman 2011). För att undersöka producenters drivkrafter, syn på REKO-ringarnas värden och vad de betyder för dem fann jag därför att kvalitativa intervjuer skulle ge det mest användbara materialet. Jag bedömde att semi-strukturerade intervjuer skulle vara den lämpligaste formen för intervjuerna. Det försäkrade mig om att jag i viss mån skulle kunna samla in ett likartat material från de olika intervjuerna, för att svara på mina frågeställningar, samtidigt som det gav utrymme för intervjupersonerna att leda in mig på sådant de själva upplevde var viktigt. Denna anpassningsbara intervjuform möjliggjorde upptäckter av nya intressanta infallsvinklar på REKO-ringar som fenomen. Jag utarbetade en intervjuguide som jag förhöll mig till flexibelt till. Frågorna jag ställde handlade bland annat om anledningar till att producenterna började sälja på REKO-ringar, syn på fördelar och nackdelar med REKO-ringar i förhållande till andra försäljningskanaler, syn på REKO-ringarnas värden och frågor om framtiden. Den kompletta intervjuguiden återfinns i bilagan.

På grund av den rådande pandemin försvårades möjligheterna till att fysiskt träffa intervjupersonerna. Fyra av fem intervjuer genomfördes som videosamtal där jag hade möjlighet att se intervjupersonerna. Den sista intervjun genomfördes per telefon med ljud fast utan bild. Detta sätt att intervjua kan ha haft en påverkan på intervjuernas kvalitet. Att interaktionen sker genom en skärm försämrar förutsättningarna för att bygga ett förtroende innan intervjun börjar. Trots detta var mitt intryck att intervjupersonerna var avslappnade. Tekniska problem var som tur var sparsamt förekommande. I dessa fall bad jag intervjupersonen att ta om det hen hade sagt.

4.2. Avgränsningar och urval

Alla producenter är med i en eller flera REKO-ringar i Uppsala län och/eller Stockholms län. Anledningen till att jag har gjort denna avgränsning är att jag fysiskt har befunnit mig i detta område under arbetet med kandidatuppsatsen. Det har gjort att jag har kunnat gå på utlämningar för att informellt observera vilket har gett mig en intuitiv känsla för formen och karaktären på just dessa REKO-ringar. Avgränsningen underlättar också analysen på så sätt att jag inte behöver beakta alltför stora demografiska och geografiska skillnader. Dock kan avgränsningen ha konsekvenser för hur resultatet från min undersökning tolkas. Den relativa närheten till ett större antal REKO-ringar med en väsentlig urban konsumentgrupp kan påverka hur producenterna ser på REKO-ringar som modell och hur de ser på REKO-ringarnas form och funktion. Eftersom möjligheterna är större kan det påverka vilken betydelse producenter tillmäter REKO-ringar samt vilka värden de tillskriver dem. Det är också möjligt att producenterna drar andra gränser för vad som är närproducerat än vad producenter hade gjort i en mer glesbefolkad region. Ytterligare en aspekt är att efterfrågan från konsumenter kan utmärka sig i dessa storstadsnära områden vilket kan påverka vad som är gångbart att sälja och därmed sammansättningen av producenter i REKO-ringarna. Till sist har avgränsningen också betydelse för om och hur resultaten kan sammankopplas till en bredare kontext. Till följd av att REKO-ringarna är löst organiserade – varje REKO-ring har administratörer som sätter egna regler – är det möjligt att REKO-ringarna i dessa län skiljer sig från andra REKO-ringar i termer av vilka regler de har.

Eftersom undersökningen grundar sig på kvalitativa intervjuer med ett fåtal producenter har det varit viktigt att tänka över urvalet av intervjupersoner. Teorell & Svensson (2007) menar att ett strategiskt urval, i motsats till ett slumpmässigt sådant, ofta kan vara att föredra vid intensiva studier av få fall. I mitt urval har jag eftersträvat en diversitet av producenter grundat på kriterier såsom: typ av produkt, storlek på företaget, ekologisk eller konventionell produktion, primärproducent eller förädlare. Eftersom jag ville undersöka hur producenter ser på REKO-ringar som modell och vilka värden de associerar till REKO-ringar var det intressant att få höra både väldigt små och något större producenters perspektiv samt att se om meningarna kunde skilja sig mellan producenter som hade olika typer av produktion och inriktning. Min förhoppning var att jag skulle kunna få en ökad förståelse av hur dynamiken inom REKO-ringarna ser ut. Jag har samtidigt varit beroende av vilka som har kunnat tänka sig att medverka. Producenterna hittades på REKO-ringarnas Facebook-grupper och kontaktades per mejl samt telefon med förfrågan om medverkan.

4.3. Intervjupersoner

I tabellen nedan presenteras informanterna och deras verksamheter översiktligt. Namnen är fingerade. Antalet REKO-ringar och andra försäljningskanaler är tänkt att ge en indikation om storleken på producenternas företag.

Tabell 1. Uppgifter om informanterna

Namn	Typ av produktion	Inriktning	Antal REKO-ringar (ca)	Maxavstånd till REKO-ring (ca)	Andra försäljningskanaler*
Lotta	Ägg	Frigående utomhus	12	10 mil	Egen bod och gårdsbutik, små butiker, lanthandlar, delikatessbutiker, grosshandlare, restauranger
Daniel	Lamm- och nötkött, honung	KRAV	2	3 mil	Privatkunder, slakteri, ICA-butik
Susanne	Ostar	KRAV	4	4 mil	Egen gårdsbutik, gårdsbutiker och gårdscaféer, restaurang
Anders	Sylt, marmelad, saft m.m.		37	11 mil	Egen butik och restaurang, gårdsbutiker, ICA- och Coop-butiker
Bengt och Eva	Hjortkött		8	9 mil	Privatkunder

*Susanne, Anders och Lotta säljer vanligtvis även på marknader, dock inte i nuläget på grund av coronapandemin

4.4. Etik

Informanterna har fingerade namn och underrättades innan intervjuerna om deras rätt till att vara anonyma och att dra tillbaka sin medverkan. Jag bad i förväg om att få spela in intervjuerna och fick tillåtelse från alla informanter att göra det. I samband med det informerades jag om att inspelningarna enbart skulle komma att användas för uppsatsens syfte. Informanterna fick också reda på att intervjuerna inte skulle publiceras i sin helhet men att citat skulle kunna komma att lyftas upp i uppsatsen. Jag har undvikit att ta med allt för avslöjande detaljer om producenterna

i resultatdelen och informanterna har fått ge sitt godkännande till uppgifterna som presenteras om dem i Tabell 1.

4.5. Analysmetod

Jag transkriberade samtliga intervjuer och därefter gjorde jag för varje producent en sällning av meningsenheter efter relevans till frågeställningarna. Dessa meningsenheter kodades sedan i grova huvudteman som till exempel: "Närproducerat" och "Etisk produktion" i relation till frågeställningen om producenternas syn på värden, eller "Smidighet" och "Kontakt med konsument" med hänsyn till frågeställningen om synen på REKO-ringar i jämförelse med andra försäljningskanaler". I nästa skede identifierades och sammanfördes meningsenheter med huvudteman som förekom oftare än andra. Meningsenheterna kodades sedan mer detaljerat i teman som: "Smidigt i förhållande till marknader" eller "Transparens och insyn". Efter denna detaljerade kodning var det lättare att finna likheter och kontraster mellan producenternas svar. Det som framstod som centralt i relation till frågeställningarna knöts sedan ihop till en sammanhängande text som bildar resultatet.

5. Resultat

5.1. Hur ser producenterna på REKO-ringar jämfört med andra försäljningskanaler?

5.1.1. Praktiska aspekter

Flera producenter nämner smidigheten med REKO-ringarna som en fördel. Nästan alla producenter nämner praktiska fördelar med REKO-ringar i förhållande till att sälja på torgmarknader. Lotta började sälja på REKO-ringar för ett par år sedan när det var många som efterfrågade hennes ägg och sedan dess har det blivit fler och fler. Jämfört med torgmarknader är det tidsbesparande att sälja på REKO-ringar, berättar Lotta. På en marknad måste man ofta stå en dag för att i slutändan kanske sälja samma mängd, som vid en utlämning. Anders har sålt mycket på marknader men pandemin ställde till det rejält när alla marknader ställdes in. Han sålde redan sina produkter på ett mindre antal REKO-ringar innan pandemin men nu säljer han på avsevärt många fler. Han menar på att han inte hade något val. Anders lyfter också fram smidigheten med REKO-ringar i jämförelse med marknader. Eftersom konsumenterna förbeställer och förbetalar vet man redan innan hur mycket man har sålt och sedan lämnar man ut varorna under en kort period. Man behöver inte gå upp i ottan för att packa bilen. Susanne berättar att hon började sälja på REKO-ringar efter att andra uppmuntrat henne till det. Även Susanne nämner denna fördel med REKO-ringar: ”I förhållande till när man packar till marknad, då packar man det som är beställt. Man kommer inte hem med risk att man får slänga.” Susanne tycker annars att det bästa med REKO-ringar är att man slipper stå och frysa en hel dag, som på marknader.

Daniel har varit med länge i REKO-ringar och var nyfiken på företeelsen redan innan det hade kommit till Sverige. För honom är smidigheten en stor fördel. I förhållande till att sälja till exempelvis ICA är det mycket enklare och bättre med REKO-ringar, menar han. ICA ställer en massa krav, det är ”ett himla krångel.” Till exempel vill de ha ett jämnt flöde av produkter, att det ska vara förpackat på ett visst sätt och helst ska man ha streckkoder. ”Det kan vi inte fixa, vi har alldeles för

liten verksamhet”. Bengt tycker också att det är tråkigt att butikskedjor ska ha ”leverans varje vecka i princip”. Bengt och Eva gick med i REKO-ringar när pandemin ställde allt på ända. De har alltid sålt till privatkunder men förra året var planen att sälja till grossister eftersom de hade tänkt avveckla verksamheten för att ha mer tid till annat. När grossisterna hoppade av på grund av pandemin ville de testa REKO-ringar. ”Det känns bra och rätt.” säger Eva. Susanne är inte intresserad av att sälja till butikskedjor: ”Vi är lite kaxiga”. För några år sedan var hon på ett möte med en ICA-handlare: ”Hans inställning till oss små var... ja jag vet inte vad jag ska säga. Den var inte positiv i alla fall.” Hon nämner problem med butikskedjorna, som hur de lägger fram varorna, och att de har mer eller mindre stränga krav på certifieringar till exempel som inte är anpassade för småskaliga producenter. För Anders finns det dock fördelar med att sälja till större butiker och pekar på att de till exempel inte är säsongsbundna. ”De säljer ju lika mycket jämt [...] De beställer mycket och säljer väldigt, väldigt mycket.” Att sälja till butik tar mindre tid och energi än att sälja direkt till konsument, berättar Lotta. ”Man ska packa, det ska in i bilar och ut ur bilar, det ska göras listor, det är väldigt mycket.”

Trots att det är många timmar bakom varje leverans menar Lotta att det ändå är värt det extra arbetet för att kunna sälja till kunden direkt, utan mellanhänderna. Framöver kanske hon säljer på några färre REKO-ringar och i stället till några fler små butiker som lanthandlar, dock inte till större butikskedjor. REKO-ringarna är dock absolut någonting hon vill fortsätta med. Flera producenter tycker att det är mycket jobb med att sälja på REKO-ringar. Anders, Bengt och Eva pekar på hur mycket administration det är med beställningarna. För Anders del tror han att han kommer att åka mer på marknader och sälja på färre REKO-ringar i framtiden, men då välja ut ”de stora och bra” REKO-ringarna. Att sälja till butiker ser han som ett bra komplement. Eva berättar att hon är väldigt positiv till REKO-ringarna, trots att det är mer jobb att sälja per detalj än att sälja ett halvt djur till en privatkund. Bengt och Eva tror att de skulle ha fortsatt sälja till REKO-ringarna om de hade haft planen att satsa på företaget och att de skulle ha haft det som ett komplement till privatkunderna i så fall.

5.1.2. Kontakt med konsumenter

För flera producenter är relationen som de får till konsumenter viktig på REKO-ringar. För Bengt och Eva har principen hela tiden varit att hoppa över mellanleden och sälja direkt till privatpersoner och konsumenter. Anders menar att det är ”otroligt viktigt” att ha direktkontakt med konsumenter. Han pratar om betydelsen av att knyta kontakt och bygga upp ett förtroende hos kunder och hur det påverkar försäljningen positivt. Detta är också något som Lotta erfar eftersom ryktet sprids fort när man har en bra produkt när man säljer direkt till konsument. Lotta har ingen lust att sälja till stora butiker som exempelvis ICA och Coop : ”Det är inte min

grej”. Hon vill att äggen ska säljas i närområdet och att det ska vara lite speciellt. Om en annan äggproducent säger hon: ”du kan gå in på Konsum, ICA, var du än är kan du köpa deras ägg och det blir inte speciellt. Utan vi vill att det ska vara småskaligt men att det ändå ska flyta på.” För Lotta är det både viktigt och roligt att ha direktkontakt med konsumenter. På REKO-ringarna blir det också ett bemötande med många konsumenter som inte kan ta sig ut till gården för att köpa ägg vilket hon tycker är väldigt roligt. Det tar mycket tid och det är mycket jobb men ”det ger också mycket tillbaka”, säger Lotta. Susanne och Anders pekar dock på att man inte får kontakt med konsumenter på REKO-ringar på samma sätt som man får på torgmarknader. ”På marknaden har du möjlighet att prata med konsumenten på ett helt annat sätt” säger Susanne. Anders berättar att han på marknader kan locka till sig konsumenter med smakprov, att man står och surrar och kan påverka konsumenten på ett helt annat sätt än på REKO-ringar. På REKO-ringar ska konsumenten för det första också välja bland producenter utifrån en annons på Facebook och det personliga finns inte riktigt med där, enligt Anders.

Nästan alla producenter lyfter fram att direktkontakten med konsumenter är positiv för att man får feedback från konsumenterna. ”Om du säljer till butik får du i stort sett aldrig veta vad konsumenten tycker om äggen. De försvinner kanske men du får aldrig reda på det eftersom du ju aldrig får prata med konsumenten.” säger Lotta. Responsen från kunder betyder väldigt mycket, säger hon. Även Anders pratar om betydelsen av att träffa konsumenter för att få feedback. Jämfört med att skicka varor till en grossist träffar man konsumenterna var och varannan kväll på REKO-ringarna. De kan efterfråga saker, man kan provkoka en marmelad, normalt sett ha provsmakning och direkt få feedback på om det fungerar eller inte. Daniel tycker att det är roligt med konsumentkontakten på REKO-ringar, att träffa konsumenter och få feedback. Han tycker att det är kul att ha allting i sina händer och roligt att jobba med olika saker som sociala medier, bildbearbetning och reklam. Han kan se tydligt att han har fått så och så många nya visningar på sin Facebook-sida och att sedan kommer beställningarna. Det gör också att han kan påverka mycket. Det vore mycket tråkigare att lämna bort produkterna till någon handlare. ”Man är inte bara en himla dräng som tar fram massa lammstekar” säger han.

5.1.3. Ekonomiska aspekter

Sist men inte minst lyfter flera av producenterna fram ekonomiska aspekter av att sälja på REKO-ringar. ”Vi vill ju ha så mycket som möjligt betalt för varje kilo bär vi lyckas plocka ihop. Då är det bra att sälja själv, då får man ju mer betalt” säger Anders. Som tidigare nämnt såg Anders inte heller något annat val än att börja sälja på ännu fler REKO-ringar när marknaderna ställdes in under pandemin. Daniel berättar att hans främsta skäl till att sälja på REKO-ringar är för att få produkterna sålda, ”rent ekonomiskt, för nu tjänar jag mer pengar än vad jag gjorde innan”. Han

har sålt en av sina produkter på en ICA-butik: ”De har ju dubbla priset på det som jag får liksom. Det är häftigt att de gör så. Jag säljer inte så mycket dyrare på REKO-ringarna. Då tjänar både jag och kunden på det.” Susanne är som sagt inte intresserad av att sälja till butikskedjor: ”Det finns ju ingen anledning för oss att sälja till ett billigare pris när vi kan sälja till konsumenter och få ut ett högre pris, rent lönsamhetsmässigt.” Hon tror att hon kommer att fortsätta sälja på REKO-ringar och inte se sig så mycket om efter andra försäljningskanaler eftersom nettot blir bättre av att sälja direkt till konsument än att sälja till andra små butiker. Lotta tror att många producenter hade gått omkull om det inte vore för REKO-ringarna. För Lotta själv är det en viktig inkomstkälla. ”Alltså REKO-ringarna är en viktig del för där säljer vi ju väldigt bra med ägg, det gör vi.” Bengt och Eva säger att främsta motivet till att sälja på REKO-ringar förstås är att bli av med sitt kött. Eva säger: ”Rent ekonomiskt, då kan jag ju sälja för något som folk är beredda att betala. Vi får mer betalt om vi ska sälja direkt till en konsument än om vi ska sälja till någon mellanhand.”

5.2. Vilka värden ser producenterna i REKO-ringar som företeelse?

5.2.1. Närproducerat och småskaligt

Den närproducerade aspekten i REKO-ringarna lyfter alla producenter fram som viktigt. För Bengt och Evas del är det främst för att man inte ”håller på och fraktar runt saker mer än nödvändigt” men de ser också att det är viktigt för landsbygdens överlevnad eftersom det gynnar svenska producenter. Anders uppfattar närproducerat som den ”stora styrkan” med REKO-ringarna. Att man gynnar det lokala ser han som ett av REKO-ringarnas främsta värden. Då handlar man också mer efter säsong vilket innebär att till exempel grönsaker skördas när de ska skördas vilket gör skillnad för smaken och kvaliteten. Anders konstaterar dessutom att självförsörjningsgraden måste upp i Sverige: ”Vi har ju enorma ytor i det här landet som är outnyttjade.” Likaså menar Susanne att vi i Sverige ”måste se till att vara mindre sårbara” och tycker att det är viktigt rent samhällsekonomiskt att det finns matproduktion i Sverige. För Lotta är det viktigt att det är närproducerat för djurens skull och även för klimatet med tanke på transportererna. Alla producenter ser en fördel i att transportererna blir kortare. Daniel tycker dock också att det är viktigt med närproducerat för landsbygdens överlevnad. Om det blir vanligare att handla på REKO-ringar tror han att fler landsbygdsföretag skulle starta upp och se en chans att sälja produkter. ”Det kan bli ett uppsving för landsbygden igen” säger han. Daniel kopplar också ihop närproducerat med småskalighet. Daniel anser att det måste finnas små bönder kvar och vänder sig mot idén att industriföretag ska

producera all mat. Han berättar att han försöker bevara lantraserna: ”jag vill inte ha sådana där tjocka, fula produktionsfår, jag vill ha mina fina”. Enda sättet att få betalt för dem är då att sälja på REKO-ringarna. Småskalighet är också viktigt för att inte ”landsbygden ska gå under”, säger han. Småskaligheten är något som flera producenter är inne på. Susanne menar att småskaligheten gör att man som konsument kan få smakupplevelser som man inte kan få om man handlar i stora butiker: ”Man får tomater som är plockade när de verkligen ska plockas till exempel.” Lotta vill ha en småskalig verksamhet som ändå flyter på. Hon vill att det ska vara småskaligt för att hon ska kunna leverera bra ägg till konsumenterna och för att kunna garantera att djuren mår bra. ”Man vill inte sitta vid en dator och övervaka djuren utan man vill ha en relation till djuren” säger hon. Bengt och Eva menar att småskaligheten är viktig för landsbygden och för den biologiska mångfalden. Bengt säger: ”det är mitt lilla skötebarn, den biologiska mångfalden. Det är otroligt viktigt.”

5.2.2. Inga mellanhänder

Alla producenter nämner direktkontakten med konsumenter som en viktig del i REKO-ringarnas idé. Att det inte är några mellanhänder och att det är lokalt och närproducerat ser Anders som punkt ett och punkt två. Han tycker också att ett stort värde med REKO-ringar är att kunden ska kunna få svar på sina frågor och därmed är det viktigt att producenten själv lämnar ut varan. Anders menar att det viktigaste med att det inte är några mellanhänder är att man gynnar primärproducenten eller matproducenten och inte ”någon gigantisk grossist som bara tittar på pengarna.” Susanne ser den direkta kontakten med kunden som REKO-ringarnas antagligen främsta värde. ”Ju närmre konsumenten och producenten är desto bättre.” Hon menar att det är dels med tanke på producentens ekonomi, dels med tanke på att konsumenten har möjlighet att träffa och prata med producenten och veta mer om vad det är man handlar. Dessutom tycker hon att ”länken mellan stad och land är ju lite lång” och att man då vinner mycket på att kunna direkt förmedla kunskap. Bengt och Eva tycker att tanken med REKO-ringarna är väldigt bra. Eva utvecklar: ”Bra mat direkt till konsument, det är vad det går ut på.” REKO-ringarna är ”ett forum där producent och konsument kan mötas och komma överens” som Bengt uttrycker det. Bengt och Eva menar att betydelsen av direktkontakten är att det blir prismässigt bra och tryggt för konsumenterna eftersom de vet var maten kommer ifrån. Lotta trycker på betydelsen av att konsumenter kan få veta hur djuren har det och har chans att ställa frågor: ”Man ska ändå ha en bra vara, man ska kunna visa upp var varorna kommer ifrån och sådana saker.” Hon ser också ett värde i att människor får en annan förståelse när de handlar direkt från producenten. ”Då är de beredda att lägga kronorna på de här varorna och det gör att vi kan överleva, att vi kan hålla våra marker öppna.” Hade inte REKO-ringarna exploderat tror hon att många bönder skulle ha gått omkull. Nu hoppas hon att det ska komma tillbaka

några jordbrukare och att fler ska våga satsa. För Daniel är kärnan i REKO-ringarna att det är ”juste, direkt till konsument, bra priser, insyn i produktionen.” Han menar att för konsumenterna är det mycket värt att de vet vem som producerar varorna, att det inte är så anonymt och att de har mer koll.

5.3. Hur ser producenterna på REKO-ringarnas nuvarande form och funktion?

Producenterna diskuterar REKO-ringarnas regler och att det ofta ser olika ut i olika ringar. Lotta kommenterar att en REKO-ring har skärpt reglerna och bara tillåter producenter inom 10 mil från REKO-ringen. ”Jag tycker nog att det är ganska bra att man gör det lite åtdraget. Det känns ibland som att det exploderar så fort så till slut så finns det ingen kontroll.” Hon berättar också att det har varit en del intriger och osämjor i ringarna när reglerna ser olika ut. Hon tar som exempel en glassproducent på Gotland som hon menar har problem.

Hon får ju vara med på vissa ringar men inte på vissa ringar. Det tycker jag inte är juste. För då säger de: ”Ja men den kommer ju från Gotland.” Jo, det är sant att den gör, men det finns ju producenter som tar bär från Gotland och säljer på REKO-ringarna i Stockholm och det blir godkänt. Men inte att hon säljer sin glass. Förstår du? Det blir så här: ”Jaha, men varför fick den och inte hon?” Det blir så konstigt ibland.

Daniel kommenterar avståndsgränsen på 10 mil som en av REKO-ringarna han är med i har satt. På frågan om vad han tycker är närproducerat svarar han: ”Då är det väl det [10 mil]. Det tycker jag också.” Susanne tycker att närproducerat innebär att huvudråvaran ska vara svensk, men att det förstås är bra om det är inom en radie på 10 mil. Hon berättar att en REKO-ring dessutom har satt nya avståndsregler för råvaran. Det tillåtna avståndet till producenten i denna REKO-ring är 10 mil och till råvaran kommer det att vara 15 mil, när de nya reglerna träder i kraft. Detta ställer dock till vissa krux, menar hon:

Räknar man från REKO-ringen eller från producenten? Den ena bagaren kan ha mjölet för att han bor där och samma mjöl kan inte användas på samma marknad för man bor lite olika. Det finns mycket sådant att resonera runtomkring.

Daniel talar om att vissa på olika sätt försöker komma runt reglerna. I en REKO-ring där man har satt avståndsregler för råvarorna tycker Daniel att vissa inte kan hålla sig till reglerna och att ”det är lite gränsvärde vad de håller på med.” Enligt Daniel startas nya REKO-ringar som har ”slappare regler... eller liksom mer anpassat till deras idéer.” Susanne vittnar också om att nya ringar har startat där reglerna inte är lika stränga: ”Sen finns det en fara med... de startade en REKO-ring där det absolut inte är närproducerat.” Hon förklarar att REKO-ringarna är en

lös sammansättning och att det inte finns några nationella regler om vad som egentligen gäller. Det finns ”ingen som kan komma med pekpinna och säga att det här får ni minsann inte lov att göra.” Susanne menar att det är lätt att gå runt syftet med REKO-ringarna och att säga ”ja vi gör på det här viset.” Konsumenterna måste protestera och låta bli att handla när produkter säljs som inte riktigt är berättigade. Hon ger ett exempel: ”De säljer olivolja som är gjord i Italien eller Spanien på en av REKO-ringarna. Det är väl tveksamt, hör det hemma där?” Samtidigt som Susanne sätter sitt hopp till att konsumenter säger emot berättar hon att konsumentgruppen har förändrats. Konsumenterna i den kärngrupp som fanns från början var mer intresserade och pålästa. Nu är de fortfarande intresserade men inte till samma grad.

Det är fler än Susanne som diskuterar om det är skillnad på produkter som normalt sett inte går att producera inom ett visst område. Det finns REKO-ringar som tillåter produkter som normalt sett eller för tillfället inte förekommer inom den överenskomna radien, det kan handla om renprodukter eller kyckling. Bengt och Eva tycker inte att det är okej att man åker kors och tvärs över hela Sverige för att sälja på REKO-ringen. Samtidigt nämner Bengt att det ju finns de som säljer renkött. Eva tycker att det är helt juste om dessa producenter förekommer som gäster ett par gånger per år. Bengt tillägger: ”Det är väl under förutsättning att man har en unik produkt, tycker jag. Men om de skulle sälja ägg och komma ifrån Östersund, då...” Vad som är närproducerat anser Bengt beror lite på produkt. Eftersom majoriteten av hjortköttet som säljs i Sverige kommer från Nya Zeeland tycker han att närproducerat hjortkött kan inbegripa allt som produceras i Sverige. Om närproducerat i relation till andra produkter är han inte riktigt säker på var gränsen går men tillägger: ”Nog tycker jag att det kan vara en 15 mil eller något.”

Eva tror inte på att det ska vara någon som är överordnad som ska bestämma hur det ska vara överallt och hon tycker det är bra att det inte är detaljreglerat. Reglerna kan se olika ut eftersom det beror alldeles på var i landet det är. ”Bara man har någon slags tanke så är det bra.” slår hon fast. Anders menar att han har tur som ligger så bra till i Sverige att han har många REKO-ringar att åka på, och tillägger:

Det är ju skillnad på om man skulle ligga uppe i Jämtland naturligtvis. Då kanske du har två ringar att åka på och that's it [...] Vi har ju massa långväga som hör av sig ibland men det blir ju nej för det ska ju vara lokalt och närproducerat.

Det är inte bara vilka produkter som ska tillåtas som producenterna diskuterar, utan även vilken typ av producenter. Lotta menar att det är väldigt många ”så kallade hobbyproducenter” som kommer in i REKO-ringarna och som kanske inte lever på att producera mat. Hon fortsätter:

Det har blivit mycket tjafs, det är avundsjukor, ja, lite så där. Det är väl för att... Vissa tycker "varför får den sälja så mycket och inte jag." Ja men du vet, lite sandlådeaktigt har det blivit. Vissa ringar släpper in väldigt mycket hobbyproducenter som, ja men du vet, köper in alla ingredienser, gör sin paj hemma i köket och sen säljer man den på REKO-ringen och så blir det godkänt. Det kanske jag inte tycker är helt okej.

Regeln är ju att det ska vara närproducerat och att det ska vara det som man själv har odlat eller tagit fram. "Det är ju inte meningen att man ska kunna köpa sina varor på ICA för att göra en maträtt och sen så säljer du den." säger Lotta. Hon menar att många kunder också ifrågasätter hur det kan bli närproducerat och tillägger: "Då kan man ju lika gärna gå på ICA och köpa pajen. Det blir ingen skillnad." Lotta tror att REKO-ringarna kommer att finnas kvar i framtiden men att de kanske måste göras om, att man måste göra åtdragningar av regler till exempel: "Jag tror att konsumenten kommer kräva det till slut. För de ser att det inte riktigt följs på alla ställen. Det blir inte närproducerat som det ska vara på vissa ringar." Man är lite rädd att det ska eskalera, förklarar Lotta. Hon poängterar också hur mycket jobb det är bakom produkterna som säljs på REKO-ringarna och att det därför är ganska bra att man gör reglerna striktare:

Många tror att det är en guldgruva liksom. Att man bara skaffar lite djur och sen så åker man dit och sen säljer man och sen så tjänar man pengar på det. Men det är inte riktigt så heller. Det är ju väldigt mycket jobb bakom. Man ska ändå ha en bra vara, man ska kunna visa upp var varorna kommer ifrån och sådana saker. Det är nog många som vill glida på det här, det tror jag.

Daniel ger uttryck för en annan syn på saken. "REKO är verkligen tänkt för små bönder," menar han. Han har sett tecken på att större producenter börjar klaga och tycker att det är bökit med de små producenterna. "Det får inte förstöra för de små" menar Daniel. Vissa av de större producenterna som har varit missnöjda har sedan startat nya ringar. Daniel å andra sidan tycker bara att det är bra "om det kommer någon med en cykel och har typ tio marmeladburkar och någon blomkål eller någonting. Så ska det vara." Daniel utvecklar varför han tycker att det bör vara på det sättet: "Mångfalden ökar ju. Han har kanske jättefina grejer som han tillverkar själv där i köket, den personen. Det är roligt för alla." Det är positivt att man får testa projekt, det kan leda till fler idéer och fler projekt, menar Daniel. "Det är som en liten lekstuga liksom. Man kan utveckla nya sätt att producera och sälja." förklarar han. På frågan om vilka som ska få vara med i REKO-ringarna svarar Daniel att han tycker att alla ska vara med. Han utvecklar: "Det handlar ju dels om att producenter ska kunna sälja och tjäna pengar, dels om att konsumenterna ska ha ett bra utbud. De vill ju ha räkor, hjortkött och renkött." Men han förtydligar att man kanske måste ha flera ringar för olika producenter och med olika regler, att "de stora" får ha sin egen ring. Om en av de mer stränga REKO-ringarna han är med i säger han dock: "Här är det verkligen så att konsumenterna vet att det är

närproducerat, oftast ekologiskt, det är juste.” I grunden ser han REKO-ringar som något väldigt positivt och sammanfattar idén: ”Det är ett dynamiskt koncept, jag menar det ändrar sig hela tiden efter förutsättningarna och är det någonting som skaver då ändras det med tiden liksom. Det är inte så där hugget i sten. Allting rör på sig.”

Anders är lite osäker på sin åsikt om REKO-ringarnas regler och för följande resonemang:

Tanken är väl god men en del [REKO-ringar] har ju lite för snävt och då får de väldiga problem i längden... det blir så otroligt mycket diskussioner om vem som kan vara med och vem som inte kan vara med. Det är nog bättre att vara lite mer tillåtande.

Anders kommenterar inte vilken gräns han själv förespråkar men han berättar att han är med i ringar som har ”så snävt så att det är 5 mil till producenterna, många har 10 mil och en del har 25 mil.” Anders berättar om en REKO-ring som nyligen skärpt sina regler. I den ringen gör man skillnad på primärproducenter och producenter som förädlar och håller på med mathantverk, där den senare gruppen numera inte längre är välkommen. ”Men då finns det redan några stycken som har tänkt öppna en ring till, där de som inte platsar i den ena kan ha en ring för mathantverkare.” Anders berättar att det är många diskussioner men menar samtidigt att det finns många REKO-ringar och att man inte behöver åka på alla. Dessutom är det ju ”fritt fram för vem som helst att öppna en ny.” Enligt Anders behöver inte alla REKO-ringar se likadana ut. ”Alla producenter har ju olika idéer och olika förutsättningar så det är bra att det finns något för alla” konstaterar han.

6. Diskussion

I detta avsnitt kommer jag att analysera det insamlade materialet med hjälp av begreppen självorganisering och ”gränser” (‘boundaries’ på engelska) av olika slag. Självorganisering (se 3) är ett begrepp som ibland används för att beskriva den form organiseringen tar i alternativa matnätverk (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). Hushållningssällskapet uppger att varje REKO-ring har sina egna riktlinjer och att ingen kan hävda att något visst inte får förekomma i en REKO-ring (Hushållningssällskapet u.å.c). Susanne intygar detta när hon säger att ”ingen kan komma med pekpinnar och säga att det här får ni minsann inte lov att göra.” Producenterna vittnar om att REKO-ringarna har olika regler vad gäller producentens och råvarans avstånd till REKO-ringens utlämningsställe samt om man tillåter förädlade produkter eller enbart primärproduktion. Anders påpekar att vem som helst kan starta en ny REKO-ring och Daniel beskriver REKO-ringarna som ett dynamiskt koncept där inget är hugget i sten och där ändringar sker med tiden efter förutsättningarna. Allt detta kan man anknyta till Fuchs (2006) resonemang om självorganiserande system som komplexa, dynamiska, produktiva och organiskt framväxande. Det finns alltså en god grund för att man kan beskriva REKO-ringar som ett alternativt matnätverk där organiseringen sker genom självorganisering.

Eftersom REKO-ringarna etablerades relativt nyligen och växer fram genom självorganiserande processer finns det många frågetecken kring vilken utveckling nätverket kommer att ta och om det har potential att medföra förändringar i livsmedelssystemet. Detta är en anledning till att det är intressant att titta på hur producenter ser på REKO-ringar och vad det betyder för dem. En aspekt av forskningen på självorganisering och alternativa matnätverk handlar om värderingar och huruvida aktörerna till slut landar i vissa gemensamma värderingar och mål (se 3). Frågan är också om gemensamma värderingar är en förutsättning för att det självorganiserade nätverket ska kunna driva på förändringar i livsmedelssystemet. Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) redogör för olika uppfattningar gällande till vilken grad alternativa matnätverk präglas av gemensamma värderingar. De hänvisar till att vissa (se Kneafsey et al. 2008) framhåller att sociala interaktioner mellan konsumenter och producenter möjliggör för en framväxt av gemensamma värderingar och att dessa driver på strukturella förändringar i livsmedelssystemet. Andra (se Mount 2012) betonar att alternativa

matnätverk är långt ifrån sin potential i detta avseende och att det finns en mångfald av värderingar (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). Själva argumenterar Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) för att de självorganiserande processerna i det finländska REKO-nätverket har tydliga inslag av konflikter och meningsskiljaktigheter och att det finns en avsaknad av gemensamma föreställningar om REKO-ringarnas principer. De pekar på att fortsatta studier kan undersöka hur självorganiserande nätverk, som består av aktörer med olika intressen, värderingar och övertygelser, kan drivas i en bestämd riktning (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019).

Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) ser att diskussioner och förhandlingar om gränser påverkar förutsättningarna till framväxten av en konsensus kring centrala värderingar och mål samt nätverkets riktning. I sin fallstudie av det finländska REKO-nätverket identifierade Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) fyra typer av gränsförhandlingar som relaterade till geografi, marknad, moral och makt. Diskussioner uppstod på grund av aktörernas olika intressen, värderingar och övertygelser (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). Exakt hur förhandlingarna ser ut i en svensk kontext vore intressant att fördjupa sig i. I min uppsats har jag inte tittat på hur dessa förhandlingar tar sig uttryck men vissa av producenterna, såsom Lotta och Anders, har däremot vittnat om att det finns diskussioner, osämjor och konflikter även i det svenska REKO-nätverket (5.3). I stället har jag tittat närmare på det som utgör grunden till att förhandlingar i ett självorganiserande nätverk uppstår, nämligen på hur drivkrafter, värderingar, intressen och behov ser ut hos producenter. Mitt material visar att producenterna resonerar individuellt om var gränserna går för REKO-ringarna och det framkommer att de har både lika och olika värderingar och syn på REKO-ringarnas utformning, vilket utvecklas nedan.

Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) identifierade moraliska gränsförhandlingar i sin fallstudie. Moraliska gränser är enligt dem relaterade till övertygelser hos aktörerna, av politisk och etisk karaktär, som handlar om hur de ser på vad ”bra mat” är för något (Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen 2019). I mitt material är det också tydligt att producenterna har en uppfattning om att mat som säljs på REKO-ringar är ”bra” eller åtminstone bör vara det. Bengt och Eva pratar om att ”bra mat direkt till konsument” är tanken med REKO-ringarna (5.2.2), Lotta säger att ”man ska ändå ha en bra vara” (5.2.2), och Daniel beskriver att för honom är idén med REKO-ringarna bland annat att det ska vara ”juste” (5.2.2). Om Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen identifierar moraliska gränsförhandlingar kan man i mitt material snarare skönja att producenterna resonerar individuellt om olika värdemässiga gränser. Producenterna resonerar om olika värden hos REKO-ringar och som gör att produkterna är just bra och justa. En producent, Daniel, sätter ett värde i att det är ekologiskt (5.3) och majoriteten

värderar småskaligt högt (5.2.1). Alla producenter sätter värde på direktkontakten med konsumenter (5.2.2) och att produkter är närproducerade (5.2.1). Anledningarna till att producenterna värderar dessa aspekter varierar dock. För närproducerat lägger producenterna olika tonvikt vid vad det har för betydelse för klimatet (minskade transporter), kvalitet och smak på produkterna, samhällets sårbarhet, djurvälstånd och landsbygdens överlevnad (5.2.1). Vad gäller småskalighet betonas kopplingen till kvalitet, djurvälstånd, landsbygdens överlevnad och biologisk mångfald olika mycket hos producenterna (5.2.1). Beträffande direktkontakten framhäver alla värdet av transparens och insyn i produktionen medan vissa producenter också tar upp chansen till förmedling av kunskap och betydelsen för producenters ekonomi (5.3). Här finns störst enighet bland producenterna. Poängen är att även om det finns en samstämmighet kring att det finns ett värde med närproducerat, småskalig produktion och direktkontakt med konsumenter, varierar anledningarna till att producenter sätter värde vid dessa aspekter.

I producenternas resonemang integreras värdemässiga gränser med både geografiska gränser och marknadsmässiga gränser. Resonemang om maktrelaterade gränser går också att identifiera, men eftersom materialet kring det är sparsamt väljer jag att fokusera på övriga tre. Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) menar att de olika typerna av gränsförhandlingar de identifierade går ihop i varandra. Detta överensstämmer med mitt material, gränserna flyter ihop. Alla producenter uttrycker som sagt att närproducerat har ett värde. Samtidigt resonerar de om var den geografiska gränsen går för närproducerat. Lotta, Daniel och Bengt och Eva tycks se 10–15 mil som en gräns för närproducerat (5.3). Susanne tycker att det är viktigt att huvudråvaran är svensk (5.3). Anders pratar om självförsörjning och om ”enorma outnyttjade ytor” i Sverige vilket också tyder på att han likställer närproducerat med svenskt. Bengt och Eva resonerar om att vad som är närproducerat kan skilja sig beroende på produkt (5.3). I detta fall flyter värdemässiga gränser ihop med både geografiska och marknadsmässiga gränser. Renkött är exempelvis en unik produkt som bara produceras i en viss region. Det skulle därmed kunna ses som närproducerat eftersom det kommer från kortast möjliga avstånd. Men frågan är också vilket utbud REKO-ringarna ska erbjuda. Daniel pekar på att konsumenterna vill ha ett bra utbud – också av produkter som inte nödvändigtvis produceras inom en 10-milsgräns, såsom renkött (5.3). En annan diskussion som framkommer är hur man ska se på försäljning av förädlade produkter i REKO-ringarna. Här flyter också geografiska och marknadsmässiga gränser ihop. Anders berättar att en REKO-ring valt att begränsa sitt utbud till primärprodukter, varpå en ny REKO-ring öppnat i samma område som inte har denna begränsning (5.3). Lotta lyfter att det är märkligt att en del producenter kan tillverka produkter av ingredienser de har köpt på ICA som sedan blir godkända i REKO-ringar som närproducerat (5.3). Om en producent håller till i närheten av en

REKO-ring men råvarorna kommer någon annanstans ifrån, hur ska man se på det? För att försöka komma runt dilemman har vissa ringar ovanpå det infört avståndsgränser till råvarorna men det finns trots det gränstillfall och nya dilemman kan uppstå (5.3). En värdemässig och marknadsmässig gräns som några producenter kommer in på avser storleken på producenter som säljer i REKO-ringarna. Vilka producenter är REKO-ringarna till för? Lotta för på tal att det kommer in många ”hobbyproducenter” som inte lever på att producera mat i REKO-ringarna (5.3) och antyder att några inte bedriver seriös verksamhet. Daniel däremot uttrycker att ”REKO är verkligen tänkt för små bönder” och talar om att större producenter klagat och upplever att det är ”bökitigt” med små producenter (5.3). Som tidigare nämnts uttrycker majoriteten av informanterna, inklusive Lotta, att småskalighet är ett av REKO-ringarnas främsta värden. Lotta ser också sig själv som en småskalig producent (5.2.1). Samtidigt kan man i tabellen över intervjupersoner (4.4) skönja att Lotta jämförelsevis är en av de större producenterna och Daniel en av de mindre. Det är därmed otydligt vad producenterna syftar på när de talar om ”hobbyproducenter”, små producenter och större producenter.

Det som framkommer av ovanstående resonemang är att producenterna individuellt drar olika gränser kring vad som är inom ramen för REKO-ringarna som modell. De berättar också om REKO-ringar som gör olika tolkningar och därmed har olika regler. Producenterna lyfter själva en ovisshet kring REKO-ringarnas fortsatta utveckling. Lotta ser risker med att REKO-ringarna ”eskalerar” och Susanne pratar om en ”fara” i att nya ringar startar där det inte är närproducerat (se 5.3). Susanne och Daniel vittnar om att nya mer tillåtande REKO-ringar ibland bildas när befintliga stramar åt sina regler (5.3). Till följd av risken för urvattning önskar Lotta att reglerna i REKO-ringarna skulle vara mer enhetliga och strikta, och hon tror att konsumenterna till slut kommer att kräva det (5.3). Däremot anser Bengt och Eva, Anders och Daniel att reglerna kan vara olika (5.3). En fördel som de lyfter med det är att det tillåter anpassning till lokala förutsättningar. Fler studier kan undersöka hur matnätverk kan utformas för att kunna anpassas till den lokala kontexten utan att samtidigt riskera att urvattna sina principer.

Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinen (2019) hävdar att gränsförhandlingar (’boundary negotiations’) i självorganiserande nätverk uppstår när aktörer har olika motiv, intressen och mål. Jag har som tidigare nämnts också tittat på producenternas drivkrafter till att engagera sig i REKO-ringar. Alla producenter uttrycker att REKO-ringarna är viktiga ekonomiskt och att det är positivt att kunna få ut ett bra pris (5.1.3). Samtidigt motiveras de också av direktkontakten med konsumenterna, där de speciellt uppskattar bemötandet och att kunna få feedback (5.1.2). Det framkommer att producenterna ser flera fördelar med att sälja sina produkter i REKO-ringar gentemot andra försäljningskanaler. De som vanligtvis även säljer på

torgmarknader lyfter upp att det är tidsbesparande, tryggt och smidigt med REKO-ringar eftersom det är förbeställt och förbetalt (5.1.1). En skiljelinje framträder mellan mindre och större producenter när de jämför med att sälja till livsmedelsbutiker. I tabellen där intervjupersonerna presenteras (4.4) framskyntar att Lotta och Anders är jämförelsevis större producenter. Speciellt de mindre producenterna upplever att det är krångligt att sälja till livsmedelskedjornas butiker. Hur lätt eller svårt man har att sälja till andra försäljningskanaler skulle kunna påverka hur beroende man som producent är av REKO-ringar och därmed hur man vill skulle vilja sätta gränserna för REKO-ringar som modell. Däremot uttrycker Anders, som tycks ha förhållandevis lättare att sälja till butikskedjor, att REKO-ringar blev väldigt viktiga under pandemin när man inte längre kunde sälja på marknader (5.1.1). Även Bengt och Eva testade REKO-ringar för första gången under pandemin eftersom grossisterna som skulle köpa deras kött hoppade av (5.1.1). Man kan anta att REKO-ringar har fått en större betydelse för fler producenter under coronapandemin och att det är fler som, precis som Anders och Bengt och Eva, under denna tid har hittat dit eller ökat sin försäljning därigenom. Att många producenter har ett stort behov av REKO-ringar styrks också av Lotta som tror att många mindre producenter hade gått omkull utan dem (5.1.3) och uttrycker att många ser REKO-ringar som en ”guldgruva” (5.3). Man kan förvänta sig att producenter som har ett större behov av att sälja till REKO-ringar sannolikt vill sätta gränser som är till gagn för dem, i linje med Ehrnström-Fuentes & Leipämaa-Leskinens (2019) uppfattning. Anders uttrycker att det är bättre att man sätter regler som är tillåtande (5.3). Han säljer själv sina förädlade produkter på ungefär 37 REKO-ringar (se tabell 1 i 4.4) och det tycks därmed rimligt. Ett resultat som förvånar lite är att Daniel också är positiv till att REKO-ringar kan ha olika regler, trots att han är en liten producent som antagligen skulle gynnas av mer strikta regler med tanke på konkurrenssituationen. Just kopplingen mellan motiv och sättet som man ser på gränser vore intressant om andra studier fördjupade sig i.

7. Slutsatser

Syftet med den här uppsatsen var att undersöka varför producenter engagerar sig i REKO-ringar, hur de ser på REKO-ringar som modell och vad REKO-ringar betyder för dem. Intervjumaterialet analyserades med hjälp av begreppen självorganisering och gränser ('boundaries'). REKO-ringar kan ses som ett självorganiserande matnätverk som växer fram dynamiskt utan ett styrande regelverk eller ledarskap. Vilken riktning nätverket kommer ta är därmed bland annat kopplat till aktörernas bakgrund, motiv, värderingar, intressen och behov eftersom dessa påverkar var aktörerna drar gränserna för vad som är inom ramen för REKO-ringar som företeelse.

Beträffande frågeställningen om hur producenter ser på REKO-ringar jämfört med andra försäljningskanaler visar resultatet från intervjuerna att producenterna ser flera fördelar med REKO-ringar som modell. Jämfört med marknader är det mer tidsbesparande och tryggt med REKO-ringar. Speciellt de mindre producenterna upplever att det är krångligt att sälja till butiker som hör till livsmedelskedjor på grund av de krav som ställs. I övrigt motiveras producenterna av direktkontakten med konsumenter och den ekonomiska fördelaktigheten i att det inte är några mellanhänder. Under coronapandemin har REKO-ringarna dessutom seglat upp som en ekonomiskt mer betydande försäljningskanal i samband med att marknader har ställts in och att restauranger och grossister har gått på sparlåga.

Vad gäller frågeställningen om vilka värden producenter ser i REKO-ringar som företeelse blir det tydligt att producenterna resonerar individuellt om värdemässiga gränser ('boundaries') som utmärker REKO-ringarna som en "bra" och "juste" modell i förhållande till det konventionella livsmedelssystemet. Resultaten visar att producenterna, utöver de personliga motiven, lägger vikt vid att det är närproducerat, småskaligt och att man har direktkontakt med konsumenter. De olika värden de ser i dessa aspekter varierar dock.

Gällande frågeställningen om hur producenter ser på REKO-ringarnas nuvarande form och funktion resonerar producenterna om värdemässiga gränser ihop med geografiska och marknadsmässiga gränser. REKO-ringarnas regler skiljer sig åt bland annat vad gäller om man endast räknar avståndet från REKO-ringen till producenten eller också till råvarorna, om man uteslutande godkänner

primärprodukter eller även förädlade produkter, och om produkter accepteras som undantag eftersom de av naturliga skäl inte produceras inom den överenskomna radien. I förhållande till dessa regler positionerar sig producenterna olika. Flera producenter vittnar om att nya REKO-ringar bildas när de befintliga stramar åt sina regler.

Producenterna är en viktig grupp men aktörerna består självfallet också av konsumenter och administratörer vars perspektiv är viktiga att beakta för en heltäckande bild. Jag drar slutsatsen att producenterna inte har någon klar gemensam uppfattning av vad som karaktäriserar en REKO-ring. För framtida forskning vore det intressant att mer omsorgsfullt utreda vad det beror på. Till exempel om en orsak kan vara att de har olika stora behov av REKO-ringar (där kan coronapandemin ha haft en påverkan), att de är olika stora, har olika lätt att sälja till andra försäljningskanaler, med mera. För att vidga perspektivet kan följande frågor ställas: Finns det en risk för att den ursprungliga kärnan i REKO-ringarnas idé vattnas ur i takt med att REKO-ringarna växer? Hur ser möjligheterna ut för REKO-ringar att driva på förändringar i livsmedelssystemet i egenskap av ett självorganiserande nätverk? Kan gemensamma värderingar och mål växa fram genom aktörernas interaktioner med varandra och kommer de i så fall fortfarande att vara ”alternativa” till det konventionella livsmedelssystemet?

Referenser

- Beingessner, N. & Fletcher, A.J. (2020). "Going local": farmers' perspectives on local food systems in rural Canada. *Agriculture and Human Values*, 37 (1), 129–145. <https://doi.org/10.1007/s10460-019-09975-6>
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2. uppl. Malmö: Liber.
- Dubuisson-Quellier, S., Lamine, C. & Velly, R.L. (2011). Citizenship and Consumption: Mobilisation in Alternative Food Systems in France. *Sociologia Ruralis*, 51 (3), 304–323. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2011.00540.x>
- Ehrnström-Fuentes, M. & Leipämaa-Leskinen, H. (2019). Boundary Negotiations in a Self-Organized Grassroots-Led Food Network: The Case of REKO in Finland. *Sustainability*, 11 (15), 4137. <https://doi.org/10.3390/su11154137>
- Fuchs, C. (2006). The Self-Organization of Social Movements. *Systemic Practice and Action Research*, 19 (1), 101–137. <https://doi.org/10.1007/s11213-005-9006-0>
- Goodman, D., DuPuis, E.M. & Goodman, M.K. (2012). *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics*. Abingdon: Routledge.
- Granvik, M., Joosse, S., Hunt, A. & Hallberg, I. (2017). Confusion and Misunderstanding—Interpretations and Definitions of Local Food. *Sustainability*, 9 (11), 1981. <https://doi.org/10.3390/su9111981>
- Hushållningssällskapet (u.å.). *Det började i Finland. Hushållningssällskapet*. <https://hushallningssallskapet.se/forskning-utveckling/reko/starta-och-driva-reko-ring/det-borjade-i-finland/> [2021-05-14]
- Hushållningssällskapet (u.å.). *REKO-ringar i Sverige*. <https://hushallningssallskapet.se/forskning-utveckling/reko/> [2021-04-05]
- Hushållningssällskapet (u.å.). *Riktlinjer för Reko-ringar*. <https://hushallningssallskapet.se/forskning-utveckling/reko/starta-och-driva-reko-ring/exempel-pa-riktlinjer/> [2021-04-05]
- Kneafsey, M., Cox, R., Holloway, L., Dowler, E., Venn, L. & Tuomainen, H. (2008). *Reconnecting Consumers, Producers and Food: Exploring alternatives*. Oxford: Berg Publishers. <https://www.bloomsbury.com/uk/reconnecting-consumers-producers-and-food-9781847886187/> [2021-05-31]
- Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Bos, E., Sutton, G. & Blackett, M. (2013). *Short food supply chains and local food systems in the EU: A state of play of their socio-economic*

- characteristics*. (EUR 25911 EN). Europeiska kommissionen.
<https://doi.org/10.2791/88784>
- Lantbrukarnas Riksförbund (2020). *Självförsörjning. Lantbrukarnas Riksförbund*.
<https://www.lrf.se/politikochpaverkan/foretagarvillkor-och-konkurrenskraft/nationell-livsmedelsstrategi/sjalvforsorjning/> [2021-04-06]
- Livsmedelsföretagen (2021). *Konjunkturbrev Q4 2020*. Livsmedelsföretagen.
<https://www.livsmedelsforetagen.se/app/uploads/2021/03/livsmedelsforetagen-konjunkturbrev-q4-2020.pdf> [2021-05-14]
- Maye, D. & Ilbery, B. (2006). Regional Economies of Local Food Production: Tracing Food Chain Links Between ‘Specialist’ Producers and Intermediaries in the Scottish–English Borders. *European Urban and Regional Studies*, 13 (4), 337–354.
<https://doi.org/10.1177/0969776406068588>
- Michel-Villarreal, R., Hingley, M., Canavari, M. & Bregoli, I. (2019). Sustainability in Alternative Food Networks: A Systematic Literature Review. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 11 (3), 859-.
<https://doi.org/10.3390/su11030859>
- Michel-Villarreal, R., Vilalta-Perdomo, E.L. & Hingley, M. (2020). Exploring producers’ motivations and challenges within a farmers’ market. *British food journal (1966)*, 122 (7), 2089–2103. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2019-0731>
- Mount, P. (2012). Growing local food: scale and local food systems governance. *Agriculture and Human Values*, 29 (1), 107–121.
<https://doi.org/10.1007/s10460-011-9331-0>
- Näringsdepartementet (2017). *En livsmedelsstrategi för Sverige – fler jobb och hållbar tillväxt i hela landet*. (Regeringens proposition, 2016/17:104). Stockholm: Regeringskansliet.
- Rossi, A. (2017). Beyond Food Provisioning: The Transformative Potential of Grassroots Innovation around Food. *Agriculture*, 7 (1), 6.
<https://doi.org/10.3390/agriculture7010006>
- Teorell, J. & Svensson, T. (2007). *Att fråga och att svara: Samhällsvetenskaplig metod*. 1:4. Stockholm: Liber.

8. Bilaga

8.1. Intervjuguide

Inledande frågor

- Skulle du kunna berätta lite kort om dig själv?
Till exempel: ålder, tidigare och nuvarande sysselsättningar, andra inkomstkällor.
- Skulle du kunna ge en kort beskrivning av företaget?
Till exempel: etablering, inriktning, storlek, anställda.
- Vad producerar du och säljer för något?

Frågor om producenternas relation till och syn på REKO-ringar

- Hur säljer du dina produkter?
Vilka REKO-ringar är ni med i? Vilken andra försäljningskanaler har ni? Vilken försäljningskanal är viktigast?
- När började du sälja på REKO-ringar och hur kom det sig?
- Hur tycker du att det fungerar nu att sälja på REKO-ringar?
Vad är det du gillar? Negativa aspekter?
- Vad är dina främsta motiv till att vara med i REKO-ringar?
Vad är de största fördelarna?
- Vad innebär det för dig att ha direktkontakt med konsumenter?
- Har du eller har du haft andra försäljningskanaler där du har direktkontakt med konsumenter?
Hur skiljer sig dessa från REKO-ringar?

- Kan du beskriva om du har anpassat din produktion något sedan du började sälja på REKO-ringar?

Ja: *Hur kom det sig?*

Nej: *Har du funderat på det?*

- Har du sålt dina produkter till större butiker (livsmedelskedjor) någon gång?

Ja: *Vad har du för erfarenheter av det?*

Nej: *Har du funderat på det?*

- Hur viktigt är det att maten säljs och konsumeras i närheten av där den producerades?

- Vad tycker du är REKO-ringarnas främsta värden?

Vad är "reko" med REKO-ringar?

- Vad tycker du om REKO-ringarnas regler?

Avslutande frågor

- Hur ser du på framtiden för REKO-ringar?
- Vad tycker du är en önskvärd utveckling för REKO-ringarna?
- Vad tror du om REKO-ringars betydelse för ditt företag i framtiden?

Skulle du vilja sälja ännu mer genom REKO-ringar? Om andra försäljningskanaler skulle uppenbara sig, skulle du sälja mindre på REKO-ringar då?

- Vad tänker du om REKO-ringars del i ett hållbart livsmedelssystem?

Övrigt

- Vill du lägga till något?
- Tycker du att det är något som är relevant men som jag har glömt att fråga?