



 **MATHANTVERKARE** 
ÅLAND

Mathantverkscertifiering på Åland

En kvantitativ studie

Certifying of food manufacture at Åland, a quantitative study

Saga Svalelid

Examensarbete/Självständigt arbete • 15 hp
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU
Institutionen för molekylära vetenskaper
Agronom – Livsmedel, livsmedelsvetenskap
Molekylära vetenskaper, 2023:28
Uppsala, 2023

Mathantverkscertifiering på Åland, en kvantitativ studie.

Saga Svalelid

Handledare: Monika Johansson, SLU, Institutionen för molekylära vetenskaper
Bitr. handledare: Harriet Strandvik, Mathantverkarna på Åland
Examinator: Jana Pickova, SLU, Institutionen för molekylära vetenskaper

Omfattning: 15 HP
Nivå och fördjupning: G2E
Kurstitel: Självständigt kandidatarbete inom livsmedelsvetenskap
Kurskod: EX0876
Program/utbildning: Agronom-Livsmedel, livsmedelsvetenskap
Kursansvarig inst.: Molekylära vetenskaper
Utgivningsort: Uppsala
Utgivningsår: 2023
Serietitel: Molekylärvetenskaper
Delnummer i serien: 2023:28
Upphovsrätt: Alla bilder används med upphovspersonens tillstånd.
Nyckelord: Mathantverk, certifiering, Åland, kartering av produkter.

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakultet för naturresurser och jordbruksvetenskap (NJ)
Institution för molekylära vetenskaper

Sammanfattning

Kunskapen om hur lång tid, vad för ansträngning, vilken teknik och insikt som krävs för att producera mathantverksprodukter är liten. Innan industrialiseringen producerades alla produkter för hand och inom närområde. I dagens samhälle på Åland och Finland blir allt fler livsmedelsprodukter importerade. Mat är inte längre ett hantverk utan processas storskaligt med många tillsatta ämnen. Certifiering av mathantverk behövs för att urskilja industriella produkter från mathantverk. Finlands mathantverksförening har skapat en certifiering för alla mathantverkare i Finland och på Åland. Certifieringsarbetet på Åland startades i samband med denna studie genom intervjuer och genom informationsspridning via olika kanaler. Eftersom certifieringen är nystartad innebär det att arbetsmetoden för certifiering behöver justeras. Justeringar i ansökningsformulär och eventuella justeringar i regelverk kan också behöva diskuteras i framtiden. En uppgift som bägge mathantverksföreningarna behöver arbeta med är synlighet och informationsspridning om vad mathantverk är men också vad certifieringen innebär. Huvudsyftet med arbetet var att kvantitativt undersöka hur många produkter som ansökte om certifiering inom tidsspannet 29 mars- 1 maj 2023, i samarbete med föreningen Mathantverk på Åland. Utöver den kvantitativa mätningen finns det kvalitativa delar som hanteras i arbetet. Certifieringsutskottet från Mathantverk i Finland bearbetade ansökningarna där tre företag ansökte om certifieringen för nio olika produkter. Ingen av företagens produkter blev godkända i första skedet.

Nyckelord: Mathantverk, certifiering, Åland

Abstract

The knowledge about the time, the amount of effort, which technique, and insight required to produce artisanal food is limited. Before the industrialization, all products were handmade and locally produced. Today in Åland and Finland an increasing number of products are imported. Food products are no longer hand crafted but processed on a large scale and sometimes with plenty of additives. Certification of artisanal food is necessary to distinguish industrial products from hand crafted ones. The association “Mathantverkarna in Finland” has created a certification for all food artisans in Finland and Åland. The certification on Åland started with this study through interviews and information dissemination. Since the certification is newly established, it means that the certification process needs to be adjusted. Adjustments in the application forms and possible modifications in the regulations may also be needed to discuss in the future. Both associations need to work on the visibility and dissemination of information about what handmade food is, as well as what the certification entails. The main objective for this work was to quantitatively investigate how many products would apply for the certification between March 29 and May 1, 2023 in collaboration with the association “Mathantverk on Åland”. Qualitative aspects were also included in the work. The certification committee from Finland association process the applications and three companies from Åland applied for the certification with nine different products. However, none of these products were approved in the initial stage. Since the certification idea is new, adjustment of the certification process e.g., the application development and potential revisions of the regulations are needed.

Keywords: Food craft, artisan food, certification, Åland

Innehåll

Tabellförteckning	7
Figurförteckning.....	8
1. Inledning.....	9
1.1 Syfte	9
1.2 Avgränsning	10
2. Bakgrund.....	11
2.1 Mathantverk	11
2.1.1 Mathantverkarnas certifiering i Finland	12
2.1.1 Mathantverkarna på Åland.....	13
2.2 Certifiering.....	14
3. Material & metod	16
3.1 Datainsamling	16
3.2 Kvantitativ mätning.....	16
3.3 Intervjuer och projektets genomförande	16
3.4 Projektets genomförande.....	17
3.4.1 Kartering & administrativt arbete	17
3.4.2 Informationsspridning.....	18
4. Resultat	19
4.1 Kartering.....	19
4.2 Intervjuer med finländska certifierade företag.....	19
4.3. Intervjuer med åländska företag	21
4.4 Intresse för certifieringen	21
4.5 Certifierade produkter	24
5. Diskussion	25
5.1 Kartering.....	25
5.2 Intervju av finländska certifierade företag	25
5.3 Intervju med mathantverkare på Åland	26
5.4 Certifierade produkter	27
5.5 Certifieringens motgångar och framtidsutsikter	28
5.6. Slutsatser	32
6.Referenser.....	33
Tack	35
Bilaga 1. Intervjusvaren: företag från Finland	36
Bilaga 2. Intervjusvaren: företag från Åland.....	38
Bilaga 3. Tabell över åländska företags omsättning samt verksamhetsupplägg.....	42

Tabellförteckning

Tabell 1. Intervjusvar från finländska företag. Omsättning, verksamhetsupplägg samt certifierade och icke certifierade produkter.....	20
---	----

Figurförteckning

Figur 1 Mathantverk certifierings logotyp	12
Figur 2 Logotyper använda för vinnare inom FM (finska mästerskap) i mathantverk	26

1. Inledning

Livsmedel har utvecklats från att vara ett hantverk som förr oftast var småskaligt samt lokalproducerat, till att vara producerat storskaligt i fabriker. Från slutet av 1800-talet tills början av 1900-talet förändrades livsmedelsindustrin då maskiner och större fabriker bidrog till en storskalig produktion och därmed inta marknaden. Livsmedelsmarknaden som tidigare varit lokal kunde gå till att bli nationell samt global genom att exportera livsmedelsprodukter (Larsson u.å.). Produktionskedjan i dag är längre, flera steg med råvaror med olika ursprung innan färdig slutprodukt och allt fler internationella företag säljer livsmedelsprodukter till länder runt om i världen. Den lokala matproduktionen har minskat i samband med fabrikernas drift. Urbanisering har påverkat matkulturen och landsbygden negativt (Lindqvist 2009). I samband med en större produktion och längre transportsträckor har livsmedelstillsatser blivit allt vanligare för att förlänga hållbarheten på produkter. Storskalig livsmedelsproduktion skapar ett glapp mellan producent och konsument vilket leder till att kunskap om mat har minskat (Autio et al. 2013).

För att kunna ta vara på kunskap om råvaror, bevara Finlands mattradition och för att urskilja ett äkta mathantverk från en industriellt producerad livsmedelsprodukt, har en definition av mathantverk samt certifiering införts. Under 2020–2022 startade mathantverksförening i Finland ett projekt som innebar att föreningen utformade en formulering för definitionen av ett mathantverk och certifiering. Efter positivt avslut av projektet har föreningen fortsatt utvecklingen av certifieringen, vilket innebär att föreningen valt att certifieringen ska bli riksomfattande i hela Finland och på Åland. I början av studien var certifieringen inte påbörjad på Åland och inga produkter var certifierade. Målet med detta arbete var att nå ut till mathantverkare för att få företag att certifiera sina produkter.

1.1 Syfte

Syftet med arbetet är att starta upp projektet ”Certifiering av mathantverk på Åland”. I arbetet ingår en kvantitativ mätning av hur många produkter på Åland som har ansökt om att bli certifierade inom mathantverk under perioden 29 mars 2023–1 maj 2023. Slutsatser om hur ekonomisk situation för företaget eller verksamhetupplägg påverkar valet för att bli certifierade inkluderas i uppsatsen. Kvalitativa delar om vad mathantverksföretagarnas värderar är om certifieringen behandlats i arbetet. Efter att studien avslutas kommer styrelsen för föreningen ”Mathantverk på Åland” fortsätta med projektet att certifiera fler produkter.

1.2 Avgränsning

Avgränsningen i arbetet är dragna utifrån riktlinjer som föreningen av mathantverk på Åland har dragit. Respondenternas svar samt certifieringsutskottets svar representerar data för resultat och är till stor del grunden till diskussionsdelen av arbetet. Huvudfokuset i arbetet är den kvantitativa delen om hur många företag på Åland som valt att certifiera sina produkter och antal produkter. Utöver den kvantitativa delen tillkommer kvalitativa delar som föreningen kan använda i framtida projekt.

2. Bakgrund

För att kunna skilja på mathantverk och industriellt tillverkade produkter har föreningen ”Mathantverk i Finland” fastställt en definition om vad ett mathantverk är samt vilka kriterier som ska uppfyllas för att mathantverkare ska kunna certifiera sina mathantverksprodukter. Certifieringen kommer delvis fungera som ett statushöjande kvalitetsbevis för livsmedelsproducenten. Projektet för certifiering på Finlands fastland startade 2020 och avslutades 2022. Huvudfokus för projektet var att kvalitativt informera producenter och konsumenter om certifieringen samt den nya definitionen av mathantverk. Informationsspridningen om certifieringen och dess innebörd genomfördes genom informationsmaterial, under finska mästerskap (FM) i mathantverk och matmarknader (Projektplan 2022).

Enligt slutrapporten för projektet ansökte fyra olika företag om certifiering för sina produkter och 30 produkter certifierades (Slutrapport 2023). Eftersom certifieringsarbetet är avslutat och utvärderingen ansåg att projektet lyckat är det beslutat att certifieringen ska bli riksomfattande och ska implementeras även på Åland.

Under verksamhetsåret 2023 för mathantverkarna på Åland, påbörjade Harriet Strandvik certifieringsarbetet (Strandvik. H 2023).

2.1 Mathantverk

Innan introduktion av köksapparater och industriella maskiner ansågs all matproduktion att vara ett hantverk. Nuförtiden anses mathantverk att vara en matkultur som ska bevaras. Mathantverk leder till mat som är tillverkad med kunskap och handfallenhet. I texter från mitten av 1900-talet står det att alla inte har hantverket naturligt i sig (Lindqvist 2009). För att bevara mathantverk är det viktigt att vi får minnen och upplevelser för att kunna bevara matkulturen och föra den vidare till nästkommande generation (Keyland 1989).

En av de första definitionerna av mathantverk i Norden kom till i samband med ett projekt i Jämtlands län i Sverige år 1995. Projektet började med att utveckla

småskalig produktion med fokus på livsmedel och sedan år 1997 har det funnits en tävling inom mathantverk för svenska producenter. Projektet utvecklades till att bli ett nationellt resurscentrum för mathantverkare i Sverige och döptes till Eldrimner. Syftet med det nationella centrumet är att fortsatt stödja utvecklingen av småskaliga hantverksmässiga livsmedelsföretag genom rådgivning, branschriktlinjer, seminarier och studieresor (Eldrimner 2021).

2.1.1 Mathantverkarnas certifiering i Finland

Definitionen av mathantverk i Finland påminner mycket om Eldrimners då Eldrimner har varit modell för utvecklandet av mathantverkskonceptet (Mathantverk Finland 2023). Definitionen av mathantverk i Finland är:

”Mathantverk skapar unika produkter med rik smak, hög kvalitet och tydlig identitet. Dessa tillverkas av i huvudsak lokala råvaror som förädlas varsamt, i liten skala och ofta på den egna gården. Kännetecknet för mathantverk är att människans hand och kunnande är med i hela produktionskedjan. Detta ger hälsosamma produkter utan onödiga tillsatser, produkter som går att spåra till sitt ursprung. Mathantverket lyfter fram mat med tradition, vidareutvecklar metoderna och skapar innovativa produkter” - (Mathantverkarna Finland 2021b).

Kortfattat kan det formuleras till att mathantverk är produkter som är bearbetade och förädlade av människor genom kunskap och färdighet till skillnad från industriella produkter som ofta sker på löpande band genom automatisering och i stora fabriker.

Mathantverkarnas certifiering är uppdelad i olika branscher som kött, dryck, bageri, mejeri, fisk och frukt, bär & grönsaker (Mathantverkarna Finland 2021c). De olika branscherna har olika krav och undantag beroende på branschens regelverk t. ex. att vissa tillsatsnummer kan vara godkända. (Mathantverkarna Finland 2021a). Godkända produkter kan göra reklam för sina certifierade produkter genom att använda en logotyp, se Figur 1.



Figur 1. Finlands certifieringslogotyp.

Finlands logotyp för certifieringen av mathantverk består av en hand med sex fingrar. De sexfingrarna kan representera de sex grundsmakerna salt, sött, surt, beskt, umami och kokumi (Li et al. 2022). Förutom grundsmakerna kan de olika fingrarna representera branschkategorierna kött, dryck, bageri, mejeri, fisk och frukt, bär & grönsaker. Utöver tidigare förklaringar tillägger Harriet Strandvik att en annan motivering skulle kunna vara att en mathantverkare har många bollar i luften och skulle ibland behöva några extra fingrar (Strandvik. H 2023).

Företagarna som ansöker om att certifiera sina produkter skickar in ansökningsformulär till Mathantverk i Finland riksförbund (r.f.). I ansökan uppges råvaror, ursprung på råvaror, hur produkten tillverkas och mm. Föreningen granskar produkterna enligt regelverket för certifieringen och avslår eller godkänner ansökan. Utöver att uppfylla kriterier för certifieringen och följa kategoriernas regler ska företaget vara medlem i den finska föreningen samt betala en certifieringsavgift. Certifieringsavgiften är 45 € för första produkt, produkter därefter kostar 30 €. Certifieringsavgiften går till föreningen mathantverk i Finland r.f. som investerar pengarna i utbildningar, evenemang och träffar för medlemmarna. Certifieringen för en produkt är giltig i tre år, därefter behöver en ansökans skickas in och godkännas igen (Lamsijärvi E 2023).

2.1.1 Mathantverkarna på Åland

Föreningen mathantverkare på Åland startades 2017 av personer som deltog i olika vuxenutbildningar inom mat och mathantverk. Föreningens syfte är att sprida information, delta i arrangemang, anordna tävlingar, utbildningar samt främja mathantverkets bevarande och utveckling. Under 2019 anlät föreningen en verksamhetsledare, Harriet Strandvik. Föreningen fick även verksamhetsbidrag ”PAF-medel” vilket bidrog till en bättre ekonomisk situation (Mathantverk Åland, om föreningen 2020). I föreningen finns det ca 80 medlemmar som inkluderar personer som har ett stort matintresse och företagare som tillverkar mathantverksprodukter. Ålands utbud av mathantverk är brett, allt ifrån gårdsmejerier, biodlingar, förädling av grönsaker till rökerier av fisk. (Strandvik. H 2023). Utöver utbildningar och kunskapsspridning vill mathantverkarna på Åland värna om biologisk mångfald, friskt ekosystem och diversitet genom en hållbar produktion och konsumtion (Mathantverkarna på Åland 2023).

Föreningens verksamhet bidrar till ett levande Åland i samband med att föreningen anordnar utbildningar, medlemsträffar, deltar i större evenemang på Åland, pop-up butiker, vägledning, medlemsstudieresor, stöttar företagarnas deltagande i FM, evenemang och projekt (Strandvik. H 2023).

2.2 Certifiering

En certifiering är att en viss standard uppfylls. Det finns olika standarder beroende på certifieringens syfte, såväl som branschområde. Praktiskt brukar detta ske genom att en revisor ser över processer och rutiner i ett företag och ser till att en viss kvalitet uppfylls. Fördelar med certifiering kan vara en standardisering ger mindre felaktigheter och att företaget uppfyller krav inom området.

Certifiering kan bidra till att kunderna upplever trygghet i varumärket, då det blir en kvalitetsstämpel. I samband med konsumenternas trygghet vid val av varumärket kan certifieringen ge positiva effekter för företaget. Kvalitetsprodukter med certifiering bidrar också till lättare marknadsföring (Svenska institutet för standarder u.å.). Det finns frivilliga certifieringar som innebär att certifieringen inte är ett krav enligt lagen. Certifiering kan signalera att produkten eller varumärket innehar egenskaper som anses vara kvalitetshöjande (Konkurrensverket 2009).

Vid certifiering av mathantverk kan mathantverksföreningen i Finland anses som revisorer, då de är ett utskott i föreningen som godkänner eller avslår ansökningar för certifiering. Utskottet granskar produkternas innehåll, ursprung och produktionsteknik (Lamsijärvi. E 2023).

Att certifiera produkter kan visa på många olika kvaliteter och kan skapa ett mervärde. En positiv aspekt med certifiering är att konsumenten får information om produktens egenskaper via en symbol. Certifieringar kan visa socialt ansvar eller miljövänlighet medan andra anger produktens geografiska ursprung (Konkurrensverket 2009).

Mathantverkscertifieringen skall indikera några specifika egenskaper för produkten. Till exempel att produkten innehåller till största del inhemska råvaror, produktionen är inom Finland, att produkten inte har några tillsatser utöver några specifika tillsatser som är godkända och till sist att mesta arbetet är för hand under hela tillverkningsprocessen (Mathantverkarna Finland 2021a). Certifieringen bör bidra till att kunden känner igen certifieringslogotypen och kan relatera till att produkten uppfyller en hög kvalitet.

Certifiering av ett företags produkter kan bevara och skydda begreppet mathantverk. I samband med certifiering kan konsumenten också bli upplyst om motiveringen varför produkten är värd ett dyrare pris och vad som är skillnaden på mathantverk och industriell tillverkning. Certifieringen kan bidra till att företagets produkt kan bli mer konkurrenskraftig (Eldrimner 2018). Kortfattat kan man uttrycka att producenten får ett mervärde genom certifiering och konsumenten får ökad medvetenhet och kunskap.

Det finns ett antal olika anledningar till att mathantverksproducenterna kan välja att certifieras sina produkter. Ett argument som anses vara en fördel med certifieringen och mathantverk är att bevara matkultur, traditioner och bibehålla regionala identiteter (Jordbruksverket 2021).

Eftersom råvarorna inte är transporterade kan kemikalieanvändningen minska i jämförelse med industriella importerade varor, som ofta har tillsatta tillsatssämnen för att förlänga hållbarheten på produkter. Mathantverk innehåller främst lokala eller inhemska råvaror vilket bidrar till korta transportsträckor, högre självförsörjningsgrad och minskad miljöpåverkan (Einarsson 2021).

Små livsmedelsföretag har stor betydelse för det lokala näringslivet samt besöksnäringen. Livsmedelsföretag kan bidra till tillväxt och utveckling runt om i landet och i sin tur kan detta leda till nya arbetstillfällen (Livsmedelsstrategi, Sverige 2016). Genom certifiering och förhoppningsvis bättre försäljning av produkter kan fler arbetstillfällen uppstå i samband med ökad produktion. Många mathantverkare är placerade på landet, därför skulle det kunna bidra till en levande landsbygd. Det finns studier som visar att konsumenter favoriserar lantbruk i närheten för att gynna en levande landsbygd (Peterson et al. 2015). Många mathantverksprodukter är tillverkade med råvaror som är odlade i närområde och i princip alla råvaror är inhemska vilket skulle kunna vara ett säljargument för mathantverksprodukter.

Utöver ovannämnda anledningar är turister ofta ute efter en autentisk miljö där de ser ursprunget och bakgrunden för produkten även om varan finns tillgänglig i en butik närmare deras boende (Fellman 2016). Konsumtionen av livsmedel producerade lokalt och hantverksmässigt har ökat i Finland främst bland fritidsbosatta och turister. Turister vill gärna ha matupplevelser och matturism har ökat i popularitet (Projektrapport 2022). Även andra studier visar att turister söker efter lokala och autentiska livsmedel (Björk & Kauppinen-Räsänen 2016). Vid certifiering av mathantverk kan turister och lokalbor identifiera mathantverk genom certifieringens logotyp (se figur 1), då certifieringen skapar en igenkänningsfaktor. Reklam om mathantverkarna och certifieringen kan bidra till att turister samt bosatta stödjer utvecklingen av företagen och den lokala ekonomin (Andersson et al. 2017).

3. Material & metod

Detta examensarbete är ett projekt med ett kvantitativt slutresultat. Slutresultatet inkluderar en beskrivning av hur många produkter som ansökt om certifiering på Åland. För att få mer bakgrundsmaterial inkluderades intervjuer i studien. Intervjuerna var strukturerade så att föreningen Mathantverkarna på Åland kan efter avslutat projekt använda de kvalitativa svaren till att analysera och förstå mathantverkarnas beslut.

3.1 Datainsamling

Litteratursökningar har använts för att öka förståelsen för definitionen av mathantverk och tyngden av certifiering allmänt. Rapporten inkluderar information som hämtats från litteratur och databaser. Databaserna Google Scholar och Web of science användes. Utöver det kommer en del av information från rapporter som handlar om matkultur och mathantverk. Sökord som främst har används är mathantverk, certifiering, Åland, lokal mat och matkultur ifrån databasen Google samt Google scholar.

3.2 Kvantitativ mätning

Under projektet var huvudsyftet att undersöka hur många företag som valde att certifiera sina produkter. Undersökningen gjordes i samarbete med mathantverkarna Finland riksförbund (r.f.) som är den förening som godkänner produkter och utger certifieringen.

3.3 Intervjuer och projektets genomförande

Under studien användes olika intervjuer som var kvalitativa, semi-strukturerade och innehöll frågor som rörde företagets bakgrunder, omsättning samt åsiktsfrågor och bedömningsfrågor om certifieringen. Intervjuerna genomfördes över telefon. Enligt Metodguide (2016) ställdes ett antal grundfrågor under intervjun med frihet att ställa uppföljningsfrågor. Eftersom intervjuerna var semi-strukturerade fanns det

stor möjlighet för respondenten att utveckla och formulera sitt svar fritt. (Bryman & Bell 2017).

Tre företag som blev certifierade under 2020–2022 från Finland blev intervjuade samt elva företag från Åland. De åländska företag som blev intervjuade var valda ur medlemsregistret av Mathantverkarna på Åland. Företagen blev valda för att deras produkter matchar till stor del med certifieringens regelverk. De två olika intervjugrupperna hade olika frågeställningar. Bilaga 1 och 2 visar att bägge intervjugrupper fick besvara ett par grundfrågor, som belyser för att förstå en del av företagets bakgrund som kan påverka inställningen för certifieringen.

Innan intervjuerna fick alla företag via mejl kort introduktion av mig, projektet och vad intervjun skulle handla om samt förfrågan om de ville bli intervjuade. I mejlet framkom det information om möjligheten att välja dag och tid för en intervju. Därefter ringdes företagen upp och intervjun skedde över telefon.

3.4 Projektets genomförande

Olika kanaler användes för att informera mathantverkarna om den nya certifieringen. Kanaler som användes var Mathantverkarna på Ålands hemsida Mathantverkarna på Ålands medlemsgrupp och offentliga sida, sociala medier ex Instagram samt Facebook. Informationsspridningen skedde också via sociala medier med information om certifieringen i samband med bilder, text samt en video. Förutom nämnda kanaler användes mejl samt telefonkontakter och medlemsträffar.

3.4.1 Kartering & administrativt arbete

Projektet började med att utföra en kartering av föreningens mathantverkare för att få en uppfattning av vilka företag samt produkter som skulle möjligen uppfylla kraven för certifieringen. Karteringen genomfördes genom att gå igenom medlemsregistret av mathantverkarna på Åland. Under karteringsarbetet undersöktes vad företaget använder för ingredienser i produkterna. Utifrån det arbetet fick vi en uppfattning av hur många produkter som var aktuella för certifieringen samt vilka företag som var relevanta att intervjuas.

För att få reda på produktutbudet besöktes företagarnas hemsidor, sociala medier samt via telefon och mejlkontakt. I samband med karteringsarbetet undersöktes vad för ”skafferier” Mathantverkarna på Åland har. Arbetet med ”skafferiet” var en granskning om vad för produkter medlemmarna producerar, oavsett om produkten är certifieringsbar eller ej. Karteringens arbetet startades i projektets början och arbetet

kommer att fortsätta under året 2023. Under projektets gång, registrerades produkterna i en medlembas ”Membra” som mathantverkarna på Åland nyttjar.

Administrativt arbete ansågs vara exempelvis offertförfrågningar till olika företag för reklammaterial, inbokningar av intervjuer, diverse möten, mejl- och telefonkontakter.

3.4.2 Informationsspridning

Ett av målen för projektet var att få ut information till mathantverkare på Åland. Information om certifieringen innan projektet start var nästintill obefintligt. I början av projektet utformades upplägget för en ny flik på hemsidan för mathantverkarna på Åland (<https://mathantverkare.ax/>). Fliken skapades tillsammans med en samarbetspartner från företaget ”April” som arbetar med webbdesign. Den nya fliken informerar besökare, främst producenter om certifieringen och ansökningsprocessen.

Utöver hemsidan användes det ett flertal olika kommunikationskanaler för att sprida information om certifieringen. Kanalerna som användes var sociala medier, direktkommunikation, mejlspridning och information under telefonintervjuerna.

En video spelades in med ljud för personer som mottager information lättare via den kanalen. Videon laddades upp i mathantverkarnas medlemsgrupp på Facebook, där alla medlemmar hade tillgång till videon. Informationsspridning genomfördes via mailutskick till medlemmar samt *Nyhetsbrev nr 3* som skickades ut via mejl och i utskrivna form via post. Ett pressmeddelande om certifieringsprojektet skickades till två åländska tidningar men ingen av tidningarna valde att göra ett nyhetsreportage.

4. Resultat

4.1 Kartering

Karteringen av mathantverksprodukter utökades från en produkt i registret till 248 mathantverksprodukter. Karteringen utfördes mellan perioden 29 mars till 1 maj 2023. Karteringen fördes in i föreningens medlemsdatabas ”Membra”. Vid karteringen fick företag svara i mejl och över telefon. Information söktes även på hemsidor och sociala medier. Alla dessa källor kan ge ett mörkertal då vissa företag inte angav produkter som är säsongsbaserade eller tillverkade i mindre volymer och att hemsidor samt sociala medier är inte alltid uppdaterade. Karteringen kommer verksamhetsledaren fortsätta med under året 2023.

4.2 Intervjuer med finländska certifierade företag

Tre av fyra företag som certifierade sig under 2020–2022 ifrån Mathantverks föreningen i Finland blev tillfrågade att bli intervjuade, samtliga tre deltog.

De tre företagen A, B & C med certifierade produkter hade olika storlekar på verksamheterna. Företag A är ett storskaligt företag med en person som heltidsanställd. Företag B är småskaligt med verksamheten som en bisyssla och företag C är en småskalig hobbyverksamhet som är under avveckling. I tabell 1 är det synligt hur många produkter som vardera företaget har valt att certifiera samt antal icke certifierade produkter. Kategorierna små, medelstor eller storskalig verksamhet baserades på företagets omsättning. Företagen kunde välja småskaligt med en omsättning på 0–10,000 €, medelstort 10,001–20,000 € samt storskaligt med en årlig omsättning på över 20,000 €.

Företagen B och C var positiva till att certifiera sig igen efter att tre årsperioden är avslutad medan företag A tvekade då det ifrågasatte om certifieringen är nödvändig för deras verksamhet.

Respondenterna fick frågan om varför inte alla produkter var certifierade. Företag B och C valde bort några produkter som var tillverkade i liten volym, eller

innehöll importerade ingredienser. Företag A ville börja med några få produkter till en början.

Företag	A.	B.	C.
Omsättning/år	Storskalig	Småskalig	Småskalig
Verksamhetsupplägg	1 heltidsanställd	Bisyssla	Hobbyverksamhet
Antal certifierade produkter	5 av 25	15 av 17	2 av 5
Antal icke certifierade produkter	20 av 25	2 av 17	3 av 5

Tabell 1. Intervjusvar från finländska företag. Omsättning, verksamhetsupplägg samt certifierade och icke certifierade produkter

Företagen fick ange vilka positiva aspekter certifieringen har bidragit till. Företag A nämnde orden synlighet, igenkänningsfaktor och bra gemensamt märke för mathantverk. Företag C hade uppmärksammat att kunder har till viss del kunskap om märket som värdesätts av konsumenterna samt att certifieringen fungerar som en kvalitetsgaranti. Enligt företag B var det positivt att det finns ett gemensamt märke för alla mathantverkare, inte bara de produkter som vunnit i Finlands mästerskap (FM). Utöver gemensam märkning enligt företag B, kunde vissa konsumenter känna igen dekalerna med certifieringslogotypen.

Företagen B och C var positiva till att certifiera sig igen efter att tre års perioden är avslutad medan företag A var tveksam då företaget ifrågasatte om certifieringen är nödvändig för deras verksamhet.

Respondenterna fick frågan om varför inte alla produkter var certifierade. Företag B och C valde bort några produkter som var tillverkade i småskalig volym, eller innehöll importerade ingredienser. Företag A ville börja med några få produkter till en början.

Företagen fick nämna de negativa aspekterna med certifieringen. Dekalerna och logotypen togs upp som något negativt av företag A, då certifieringsdekalerna är väldigt lika prisdekalerna för Finlands mästerskap i mathantverk. Likheten bland

vinnardekalerna och certifieringen kan förvirra konsumenter som inte är insatta i mathantverksvärlden. Samma företag kommenterade att det var negativt att det var olika regler att vara med i mathantverkarna i Finlands förening kontra certifieringen och att certifieringen inte borde vara strängare.

Företag C nämnde en problematik med många olika etiketter och att det kan ses som ett praktiskt problem medan företag B inte kunde ge några negativa kommentarer om certifieringen.

4.3. Intervjuer med åländska företag

Elva åländska mathantverksföretag intervjuades. Företagen som deltog har olika produkter, olika bakgrunder och olika framtidsvisioner, vilket framkom under intervjuerna.

Den första frågan som ställes var hur storskaligt företaget är baserat på omsättning per år samt anställnings-/verksamhetsform. Precis som de finländska företagen fick företagen välja vilken kategori som passade deras verksamhet, småskaligt med en omsättning på 0–10,000 €, medelstort 10,001–20,000 € samt storskaligt med en årlig omsättning på över 20,000 €. Fem av företagen var småskaliga, ett mellanstort och fem företag storskaliga. För företagens verksamhetsstruktur i tabellform se Bilaga 3.

I intervjun fick företagen berätta om hur verksamheten såg ut, valbara kategorier var att företaget är en bisyssla, hobby eller ett heltidsarbete. Fem företag uppgav att de hade heltidsanställda, tre av fem företag hade heltidsanställda men anställningen var en kombination av mathantverkssysslor och gårdsarbete. Det största företaget har fyra heltidsanställda året runt samt extra bemanning på sommaren då det är högsäsong. Fem företag ansåg sig ha en verksamhet som bisyssla och ett företag som hobbyverksamhet.

4.4 Intresse för certifieringen

Företagen tillfrågades om de hört talas om certifieringen innan och via vilken kanal. Nio utav elva deltagarna hade hört talas om certifieringen innan men ingen visste inte att certifieringen var aktuell för Åland ännu. Två personer hade ingen kännedom alls i att det fanns en certifiering. De respondenter som var medvetna om certifieringen har fått information från olika håll. Fyra deltagare är aktiva i antingen ”Mathantverkarna i Finland r.f.” eller ”Mathantverkarna på Åland” och har mottagit information i samband med engagemang. Ytterligare två företag har fått informationen via medlemskap i Finlands förening och därmed mottagit nyhetsbrev. En person uppgav att informationen kom fram i nyhetsbrevet som föreningen på Åland skickade ut i mitten av april. Två personer hade hört talas om

det men var osäkra från vilken källa. Kunskapen och vetskapen om certifieringen var på olika nivåer, vissa var mer insatta än andra.

Under intervjun fick respondenterna utifrån den kortfattade introduktionen om certifieringen uppskatta hur många produkter som skulle kunna vara möjliga att certifiera, utan att gå in på detaljer i regelverket som gällde för specifik bransch. Sammanlagt för de elva intervjuade företagen skulle det kunna röra sig om sextiototal (59–62) produkter som skulle kunna vara certifieringsbara. Förutsatt att några av företagen byter ut sitt socker mot finskt eller ekologiskt socker.

Företagen fick svara om det fanns intresse för certifieringen. Fem företag svarade positivt medan fyra företag var tveksamma, där med svarade de kanske. Två företag svarade nej.

Därefter fick respondenterna besvara frågan om hur många produkter som skulle kunna vara aktuella för certifiering. Två företag visade inget intresse och kommer inte certifiera sig av olika anledningar. Det ena företaget ska avveckla verksamheten och det andra företaget ansåg inte att certifieringen kommer att ge några positiva effekter. Två andra företag var väldigt positiva och ett av dem hade redan tänkt att ansöka om certifiering med tre av sina produkter. Det andra företaget ansökte om medlemskap till Mathantverkarna i Finlands förening under intervjutiden, det företaget var intresserad av att certifiera alla sina fem produkter. Ett företag som fick reda på certifieringen i samband med intervjun över telefonen var tveksamt och behövde väga för- och nackdelar, vilket ledde till att de inte kunde uppge hur många produkter som skulle kunna vara aktuella för certifiering. Övriga företag skulle kunna tänka sig att certifiera några produkter, de som säljs i större volym. Enligt regelverket skulle några av företagen behöva byta socker mot inhemsk eller till ekologiskt socker. Totalt skulle 24–26 produkter kunna vara aktuella för certifiering om företagen väljer att certifiera produkter. Detta var dock bara en uppskattning från företagaren utan att gå in på regelverket för specifik produktkategori.

Respondenterna fick därefter uttrycka vad de själva anser är positivt med certifieringen. Under intervjun hade några anledningar redan nämnts men här kunde respondenten markera vad deras företag värdesätter. Två företag, samma som valt att inte certifiera sig, såg inga positiva aspekter av certifieringen. Ett av företagen som hörde talas om certifieringen över telefonen för första gången kunde inte uttala sig i frågan. Flera företag nämnde att de kunde se certifieringen som en kvalitetsstämpel som visar att produkten är en bra produkt med äkta mathantverk. Två av företagen vill certifiera produkter för att vara förebilder för andra mathantverkare och för att visa vägen. Fem av företagen nämnde

igenkänningsfaktor och upplysning samt kunskapsspridning till konsumenter. Två av företagen ansåg att certifieringen är bra för att markera att produkterna är ett äkta mathantverk, inte något en person kokat i en hemmamiljö, utan större kunskap om matsäkerhet eller att det är en industriell produkt. Två av företagen uttryckte att de vill ta del av mathantverks gemenskapen.

Alla elva företag uppgav att alla produkter inte skulle certifieras och de fick uppge anledningen till att inte certifiera de produkterna. De flesta företag har minst en produkt som innehåller otillåtna ingredienser som t.ex. importerade senapsfrön eller glukossirap vilket bidrar till att certifiering inte är aktuell för de produkterna och kan därmed inte certifiera alla produkter. Generellt kan man utläsa att majoriteten av företagen som är positiva till certifiering kommer välja produkter som har en högre försäljning. Fyra av företagen uttryckte tveksamheter mot att certifiera alla produkter eftersom det är en ekonomisk fråga, då omkostnader måste balanseras med hjälp av försäljning. Ett företag som är medlem i Ålands förening ansåg att det var negativt att vara medlem i Finlands förening på grund av en extra omkostnad.

Företaget som tackat nej till att certifiera sig ansåg att certifieringen tar tid, energi och för stor ansträngning jämfört mot vinsten. Ett företag som svarade tveksamt mot certifieringen ansåg att det finns för många olika certifieringar inom livsmedelsmarknaden och konsumenter inte förstår betydelsen av alla olika märken och certifieringar.

Två företagare nämnde att en del produkter inte skulle kunna bli certifierade pga. innehåll av importerade varor. En av respondenterna uttryckte viss besvikelse då produkten fortfarande är ett mathantverk trots att delar av råvarorna är importerade.

Två företag skulle behöva byta ut ingredienser till ekologiska; ena företaget uttryckte att det inte är några problem, det andra företaget uppgav att de ska titta på hur det påverkar produkten ekonomiskt. Tre av företagen uppgav att det kan vara en ekonomisk fråga som leder till beslutet att inte ansöka om certifiering. Ena företaget ansåg att kostnaden kan bli för hög om man ska certifiera många produkter. Två företag uttryckte sig om att konsumenter inte värderar märkningen och att certifiering inte kommer ge merförsäljning. Ett av de större företagen som redan har andra standarder och certifieringar, ifrågasatte om regelverket kunde bli ett problem att följa då det blir ytterligare regler att hålla reda på. En respondent uttryckte att regelverket för certifieringen inte borde vara ett problem för företaget och att reglerna var relativt enkla.

4.5 Certifierade produkter

Efter avslutat arbete med insatser som informationsspridning av certifieringen där vi försökt sälja in fördelarna med certifieringen till mathantverkarna, inväntades svar från utskottsmötet från Mathantverkarna i Finland. Den 11 maj 2023 hanterades ansökningar för certifieringen, under mötet behandlades nio olika produkter ifrån sammanlagt tre olika företag från Åland. Alla tre företag hade deltagit i intervjuer under projektet. Företag I ansökte med tre olika produkter, företag II med fem olika produkter och företag III sökte med en produkt.

Tyvärr blev ingen produkt godkänd i första steget av certifieringen. Anledningarna till att produkterna inte blev godkända var dels för att ingen av företagen hade betalat in medlemsavgift, vilket är ett krav för att bli certifierad. Förutom obetald medlemsavgift fanns det två andra anledningar till att ansökningarna avslogs. Fyra av de olika produkterna innehöll socker eller äppelcidervinäger som inte var inhemska utan hade ursprung Danmark eller Sverige. De fem resterande produkterna uppfyllde inte kriterier för information av etiketten, produktnamn eller adressering enligt livsmedelsverkets regelverk.

5. Diskussion

5.1 Kartering

Karteringsarbetet kan ha flertalet felkällor eftersom mathantverkare ofta producerar olika produkter i småskalig volym utifrån vad för aktuella råvaror som finns att tillgå. Karteringsarbetets syfte är att se vad det finns för produkter att tillgå på Åland. En fördel vore om alla medlemmar rapporterar in till styrelsen en gång i halvåret vad de har tillverkat för produkter. På det sättet minskas arbetsbördan för styrelsen som i nu skedet får söka upp den informationen själva, vilket är energi- och tidskrävande. Ett förslag till karteringsarbetet i framtiden är också att markera produkter som är certifierade, för att få en tydligare bild hur många produkter som finns på Åland med certifieringen.

5.2 Intervju av finländska certifierade företag

Eftersom det endast är ett fåtal företag som certifierat sig i Finland finns det svårheter att dra slutsatser om vad för effekt som certifieringen har bidragit till. Utifrån intervjuerna fanns det fördelar och nackdelar med certifieringens definition, regler och logotyp.

Dekalerna och logotypen togs upp som något negativt av företag A, då certifieringsdekalerna är väldigt lika prisdekalerna för FM i Finland för mathantverk (figur 2). Detta kan förvirra konsumenter som inte är insatta.

Figur 2: Medaljer guld, silver & brons från 2019 i mathantverks FM.



Logotypen som används för certifieringen, se figur 1 är väldigt lik logotyperna som används till vinnarna inom olika kategorier under FM i mathantverk, se figur 2. Bägge dessa logotyper brukar användas som klistermärken för att kunna klistras fast och placeras på produkter för att förbättra marknadsföring. Med tanke på likheterna är det förståeligt om en konsument inte vet skillnaden och att förvirring samt missförstånd kan uppstå. Om certifieringens märken ska vara den mest synliga kan det finnas fördel om en diskussion om hur logotypen för FM ska vara utformade. Idag har vinnarna rätt att använda medaljlogotypen i sin marknadsföring i form av exempelvis klistermärken. Kan det finnas fördelar med att vinnarna i stället endast får ett intyg för vinst inom kategorin och inte ska använda klisteretiketterna? På det sättet skulle antalet olika etiketter minska och logotypen för certifiering skulle vara i huvudfokus. Mindre förvirring bland konsumenter skulle kunna ske med den ändringen.

5.3 Intervju med mathantverkare på Åland

Det fanns en del svårigheter med att hålla telefonintervju med respondenterna då flertalet inte var insatta och kunskapsnivån om certifieringen varierade. En del hade mer kännedom än andra. De personer som knappt hört talas om certifieringen var svårare att intervjua då informationen kom plötsligt och inga starka åsikter kunde uttryckas. Om information om certifieringen hade nått ut tidigare kunde företagarnas svar förhoppningsvis kunnat bli tydligare och respondenterna skulle haft mer betänketid vilket kunde ha bidragit till större säkerhet i sina uttalanden. Trots den nya eller fördjupade informationen var respondenterna övervägande positiva till certifieringar.

Anledningen till att företagen fick svara på omsättning och verksamhetsupplägg var för att kunna se om det var möjligt att kunna dra en slutsats om att företagets ekonomi påverkade inställning mot certifieringen då certifieringen leder till en utgift. Efter sammanställning av alla intervjuer var slutsatsen att storleken på

företaget eller omsättningen inte är direkt kopplad till intresset av att certifiera produkter. Oavsett storlek på företaget fanns det både negativa och positiva företag inför frågan om certifiering. Men det fanns företag som inte kommer certifiera alla sina produkter och det är delvis en ekonomisk fråga.

5.4 Certifierade produkter

Slutligen var det nio produkter som ansökte om att bli certifierade. Den siffran kan uppfattas som låg. Om man jämför projektet på Åland som varade i drygt en månad kontra Finlands projekt som pågick i två år så är antal nio produkter kontra trettio, relativt bra slutresultat. I intervjuernas sammanställning var den uppskattade siffran på 24–26 produkter som var tänkbara att certifiera sig. Siffran visar att det finns en tröskel från medvetenhet om certifieringen till faktisk handling. Ingen uppföljningsintervju har gjorts för att undersöka varför fler företag inte har certifierat sina produkter. Ett förslag till bägge Finlands och Ålands förening är att genomföra en uppföljningsintervju för att få ta del av företagets åsikter om certifieringen, varför de inte valt att certifiera sina produkter trots att information och uppmuntran till certifiering har presenterats. Under de genomförda intervjuerna framkom det att fem företag var positiva och ville certifiera produkter. Tre av fem företag tog steget till att ansöka om att certifiera sina produkter, varför har inte resterande två företag ansökt är en obesvarad fråga. En del tänkbara anledningar till att företagen inte certifierat sig kan vara ekonomiska hinder, engagemang och att certifieringen ännu är okänd.

Insatsen som gjordes under projektets gång kan ha bidragit till att de tre olika producenterna ansökte om certifiering. Ett av företagen hade redan tidigare planerat att söka, i och med projektet på Åland fick företaget mer information om certifieringen och detta i sin tur ledde till en ansökan. Företaget som sökte med en produkt hade till viss del kännedom om certifieringen men under intervjun fick företaget ytterligare information. Detta kan ha bidragit till att företaget sökte certifiering. Ett av företagen som ansökte med fem olika produkter hade ingen information om certifieringen innan intervjun. Där kan slutsatsen dras att projektet påverkade företaget positivt till att ansöka om certifiering.

Certifieringsutskottet från Finlands förening nämnde att utvecklingsarbete med certifieringen kommer att fortskrida då frågor och oklarheter uppstått under arbetets gång. Tydligare formulär för att ansöka om certifieringen behöver utformas, då alla uppgifter inte specificerades tillräckligt i första omgången i certifieringen. Att arbetet fortskrider är en styrka i certifieringsarbetet, att kunna se svagheter för att sedan justera felaktigheter.

Nuvarande regler innebär att råvaror ska vara inhemska, med få undantag. Men i ansökningarna från Åland samt i telefonintervju framkom det att företag i dagsläget inte använde sig utav enbart inhemskt socker utan det socker som användes är svenskt eller danskt. Kanske certifieringsutskottet ska se över om detta krav är nödvändigt. Produktionen av sockerbeter är relativt låg i Finland och motsvarar knappt hälften av den inhemska konsumtionen (Jordbruksaktuellt 2023). För de företag som är placerade på Åland är transportsträckan och produktionen för socker ibland kortare från Sverige än Finland. Man kan därför fråga sig om det verkligen är nödvändigt att ha som krav att sockret ska vara finländskt eller ekologiskt? Socker samt det ekologiska farinsockret som finns att tillgå i finska butiker är producerat av märket ”DanSukker” med produktionslandet Brasilien. Diskussioner om vad som är bäst, ekologiskt eller närproducerat har pågått under en lång tid i samhället. Men med tanke på transportsträckan och tillhörande utsläpp så borde kanske socker från Finland, Sverige och Danmark vara godkänt i produkten som skall certifieras. Det är en fråga Mathantverk i Finlands förening bör arbeta med i framtiden. Om valet för ekologiskt fortsätter kan ett annat förslag vara att motivera varför ekologiskt prioriteras över kortare transportsträckor. Det är inte bara socker som kan diskuteras utan även andra råvaror som ex äppelcidervinäger.

5.5 Certifieringens motgångar och framtidsutsikter

Certifiering kan dessutom ha negativa aspekter för producenten. Ett exempel på det är att ytterligare regelverk ska uppfyllas och efterlevas. Regelverkstillägget innebär att företaget behöver sätta sig in i certifieringsreglerna, vid förändringar i produktion måste företagaren vara uppmärksam hur förändringar kan vara i konflikt med certifieringens regelverk. I detta fall kan det innebära att en viss ingrediens är förbjuden och behöver ersättas med annan vilket kan leda till merkostnad. Högre utgifter kan bidra till ett höjt pris på slutprodukten vilket generellt inte är gynnsamt om försäljningen ska öka. Men produktionssätt kan vara maskinrelaterat, då mathantverkcertifieringen innebär att produkten ska ha människans hand med i hela produktionslinjen. Det kan bidra till att företaget inte får göra förändringar i produktionen. Om ett företag ökar sin försäljning och vill skala upp produktionen med hjälp av en maskin, kan det leda till att företaget förlorar sin certifiering. Utöver hinder i produktionen kan ansökningsavgiften för certifieringen bidra till en prisförhöjning av mathantverksprodukterna för företaget och utgifter skulle behöva kompenseras av inkomster för att företaget ska kunna bibehålla sin verksamhet (Naturvårdsverket 2009).

På livsmedelsmarknaden just nu finns det många olika certifieringar med olika innebörd vilket kan bidra till förvirring hos konsumenter. Konsumenter lägger in sin egen värdering och tolkning utan att basera det på fakta (Konkurrensverket 2009

). Därför är det viktigt att det finns material med tydlig information som når ut till kunden.

Något som bör påpekas är att en certifiering ska ske av ett oberoende certifieringsorgan som kontrollerar produkter och produktionen. I livsmedelsindustrin görs detta med fysiska kontroller (Svenska institutet för standarder u.å.) medan certifieringen av mathantverkarna i Finland ges ut efter en granskning av ett ansökningsformulär. En nackdel med detta är att det kan finnas risk för fusk. Ett företag kan välja att använda exempelvis importerade råvaror i stället för inhemska men om den informationen når ut till konsumenter kan det finnas risk till att konsumenterna förlorar tilliten till certifieringen. Den förlorade tilliten skulle gå ut över alla med mathantverkscertifierings märkning.

Utifrån intervjuer med både redan certifierade företag och företag från Åland uppkom ifrågasättanden och synpunkter som kan tolkas som negativa för certifieringen. Det som flertalet respondenter nämnde som svårighet med certifieringen är att konsumenter inte har kunskap om mathantverk och inte känner igen logotypen för certifieringen ännu. Det är en utmaning att sprida kunskap till konsumenter. Även om marknaden för mathantverk inte är stor så är livsmedelsindustrin det och därför är det en utmaning att sprida kunskap. Att få konsumenter att förstå innebörden av mathantverk, förstå vilken energi som läggs ner i produkten och den kunskap som krävs för att framställa ett mathantverk är viktigt för mathantverk och matkulturen. Det finns svårigheter för konsumenter att uppskatta arbetet och förstå varför prisnivån är annorlunda jämförelsevis med industriella produkter och att industrin är storskalig och kan därmed pressa priserna till lägre priser. För att lyckas med kunskapsspridning skulle det behövas att många mathantverkare använder reklammaterial för att kunna informera kunder om vad ett mathantverk är och vad certifieringslogotypen innebär. Om konsumenterna får en grundförståelse för certifieringen kan det i framtiden leda till igenkänning av certifieringslogotypen. Igenkänningen i sin tur kommer öka chansen för att en kund köper mathantverksprodukter.

Den ekonomiska frågan framkom från företagen. Om företaget vill vara medlem i både Ålands och Finlands föreningen kostar det 20 € respektive 25€. För första produkten är avgifterna 45€ och för resterande produkter 30€. Om ett företag väljer att vara medlem i bägge föreningar och certifiera två produkter blir det 120 € vilket kan vara en stor utgift speciellt för småskaliga företag. För företag innebär certifieringen ytterligare en utgift och det fanns tveksamheter till om merförsäljningen eller mervärdet för produkten skulle kunna kompensera för utgiften. Ett företag nämnde att om certifiering sker behöver företaget överväga en prishöjning och produkter som är mathantverk är redan relativt dyra, prishöjningen

kan leda till minskad försäljning. Ifrågasättande om varför certifieringsavgiften fanns framkom i några av samtalen. Det var inte alltid känt att avgiften går till föreningen, genom att föreningen anordnar utbildningar för sina medlemmar och att på sättet går pengarna tillbaka till den som betalt certifieringsavgiften. På den finska hemsida är det inte tydligt vad certifieringsavgiften går till vilket är något som föreningen i Finland skulle behöva förtydliga för sina medlemmar. Det är viktigt att utbildningar eller arrangemang som Finland håller i är riktade till deras medlemmar och inkluderar åländska företag. En annan viktig fråga är om certifieringsavgiften ska vara så hög? Nu i uppstarten av certifieringen kan det finnas fördelar om fler företag certifierar sina produkter för att skapa en spridning i landet. Om priset är lägre kan det bidra till att flera företag väljer att certifiera sig och spridningen bidrar till att logotypen finns på allt fler ställen som kan vara fördelaktigt i och med att konsumenter ser certifieringslogotypen på flera ställen.

Ett åländskt företag uttryckte negativa kommentarer om certifieringen som är kopplad till ekonomi, är att kopplingen till Finlands förening inte känns lika stark som kopplingen till Ålands förening. Ett företag nämnde att de vill helst inte behöva vara medlemmar i bägge. Det är inget krav att vara med i bägge föreningar för certifiering men krav att vara medlem i den finska för att kunna certifiera sig, men många på Åland har valt Ålands förening då föreningen på Åland skapar evenemang och kurser som geografiskt troligtvis är mer lockande för en ålänning. Ålands förening har valt att ge förmåner till medlemmar som väljer att certifiera sig, men hur erbjudandet kommer se ut i framtiden är inte fastställt. Det kan finnas en risk att företag som vill förbli certifierade väljer att endast vara medlemmar i Finlands förening vilket bidrar till medlemsbortfall i den åländska föreningen. Därför är detta något som Ålands förening behöver vara uppmärksam på och diskutera hur framtidsåtgärder ska bli utformade.

Kommentar angående regler framkom under intervjuerna. Problemet är att regelverket för att vara med i föreningen och regelverket för att certifiera sig är olika, vilket tyckte ena företagaren från Finland var negativt. Föreningen i Finland och på Åland bör göra ett uttalande eller skriva ut det tydligt på hemsidan om varför regelverket för att vara medlem i föreningen och få godkänd certifiering skiljer sig åt.

Även om certifieringsarbetet börjat bli riksomfattande i Finland behöver arbetet fortskrida och underhållas exempelvis genom rekrytering av företag. Arbeta med kunskapsspridningen till konsumenter och kunskap i samhället om mathantverk behöver också utvecklas och fortskrida. Rekryteringsarbetet bör utföras parallellt med övriga evenemang och projekt, som t.ex. genom att uppmärksamma certifieringen i medlemsbrev, under medlemsträffar och utbildningar. Det är

allmänt känt att personlig kontakt bidrar till större engagemang. Därför om föreningen i Finland vill ha fler certifierade produkter kan ett förslag vara att kontakta företagen direkt via telefonsamtal eller under olika sammankomster. Ett hinder för företagare kan vara självaste ansökan, att ta steget att fylla i ansökningsformuläret. Genom att ställa fram datorer med ansökningsformuläret under medlemsträffar och utbildningar al.t papperskopior av ansökningsformuläret, kan det öka chansen att flera produkter blir certifierade.

Kunskapsspridningen till allmänheten kan vara en svårare uppgift att lösa då mottagaren måste ha ett grundintresse. En lösning är att försäljningsställen som säljer certifierade produkter har reklammaterial som beskriver vad certifieringen betyder. Att nå ut till allmänheten kan vara svårt men båda föreningarna kan försöka bli uppmärksammade i media genom att skicka ut pressmeddelanden till tidningar när mathantverksaktiviteter sker. Detta för att uppmärksamma aktiviteten och få upp ögonen hos allmänheten.

En svaghet i certifieringsinformationen är att Finlands mathantverksföreningens hemsida inte har en beskrivning om certifieringen riktad mot konsumenter. I dagsläget finns det bara beskrivningar om certifieringsansökan och vilka regler det finns men den informationen är riktad till producenterna. Om konsumenter skulle söka på exempelvis kravmärkt finns det förklaringar riktad till konsument vilket skulle vara fördelaktigt för mathantverkarna också.

Sociala medier är en viktig spridningskanal som används av allt flera företag. Detta skulle både föreningen i Finland och på Åland kunna nyttja mera. Synligheten på sociala medier kan spridas både långt och lokalt, därför kan det finnas fördelar om kontinuerlig uppdatering med informationsrikt innehåll som är riktad till både konsumenter och medlemmar. Kanalerna kan sprida information om olika evenemang, utbildningar, information om föreningen, information om en speciell produkt, utlottning, tävlingar eller annat riktad mot konsumenter.

Synlighet även i det verkliga livet är viktigt. Utöver försäljningsställen kan båda föreningarna delta på matmarknader, skapa egna marknader med certifierade produkter, tävla i FM, skapa ett samarbete med Eldrimner och andra aktörer i grannländer. Uppmana företagarna att delta i olika större tävlingar och via den vägen få certifieringen uppmärksam, som exempelvis FM eller tävlingar inom sin kategori ex världsmästerskap.

Dock behöver både vetskapen om mathantverk och certifieringen spridas bland allmänheten på ett bredare sätt. Att samarbeta med skolor på Åland skulle kunna vara ett alternativ t.ex. i samband med hemkunskapen. Att presentera information

om mathantverk till unga personer kan bidra till förståelse för arbete som ligger bakom en produkt och förståelse för priset på varan. Ett förslag är att samarbeta med hemkunskapslärare så elever får information om hur en produkt tillverkas, alla omkostnader och tiden som krävs för att ge eleverna större förståelse för priset.

En utmaning är att få företagen att certifiera sig igen efter att treårs perioden är över. I dagsläget är det svårt att dra en slutsats om certifieringen har bidragit till en skillnad eller inte. De certifierade företagen i Finland har varit certifierade en för kort tid och antalet certifieringar har inte varit så högt. Dessutom var certifieringsperioden relativt kort och under en period då covid-19 drabbade världen, vilket bidrog till att försäljning av mathantverk minskade. Alla dessa faktorer leder till att det är svårt att fastställa om intresset för att certifiera om sig kommer att vara fortsatt efter treårsperioden. En fråga båda föreningar bör vara uppmärksamma på är hur uppmuntras företagen att certifiera om sig efter tre år?

En reklammetod skulle kunna vara att man utmärker certifierade produkter via hemsidorna där företagen är visas på en karta över Finland- och Åland. Som tidigare nämnt har matturismen ökat och många turister skulle uppskatta kartor där det är tydligt vad för produkter som erbjuds och vad det är för öppettider på gårdsbutik/återförsäljningsställe. På detta sätt är det enkelt för turisterna/konsumenten att hitta närmsta gårdsbutik/återförsäljningsställe med intressanta produkter. Dessa kartor skulle kunna finnas som broschyrer vid informationsdiskar på flygplatser, tågstationer, busstationer och färjeterminaler. Att placera ut broschyrer och reklammaterial innebär tid, energi och kostnad men om företagen som certifierar sig får veta att certifieringsavgiften går bland annat till detta och det upplevs en skillnad i försäljning kommer företagen kunna bli mer motiverade till att certifiera sig igen.

5.6. Slutsatser

- Certifieringsarbetet och kunskapsspridning om mathantverk behöver fortskrida på Åland och Finland för att certifieringen ska kunna bli slagkraftig.
- Inställningen till att certifiera några produkter inom företaget var inte direkt kopplad till företagets ekonomi eller verksamhetsupplägg.
- Ansökningsrutinerna behöver justeras så att certifieringsprocessen lyckas utan extra arbete eller hinder för företagare eller certifieringsutskottet.
- Den kvantitativa mätningen om hur många som ansökte om certifiering resulterade i nio produkter
- Det finns potential att flera produkter på Åland blir certifierade

6.Referenser

Muntliga källor

- Strandvik.H, personlig kommunikation 2023–04
Lamsijärvi. E, personlig kommunikation 2023–04
Företag A Intervju 2023-04-09
Företag B Intervju 2023-04-14
Företag C Intervju 2023-04-10
Företag 1 Intervju 2023-04-17
Företag 2 Intervju 2023-04-17
Företag 3 Intervju 2023-04-12
Företag 4 Intervju 2023-04-12
Företag 5 Intervju 2023-04-14
Företag 6 Intervju 2023-04-14
Företag 7 Intervju 2023-04-13
Företag 8 Intervju 2023-04-13
Företag 9 Intervju 2023-04-17
Företag 10 Intervju 2023-04-14
Företag 11 Intervju 2023-04-17

Otryckta interna källor

Mathantverkarna på Åland (2023) Verksamhetsplan 2023 [Internt material för mathantverkarna på Ålands förening]

Slutrapport ”Projekt för certifiering och profilering av kvalitativt mathantverk”
2022 [Internt material för mathantverkarna i Finland rf]

Källor

- Andersson, T.D., Mossberg, L. & Therkelsen, A. (2017). Food and tourism synergies: perspectives on consumption, production, and destination development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17 (1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1275290>
- Autio, M., Collins, R., Wahlen, S. & Anttila, M. (2013). Consuming nostalgia? The appreciation of authenticity in local food production. *International Journal of Consumer Studies*, 37 (5), 564–568. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12029>
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (1), 177–194. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0214>
- Einarsson, P. (u.å.). Jordbruket och självförsörjningen. *Eldrimner* (2018). <https://docplayer.se/68151366-Certifiering-garanterar-mervardet.html> [2023-03-31]
- Eldrimner* (2021). <https://www.eldrimner.com/om-eldrimner/31895.bakgrund> [2023-03-27]
- Fellman, S. (2016). A Master’s Thesis Presented to Mid-Sweden University.

- Jordbruksaktuellt (2023). *Finsk sockerbetsodling fortsätter. Jordbruksaktuellt*.
<https://www.ja.se/artikel/28099/finsk-sockerbetsodling-fortstter.html>
 [2023-05-22]
- Jordbruksverket. Geografiska matvaru-märken – en accelererande kraft för lokal mat (2021). 2021
- Konkurrensverket, 2009.
https://www.konkurrensverket.se/globalassets/dokument/informationsmaterial/rapporter-och-broschyrer/uppdraagsforskning/forsk_rapport_2009-13_certifiering_konkurrens_handel.pdf [2023-03-30]
- Larsson, M. (u.å.). *Handelns Historia*. <http://www.handelnshistoria.se/marknad-och-reklam/globalisering/tillkomsten-av-multinationella-livsmedelsforetag/> [2023-04-01]
- Li, Q., Zhang, L. & Lametsch, R. (2022). Current progress in kokumi-active peptides, evaluation, and preparation methods: a review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 62 (5), 1230–1241.
<https://doi.org/10.1080/10408398.2020.1837726>
- Livsmedelsstrategi, Sverige. 2016 (u.å.).
<https://www.regeringen.se/contentassets/256cc25ab5a84db7a76730abb9cc3773/en-livsmedelsstrategi-for-sverige-fler-jobb-och-hallbar-tillvaxt-i-hela-landet-prop-2016-17-104.pdf> [2023-03-30]
- Mathantverk Finland (2023). *Artesaaniruoka SM 2023*.
<https://artesaaniruokasm.fi/perustietoa-artesaaniruoasta/> [2023-03-24]
- Mathantverk Åland, om föreningen (2020). *Mathantverkare på Åland rf*.
<https://mathantverkare.ax/om-foreningen/> [2023-03-24]
- Mathantverkarna Finland a (2021). <https://mathantverkarna.fi/certifierat-mathantverk/> [2023-03-23]
- Mathantverkarna Finland b (2021). <https://mathantverkarna.fi/bli-medlem/> [2023-03-30]
- Mathantverkarna Finland c (2021). <https://mathantverkarna.fi/om-foreningen/> [2023-03-29]
- Naturvårdsverket, merkostnad för certifiering på gårdsnivå (2009).
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1618675/FULLTEXT01.pdf>
 [2023-05-12]
- Peterson, H.H., Taylor, M.R. & Baudouin, Q. (2015). Preferences of locavores favoring community supported agriculture in the United States and France. *Ecological Economics*, 119, 64–73.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.07.013>
- Projektplan (2022). *Landbygdsnätverket*.
<https://maaseutuverkosto.fi/sv/projekt/projekt-for-certifiering-och-profilerig-av-kvalitativt-mathantverk-2/> [2023-03-23]
- Svenska institutet för standarder (u.å.). *Certifiering mot standarder. Svenska institutet för standarder, SIS*. <https://www.sis.se/standarder/certifiering/> [2023-03-23]

Tack

Harriet för den tid jag fick spendera på Åland och med dig! Din vägledning samt din förmåga att ge mig uppmuntran och sist men inte minst att inkludera mig i verksamhetens olika mål. Tack för att du tog mig under dina vingar och visade mig Åland.

Ett stort tack till min handledare Monika, tack för din stöttning och tack för ditt engagemang med mitt arbete och min visit på Åland.

Förutom mina handledare vill jag tillägna ett tack till Mathantverkarna i Finlandsförening och på Åland som har gjort det här arbetet möjligt, som alltid besvarat och bidragit till svar på mina frågor under arbetets gång. Ett tack ska riktas till företagen som var villiga att delta i intervjuer, utan er skulle arbetet inte få samma substans, tack!

Bilaga 1. Intervjuszvaren: företag från Finland

- 1. Vilken storlek skulle du säga att ditt företag ligger på? Småskalig omsättning på 0–10,000 €, medelstor omsättning på 10,000–20,000 €, storskalig omsättning på över 20,001 + €.**

Företag A. Storskaligt

Företag B. Småskaligt, håller på att avveckla.

Företag C. Småskaligt, blir mindre och mindre.

- 2. Hur ser personalsituationen och verksamhets upplägget ut? Hur många heltidsanställda, eller är det mer en bisyssla eller en hobbyverksamhet?**

Företag A. Vi sysselsätter oss själva, två personer med jordbruket till. Våra tre barn är tidvis involverade och sedan anställer vi 4–5 personer till juni-augusti. Jag själv är sysselsatt större delen av året pga. förädlingen.

Företag B. Bisyssla

Företag C. Mellan bisyssla och hobby, är pensionär.

- 3. Hur många produkter har ni som är certifierade?**

Företag A. 5 produkter.

Företag B. 15 produkter.

Företag C. 2 produkter.

- 4. Hur många produkter är inte certifierade?**

Företag A. 20 produkter.

Företag B. 2 produkter.

Företag C. 3 produkter.

- 5. Finns det någon anledning till att de inte är certifierade?**

Företag A. Ville börja med några.

Företag B. Ena innehåller rom som inte är inhemsk, andra pga. låg tillverkningsnivå.

Företag C. pga. låg produktionsnivå eller experimentella produkter.

- 6. Nämn några positiva aspekter med certifieringen?**

Företag A. Ett gemensamt märke. Viss större synlighet och reklam på evenemang.

Företag B. tävlat mycket, har många vinnaretiketter som är med i produktetiketten men när produkten har för många vinnaretiketter så blir det plottigt. Var jury så ville inte själv tävla, så vinnarprodukterna fick ett år som var

långt bort och ville hellre ha certifieringens märke. konsumenterna känner igen produkterna. En enda etikett/dekal är bra. Enhetligt med en o samma etikett en skylt att ta med sig till försäljningsställen som reklam. tydlig reklam. slippa ta med diplom av vinnarprodukterna. Mer klart för kunden vad det är för certifiering, svårt för kunden att veta vad alla vinnarmärken betyder.

Företag C kvalitetsgaranti märke, värdesätts av konsumenter, vissa kunder har kunskap om märket och uppmärksammar det

7. Ser ni att ni certifierar om produkterna efter en treårsperiod?

Företag A. Lite tveksam om det är nödvändigt.

Företag B. Om verksamheten är kvar kommer certifieringen fortsätta. och samtidigt om det kommer nya produkter tillkommer kommer de också bli certifierade.

Företag C. Ja

8. Hur fick du reda på certifieringen?

Företag A. Eija Lamsijärvi (styrelsen av mathantverk i Finland rf)

Företag B. Verksamhetsledare för mathantverkarna i Finland. Har hög insikt i verksamheten Så lite partisk då hon varit inne i projektets uppstart och arbetsgång.

Företag C. Aktiv i mathantverksföreningen i Finland.

9. Ser ni något negativt med certifieringen?

Företag A. Lite jobbigt med limmärkena, jag har även produkter med medalj klistermärken. Tycker också att de liknar varandra för mycket, kan bli oklart för kunden vad som är vad. Reagerade också på att en del av reglerna var strängare än mathantverkets och det är inte ok.

Företag B. Nej, men från föreningens sida kan det komma fram problem och tydliggöras vad som fungerar eller inte fungerar. Gruppen inom mathantverk har olika kompetenser. Utmaningar inom föreningen kommer behöva tas hand om, om det uppstår problem i föreningen. Föreningen vill kunna stå bakom alla certifierade produkter, svårt att veta hur man ska ta beslut när det kommer till gråzoner.

Företag C. Knepigt med alla olika etiketter, praktiskt problem.

Bilaga 2. Intervjuszvaren: företag från Åland

1. Vilken omsättning har ditt företag årligen? Småskalig omsättning på 0–10,000 €, medelstor omsättning på 10,001–20,000 €, storskalig omsättning på över 20,001 + €.

Företag 1. Storskaligt

Företag 2. Småskaligt

Företag 3. Medel

Företag 4. Storskaligt

Företag 5. Småskaligt

Företag 6. Storskaligt

Företag 7. Småskaligt

Företag 8. Storskaligt

Företag 9. Småskaligt

Företag 10. Storskaligt

Företag 11. Småskaligt

2. Hur ser personalsituationen ut och hur är verksamhets upplägget? Är det heltidsanställda på företaget eller är det en bisyssla alt hobbyverksamhet?

Företag 1. 2 heltidsanställda (gård + mathantverk)

Företag 2. Hobby

Företag 3. 1 heltidsanställd

Företag 4. 4 heltidsanställda + 3 extra under högsäsong

Företag 5. Bisyssla

Företag 6. ½ anställning till mathantverk

Företag 7. Bisyssla

Företag 8. 1 heltidsanställd (gård + mathantverk)

Företag 9. Bisyssla

Företag 10. Bisyssla

Företag 11. Bisyssla

3. Har du hört talas om mathantverks certifieringen, vid vilket/vilka sammanhang?

Företag 1. Ja, flera gånger. Framst från mathantverkarna i Finlands förening. Vi har väntat tills vi kan certifiera oss.

Företag 2. Via medlemsmejl i mathantverkarna på Åland i mitten av april 2023

Företag 3. Har hört det men inte mer än så förens Saga skickat ut information i april 2023

Företag 4. Ja, via mejl från Finlands mathantverks förening.

Företag 5. Nej.

Företag 6. Nej.

Företag 7. Ja, men har inte satt mig in i certifieringen fick kommunikationen under en medlemsträff.

Företag 8. Ja, via mathantverkarna på Åland.

Företag 9. Ja, satt tidigare med i mathantverkarna på Ålands styrelse.

Företag 10. Ja, främst från mathantverkarna på Åland.

Företag 11. Ja, genom mathantverkarna i Finlands medlemsmeddelande.

4. Efter att ha blivit informerad om certifieringen, hur många produkter tror du är möjliga att certifiera?

Företag 1. 4 olika sorters produkter

Företag 2. 3 st.

Företag 3. 5 st.

Företag 4. 6–7 st.

Företag 5. 2 (om socker byts ut mot ekologiskt socker)

Företag 6. 6 st.

Företag 7. 2–3 st.

Företag 8. 6 st.

Företag 9. 2 st.

Företag 10. 20 st.

Företag 11. 3–4 st.

5. Är du intresserad av att certifiera några av dina produkter

Företag 1. Ja

Företag 2. Kanske

Företag 3. Ja

Företag 4. Nej

Företag 5. Kanske

Företag 6. Kanske

Företag 7. Ja

Företag 8. Ja

Företag 9. Ja

Företag 10. Nej (avveckling av företag)

Företag 11. Kanske

6. Hur många produkter skulle kunna vara aktuella att certifiera?

Företag 1. 3-4st

- Företag 2.** 2 st.
Företag 3. 5 st.
Företag 4. 6 st.
Företag 5. 2–3 (om socker byts ut mot ekologiskt socker)
Företag 6. Vet ej, måste läsa på innan.
Företag 7. 1 st.
Företag 8. 0.
Företag 9. 5 st.
Företag 10. 2 st.
Företag 11. 3 st.

7. Vad för fördelar tror du att det finns med certifieringen?

- Företag 1.** Stärka mathantverkscommunity, följa trenden, gemenskap
Företag 2. Visar på kvalitetsprodukter, att en viss standard hålls.
Företag 3. Visar äkta vara, blir kontrollerade vilket är positivt.
Företag 4. Ser inga fördelar.
Företag 5. Kvalitetsbevis, igenkänningsfaktor för konsumenter.
Företag 6. ” Har nog inte så många fördelar”
Företag 7. Delta i nätverket av mathantverkare.
Företag 8. Konsumenterna får en tydligare bild av vad mathantverk är. En större kunskapsspridning bland konsumenterna och igenkänningsfaktor.
Företag 9. Förtydligar att det är ett mathantverk, uppmärksamma mathantverk för kunder, skapa intresse för andra mathantverkare att certifiera sig- ju fler som certifierar sig, ju mer synlighet. Få konsumenter att förstå skillnad på mathantverk och industri samt förstå arbetet bakom mathantverk.
Företag 10. Pga. avveckling finns inget intresse.
Företag 11.
Stärker kvalitet, styrker kvalitén på produkterna. medvetna konsumenter får ett bevis på att det är en säker produkt ex utan tillsatsämne.

8. Om du inte vill certifiera dig, varför inte, vad för hinder?

- Företag 1.** Kommer ansöka om att få certifiera större delen av produkterna.
Företag 2. Vissa produkter har importerade råvaror ex senapsfrön. Alla produkter är inte aktuella pga. låg volym och småskalig verksamhet.
Företag 3. Kommer ansöka om att få certifiera alla sina produkter
Företag 4. Ansökning tar tid, energi och kräver arbetsinsats och ser inte vad för nyttacertifieringen kommer göra för mina produkter eller försäljning. Svårt att nå ut till konsumenter eftersom många inte har kunskap om vad mathantverk är.

Företag 5. Är en ekonomiskfråga.

Företag 6. Certifieringskostnaden måste balanseras ut med försäljning, vilket är svårt att tro att försäljningen kommer öka bara pga. certifieringen. Företagets produkter är välkända på Åland och vi anser att märkningen inte behövs, vi tycker också att det finns för många olika märken ex krav, ekologiskt osv. Konsumenterna vet inte innebörden av alla.

Företag 7. Förtaget är ett småskaligt företag och kostnaden av certifieringen kan kännas onödig. Vill inte behöva vara med i två föreningar, både Finland och Ålands. Som småföretagare behöver man överse alla utgifter.

Företag 8. Inga hinder

Företag 9. -

Företag 10. Avveckling inför pension.

Företag 11. Om företagets produkter börjar sälja förmycket kan tillgången till råvaror vara en svårighet och en anledning till att vi inte kommer certifiera.

9. Vad ser du för svårigheter med certifieringen?

Företag 1. Inga svårigheter

Företag 2. Svårt att hitta inhemska råvaror.

Företag 3. Ser inga svårigheter, har bara bra produkter.

Företag 4. Tiden och energin för att ansöka, ekonomiskt var inte problemet.

Företag 5. Ekonomiskt, är kostsamt att certifiera flera produkter. Behöver byta ut socker mot ekologiskt socker och det är också en kostnadsfråga.

Företag 6. Konsumenter värderar inte certifieringen, har inte kunskap. Utgifterna för att certifiera sig blir högre än inkomsten. Tror inte på certifieringen.

Företag 7. Inga utöver den ekonomiska biten.

Företag 8. Finns svårigheter med vissa ingredienser som ex glukossirap. Kan vara betungande att hålla koll på ytterligare regler, även om denna certifiering har relativt enkelt regelverk.

Företag 9. -

Företag 10. Frågeställningar som kommer kunder känna igen märkningen och bryr dem sig? Energin att ansöka om certifieringen, tror inte att det ger merförsäljning.

Företag 11. Kostnaden för certifieringen men ser inga svårigheter med att byta ut socker till ekologiskt socker.

10. Övrigt

Företag 1. Ansåg att ansökningsprocessen och kommunikationen om ansöknigen kunde vara bättre.

Företag 3. Bra med certifierade produkter, stärker varumärket.

Bilaga 3. Tabell över åländska företags omsättning samt verksamhetsupplägg

Verksamhetsstruktur	Antal företag
Bisyssla	5
Hobbyverksamhet	1
Heltidsarbete	5
Småskalig	5
Medelstor	1
Storskalig	5

Bilaga 3. Åländska företag, deras omsättning samt verksamhetsupplägg. Småskaligt = omsättning på 0–10,000 €; medelstort = omsättning på 10,001–20,000 €; storskaligt = omsättning > 20,000 €.

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. Även om du inte publicerar fulltexten kommer den arkiveras digitalt. Om fler än en person har skrivit arbetet gäller krysset för samtliga författare. Du hittar en länk till SLU:s publiceringsavtal på den här sidan:

- <https://libanswers.slu.se/sv/faq/228316>.

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.