



En konsumentundersökning av certifieringar inom vegetabiliska livsmedel

En kvalitativ och kvantitativ studie

Natalie Onesti

Självständigt arbete • 15 hp
Sveriges lantbruksuniversitet, SLU
Institutionen för Biosystem och Teknologi
Trädgårdsingenjör – odling

Alnarp, 2025



En konsumentundersökning av certifieringar inom vegetabiliska livsmedel. En kvalitativ och kvantitativ studie.

A consumer survey of certifications on vegetable foods. A qualitative and quantitative study.

Natalie Onesti

Handledare: Boel Rönnblom, SLU, institution för människa & samhälle
Examinator: Jan Larsson, SLU, institution för människa & samhälle

Omfattning: 15 hp
Nivå och fördjupning: G2E
Kurstitel: Självständigt arbete i Trädgårdsvetenskap
Kurskod: EX0844
Program/utbildning: Trädgårdsingenjör - odling
Kursansvarig inst.: Lotta Nordmark, Institutionen för Biosystem och Teknologi
Utgivningsort: Alnarp
Utgivningsår: 2025

Nyckelord: Certifieringar, ekologiskt, köpbeslut, konsumentbeteende, hållbar utveckling.

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för Människa och Samhälle

Sammanfattning

I detta arbete undersöks certifieringars roll inom livsmedel i relation till konsumenters uppfattning och val av vegetabiliska livsmedel i Sverige. Certifieringar, såsom KRAV och Europalövet, har vuxit i betydelse som en signal för kvalitet, hållbarhet och etiska produktionsled. Studien belyser hur dessa märkningar påverkar konsumenters köpbeteende samt i vilken utsträckning de uppmärksammas och förstås.

Genom en kombination av kvalitativa intervjuer och en enkätundersökning med 93 respondenter har studien visat att konsumenter i stor utsträckning känner till vissa certifieringar, medan andra är mindre kända. KRAV och Fairtrade var de mest igenkända och förtroendeingivande, medan Demeter och Europalövet hade lägst kännedom. Trots en ökad medvetenhet om hållbarhet och miljöpåverkan visar resultaten att pris är den avgörande faktorn för köpbeslut. Många konsumenter uttrycker en vilja att stödja hållbara alternativ, men inte till en obegränsad kostnad.

Studien identifierar också en viss skepsis mot certifieringar, där vissa respondenter ifrågasätter deras trovärdighet och effekter. En marknad med ständigt ökande antal av märkningar kan bidra till förvirring, vilket gör det svårt för konsumenter att fatta informerade val.

Nyckelord: Certifieringar, ekologiskt, köpbeslut, konsumentbeteende, hållbar utveckling.

Abstract

In this essay the role of certifications in food will be studied in relation to consumers' perceptions and choices of plant-based foods in Sweden. Certifications, such as KRAV and EU organic logo, have grown in importance as a signal of quality, sustainability and ethical productions. This study highlights how these labels affect consumers' purchasing behavior and the extent to which they are noticed and understood.

Through a combination of qualitative interviews and a survey with 93 respondents, the work has identified that consumers are highly aware of certain certifications, while others are less well known. KRAV and Fairtrade were the most recognized and trusted, while Demeter and EU organic logo had the lowest awareness. Despite an increased awareness of sustainability and environmental impact, the results show that price is still the decisive factor in purchasing decisions. Many consumers express a willingness to support sustainable alternatives, but not at an unlimited cost.

The study also identifies a certain skepticism towards certifications, with some consumers questioning their credibility and effects. A market with an ever-increasing number of labels can contribute to confusion, making it difficult for consumers to make informed choices.

Keywords: Certifications, organic, purchasing decisions, consumer behavior, sustainable development.

Innehållsförteckning

Tabellförteckning	6
Figurförteckning.....	7
Förkortningar.....	8
1. Inledning	9
2. Bakgrund	10
2.1 Ekologisk produktion.....	11
2.2 Hållbar utveckling.....	11
2.3 Syfte	12
2.4 Frågeställning.....	12
2.5 Avgränsningar	12
3. Teori om certifieringar i Sverige.....	13
3.1 Om certifiering.....	13
3.2 Kontrollorgan i Sverige.....	13
3.3 Internationella organisationer.....	14
3.4 Konsumentbeteende	14
4. Metod.....	16
4.1 Litteratur och informationsstudie.....	16
4.2 Intervjustudie.....	16
4.3 Enkätstudie: Konsumenters uppfattning och värdering av certifieringar på vegetabiliska livsmedel	16
5. Resultat	17
5.1 KRAV	17
5.2 Svenskt Sigill.....	18
5.3 Fairtrade	18
5.4 Europalövet.....	19
5.5 Demeter	20
5.6 Sammanfattning certifieringar	21
5.7 Kvalitativ undersökning via intervju.....	22
5.8 Enkätstudie	24
6. Diskussion	28
7. Slutsats	31
Referenser.....	32
Bilaga 1.....	35
Bilaga 2.....	38

Tabellförteckning

Tabell 1. Certifieringarnas innehåll.....	24
Tabell 2. Konsumenternas kännedom av certifieringar.....	24

Figurförteckning

Figur 1. Stimuli respons modellen.....	14
Figur 2. Konsumenters köpbeslutsprocess	15
Figur 3. Är det viktigt att en produkt har en märkning eller certifiering?	24
Figur 4. Kännedom om certifieringar	25
Figur 5. Certifieringarnas förtroende	25
Figur 6. Certifieringar & förklaring	25
Figur 7. Är certifieringarna som nämnts något du tittar efter i valet av produkt?	26
Figur 8. Vanligast förekommande certifiering på inköp.....	26

Förkortningar

EU	Europeiska Unionen
GMO	Gen modifierad organism
KRAV	Kontrollsystem för Rättvis, Ansvarsfull och Värdeskapande produktion

1. Inledning

På dagens livsmedelsprodukter kan konsumenter finna en rad olika certifieringar som visar att produkterna uppfyller krav för exempelvis ekologiskt odlat, bra arbetsförhållanden eller låga koldioxidutsläpp. Certifieringar, som ofta i dagligt tal kallas märkningar, intygar att en produkt uppfyller olika organisationers kvalitetskrav.

Grödorna kan sedan märkas med en certifiering för att förmedla en säkerhet till konsument och för att säkerställa att produkten uppfyller vissa kvaliteteter som konsumenten efterfrågar. Antalet certifieringar som syns på livsmedel idag ökar och kan finnas på de flesta livsmedel. Syftet med märkningar och certifieringar är att kommunicera att en produkt uppfyller kontrollerade kriterier.

Många certifieringar avser ekologiska produkter och det krävs ackrediterat tillstånd för att märka sina produkter med en certifiering som verifierar den ekologiska framställningen. Certifieringar och märkningarnas antal kan skapa en förvirring hos konsumenter, i synnerhet när det gäller ekologiskt och de olika krav och certifieringar som finns för att en produkt ska få kallas ekologisk (Andersson & Gullstrand, 2009).

Inom alla livsmedelskategorier finns certifieringar, som kan vara mer eller mindre viktiga för konsumenter. Denna studie kommer att genom en litteraturstudie redogöra för vad de vanligaste certifieringarna innebär och har för kravställning. Certifieringarna som undersöks är Europalövet, Svenskt Sigill, KRAV, Fairtrade och Demeter. För att undersöka konsumenters uppfattning och efterfrågan på certifieringarna kommer en kvalitativ intervjustudie presenteras för dessa certifieringar på vegetabiliska livsmedel som frukt, grönsaker, mjöl, kaffe och socker.

2. Bakgrund

Det finns många olika märkningar och certifieringar som företag använder sig av. Certifieringar finns inte bara inom livsmedel utan inom alla branscher och företagande. Certifiering betyder ”bekräfta” och kommer från det latinska ordet ”certifico” (Patent- och registreringsverket, 2024).

Enligt Patent- och registreringsverket är certifieringar en typ av intyg eller bevis på att ett visst mått av förtroende och kravställning har uppnåtts hos produkt, tjänst, process eller person (ibid).

Certifieringar på livsmedelsprodukter är till för att konsumenter ska kunna utgå ifrån att en produkt är säker att konsumera utan farliga rester eller tillsatser. De senaste decennierna har skandaler kring osäkra livsmedel innehållande salmonella och främmande kemikalier blossat upp (Andersson & Gullstrand, 2009). Dessa händelser får konsumenter att efterfråga säkrare livsmedel och därmed växer certifieringar som kan uppfylla detta fram (ibid). Med certifieringar kan företag kommunicera olika standarder och därför har antalet certifieringar ökat de senaste decennierna.

Hållbar handel och hållbar utveckling är också något som blivit av intresse hos företag att ta hänsyn till och att använda i sin marknadsföring. Att märka sina produkter med certifieringar har blivit användbart för att påverka konkurrensen bland produkter och konsumenters beslutsregler (Ekström et al. 2017).

Certifieringar för livsmedel vänder sig till konsumenter, är helt frivilliga och följer certifieringsstandarder som tagits fram av helt icke-statliga organisationer (Andersson & Gullstrand, 2009). Produkter kan nischas sig med hjälp av certifieringar och på så sätt vända sig till konsumenter som efterfrågar en viss standard i sina produktval (ibid).

Konsumentbeteende är ett ämnesområde som behandlar de faktorer och processer som påverkar hur individer och grupper fattar beslut om inköp och användning av varor och tjänster. Ekström et al (2017) beskriver köpebeslutsprocessen i olika steg; Behovs upptäckt – Informationssökning – Utvärdering av alternativ – Köpbeslut – Efterköpsbeteende.

Stimuli respons modellen är en annan modell och den används för att tydliggöra vilka faktorer som påverkar konsumenters beteende och vad utfallet, responsen, baseras på (Berggård J. (2021).

Flertalet konsumenter är idag medvetna om miljö och klimat och omställningen som krävs för ett hållbart samhälle, men konsumenter är inte alltid redo att göra personliga beslut för att kunna stötta det (Andersson & Gullstrand, 2009). Sedan antalet certifieringar växt har även medvetenhet ökat hos konsumenter. Konsumenter efterfrågar olika kvaliteter efter olika förutsättningar beroende på hur informerade och intresserade de är. Kan man med en certifiering nå ut med det budskap man vill genom att märka sina produkter?

2.1 Ekologisk produktion

Eftersom tre av fem certifieringar som tas upp inkluderar ekologisk produktion är det relevantt att förklara lite mer om ekologisk produktion.

Jordbruksverket är Sveriges förvaltningsmyndighet för jordbruk och fiske och arbetar för att jordbruket ska vara hållbart i Sverige. Enligt Jordbruket (2024) ska ekologisk produktion vara miljömässigt hållbar där djurfoder och växtnäring ska komma från gården. Ur ett hållbart perspektiv är det viktigt att jorden hålls bördig och hälsosam för att kunna producera. Därför måste odlare ha kunskap om hur de kan arbeta med olika metoder, till exempel odla kvävefixerande växter och använda växtnäring från växtrester (Jordbruksverket, 2024).

Inom den ekologiska odlingen finns en del regler som ska upprätthållas. Det är inte tillåtet med mineralgödsel, kemiska bekämpningsmedel, antibiotika till djur eller tillsatser och insatsmedel (Fogelfors, 2015). Det är viktigt att betona vikten av att anpassa växtmaterialet till de lokala förhållandena på platsen för att kunna stå emot angrepp eftersom man inte kan bekämpa dessa på samma vis som i konventionella odlingar (ibid). Inom den ekologiska produktionen är det därför också viktigt att tillämpa en lämplig växtföljd för att bibehålla en bördig jord (ibid).

Beroende på gröda kan en ekologisk produktion i jämförelse med konventionell metod innebära skördeförkluster och därmed en ekonomisk risk. Generellt kräver ekologisk odling större arbetsinsats och kan ge stora bortfall beroende på gröda och typ av skadeangrepp (Fogelfors, 2015). Generellt är ekologiska produktionsmetoder mer resurskrävande, framför allt gällande arbetskraft, men producenterna får även ett högre pris i affärerna. Även om det finns ett antal nackdelar och risker med ekologiskt jordbruk finns det givetvis även fördelar. Enligt Fogelfors (2015) gynnar ekologisk odling biologisk mångfald och det förorsakar inte att bekämpningsmedel läcker ut eller påträffas i produkter. Inom ekologisk produktion läggs mer vikt på djurens välmående och de har mer tillgång till utvistelse än i konventionell produktion (Jordbruksverket, 2024).

Från år 1999 har arealer för ekologisk produktion i världen utvecklats från 11 miljoner hektar till 96 miljoner hektar år 2024 (Jordbruksverket, 2024). Ekologisk produktion är ett internationellt intresse för att uppnå FN:s klimatmål. EU har tagit fram en gemensam handlingsplan för att år 2030 uppnå 25% ekologisk produktion inom EU (Europakommissionen, u.å).

2.2 Hållbar utveckling

För en hållbar utveckling krävs mer än bara ekologisk produktion. 1987 bildades begreppet hållbar utveckling i Brundtlandkommissionens rapport ”Vår gemensamma framtid” (WCED, 1987). Den mest kända definitionen av hållbar

utveckling bildades i denna rapport ”Hållbar utveckling är utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjlighet att tillgodose sina behov”.

Hållbar utveckling är ett internationellt begrepp. FN presenterade i en unik rapport år 2015 där världens ledande länder gemensamt fattade beslut om Agenda 2030. I Agenda 2030 förklaras 17 globala mål för hållbar utveckling. Hållbar utveckling inkluderar många faktorer men mat och miljö är något som kan knytas an till de flesta målen eftersom det är grundläggande behov för människor.

Ekologisk och hållbar matförsörjning tas upp i följande:

Nr 2. Ingen hunger, säker mat och hållbara odlingssystem.

Nr 6. Rent vatten.

Nr 12. Hållbar konsumtion.

Nr 15. Skydda ekosystem och biologisk mångfald

Målen syftar till att vara hållbara och för en inkluderande värld.

De omfattar områden som utbildning, hälsa, ren energi, jämlikhet och fredliga samhällen (United nations, 2015).

2.3 Syfte

Syftet är att undersöka innebörden av fem vanliga certifieringar, vilken kravställning de har, hur konsumenterna uppfattar dessa certifieringar, samt vilken betydelse certifieringarna har i konsumenternas val av vegetabiliska livsmedel.

2.4 Frågeställning

- Vad innebär de olika certifieringarna och vilka krav ställs för dem?
- Hur uppfattar konsumenterna i Sverige certifieringar av vegetabiliska livsmedel?
- Vilken betydelse har certifieringar av frukt och grönsaker och vegetabiliska livsmedel i konsumenternas val?

2.5 Avgränsningar

Studien avser fem vanliga certifieringar som finns på livsmedel från växtriåret i Sverige. Studien omfattar därmed vegetabiliska livsmedel som produceras i Sverige och importerade produkter från länder i Europa och länder utanför Europa. De vegetabiliska livsmedlen som undersökningen omfattar är frukt, grönsaker, bär som både säljs frysta och färska, samt livsmedel från växtriåret som exempelvis kaffe, socker och mjöl.

Certifieringarna som tas upp följer sitt unika regelverk, både svenska och europeiska, men dessa regler för certifierade varor kommer inte att redogöras i detta arbete.

3. Teori om certifieringar i Sverige

3.1 Om certifiering

Certifiering av en produkt innebär att den uppfyller specifika krav och är ett godkännande utifrån en visst förutbestämd standard, vanligtvis ett regelverk (Meuwissen, 2003). Att certifiera en produkt följs inte av någon lag utan är frivilligt och styrs av certifieringsorganens egen kravställning. Med en certifiering kan en producent marknadsföra sig för att signalera att en produkt uppfyller specifika kvalitetskrav. En märkning eller certifiering får inte vara vilseledande för konsumenten enligt Livsmedelverket, 2024.

Certifiering skiljer sig från märkning. En märkning visar varans ursprung eller ingredienser och näringsinnehåll medan en certifiering uppfyller en kravprofil och är godkänd för en viss standard utifrån ett regelverk.

För att certifiera används en tredjepartscertifiering som är oberoende av säljare eller köpare. En certifieringsrevision utförs av en tredje oberoende part (Andersson & Gullstrand, 2009). Det finns både första och andraparts-certifiering. Förstaparts-certifiering anses inte vara lika pålitligt då den ges av producenten och kan använda sig av godtyckliga egna påståenden. Andraparts-certifiering anses lite mer pålitlig än första då den utgår ifrån köparens regler men är fortfarande inte oberoende (ibid). Tredjepartscertifieringen är standarden i Sverige och all certifiering ska ske genom ackrediterade kontrollorgan som agerar oberoende som köpare eller säljare.

I en forskningsrapport av konkurrensverket omnämns det positiva med certifieringarna som att konsumenter lättare kan orientera sig i sitt köpbeslut beroende på vad den efterfrågar i sin produkt (Andersson & Gullstrand 2009).

Men certifieringarna och dess antal är inte helt oproblematiske. I samma rapport av konkurrensverket (2009) dras en slutsats att certifieringar är lätt att användas av större aktörer medan de kan missgynna mindre producenter där den relativa kostnaden för certifieringen blir högre (ibid).

3.2 Kontrollorgan i Sverige

I Sverige är det Swedac som på uppdrag av Sveriges regering har ansvaret som ackrediteringsorgan. Swedac utför kontroller för ackrediterade certifieringsorgan som i sin tur kan utföra kontroller med kompetens att vara en tredje oberoende part. Swedac ansvarar för alla typer av certifieringar i Sverige. För livsmedel finns det idag fem ackrediterade kontrollorgan som ger godkännande för producenter att använda märkningarna KRAV, Svenskt Sigill och Europalövet på sina produkter (Swedac, 2025).

I första hand är det Livsmedelsverket som hanterar hur produkter ska vara märkta och sedan är det Jordbruksverket som gör kontroller av frukt och grönsaker. Detta gäller dock inte ekologiskt. För frukt och grönsaker finns generella regler som är en fastställd standard reglerad av EU om hur dessa ska se ut för att få säljas inom Europa (Jordbruksverket, 2022).

3.3 Internationella organisationer

Certifieringarna Fairtrade och Demeter är internationella certifieringar som finns över hela världen. Deras fokus är hållbarhet för miljön och odlingen men med olika utgångspunkter. Dessa två märkningar följer en internationell standard som måste följas och kontrolleras av egna kontrollorgan.

3.4 Konsumentbeteende

Konsumenters beteende spelar stor roll för konsumentens köpbeslut. Certifieringar och märkningar är till för att konsumenten ska kunna välja produkter som motsvarar dennes förväntningar och krav, och marknadsföring används för att vägleda konsumenter till ett fördelaktigt val.

Vår hjärna bearbetar ständigt inkommande information som stimuleras för att sedan agera utifrån stimuli. Stimuli-responsmodellen visar hur vi påverkas av olika faktorer såsom politiska, kulturella och ekonomiska faktorer (Berggård, 2021).

I figuren nedan presenteras stimuli respons modellen som förklaras av Berggård, 2021. Första rutan visar att konsumenter exponeras för de så kallade fyra 4p: produkt, pris, plats och påverkan. Konsumenter stimuleras av 4p men även av ekonomiska, politiska, ekologiska, teknologiska och kulturella faktorer. Beroende på personlighet så tenderar konsumenter att påverkas av dessa olika. I den ”svarta lådan” är det köparens karaktär som avgör i processen vad som är tilltalande för karaktärstypen. Detta leder i sin tur till en respons, alltså som blir utfallet av produktval, varumärke, butikval, tidpunkt för köp och köpbelopp (ibid).

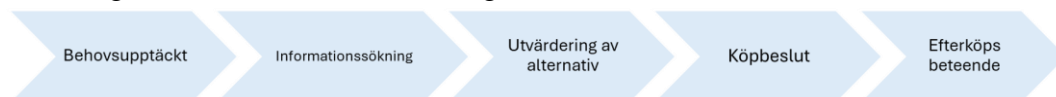


Figur 1. Stimuli respons modellen (Berggård, 2021).

Ekström et al (2017) förklarar hur olika personlighetstyper influerar våra val och konsumtionsbeteende. Personer med hög självskattningsförmåga har större

potential att vara villig att spendera pengar bland annat på sådant som får en att må bra (ibid). Ett annat personlighetsbegrepp är självkontroll som visats ha en högre benägenhet till att vara miljömedveten, återvinna och ta sig an nya innovationer (ibid).

I en annan modell förklaras konsumenters köpb beslutsprocess i fem olika stadier enligt i Ekström et al, 2017 (se figur 2).



Figur 2. Konsumenters köpb beslutsprocess (Ekström et al. 2017).

Köpb beslutsprocessen börjar vanligtvis med en *behovsupptäckt* som identifierar ett behov som hunger eller törst. Behovsupptäckten kan också ske när man blir exponerad för annonser och reklam som uppmanar till ett köpbeteende och därefter skapas ett intresse (Ekström et al., 2017). När ett behov har upptäckts kan en *informationssökning* göras för att tillgodose behovet (ibid). En informationssökning kan vara en större process om köpet handlar om dyrare produkter eller saker som man sällan köper. I denna informationssökning har säljaren möjlighet att påverka och informera konsumenten, men konsumenten påverkas även mycket av marknadsföring och den sociala omgivningen. I nästa steg *utvärdering av alternativ* kan konsumenten välja bland befintliga utbudet och matcha behov och information, exempelvis certifieringar på en speciell vara som man tycker ska uppfylla vissa krav (ibid). Vad konsumenten väljer kan bero på det aktuella tillfället. Ibland är det impuls köp och ibland är det mer noggranna köp där konsumenten redan reflekterat logiskt (ibid). *Köpb beslutet* är det stadie där en konsument rangordnat de olika alternativen och tenderar att välja produkten högst i ordningen. Det kan dock komma oväntade situationer eller attityder runt omkring som gör att slutliga valet blir ett annat än högt i ordningen. När köpet är gjort kommer ett *efterköpsbeteende*. I detta slutstadium handlar det om konsumentens nöjdhet som i sin tur beror på om hur förväntningarna på produkten uppfylldes. Om produkten inte levde upp till förväntningarna uppstår ett missnöje och detta är något som säljare vill undvika.

I en tidigare undersökning om konsumenters förtroende till ekologisk mat i fyra andra europeiska länder visade det sig att personer som köper ekologisk och därmed certifierade livsmedel har demografiska faktorer (Murphy et al, 2022). I den undersökningen hade England och Tyskland mer förtroende till nationella certifieringar, medan konsumenter i Polen och Italien hade mer förtroende för EUs certifiering för ekologiskt. Ofta var det kvinnor med högre inkomst och högre utbildning som var villiga att betala för certifieringar (ibid).

4. Metod

4.1 Litteratur och informationsstudie

För att förstå certifieringarnas faktiska innebörd såsom kravställningarna till producenter, utgör certifieringarnas egna hemsidor den huvudsakliga informationskällan. Fakta har byggt på Livsmedelsverket, Jordbruksverket och de ackrediterade företagen för certifiering gällande kartläggningen av certifieringsprocessen av certifieringarna i Sverige.

Konsumenter och konsumentbeteendet i valet av produkt och perspektiv har undersökts via dels kvalitativ, dels kvantitativ undersökning. Resultatet av undersökningarna har sedan jämförts med litteratur och teoretiska modeller för avgörande faktor i konsumenters köpbeslut. Modellerna som använts för att kartlägga och utvärdera personliga beteende hos konsumenter är stimuli respons modellen och köpbeslutsprocessen.

4.2 Intervjustudie

För den kvalitativa undersökningen av konsumenters uppfattning av valda certifieringar gjordes fyra intervjuer. De fyra respondenterna intervjuades via en digital plattform där 24 frågor ställdes (se bilaga 1). Samma identiska frågor användes till samtliga intervjuer och för att utveckla svaren användes följdfrågor. Intervjun spelades in med godkännande för att därefter transkriberas.

4.3 Enkätstudie: Konsumenters uppfattning och värdering av certifieringar på vegetabiliska livsmedel

Som komplettering till intervjuerna genomfördes en enkätstudie för att få ett bredare underlag för konsumenters uppfattning av certifieringarna. Enkäten skapades i Microsoft Forms med 23 frågor med olika svarsalternativ och struktur (se bilaga 2).

Enkäten publicerades på författarens privata sociala medier och delades spontant vidare av olika personer i deras nätverk.

5. Resultat

I studien har fem certifieringar för vegetabiliska livsmedel undersökts: KRAV, Svenskt Sigill, Europalövet, Fairtrade och Demeter. Deras innebörd och vad som krävs för att uppnå certifieringskraven förklaras under följande rubriker. Certifieringarna som tas upp är vanligt förekommande i svenska livsmedelsbutiker på färsk och fryst frukt, bär och grönsaker samt vegetabiliska livsmedelsprodukter som frukt, grönsaker, mjöl, socker och kaffe. För att bli berättigad att använda sig av KRAV, Svenskt Sigill och Europalövet krävs att odlaren genomgår en revision genom en ackrediterad tredjepartskontroll. Dessa revisioner genomförs av svenska företag; Kiwa certifiering AB, Smak Certifiering AB, HS Certifiering AB, Intertek Certification AB och ControlCert Scandinavia AB (Jordbruksverket, 2025). För Fairtrade och Demeter finns ytterligare regler som ska uppfyllas och dessa har egna kontrollorgan.

5.1 KRAV

KRAV-certifiering är ett svenskt certifieringssystem som gäller för ekologiska livsmedel och produkter. Certifieringen innebär att en produkt har uppfyllt specifika krav som rör ekologisk produktion, hållbarhet, miljöansvar, djurvälstånd samt sociala och etiska aspekter. KRAV är en förkortning för Kontrollsystem för Rättvis, Ansvarsfull och Värdeskapande produktion, och certifieringen administreras av den svenska ideella föreningen KRAV (Krav.se, 2025).

Den ideella föreningen bildades år 1985 av tre män i Sörmland som gick ihop för att sammansluta olika alternativa odlingssätt som var biodynamiskt och naturenligt som var bättre för miljön (ibid). Föreningen är helt politisk och religiöst obunden sedan start. KRAVs regler och utbredning över Sverige har fortsatt etableras. 1995 infördes statligt stöd för ekologisk produktion vilket också ökade intresset för ekologisk produktion (ibid). Via butikskedjan Coop uppmanades kunder att välja ekologiskt då kedjan sedan 1991 erbjöd varumärket Änglamark som var produkter producerade på ekologiskt vis.

En KRAV-certifierad produkt måste ha producerats enligt ekologiska principer. Det innebär att produktionen inte får använda syntetiska bekämpningsmedel eller konstgödsel, och att man prioriterar naturliga odlingsmetoder och resurshushållning. För animaliska produkter ställs också krav på att djuren ska ha tillgång till utrymme, utevistelse och en naturlig kost.

Det finns även restauranger som kan certifiera sig för KRAV. För att uppfylla KRAVs regler måste en revision av ackrediterad svenskt certifieringsorgan utföras. I Kravs utgåva (2024) finns regler och kravprofil för att uppnå KRAVs godkännande och finns tillgänglig på deras hemsida. Reglerna

berör områden inom bland annat gödsel, förökningsmaterial, vattenförsörjning och livsmedelsförädling.

KRAV är idag en ekonomisk förening med registrerat varumärke hos Patent- och registreringsverket.

5.2 Svenskt Sigill

Sigill är en svensk aktör inom kvalitetssäkring och det är ägaren av Sigill som utvecklar flera IP-certifieringar som står för integrerad produktion. Sigill startades 1995 för en mer hållbar och kvalitetssäkrad produktion. Med Svenskt Sigill vill aktören möta efterfrågan av kvalitativa produkter hos både jordbrukare och producenter, som hos konsumenter på ett hållbart sätt. Enligt Nationalencyklopedin (2025) betyder begreppet ”sigill” äkthetsmärkning eller stämpelmärkning av en viss person eller organisation för att säkerställa att något uppfyller kravprofilen, som i detta fall är att något är svenskt producerat.

IP står för integrerad produktion och Sigill är ägare av flera certifieringar inom livsmedel. IP standarden finns för att mat och blommor ska produceras på ett sätt som leder till högre livsmedelsäkerhet, mindre miljöpåverkan, bättre djuromsorg och rättvisa arbetsvillkor (Sigill.se, 2024).

IP Frukt och Grönt är en grundcertifiering som används på frukt och grönsaker. För att producenter ska använda denna certifiering på produkter till konsumenter krävs det att de lever upp till grundkraven och genomgått en revision via ett ackrediterad kontrollorgan (Smak.se, u.å.). Enligt SMAK, som är ett av certifieringsorganen som utför revisioner för Svenskt Sigill, berörs områden för; odlingsplats & biologisk mångfald, spårbarhet och märkning av produkter, skörd och efterhantering av skörd och grundförutsättningar för produktsäkerhet (smak.se, u.å.). I revisionen för godkännande följs en struktur i ett protokoll som finns att tillgå hos Sigills hemsida. Detta protokoll går igenom kraven för bland annat odlingsplatsen, etablering och åtgärder i växande kultur, endast GMO-fria kulturer, och gödselmedel.

5.3 Fairtrade

Fairtrade-certifieringen är en internationell och etisk certifiering som syftar till att säkerställa rättvisa och hållbara handelsvillkor för producenter i utvecklingsländer med hänsyn till ekonomisk hållbarhet. Certifieringssystemet grundades 1997 och har som mål att stärka de mest utsatta grupperna i globala leveranskedjor, särskilt småskaliga jordbrukare och arbetare med utbredd fattigdom (Fairtrade.se, u.å.). Fairtrade-certifiering innebär att en produkt har uppfyllt ett antal krav för både sociala och miljömässiga aspekter.

Certifieringen bygger på en rad principer, där de mest centrala är rättvisa arbetsvillkor, jämlikhet, och hållbar utveckling. För att godkännas för Fairtrade-

certifiering måste producenter följa specifika krav rörande arbetsförhållanden, inklusive rätt till facklig organisering och en säker arbetsmiljö. Vidare måste de garantera att minimilönerna inte understiger de nivåer som anses vara rättvisa för lokalsamhället, samt att inga barn- eller tvångsarbetsförhållanden förekommer.

Den miljömässiga hållbarheten är också en central del av certifieringen. För att uppnå Fairtrades krav måste producenter följa riktlinjer för att minimera sin miljöpåverkan. Detta inkluderar regler för användning av kemikalier, hantering av avfall och bevarande av biodiversitet. Certifieringen främjar också metoder som stödjer långsiktig jordbruksproduktion, exempelvis genom att uppmuntra till ekologiska metoder och minskad användning av fossila bränslen.

Inom Fairtrade har odlarna 50 % av rösterna för beslut som gör att odlarna själva kan påverka vid beslut om produktionen och 50 % utgörs av Fairtrade organisationen (Fairtrade, u.å).

En av de viktigaste effekterna av Fairtrade-certifieringen är att den skapar en transparent och hållbar marknad för produkter som kaffe, te, socker, kakao, vin och bananer. Genom certifieringen erbjuds konsumenterna ett etiskt alternativ där de kan göra informerade val som stöder producenternas rättvisa behandling och sociala välfärd. För producenterna innebär certifieringen inte bara ekonomiska fördelar, utan också en starkt förhandlingsposition på marknaden. Fairtrade Sverige jobbar för att sprida information om Fairtrade och deras arbete genom informationskampanjer och frivilliga ambassadörer. Fairtrade.se uppger att de är den enda certifieringen som arbetar med att uppnå FN:s mål i agenda 2030 om att bekämpa fattigdom.

Kaffe är den vara som först certifierades under 1980-talet och utbudet har idag växt till 2600 Fairtrade-märkta produkter (Fairtrade.se u.å).

För att en produkt ska bli certifierad för Fairtrade märkningen är det Florcert som agerar som tredjepartsgranskning (ibid). Kontrollorganet bildades av Fairtrade International och följer Swedacs certifieringsstandard och är den som kontrollerar import och export för att upprätthålla en säker spårbarhet.

5.4 Europalövet

Europalövet är Europas certifiering för ekologiska produkter. Med Europalövets märkning uppfyller produkten kraven som ställs av Europakommissionen där produkterna ska innehålla minst 95 % ekologisk odlad och 5 % får uppfylla andra strikta villkor (Europeiska kommissionen, u.å). Samma ingrediens i en Europalövet-märkt vara, som jordgubbssylt eller olivolja, får inte förekomma som både ekologisk och icke ekologisk. Europalövet finns för att stärka konsumenters förtroende och tillgång till ekologisk mat och återfinns på produkter odlade både inom Europeiska Unionen, EU, och utanför EU. Importen av produkter kan uppfylla EU:s krav för ekologiskt och kan godkännas för användningen av Europalövet på sina produkter. I Europaparlamentets förordning

2018/848 finns fastställda principer och regler för ekologisk produktion. I förordningens kapitel 2; artikel 4 förklaras målen för den ekologiska odlingen som bland annat innefattar; skydda miljö och klimat, bevara markens bördighet, bidra till en giftfri miljö, respektera djurs beteendemässiga behov, bidra till en hög biologisk mångfald och främja utvecklingen av ekologisk växtförädling för ekonomiska utsikter (ibid).

Inom ekologisk produktion godkänd enligt EU:s krav får inga genmodifierade organismer, GMO, förekomma, ingen onödig antibiotika till djur och inga skadliga bekämpningsmedel användas samt att det är av stor vikt att grödorna roteras i odlingen (Europaparlamentet, 2024). Reglerna för den europeiska standarden gäller inom hela EU. Sedan 2018 förtydligas det i regelverket att man vill göra det enklare för mindre producenter att bli godkända för certifieringen (ibid). Den som odlar ekologiskt i Sverige kan få ersättning genom att ansöka på Jordbruksverkets hemsida vilket är ett ekonomiskt incitament för att främja ekologisk produktion. Hur mycket ersättning en odlare får beror på vad man odlar och på hur mycket mark. Krav på minst 4 hektar mark måste uppnås.

Europalövet är vanligt förekommande på ekologiska produkter i Sverige. För att producenter ska få märka sina produkter med Europalövet ska de genomgå en revision via ackrediterat kontrollorgan i Sverige som godkänner ekologisk produktion (Livsmedelsverket, 2025).

5.5 Demeter

Demeter är en internationell certifiering för biodynamisk odling som finns över hela världen. Biodynamisk odling är ett ekologiskt jordbrukssystem med ett holistiskt perspektiv och är det äldsta officiella odlingssystemet för ekologisk odling. Systemet grundades av filosofen och naturvetaren Rudolf Steiner 1924 i Polen efter att han presenterat åtta föreläsningar till odlare som var berörda av negativa effekter i jorden efter intensifieringen av kväve som gödselmedel (Besky, 2024). De åtta föreläsningarna var starten på Demeter som kom att utvecklas efter detta. Steiner var övertygad om att jordbruket skulle ses som en egen hel organism där ett kretslopp inom gården praktiserades och att det skulle tillföras mer i jorden än det skulle tas ut, alltså skörden (ibid). 1928 skapades varumärket Demeter och där började regelverket för certifieringen att ta form (Biodynamic federation Demeter, u.å). I takt med att Demeter under 1900-talet växte, registrerades 1997 självständiga föreningar i olika medlemsländer runt om i världen (ibid). Namnet Demeter kommer från den grekiska religionen där Demeter var åkerns och sädens gudinna (Nationalencyklopedin, 2025).

Biodynamic Federation Demeter International är en paraplyorganisation vilket betyder att under denna finns alla biodynamiska organisationer och Demeter förbund (Simpfendorfer & Fischer, 2022). Idag finns Demeter i 63 olika länder och i 36 av dessa länder har odlare sammanförts i biodynamiska föreningar

(Demeter.se). Sammanlagt finns det år 2021 över 7000 biodynamiska odlare världen över och utgör enligt Demeter.net med statistik från 2024, att den totala Demeter-certifierade markytan ökat med 57 % sedan 2003 (ibid). Enligt statistik som Biodynamic Federation Demeter International för har den totala Demeter-certifierade ytan ökat från nästan 97'000 hektar år 2000 till över 220'000 hektar år 2020 vilket visar på ett stadigt växande inom Demeter organisationen (ibid). Enligt samma källa år 2021 är länderna med störst Demeter certifierade arealer inom Europa där Tyskland är ledande följt av Frankrike och Italien. Utanför Europa är Indien, Australien och USA de länder där Demeter certifieringen har höga siffror (ibid).

Inom Demeter är idén att det är jorden som ska gödslas och inte grödorna direkt för att bibehålla jorden så fertil och välmående som möjligt. Det används speciella preparat för att uppnå de speciella effekterna inom den biodynamiska odlingen. Sex av de biodynamiska preparaten som används är komposterade medicinalväxter från rölleka, maskros, kamomill, nässlor, ekbark och valeriana (vänderot) (Demeter.se, u.å). Utöver medicinalväxterna används andra preparat som bereds på gården och benämns humuspreparat nr 500 och kiselpreparat nr 501 (ibid). Humuspreparatet är kogödsel som förbereds i ett kohorn och ska hållas fuktiga och sprutas på jorden för att tillföra näring till jorden (ibid). Kiselpreparatet består av mald kvarts eller bergkristall som även detta ska genomgå preparation i kohorn (ibid). Kiselpreparatet nr 501 sprutas ut och används i växtens andra utvecklingsfas när den ska bära frukt (ibid). Det finns ett regelverk att tillgå om exakta mått och hur den biodynamiska processen för svensk Demetercertifiering ska gå till i Sverige på Svenska Demeter förbundets hemsida.

I Sverige finns 17 certifierade Demeter odlare (Demeter, 2025). Demeter certifieringen skiljer sig från den övriga certifieringarna som tas upp i detta arbete. Gården måste vara certifierad för ekologisk odling via ett svenskt ackrediterat kontrollorgan och uppfyller EU:s förordning 2018/848 om ekologisk odling (Svenska Demeter Förbundet, 2024). Därefter är det Demeters självständiga kontrollorganisation som godkänner odlingen. För en gård som odlar konventionellt är det en process som tar minst två år att lägga om till biodynamisk odling och för en redan ekologisk gård tar det minst ett år (Svenska Demeterförbundet, 2025). Det är därför vanligt att hitta både Europalövet och Demetercertifieringen på samma produkt.

5.6 Sammanfattning certifieringar

I nedanstående tabell sammanställs vad de olika certifieringarna har för kravprofil.

	KRAV	Svensk sigill	Europalövet	Fairtrade	Demeter
Ekologiskt producerat	X		X		X
Hållbar utveckling	X	X	X	X	X
Biologisk mångfald	X	X	X	X	X
Internationell standard			X	X	X
Nationell revisionsstandard	X	X			
Kontroll ur eget kontrollorgan				X	X
Nationellt kontrollorgan ackrediterade av Swedac	X	X	X		
Bra arbetsförhållande	X	X		X	
Bekämpa fattigdom				X	

Tabell 1. Certifieringarnas innehåll.

5.7 Kvalitativ undersökning via intervju

Fyra intervjupersoner med olika bakgrund, ålder och utbildningsnivå valdes ur befintligt nätverk. En kvinna, 50 år med yrkesutbildning och en kvinna, 37 år, med akademisk utbildning. En man 20 år med gymnasial utbildning och en man 40 år med yrkesutbildning.

Intervjun skulle undersöka konsumenters uppfattning kring hur dessa fyra personer uppfattade värdet och användandet av certifieringar. Intervjuerna varade mellan 20 och 40 minuter.

I 3 av 4 fall uppgav respondenterna att de inte kände till alla certifieringar. Än mindre kände de till vad certifieringarna faktiskt innebar.

	KRAV	Svenskt sigill	Europalövet	Fairtrade	Demeter
Person 1	✓			✓	
Person 2	✓	✓	✓	✓	✓
Person 3	✓	✓		✓	
Person 4	✓	✓	✓	✓	

Tabell 2. Konsumenternas kännedom av certifieringen.

Krav och Fairtrade var de certifieringar som samtliga kände till. Respondenterna kunde även förklara i korthet vad de innebar. Endast en kände till innebörden av Demeter och hälften hade inte noterat Europalövet även om de angav att de kunde köpa ekologiskt ibland.

Vid frågan om vad som var viktigt när de köpte vegetabiliska varor var färskhet och utseende särskilt viktigt. Samtliga respondenter uppgav att pris var viktigt men att de också skulle smaka bra. 3 av 4 uppgav att de gärna väljer svenskt i största utsträckning och att de sällan noterar certifieringar på frukt och grönt förutom KRAV i sällsynta fall. I samma 3 av 4 fall kom besprutning på tal och att de trodde på att svensk producerat (konventionellt) var mindre besprutat än importerat. Det nämndes av en person att *”om de ser för bra ut är de nog besprutade. Jag tar inte de som är snyggast. De får gärna se lite konstiga ut, då är de nog mindre besprutade”*. Personen hade som uppfattning när en frukt eller grönsak ser perfekt ut så är den besprutad.

Samtliga personer hade uppfattningen om att certifierade produkter genomgår någon slags kontroll men inte hur det går till. Priset var en stor avgörande faktor för alla fyra respondenter. De uppgav att de ibland kunde betala mer för ekologiskt men bara 2 av 4 letade speciellt efter ekologisk i de flesta inköp. En följdfråga ställdes till samtliga om varför de trodde att certifierade produkter oftast var dyrare än icke certifierade och då var svaret att *”det är en kostnad för odlaren”*.

Vid frågan vad certifieringen har för betydelse för personen blev ett svar *”det betyder att det skapar merkostnad och så finns det en VD som kör en riktigt tjuvig bil”* vilket antydde på att certifierat endast är en kostnad för konsumenten.

Samma person som fick frågan om Fairtrade och om den var betydelsefull svarade att *”De försöker få utsatta länder att ha det lite bättre, lite bättre betalt med arbetstider och sånt. Det ska inte vara lika brutalt, men sen vet man ju inte hur sanningen är”*.

En annan person svarade för förtroendet hos Fairtrade *”jag har ändå relativt stort förtroende för Fairtrade, men samtidigt har man ju hört mer än en gång att Fairtrade gårdar inte har varit sådär jättefair”*.

Bananer och kaffe var särskilt utmärkande då de nämndes själva av respondenterna och att certifieringar var starkt kopplat till dessa varor, speciellt Fairtrade och KRAV. *”De ska vara ekologiska, för annars är de ganska hårt besprutade”* var en kommentar till att särskilt bananer skulle vara certifierade.

I frågan om svenska äpplen och jordgubbar var de tydligt att de skulle vara svenska. Svaret på varför det var så var att de smakade bättre och är anpassade för att odlas i ett svenskt klimat. Svaret på vikten av tomaters ursprung var olika. Priset var definitivt avgörande men det var acceptabelt att de kom från Spanien om de var billigast, men det var också mycket viktigt att de såg goda ut.

Intervjupersoner ombads att rangordna förtroendet de hade för de enskilda certifieringarna och i samtliga fall hade KRAV störst förtroende följt av Fairtrade och Svenskt Sigill. Demeter och Europalövet hade inte samma höga förtroende.

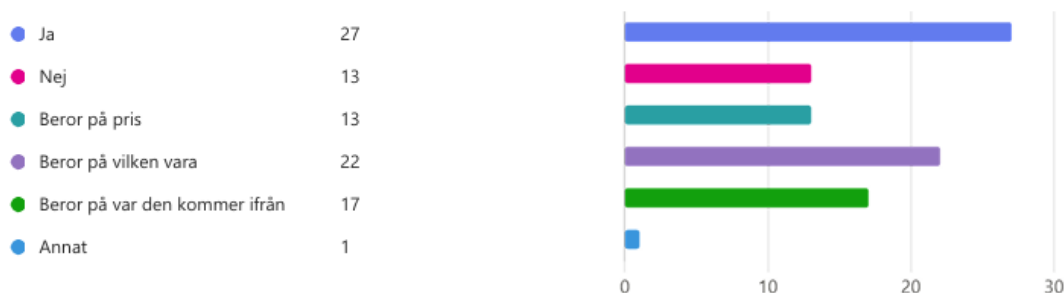
De var tydligt hos samtliga att de var införstådda med att certifieringarna finns till för att skapa en bättre miljö och mer hållbar produktion men att de inte alltid var villiga att betala priset det kostade för att bidra personligen.

5.8 Enkätstudie

I enkätundersökningen som skickades ut och delades online med hjälp av bekanta svarade totalt 93 personer, 20 män och 73 kvinnor. Största andelen som svarade var mellan 36–50 år och utgjorde 35 % av deltagandet. Sedan var det 31 % som var mellan 51–65 år, 22 % var mellan 20–35 år och 12 % var 66 år och över. Majoriteten som svarade hade en akademisk bakgrund, 58 %.

Vid frågan om vad som var viktigt vid val av livsmedel från växtriket fick respondenterna svara fritt och svaren blev mindre besprutat och giftfritt, gärna svenskt och lokalt, men också att färskhet och smak var viktigt. Några svarade att priset tyvärr var avgörande.

Vid frågan ”Är det viktigt att en produkt har en märkning eller certifiering?” Blev utfallet att majoriteten tyckte att det var viktigt.



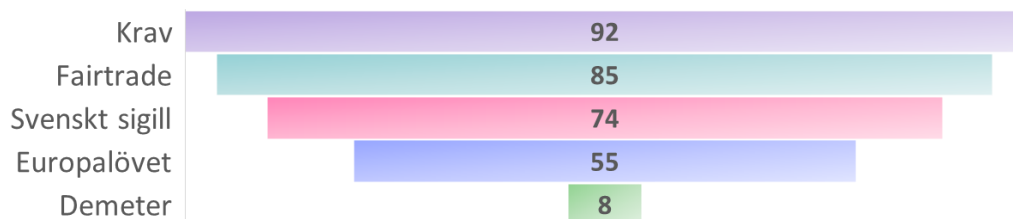
Figur 3. ”Är det viktigt att en produkt har en märkning eller certifiering?”

På följdfrågan varför de tyckte att det var viktigt svarade 53 personer med individuella svar. Flertalet av svaren handlade om att svenskt kändes bra, certifieringar var viktigare på importerade varor, att arbetsvillkoren ska vara bra i synnerhet när det handlar om kaffe, bananer och kakao. Det var viktigt med ursprung och hållbarhet för miljön samt att produkterna innehåller mindre bekämpningsmedel när de har en certifiering.

16 av de 93 respondenterna kommenterade på varför det *inte* var så viktigt. De svaren var att man inte litar på certifieringar, att det kunde fuskas till en certifiering och att det enda som betydde något var att det var ifrån Sverige.

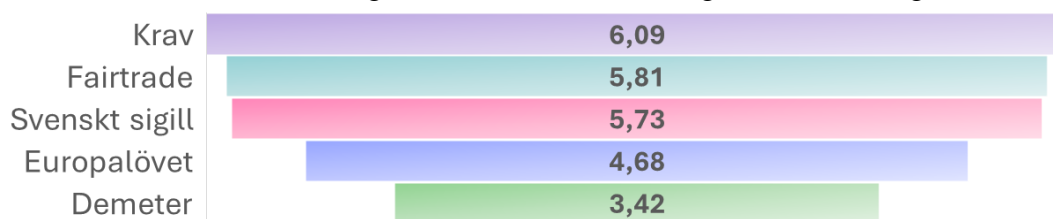
”Men ska man bara gå efter certifieringar faller många odlare mellan stolarna som ändå odlar på ett etiskt och hållbart sätt”. Det svarades också att man gärna litar på stora butikskedjor och deras kvalitetssäkring samt att gårdsförsäljning är bra. Produkter från gårdsförsäljning är dock sällan certifierade även om odling sker under bra villkor och efter ekologiska principer.

Respondenterna fick se bild av certifieringarna och bocka i vilka av dem som kändes igen (se figur 3). KRAV-märkningen är den märkning som flest känner till och Demeter-märkningen är den som respondenterna känner minst till.



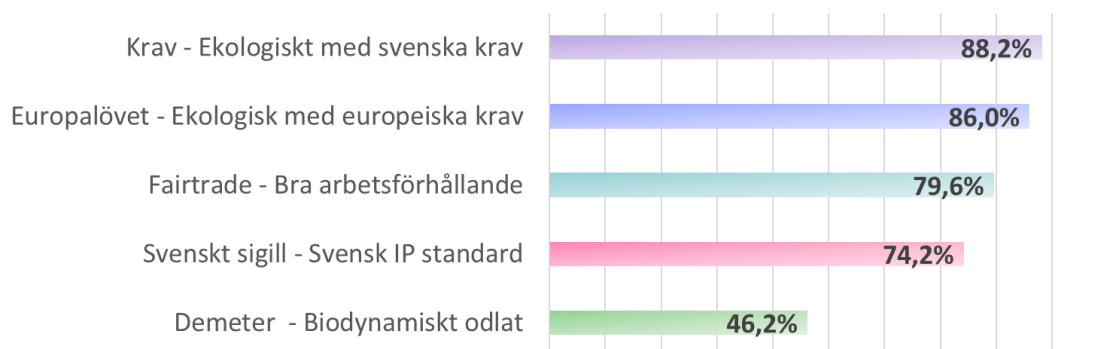
Figur 4. Kännetom om certifieringarna.

Vid frågan om förtroende för märkningarna fick respondenterna svara på en skala 1–8 där KRAV fick högsta förtroendevärde. (Frågan var inte obligatorisk).



Figur 5. Certifieringarnas förtroende.

I en fråga ombads respondenterna att para ihop en förklaring som passade in med vilken certifiering vilket resulterade i att KRAV var den som var lättast att identifiera.

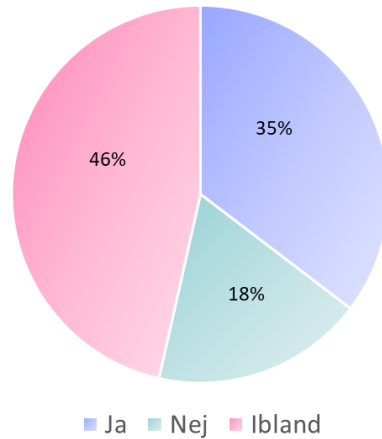


Figur 6. Certifiering och förklaring.

Vid frågan om vilken certifiering som ansågs vara viktigast på vegetabiliska varor var Fairtrade den som fick högst svar, följt av KRAV, Svenskt Sigill, Europalövet och sist Demeter.

Vid frågan om hur mycket certifieringarna uppmärksammas vid produktköp så svarade nästan hälften ibland. Medan mer än en tredjedel tittar aktivt efter dessa certifieringar.

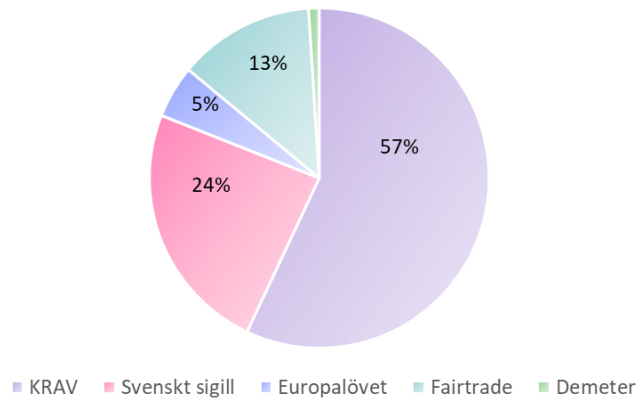
Är märkningarna/certifieringarna som nämnts något du tittar efter i valet av produkt?



Figur 7. Är certifieringarna som nämnts något du tittar efter i valet av produkt?

Det vanligast förekommande certifieringen som respondenterna hade på sina inköp var tydligt KRAV följt av Svenskt Sigill.

Vanligast förekommande certifiering på inköpen



Figur 8. Vanligast förekommande certifiering på inköp.

Eftersom priset var en uppenbar avgörare i valet av produkt efterfrågades *när* en vara med certifiering börjar bli för dyr. Smärtgränsen för att betala mer för en certifierad vara låg på +25% och +15%.

39% respektive 29% av respondenterna uppgav att det börjar bli för dyrt om det överstiger +25%. Endast 26 % av respondenterna uppgav att de var villiga att betala mer än +50 % extra för en certifierad produkt.

I de sista frågorna svarade 82 % att de inte tyckte sig veta tillräckligt om certifieringarnas innebörd. 70 % svarade att de tyckte att det finns för många märkningar och certifieringar idag.

På frågan om certifieringars innebörd och dess betydelse för konsument blev svaret endast 4 % Ja, men 43 % svarade att de oftast var tydliga.

Slutligen fick respondenterna rangordna de fem certifieringarna efter hur viktiga de tyckte att de var. KRAV värderades högst av 64% av respondenterna och Demeter värderades lägst med 82 %.

Fairtrade och Svenskt Sigill värderades snarlikt och Europalövet hamnade näst sist av majoriteten.

Som avslut efterfrågades en uppskattning kring hur mycket mer konsumenter kommer vara uppmärksam på certifieringar efter denna enkät och majoriteten uppgav att de troligen kommer att vara mer uppmärksamma på märkningar än tidigare.

6. Diskussion

Denna undersökning belyser certifieringars betydelse för konsumenters val av vegetabiliska livsmedel i Sverige och hur dessa märkningar påverkar köpbeteenden. Resultatet visar att certifieringar spelar en roll i konsumentens beslutsfattande, men att det fortfarande finns en bristande kunskap hos konsumenter för deras innebörd och kravprofil. Information om certifieringar är lättillgängliga för konsumenter, men om konsumenter inte självmant tar reda på vad de olika certifieringarna betyder är det svårt för konsumenterna att veta vad de enskilda certifieringarna innebär.

KRAV är den certifiering som i undersökningen har högst förtroende och en hög andel respondenter vet vad den innebär. Svensk Sigill är den certifiering som låg i medel av igenkänning hos antalet respondenter. Demeter är den certifiering som hade lägst igenkänningsgrad i detta resultat. Detta indikerar att vissa certifieringar har starkare stimuli än andra, troligtvis på grund av mer omfattande marknadsföring och konsumentupplysning.

Stimulus-respons-modellen utgår från att externa faktorer (stimuli) påverkar en individs beteende (Berggård, 2021). Certifieringar fungerar som ett stimuli men det är trots allt den ”svarta lådan” som avgör i köpbeslutet. Undersökningen visar att en del av konsumenterna känner att närodlat och obesprutat är något som finns i den ”svarta lådan” som en personlig känsla som styr köpvalen.

Undersökningens resultat visar att majoriteten av respondenterna är medvetna om att certifieringar existerar, men har en begränsad kunskap om deras innebörd. Detta innebär att även om stimuli i form av certifieringar finns tillgängliga, påverkas responsen (köpbeslutet) av konsumentens förmåga att tolka och förstå certifieringars betydelse.

Exempelvis svarade respondenterna i en öppen fråga att det var viktigt för den svenska marknaden att välja svenskt men också att man hade en uppfattning om att ekologiskt var viktigt. I den ”svarta lådan” kan alltså förkunskaper inom livsmedel, så som besprutade bananer vara en avgörande faktor.

I en globaliserad livsmedelsmarknad där konsumenter utsätts för en mängd stimuli i form av marknadsföring, produktförpackningar och certifieringar, spelar förståelsen av hur konsumenter reagerar på dessa stimuli en central roll (Berggård, 2021). I undersökningen framkom att många konsumenter är osäkra på certifieringarnas innebörd per definition och att dessa skulle behövas tydliggöras.

Även om certifieringar syftar till att skapa transparens, säkerhet och vägledning, kan deras antal och komplexitet leda till förvirring snarare än klargörande. Detta framkom enligt undersökningen i frågan om man ansåg sig veta tillräckligt om certifieringar, där 82 % svarade nej.

Tidigare forskning av Andersson & Gullstrand, 2009, har pekat på att ett stort antal märkningar kan resultera i informationsöverbelastning, vilket stöds av denna studies resultat.

Det finns ett missnöje hos en del av konsumenterna som har uppfattningen att det inte går att lita på certifieringar och i några fall finns det en tro om att det går att fuskas till ett godkännande. Denna uppfattning skulle kunna ha uppstått genom faktorer såsom erfarenhet av händelser, nyheter och karaktärsdrag som konsumenter har med i sin ”svarta låda” och genom eventuellt yttre stimuli från samhället.

Denna undersökning har tydligt påvisat att kontroller utförs via ackrediterade kontrollorgan där protokoll ska föras. Trots detta finns det en misstänksamhet hos några konsumenter.

Många konsumenter har i undersökningen nämnt att ekologiskt är något som de gärna köper men att dessa certifieringar inte alltid förekommer på frukt och grönsaker. Europalövet är en europeisk standard för ekologisk odlade livsmedel men symbolen verkar inte vara lika uppmärksammas som KRAV av dessa respondenter. Det kan vara så att Europalövet ännu inte är lika inarbetad och marknadsförd som KRAV certifieringen.

Många respondenter tog upp bananer, kakao och kaffe som produkter där certifieringar är särskilt viktiga. Detta resultat är i linje med förväntningarna då dessa produkter ofta importerar från utvecklingsländer och man har en vetskap om att arbetsförhållanden bör hålla en högre rättvis standard som Fairtrade står för. I både intervjuer och enkätstudie nämndes besprutning av bananer av flertalet respondenter och många verkade informerade om att icke-ekologiska och icke-certifierade bananer skulle vara mer besprutade. För produkter som kan produceras i Sverige, exempelvis jordgubbar och äpplen, svarade respondenterna ganska överens om att de skulle vara svenska.

Vidare visar resultaten från enkäten att konsumenter kopplar certifieringar till vissa produktkategorier, såsom bananer och kaffe, där Fairtrade är särskilt framträdande. Detta kan förklaras av att konsumenter i större utsträckning är medvetna om de sociala och etiska aspekterna inom dessa produktkategorier, vilket visar på en inlärd respons kopplad till stimuli.

Certifieringar fungerar som en viktig faktor i köpbeslutsprocessen. När konsumenter har upptäckt behovet av ett inköp kan de påverkas om de exponeras för reklam eller annan marknadsföring (Ekström et al, 2017). Här kan certifieringar spela en stor roll om informationen av en certifierad vara kan nå ut till kund, exempelvis vara utpekad som bra val. När konsumenten ska utvärdera alternativ skulle certifieringar kunna spela en stor roll om konsumenten är medveten om vad den innebär. När köpet är genomfört kan konsumenter reflektera över om köpet kändes bra, vilket det kan göra om konsumenten är en sådan som värdesätter certifieringar och särskilt om det var till ett bra pris.

Priset var en avgörande faktor hos många respondenter i undersökningen vilket är ett viktigt stimuli för vad köpet resulterar i. Samtidigt verkar det finnas en underliggande välvilja till att göra inköp som stödjer många konsumenters strävan om säkra livsmedel och som producerats hållbart. Det är alltså svårt att tillfredsställa alla konsumenter beroende på innehållet i sin ”svarta låda” men även att certifieringarna måste bli tydligare för att konsumenter ska veta innebörden och välja dem i sina köp. Betydelsen för certifieringarna hos konsumenterna är efter denna undersökning att de är viktiga och att innebörden av certifieringarna är relevanta för hållbar utveckling.

7. Slutsats

Syftet med arbetet var att undersöka innebörden av fem vanliga certifieringar, vilken kravställning de har, hur konsumenter uppfattar dessa certifieringar, samt vilken betydelse certifieringarna har i konsumenternas val av vegetabiliska livsmedel.

De fem valda certifieringarna har gemensamt att de arbetar för en hållbar utveckling och att gynna biologisk mångfald men kravställningen och inriktningarna för de olika certifieringarna ser olika ut. Samtliga certifieringar ska genomgå revision via ackrediterad kontrollorgan. Svenskt Sigill, KRAV och Europalövet godkänns via svenska kontrollorgan medan Demeter och Fairtrade har ytterligare revisioner via anpassat kontrollorgan.

Alla certifieringar i undersökningen är relevanta för dessa respondenter men Demeter utmärker sig genom låg igenkänning.

Konsumenterna som har deltagit i denna undersökning uppfattar en diskrepans mellan certifieringarnas faktiska innebörd och betydelsen av de certifierade produkterna i köpbeslutet. Det är svårt som konsument att göra köpbeslut som man önskar utifrån den ”svarta lådan”, som att välja certifierat. Priset blir ofta avgörande även om smärtgränsen för högre pris på certifierade produkter är olika.

Konsumenterna i undersökningen är överens om att certifieringarna har betydelse i inköpsvalet men att mer information skulle behövas om de redan befintliga certifieringarnas innebörd och att fler certifieringar skulle skapa mer otydlighet.

För vidare forskning inom området vore det relevant att undersöka hur tillvägagångssätt och teknologi kan användas för att göra certifieringsinformation mer tillgängligt och tydligt för konsumenter vid köptillfället.

Referenser

- Andersson A, Gullstrand J. (2009). *Certifiering, konkurrens och handel*. ISSN-nr 1652-8069. Konkurrensverket, Stockholm.
- Berggård J. (2021). *Företagsekonomi – från begrepp till beslut*. Sanoma utbildning AB. ISBN 978-91-523-6234-1
- Besky, S. (2024). *Regeneration and its discontents: biodynamic agriculture and Darjeeling tea plantations*. *Social & Cultural Geography*, 1–20.
<https://doi.org/10.1080/14649365.2024.2441767>
- Biodynamic federation Demeter. (u.å). *Demeter.net*. <https://demeter.net/about/history/> [2025-02-21]
- Demeter.net. (2023). *Facts on Biodynamic Agriculture*.
https://demeter.net/wp-content/uploads/2024/05/EN_Booklet_BD.pdf [2025-02-22]
- Ekologiska Lantbrukarna, KRAV& Organic Sweden. Ekolantbruk.se. (2024). *Svenskt ekoindex kvartal 2/2024*.
<file:///C:/Users/natal/Downloads/Svenskt%20ekoindex%20kvartal%202%202024.pdf> [2025-03-04]
- Ekström K. M., Ottosson M., Parment A. (2017). *Konsumentbeteende: Klassiska och samtida perspektiv*. Studentlitteratur AB, Lund.
- Europaparlamentet. (2024). *Ekologiska livsmedel i EU: fakta och regler*.
https://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/2018/4/story/20180404STO00909/20180404STO00909_sv.pdf [2025-03-05]
- Europeiska unionen. (2024). Europaparlamentets och rådets förordning. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:02018R0848-20241201&qid=1739783835717> [2025-03-03]
- Europeiska kommissionen. (u.å). *Varför har EU ett ekomärke?*
https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_sv [2025-03-04]
- Fairtrade.se (u.å). *Det här är Fairtrade*. <https://fairtrade.se/om-fairtrade/det-har-ar-fairtrade/internationell-certifiering/> [2025-03-03]
- Fairtrade.se (u.å) *Fairtrade International*. <https://fairtrade.se/om-fairtrade/organisation/fairtrade-internationellt/> [2025-03-03]
- Fogelfors, H. (2015). *VÅR MAT odling av åker- och trädgårdsgrödor*. Lund: Studentlitteratur.
- KRAV.se (2024). *Kravs regler utgåva 2024-2025*. Krav.se
[file:///C:/Users/natal/Downloads/KRAV%20regler%202024-2025%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/natal/Downloads/KRAV%20regler%202024-2025%20(2).pdf) [2025-03-03]
- Krav.se. (2025-02-26). *En märkning som består - sedan 1985*. <https://www.krav.se/om-oss/historia/> [2025-03-02]

- KRAV. (2020). *KRAV-märkningen*.
<https://www.krav.se> [2025-02-13]
- Jordbruksverket. (2024). *Ekologisk produktion*. <https://jordbruksverket.se/jordbruket-miljon-och-klimatet/ekologisk-produktion> [2025-03-04]
- Jordbruksverket.se. (2022). *Märkning i butik*. <https://jordbruksverket.se/mat-och-drycker/hallbar-produktion-och-konsumtion-av-mat/markning-i-butik>
- Jordbruksverket. (2025). *Regler och certifiering för ekologisk produktion*.
<https://jordbruksverket.se/stod/jordbruk-tradgard-och-rennaring/jordbruksmark/ekologisk-produktion/regler-och-certifiering-for-ekologisk-produktion> [2025-03-03]
- Livsmedelsverket. (2024). *Information, märkning och påståenden*.
https://www.livsmedelsverket.se/foretagande-regler-kontroll/regler-for-livsmedelsforetag/information-markning-och-pastaenden#M%C3%A4rkingen_f%C3%A5r_inte_vilseleda [2025-02-25]
- Livsmedelsverket. (2025). *Kontrollorgan för ekologisk produktion och ekologiska livsmedel*. https://www.livsmedelsverket.se/foretagande-regler-kontroll/sa-kontrolleras-ditt-foretag/nkp-webben/myndigheter-kontrollorgan-och-laboratorier3/kontrollorgan#Tillsyn_av_kontrollorganen [2025-02-05]
- Meuwissen, M.P.M.; Velthuis, A.G.J.; Hogeveen, H och Huirne, R.B.M. (2003). *Technical and economic considerations about traceability and certification in livestock production chains*. s. 41-54 i Velthuis, A.G.J.; Unnevehr, L.J.; Hogeveen, H, och Huirne, R.B. (red.), *New approaches to food safety economics*, Kluwer Academic Publishers: Wageningen
- Murphy, B., Martini, M., Fedi, A., Loera, B.L., Elliott, C.T. and Dean, M. (2022). *Consumer trust in organic food and organic certifications in four European countries*. *Food Control*, 133, p.108484. Available at:
<https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2021.108484> [2025-03-08]
- National Encyklopedin. 2025. *Sigill*.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/sigill> [2025-02-24]
- Nationalencyklopedin. (2025). *Demeter*. National encyklopedin AB.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/demeter> [2025-02-31]
- Patent och registreringsverket. (2024). *Certifieringar*. <https://www.prv.se/sv/kunskap-och-stod/vanliga-ord-och-begrepp/certifiering/> [2025-02-25]
- Svenska Demeter förbundet. (2025). *Certifieringar*.
<https://www.demeter.se/index.php?id=3> [2025-02-21]
- Svenska Demeter förbundet. (2024). *Regler för Biodynamisk växtodling och djurhållning*.
Demeter.se
[file:///C:/Users/natal/Downloads/Demeterregler%20f%C3%B6r%20Biodynamisk%20v%C3%A4xtodling%20och%20djurh%C3%A5llning%202024%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/natal/Downloads/Demeterregler%20f%C3%B6r%20Biodynamisk%20v%C3%A4xtodling%20och%20djurh%C3%A5llning%202024%20(1).pdf)
[2025-02-21]

- Svenska Demeterförbundet. (2025). *Odlare*. <https://www.demeter.se/index.php?id=12> [2025-02-21]
- Simpfendorfer C. & Fischer S. (2022). *Statistics of the Biodynamic Federation Demeter International*: Willer H., Trávníček J., Meier C. & Schlatter B (red). *The World of Organic Agriculture- Statistics and Emerging Trends 2022*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. <https://orgprints.org/id/eprint/42971/1/willer-etal-2022-world-of-organic.pdf#page=135> [2025-02-18]
- Swedac.se (2025). *Livsmedel och foder, Certifiering*. <https://www.swedac.se/amnesomraden/livsmedel-och-foder-certifiering/> [2025-02-25]
- Sigill.se. (2024). *Sigill – ledande inom kvalitetssäkring för det gröna näringslivet*. <https://www.sigill.se/om-sigill> [2025-02-26]
- Sigill Kvalitetsystem AB. (2023). *IP frukt & grönt grundcertifiering*. <https://cdn.sanity.io/files/skge670h/production/3f88ec3f81b8e0f89ff1e00265c256e3c253f431.pdf> [2025-02-26]
- Smak.se. (u.å). *IP Frukt och Grönt — kvalitetssäkra era produkter med IP-certifiering*. <https://smak.se/ip-frukt-och-gront/> [2025-02-26]
- Sigill.se (2023). Märkningsregler. <https://www.sigill.se/media/v1jjm5es/markningsregler-2023.pdf>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The Agenda for sustainable development*. <https://sdgs.un.org/sites/default/files/publications/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> [2025-3-04]
- WCED. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.

Bilder.

- Demter.se (2024). <https://demeter.net/> [2025-02-03]
- Europeiska kommissionen. (2024). https://agriculture.ec.europa.eu/farming/organic-farming/organic-logo_sv [2025-03-07]
- Fairtrade Sverige. (2024). <https://fairtrade.se/foretag/resurser-for-foretag/ladda-ned-fairtrade-marken/> [2025-02-03]
- Krav.se (2025). <https://www.krav.se/foretag/marknadsforing/ladda-ner-kravs-logotyper/> [2025-02-03]
- Sigill.se (u.å). <https://www.sigill.se/om-sigill/vara-markningar> [2025-02-03]

Bilaga 1

Intervjuunderlag

1. Brukar du göra inköp av livsmedel till hushållet?
2. Vad är viktigt för dig när du gör dina produktval i affären?
3. A) Känner du igen den här märkningen?
B) Vad tror du märkningen innebär?
C) Vad har den för betydelse för dig?



4. A) Känner du igen den här märkningen?
B) Vad tror du märkningen innebär?
C) Vad har den för betydelse för dig?



5. A) Känner du igen den här märkningen?
B) Vad tror du märkningen innebär?
C) Vad har den för betydelse för dig?



6. A) Känner du igen den här märkningen?
B) Vad tror du märkningen innebär?
C) Vad har den för betydelse för dig?



7. A) Känner du igen den här märkningen?
B) Vad tror du märkningen innebär?
C) Vad har den för betydelse för dig?



8. När köpte du senast ett KRAV-märkt livsmedel? Vad fick dig att välja den?
9. När köpte du senast en Fairtrade produkt? Vad fick dig att välja den?
10. Finns det något du värderar högre än att livsmedel har en märkning?

11. Rangordna märkningarna hur du värdesätter dem.
 - A) Europa-lövet
 - B) Svenskt Sigill
 - C) KRAV
 - D) Fairtrade
 - E) Demeter
12. Rangordna ditt förtroende för märkningarna.
 - A) Europa-lövet
 - B) Svenskt Sigill
 - C) KRAV
 - D) Fairtrade
 - E) Demeter
13. Väljer du hellre ekologiskt märkt från annat land (KRAV och Europalövet) än konventionellt producerat i Sverige (Från Sverige)?
14. Hur resonerar du kring pris vid val av produkt?
15. Vad är viktigt när du köper äpplen?
16. Äpplen finns att välja mellan med olika märkningar. Vilket väljer du?
 - A) Äpple från Polen märkt med Europalövet
 - B) Svenska äpplen
 - C) KRAV-märkt äpplen från Italien
 - D) Billigast avgör
17. Vad är viktigt när du köper bananer?
18. Vilken banan väljer du?
 - A) Ekologiska KRAV-märkta bananer från Ecuador
 - B) Fairtrade & Europalövet märkta bananer från Dominikanska republiken
 - C) Bananer utan ovannämnda märkningar från Costa Rica
 - D) Billigast avgör
19. Vad är viktigt när du köper jordgubbar?
20. Vilka jordgubbar väljer du?
 - A) Färska jordgubbar från Italien 35 kr/250 g
 - B) Färska KRAV-märka jordgubbar från Italien 55 kr/ 250 g
 - C) Färska jordgubbar märkt Europalövet från Chile 50 kr/250 g
 - D) Svenska jordgubbar endast sommartid utan certifiering
 - E) Svenska jordgubbar sommartid med KRAV-märkning
21. Vad är viktigt när du köper tomater?
22. Vilka tomater väljer du?
 - A) Billigaste tomaterna från Spanien
 - B) Billigaste tomaterna från Nederländerna
 - C) KRAV-märkta tomater från Spanien
 - D) Tomater märka med Europalövet från Italien

- E) Svenskproducerade tomater
23. Vad är viktigast när du köper frukt, grönsaker, bär och vegetabiliska livsmedel?
- A) Producerat med restriktioner för användning av bekämpningsmedel och kemikalier för ett bättre ekologiskt system
 - B) Bra arbetsförhållanden under odling och produktion
 - C) Korta transporter
 - E) Låga CO2 utsläpp
 - F) Ekologiskt odlat med KRAV certifiering
 - G) Svenskproducerat
 - H) Inget av dessa alternativ är viktigt i mitt val
24. Sammanfattningsvis:
- Vad är din uppfattning kring märkningar och certifieringar på vegetabiliska livsmedel?

Bilaga 2

Enkätundersökning: Konsumenters uppfattning och värdering av certifieringar på vegetabiliska livsmedel.

Hej!

Mitt namn är Natalie och under mitt examensarbete för trädgårdsingenjör på Sveriges Lantbruksuniversitet gör jag en undersökning kring konsumenters uppfattning och värdering av certifieringar på livsmedel från växtriket. För att delta i studien har du fyllt 20 år, bor i Sverige och handlar livsmedel till det egna hushållet, helt eller delvis. Genom att besvara enkäten ger du ditt samtycke till att använda svaren i min studie. Det är frivilligt att delta och du kan när som helst välja att avbryta undersökningen om du önskar detta. Deltagandet sker anonymt och enkätsvaren kommer enbart att användas i denna C-uppsats och inte till något annat. Enkäten innehåller 23 frågor med svarsalternativ och tar ca 3-5 minuter att besvara. Enkäten är öppen fram till 24 februari.

Tänk på att enkäten gäller ENDAST vegetabiliska livsmedel som frukt, grönsaker, bär, mjöl, socker, matolja, kaffe etc. från växtriket.

1. Kön
 - Kvinna
 - Man
 - Icke binär
2. Ålder
 - 20–35 år
 - 36–50 år
 - 51–65 år
 - 66 år och över
3. Utbildningsnivå
 - Grundskoleutbildning
 - Gymnasial utbildning
 - Yrkesutbildning
 - Akademisk utbildning
4. Vad är viktigt när du väljer livsmedel från växtriket?
Svar:

5. Är det viktigt att en produkt har en märkning/certifiering?
 - Ja
 - Nej

- Beror på pris
 - Beror på vilken vara
 - Beror på var den kommer ifrån
 - Annat:
6. Om ja, Varför är det viktigt?
Svar:
7. Om nej, Varför är det viktigt?
Svar:
8. Markera följande certifieringar som du känner till:



9. Hur högt förtroende har du för Krav-märkning? Lämna tomt om du inte känner till denna.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

Lågt

Högt

10. Hur högt förtroende har du för Svenskt Sigill? Lämna tomt om du inte känner till denna.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

Lågt

Högt

11. Hur högt förtroende har du för Demter? Lämna tomt om du inte känner till denna.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

Lågt

Högt

12. Hur högt förtroende har du för Fairtrade? Lämna tomt om du inte känner till denna.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

Lågt

Högt

13. Hur högt förtroende har du för Europalövet? Lämna tomt om du inte känner till denna.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

Lågt

Högt

14. Känner du att du har koll på vad märkningarna innebär? Markera under vardera märkning vad du tror den innebär.

	KRAV	Svenskt Sigill	Europalövet	Fairtrade	Demeter
Ekologisk med svenska krav	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biodynamiskt odlat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svensk IP standard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekologiskt med europeiska krav	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bra arbetsförhållande	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Hur viktigt anser du att dessa märkningar finns på vegetabiliska livsmedel?

	Inte viktigt	Inte särskilt viktigt	Neutral	Ganska viktigt	Mycket viktigt
KRAV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Svenskt Sigill	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europa-lövet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fairtrade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demeter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Är märkningarna/certifieringarna som nämnts något du tittar efter i valet av produkt?

- Ja
- Nej
- Ibland

17. Vilken märkning är vanligast förekommande på dina livsmedelsinköp?

- Europalövet
- KRAV
- Fairtrade
- Demeter
- Svenskt Sigill

18. När blir en produkt med önskvärd märkning för dyr jämfört med den billigaste utan märkning? Välj högst 2 alternativ.

- + 50 %

- + 5 %
- + 15 %
- + 25 %
- + 75 %

19. Anser du att du vet tillräckligt om certifieringarnas innebörd?

- Ja
- Nej

20. Tycker du att det finns för många olika märkningar och certifieringar på livsmedelsprodukter idag?

- Ja
- Nej

21. När du ser en certifiering på en produkt, anser du att innebörden av den certifieringen och dess betydelse är tydlig för dig?

- Ja
- Oftast
- Nej
- Sällan

22. Rangordna certifieringarna efter hur viktiga du tycker dem är.

Krav

Svenskt Sigill

Europalövet

Fairtrade

Demeter

23. Hur troligt är det att du kommer vara mer uppmärksam på dessa märkningar efter denna enkät?

Inte alls sannolikt           Mycket sannolikt

Publicering och arkivering

Godkända självständiga arbeten (examensarbeten) vid SLU kan publiceras elektroniskt. Som student äger du upphovsrätten till ditt arbete och behöver i sådana fall godkänna publiceringen. I samband med att du godkänner publicering kommer SLU även att behandla dina personuppgifter (namn) för att göra arbetet sökbart på internet. Du kan närsomhelst återkalla ditt godkännande genom att kontakta biblioteket.

JA, jag, Natalie Onesti har läst och godkänner avtalet för publicering samt den personuppgiftsbehandling som sker i samband med detta

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