

äpel

MatLust går mot slutet

– och en nystart



Helen Uliczka Hallin & Erik Jakobsson • Apel AB

2021-06-22



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



MatLust

Innehåll

MatLust – kort orientering.....	4
Resumé från tidigare följeforskning.....	4
Om rapporten.....	6
Enkät till tidigare deltagare – resultat och analys.....	6
MatLust – en kunskapsnod för hållbara livsmedel.....	12
Faktorer som stöder MatLust som kunskapsnod för hållbara livsmedel.....	13
Coronapandemins inverkan.....	15
Produktionsänglar.....	16
Intryck av Produktionsänglar-piloten.....	19
Alumninätverk.....	19
Slutsatser om alumninätverket.....	23
Att praktisera hos MatLust.....	24
Vad ser man i projektet?.....	25
Inför FN:s Food Systems Summit 2021.....	26
Förstudien inför fortsättningen.....	27
Diskussion och slutsatser.....	28

Sammanfattning

MatLust är ett regionalfondsprojekt i Södertälje kommun, med syfte att stärka tillväxt och hållbarhet inom livsmedelsnäringen i Stockholmsregionen. Målgrupp är små och medelstora företag (SME) inom livsmedelsbranschen. Projektet startade 2015 och har varit förlängt med en separat del kallad Matlust Livsmedelsnod 2020-2022.

Under sex år har följeforskningen sett MatLust växa och breddas långt utöver de fyra ursprungliga programmen. Projektet har skapat nya vägar, fått en mängd intressenter från alla sektorer och arrangerat välbesökta event och konferenser som fått höga betyg av deltagarna. Man har drivit och samarbetat i många nya projekt som ägts av Södertälje kommun eller av någon annan samarbetspart. Målet har varit att göra hela livsmedelskedjan hållbar, att skapa nya kunskaper och att lära ut kunskaper i Stockholmsregionen, nationellt och internationellt. Ett helt nytt projekt är inom React EU-ERUFs utlysning för återhämtning efter pandemin. Södertäljes/MatLusts projekt *Omtag Nu: För en starkare, grönare livsmedels- och besöksnäring*.

Under coronapandemin fick MatLust ställa om från fysiska träffar och seminarier till digitala. Detta gick ganska snabbt och smärtfritt. Projektet har nått ut längre genom det går att anordna seminarier för en nationell målgrupp. Det som led mest var Innovationsprogrammet som bygger på fysiska träffar med nätverkande samt feedback och utveckling av de deltagande företagens produkter med avseende på utveckling av smak, sensorik, konsistens mm. Ett par andra planerade aktiviteter fick läggas på is. Ett var en samverkan med ICA och en annan rörde en privat testbädd i Scania's personalrestaurang. ÄT!Stockholm (uppföljaren till Matverk) blev digital och det fungerade över förväntan med ett stort antal digitala besökare.

Våren 2021 har MatLust startat en pilot för produktionsmatchning mellan livsmedelsföretag med nya produkter och produktionsanläggningar. Den sker inom ramen för Södertälje Science Parks koncept Produktionsänglar. Vi intervjuade tre företag som matchats mot andra företag i pilotomgången. Två av dem hade beslutat sig för att samarbeta och den tredje var beredd ifall producenterna ville. Det fanns en del lärdomar att dra, bland annat att man skulle kartlägga företagen mycket ordentligt innan man matchade dem mot varandra.

En annan aktivitet man provat är en alumniträff med företag som tidigare deltagit. Både matchningen och alumniträffen verkar locka tidigare deltagare i programmen och det är tydligt att företagen som kommer har stort förtroende för det MatLust gör. Vi ser båda inslagen som något som kan bli mycket värdefullt framöver.

Hösten 2021 kommer delvis bli en avslutsfas med rapportering av det innevarande projektet men även en bråd tid med Produktionsänglar, arrangera ÄT!Stockholm mm. En förstudie, Utvecklingshub MatLust 2023, ska startas för att kartlägga vad som bör finnas med i ett framtida genomförandeprojekt, inom en Södertäljebaserad utvecklingshub för livsmedelssektorn.

En fråga som följt med de sista åren är var MatLust som kunskapsnod ska ha sin hemvist, var ska livsmedelsfrågorna ligga? Det har funnits olika tankar om detta. Hos ledningen i projektet verkar det nu finnas en enighet om att MatLust bör inkorporeras som en del i Södertälje Science Park. SSCP har hållbar produktion som fokusområde och där passar MatLust väl in. För att MatLust ska sortera under SSCP behövs ett beslut av SSCPs styrelse. Det ser nu ut som om frågan kommer att tas upp där av Södertälje kommuns representanter i styrelsen.

MatLust – kort orientering

MatLust med bas i Södertälje kommun är ett regionalfondsprojekt med syfte att stärka tillväxt och hållbarhet inom livsmedelsnäringen i Stockholmsregionen. Projektet startade under september 2015 och var från början tänkt att avslutas 2020, men har fått en förlängning genom ett nytt projekt, MatLust Livsmedelsnod 2020-2022. Det finns även en fortsatt planering, inför vilken man under hösten 2021 ska starta upp en förstudie. Förstudien ska ge underlag för vilka aktiviteter och insatser som är viktigast att genomföra i ett fortsättningsprojekt framöver.

Primär målgrupp för MatLust är små och medelstora företag (SME) inom livsmedelsförädling, måltidsverksamhet och detalj- eller grossisthandel. Projektet har anordnat kostnadsfria utvecklingsprogram och riktade aktiviteter för SME i Stockholmsregionen och delvis i Sörmland.

De fyra utvecklingsprogrammen har varit:

1. Affärsutvecklingsprogram – utveckla ditt företag
2. Hållbarhetsprogram (numera kallat Strategisk hållbarhet) – baserat på forskning om jordbruk och råvaror, nära sammankopplat med affärsutvecklingsprogrammet
3. Leanprogram – för hållbara, effektiva och konkurrenskraftiga processer i företag.
4. Innovationsprogram – från idé till marknad (detta kommer att starta en omgång till under hösten 2021)

Producenter kan också få sina produkter (förutsatt att produkten är lämplig för storkök) testade i MatLusts testbädd. Detta betyder att produkten tillagas för att serveras inom Södertäljes kostenhets offentliga måltid och utfallet utvärderas genom enkäter.

MatLust har ständigt ett stort antal aktiviteter på gång. Ofta arrangeras dessa tillsammans med olika samarbetsparter. Det gäller allt från stora mässor och konferenser till mindre workshops och seminarier. Förväntade resultat från utvecklingsprogram och aktiviteter är mer hållbara och lönsamma företag, hållbara produktinnovationer, ökad kunskap om hållbar produktionsprocess och en större forskningsanknytning inom livsmedelsbranschen. Den långsiktiga visionen är att Södertälje/MatLust ska bli en produktions- och kunskapsnod för hållbara livsmedel i Stockholmsregionen.

Resumé från tidigare följeforskning

För en mer utförlig historiebereskrivning samt målsättningar för både MatLust och för Apels följeforskning, hänvisar vi till utvärderingsrapporten från MatLusts uppstartsfas samt Delrapport 2 (se länkar nederst på sidan). Det finns också mycket material om projektet på MatLusts hemsida matlust.eu.

Delrapport 1¹: I rapporten från uppstartsfasen konstaterade följeforskningen att projektteamet lyckats väl med att skapa uppmärksamhet runt projektet. Det fanns också en stark

¹ Apels Delrapport 1, MatLusts uppstartsfas [Foljeforskningsrapport-MatLusts-uppstartsfas.pdf](#)

kunskapsgrund i och med att flera i projektteamet hade arbetat med frågan om hållbara livsmedel i många år och hade hög kompetens inom området. Vi inom utvärderingen observerade att MatLust hade både höjd och bredd i det projektet anordnade och spred. Projektet satsade helt på att bygga substans i form av långsiktiga effekter, inte kortsiktiga resultat.

Enligt de intervjuer vi gjorde med strategiskt viktiga företrädare för Södertälje kommun, varav ett flertal var kommunstyrelseledamöter och satt i olika nämnder, var förankringen av projektet inom Södertälje kommuns politiska ledning och förvaltning mycket god.

Delrapport 2²: I denna rapport kom vi fram till att utvecklingsprogrammen i huvudsak fungerade väl och de företag som genomgick dem upplevde nytta i flera former. Goda och strategiska samarbeten med näringsliv, offentlig sektor och akademi hade initierats, formerats och stärkts av MatLust. Följeforskningen observerade också att det fanns ett flertal faktorer som talade för att det skulle vara möjligt att realisera visionen att göra Södertälje till en kunskaps- och produktionsnod för en hållbar livsmedelsnäring. Dessa faktorer kommer att tas upp igen i innevarande rapport.

Delrapport 3³ I den tredje rapporten redovisade följeforskningen intervjuer, genomförda under våren 2019, med 40 personer från 38 olika organisationer. De intervjuade hade på något sätt samverkat med MatLust, deltagit på något program eller på olika event. Rapporten påvisade att MatLust var mycket uppskattat av intressenter inom vitt skilda grupper. Samtliga intressenter uppgav att de hade haft eller skulle komma att ha nytta av MatLust och en livsmedelsnod. De såg också nyttor för andra parter. Myndigheter såg kopplingar mellan MatLust-noden och de nationella/regionala livsmedelsstrategierna samt att noden kan skapa verktyg och möjligheter som förstärker hela livsmedelskedjan, från producent till konsument. Akademin såg MatLust som en part som sprider forskning samt som en mötesplats där forskare kan möta företag och offentlig sektor, varvid Triple helix-samarbeten kan uppstå. Kommuner såg att deras möjligheter att utveckla den offentliga maten kan öka med ett kunskapscentrum som tar fram ny och användbar kunskap omkring frågan. Företagen har fått stöd i att utvecklas och växa.

Slutrapport till Tillväxtverket: Följeforskningen producerade i slutet av det första MatLustprojektet en omfattande slutrapport till Tillväxtverket. Denna rapport innehåller mycket matnyttigt om projektet och kan fås på begäran. I rapporten behandlades allt som hänt inom MatLust sedan starten och följeforskningen fick svara på Tillväxtverkets frågor, exempelvis *"Arbetar projektet med nya och innovativa metoder? Hur ska lärdomarna från dessa i så fall spridas? Om tanken är att den fortsatta utvecklingen eller spridningen som ger långsiktiga effekter ska ske i det privata näringslivet?"* På dessa frågor svarade vi att det är ingen tvekan om att MatLust är ett innovativt projekt. Under intervjuer med projektteamet ansåg alla att MatLust har varit mycket innovativt. Givetvis leder innovationsprogrammet till innovationer, men man har också arbetat på ett sätt som varit att klassa som innovativt för projekt i allmänhet. Man har hela tiden tittat på vad som behövs och försökt verka i den riktningen genom att arbeta för det inom MatLust eller genom att tillsammans med andra parter söka projekt som testar nya vägar. Att

² Apels Delrapport 2, MatLust hittar formen [Delrapport-2-MatLust-Kortversion.pdf](#)

³ Apels Delrapport 3, Intressenternas uppfattning om MatLust: [Delrapport-3-Intressenternas-uppfattning-om-MatLust.pdf](#)

arbete för att ta fram system som ska göra det lättare för kommuner att göra digitala upphandlingar från lokala leverantörer är en innovativ sak. Att ta fram nya livsmedelsprodukter för offentlig sektor i testbädden är en innovation. Att knyta till sig så många viktiga intressenter som möjligt och samarbeta nära med dessa för att nå konkreta och användbara resultat är ett innovativt arbetssätt. Få har varit så bra på att arbeta gränsöverskridande som MatLust, och projektet har också blivit omnämnt som unikt av flera intressenter. (De menar i Delrapport 3 att ingen annan jobbar som MatLust.)

Om rapporten

Nedan beskriver vi kort vad denna rapport har för syfte. Ett mål för följeforskningen är att studera hur MatLust når ut till intressenter i samhället i stort.

Följeforskningen har studerat de flesta företeelser inom MatLust. Vanligen har vi kommit fram till att det mesta fungerat utmärkt, oavsett om det gällt korta eller långa insatser. Inför denna rapport har vi genom att projektet självt skickar ut en enkät till alla företag som deltagit under åren, fått en möjlighet att i denna enkät be företagen betygsätta MatLust och ge omdömen om det de deltagit i och vad det lett till. MatLusts egen enkät ska fånga upp hur företagen lyckats efter sitt deltagande. Det gäller omsättning, antal anställda, med flera kvantitativa data som lämnas in till Tillväxtverket. Våra frågor har mer gällt deras nytta och upplevelser av MatLust. Resultaten av detta kommer vi att redovisa i denna rapport.

Vi kommer i ett stycke i rapporten att redovisa och diskutera vilka faktorer vi funnit som stödjer idén om att MatLust ska bli en permanent konskapsnod för hållbara livsmedel. Nodbildningen är något vi fokuserat på ända sedan starten och vi har frågat om denna i alla studier vi genomfört.

Under en stor del av 2020 och 2021 har MatLust precis som alla andra verksamheter påverkats av coronapandemin. De planer som fanns tidigt 2020 fick delvis bli skrinlagda då de inte gick att genomföra under så pass kraftigt förändrade omständigheter. Hur projektet lyckades med att möta den utmaning som pandemin innebar är något vi kommer att ta upp nedan.

Trots pandemin har MatLust dragit igång nya och oprövade aktiviteter. En sådan sak är en matchningsverksamhet, Produktionsänglar, där företag som kan tänkas behöva varandras produkter eller tjänster får träffas och diskutera vad de kan göra för varandra. En annan sak man gjort första gången i maj 2021 är att arrangera en alumniträff med företag som deltagit inom något av MatLusts program. Båda dessa aktiviteter kommer att beröras i rapporten.

Till sist summerar vi upp MatLusts kvalitativa resultat och vad de kan bära med sig i förlängningen.

Enkät till tidigare deltagare – resultat och analys

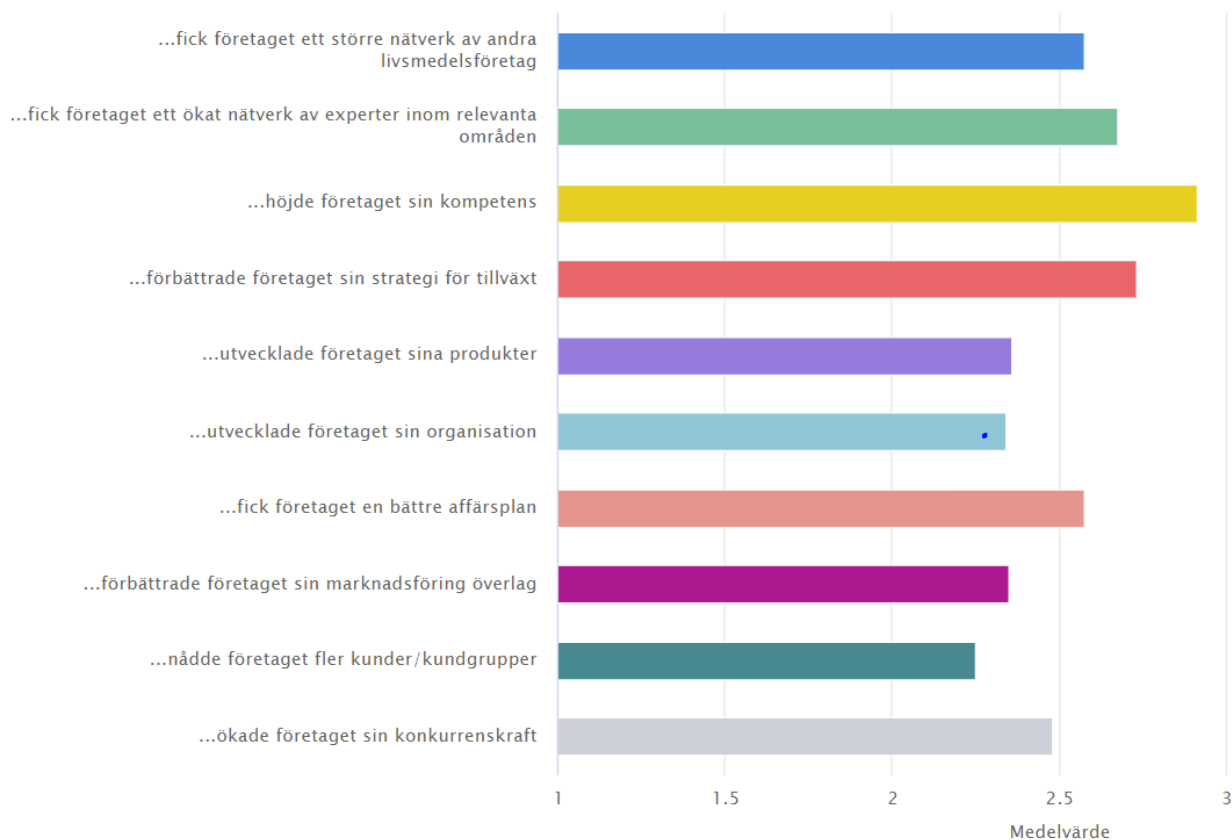
MatLust har haft ett antal kvantitativa mål när det gällt hur många företag som ska ha fått stöd, hur många fler jobb projektet bidragit med i företagen samt att företagen ska tillväxa. Därför skickas varje år ut en enkät med frågor om föregående verksamhetsår. I denna enkät fick följeforskningen möjlighet att ställa frågor till företag som deltagit under MatLusts tid. Vi var dock tvungna att begränsa antalet frågor till de absolut viktigaste. Nedan redovisar vi resultaten.

Det var mellan 93 och 97 svar på de flesta av frågorna. På frågan om vad man hade deltagit i fanns det 134 svar vilket betyder att flera deltagit i mer än ett av alternativen i tabellen nedan.

Vilket eller vilka av MatLusts program har ditt företag deltagit i?	Antal
Affärsutvecklingsprogrammet	49
Innovationsprogrammet	31
Hållbarhetsprogrammet	8
Leanprogrammet	5
Varumärkes- och marknadsföringsprogram	17
Testbädd/Utvecklingskök	3
Andra seminarier/utbildningar/workshops	21
Summa svar	134

De svarande fick göra en bedömning av hur mycket de instämde i en rad påståenden om vad de fått genom sitt deltagande. Skalan var 1 till 4, vilket representerade: instämmer inte, instämmer i någon grad, instämmer i hög grad, instämmer helt. Bilden nedan visar medelvärdet per påstående. Observera att bilden är beskuren och högsta värde är 4.

Fråga: I vilken grad instämmer du i att som en direkt eller indirekt följd av företagets deltagande i MatLust:



Bilden visar att de högsta medelvärdena mellan 2,5 och 3,0, av 4 möjliga, rörde att man fått större nätverk av andra företag och experter, ökad kompetens, bättre tillväxtstrategi samt en bättre affärsplan. Detta stämmer väl överens med inriktningen på programmen. Huvudsyftet med dem var oftast inte att man skulle utveckla sin organisation eller sina produkter. Ändå är det företag som gjort detta. Det är mellan 4 och 20 företag som svarat Instämmer inte, på de olika alternativen. Dessa behöver inte vara samma företag och alternativet behöver inte heller beröra något de syftade till att få. Väljer man ut ett enskilt program som affärsutvecklingsprogrammet som hälften av de svarande genomgått, får ökad kompetens, bättre strategi för tillväxt samt en bättre affärsplan alla 3.0 i medelvärde. Detta betyder att programmet uppfyllt sitt syfte på ett bra sätt.

Vi frågade vad som var den viktigaste förbättringen, i det fall man svarat att något förbättrats. Det rörde sig oftast om sådant som större nätverk, mer kunskap, bättre marknadsföring, produkt och förpackningsutformning, bättre lönsamhet, bättre struktur och fokus.

Ett större nätverk och ökat nätverk av experter inom branschen samt hjälpte företaget att utveckla och förbättra sin produkt utifrån feedback.

Att skapa en strategi för att kunna bygga vidare på företaget med vår värdegrund som bas.

Större delaktighet i LEAN-arbete inom personalen.

Förbättrade markant fördelning av ansvar och dess uppföljning och dokumentation inom företaget, ledning, produktion och administration.

Förståelsen för kundgrupper och varumärkesstrategi.

Det fanns företag som var mindre nöjda med sitt deltagande och inte hade fått ut vad de önskade. Därför frågade vi: Om du svarat "Instämmer inte" på en eller flera frågor, vad berodde en utebliven förbättring i huvudsak på?

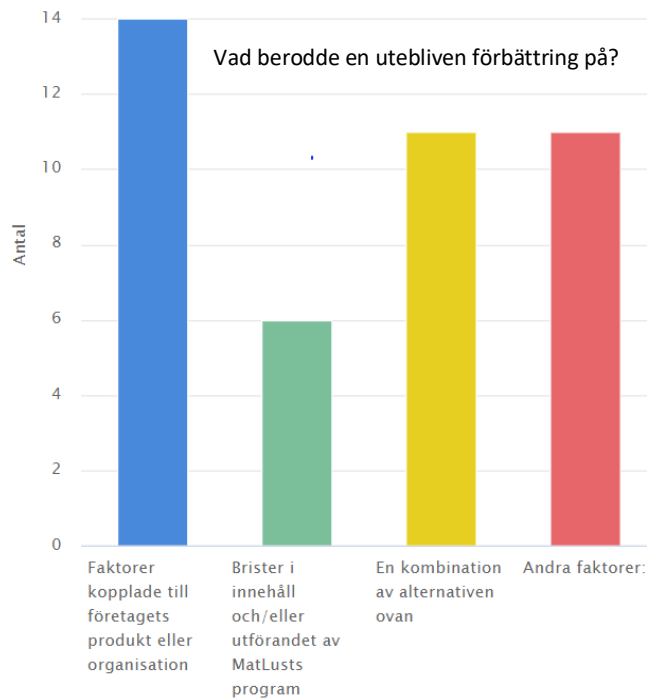
Enligt bilden på nästa sida var det 6 företag som inte fått någon förbättring på grund av brister inom MatLusts genomförande medan 25 företag antingen relaterade det dåliga resultatet till det egna företaget/produkten eller någon annat som de inte kunde råda över. Några skäl var att programmet man gått inte passade så bra för företaget i det stadium det befann sig, att man inte hade klickat med coachen på affärsutvecklingsprogrammet, att det behövdes en bättre ekonomi för att genomföra önskade förbättringar, coronapandemin hade påverkat företaget negativt, att man hade för mycket annat att göra eller att man lagt ner företaget.

Det är en tuff konkurrensutsatt marknad, det behövs komplement med ekonomiskt kapital för tillväxt. Det är svårt att bedriva daglig verksamhet och hålla den rullande, och samtidigt ta sig tiden att jobba mer övergripande strategiskt utvecklingsarbete, vi har blivit bättre, men vi skulle ändå behöva en större organisation i ryggen.

Blev inte uppföljning av sista träffen där vi hade viktiga kontakter på plats. Fick inte kommentarer och tankar delade efteråt som det var sagt.

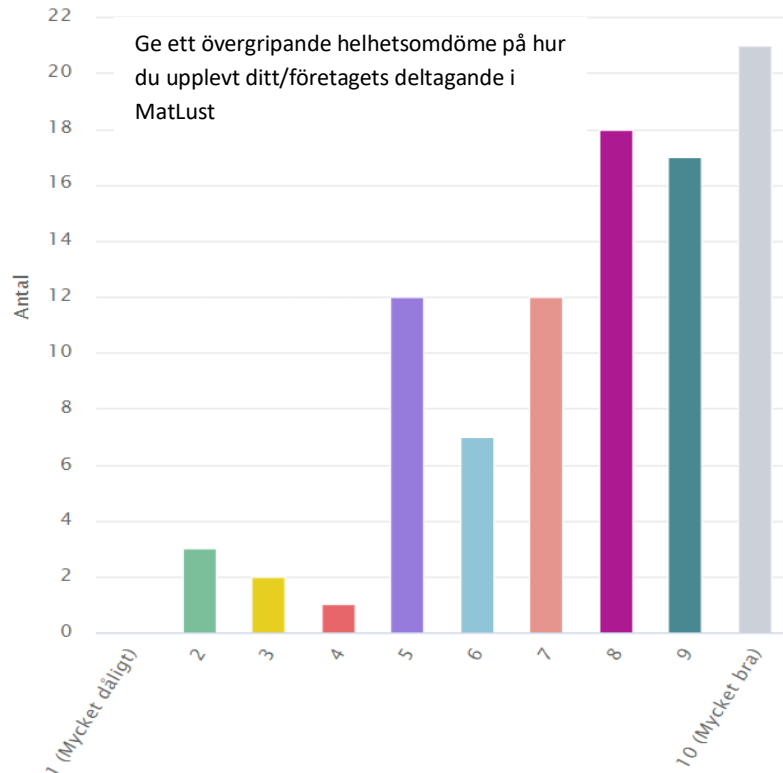
Träffade inte riktigt rätt i vår huvudsakliga syssla inom företaget.

I första hand var det jag som inte drev det hela fullt ut. Men också hade det passat oss bättre att lägga mindre tid på att göra en affärsplan och mer till de åtgärder vi ville göra.

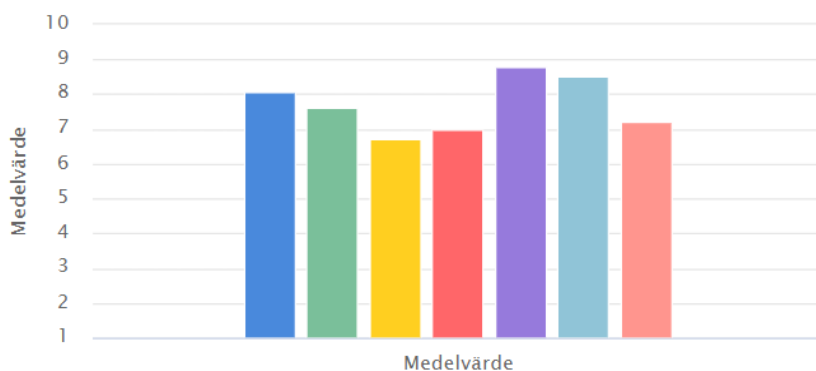


Under MatLusts första år förekom lite ”barnsjukdomar” i programmen. Vi har beskrivit detta närmare i Delrapport 2. En del av de (få) negativa kommentarerna kommer från företag som deltog tidigt. I det stora hela kan man också förvänta sig att alla inte är helt nöjda. Särskilt inte de som gick in med färdiga förväntningar på vad som skulle ske men det blev inte exakt som de trodde.

På frågan om vilket helhetsomdöme man skulle ge MatLust på en 10-gradig skala fick projektet ett medelvärde på 7,6.



När vi delade upp det övergripande helhetsomdömet på de olika aktiviteter de svarande deltagit på låg affärsutvecklingsprogrammet på 8,0, och med 49 svarande får vi bedöma resultatet som att det har varit ett mycket bra program. Varumärkes- och marknadsföringsprogrammet låg högst men hade också bara 17 deltagare var ett kortare program. Icke desto mindre var det väldigt uppskattat, Där är få svar i en del grupper (se tabell ovan) och de mest tillförlitliga resultaten är för de aktiviteter som är längst och har flest deltagare.

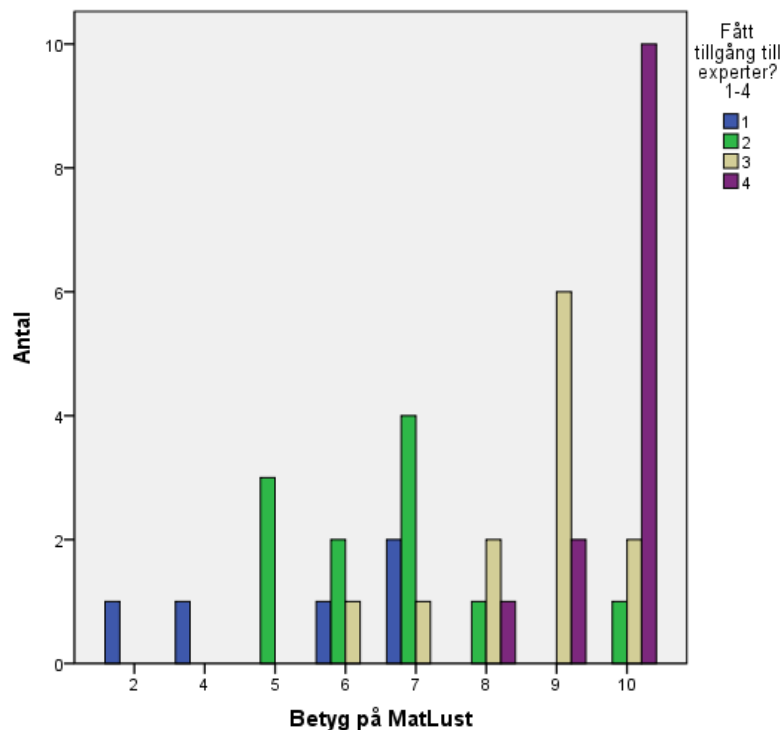


- Affärsutvecklingsprogrammet (MatLust i samarbete med Connect)
- Innovationsprogrammet (MatLust i samarbete med bl.a. Hans Naess)
- Hållbarhetsprogrammet (MatLust i samarbete med U&We och BERAS Internati...)
- Leanprogrammet (MatLust i samarbete med KTH Leacentrum)
- Varumärkes- och marknadsföringsprogram (MatLust i samarbete med Happy...)
- Testbädd/Utvecklingskök (MatLust i samarbete med kostenheten i Södertälje...)
- Andra seminarier/utbildningar/workshops

För att studera vad de avgivna sifferomdömena betydde i realiteten gjorde vi ett antal statistiska analyser med Chi2-test. Det visade sig att höga omdömen om MatLust på den 10-gradiga skalan var signifikant positivt relaterade till att man också i hög grad instämt i att man förbättrat något i företaget genom sitt deltagande (dvs. nätverk, affärsplan, kompetens mm). Flera av testerna visade höga signifikansnivåer med $p \leq 0,01$. Det enda som inte var signifikant (dock nära) var att man nått fler kundgrupper.

I figuren nedan finns ett exempel på ett resultat av de statistiska analyserna. Den visar vad de som bedömt sin ökning av kontakter med experter på skalan 1 till 4 hade satt för helhetsomdöme på MatLust. De lila staplarna representerar de som ansåg att de hade fått en stor ökning av sitt expertnätverk, medan de blå staplarna representerar de som inte sett en ökning. De som sett en stor ökning gav enligt figuren MatLust minst en 8:a i betyg.

Vi tolkar resultaten av de statistiska analyserna som att de som verkligen upplever en skillnad i sitt företag, eller företagande, gav de högsta betygen åt MatLust. Detta kan man tycka vara självklart, men det skulle också kunna vara så att de som hade tyckt att det var roligt att delta men inte hade uppnått något hade satt de högsta betygen. Olika former av kompetensutvecklingsinsatser kan ofta bedömas som väldigt bra och närmast underhållande. Det kan vara väldigt bra föreläsare, trevligt att träffa nya människor osv., men detta betyder inte att den som fått insatsen förändrar något i realiteten i sin vardag. Här kan vi dra slutsatsen att nya kunskaper och nätverk som företagen fått genom MatLust verkligen har förändrat något i dem.



MatLust – en kunskapsnod för hållbara livsmedel

MatLusts långsiktiga mål är att bli en nod för kunskap om hållbara livsmedel. Från början gällde det främst Stockholmsregionen men ämnet är så brett att man utan svårighet kan täcka hela landet. I och med att det genom coronapandemin blivit vanligt med digitala seminarier är det nu lättare att vända sig till fler. MatLust har vid flera tillfällen samarbetat med andra aktörer omkring digitala seminarier och har på så sätt nått ut nationellt. Detta ser också ut att vara ambitionen framåt.

MatLust når också ut internationellt, bland annat genom det flagship-projekt som MatLust driver i Östersjöregionen, Diet for a Green Planet (DGP). Projektet finansieras av Svenska Institutet (SI). Syftet är att bilda ett flagship-nätverk kring DGP med partners runt Östersjön. Partners i projektet är Örebro Universitet, Novia Universitet (Finland), Baltic Foundation (Litauen) och Forum of Organic Agriculture M. Gorny (Polen). Det finns också ett Regionalfondsfinansierat tilläggprojekt till MatLust, vilket kallas Transnationell komponent (TNK). Syftet med TNK är att lära av goda exempel för resilienta matsystem, hållbara företagslösningar och god tolkning av gemensam lagstiftning, från andra i Östersjöområdet och sprida dem i Sverige, dessutom att sprida något/några av svenska goda exempel till partners, samt att utvidga och befästa internationella samarbeten. Båda projekten ägs av Södertälje kommun

Det finns som vi ser det inga geografiska gränser för MatLusts nytta, men för att ytterligare klargöra vilka behov och intressen som finns av det MatLust gör här i Sverige, frågade vi i Delrapport 3 vad intressenterna tycker att MatLust som nod bör fokusera på och vad noden bör bygga upp/fortsätta driva. Med tanke på att det var så många och så olika organisationer var det förstås också många olika svar. Närmast samtliga nämnde hållbarhet. Majoriteten menar att MatLust som nod ständigt ska ha hållbarheten i fokus. Man vill också att noden ska ha ett grepp om hållbarheten i hela livsmedelskedjan. Det gäller hållbarhet i alla led: från hur man odlar eller föder upp djur, till företag som förädlar eller tillverkar livsmedel, vidare till hur transportererna av livsmedel ska fungera och därefter till hur konsumenterna ska få hållbara livsmedel genom upphandling av offentlig sektor eller ut i butikerna. Det viktiga är att koppla ihop kedjan producent-konsument.

Flera av intressenterna pratade om att hela samhället snabbt måste göra en omställning i vår kost och i vilka produkter vi producerar. Här ansåg man att det behövs en nod som har kunskapen om vad som är bra att producera, var det kan produceras, hur varorna ska komma ut på marknaden och nå den offentliga eller privata konsumenten. Logistikfrågan är givetvis viktig för att företagets produkter ska nå till konsumenterna. Det behövs någon med en bred överblick som kan identifiera var kedjan brister och bidra med lösningar för att göra den hel och klimatsmart. Att MatLust som nod ska kunna koppla ihop miljömässig hållbarhet med ekonomisk hållbarhet är också viktigt. Livsmedelskedjan fungerar inte alls utan producenter som är ekonomiskt hållbara.

Många anser att MatLust redan är en kunskapsnod. Frågan är bara om denna nod kan bli beständig och finnas kvar efter att projektet, och möjligen nästkommande projekt, är slut? Hur kan en nod som MatLust klara sig utan projektmedel? Vad talar för att det finns förutsättningar?

Faktorer som stöder MatLust som kunskapsnod för hållbara livsmedel

I Delrapport 2 från 2018 identifierade följeforskningen en rad faktorer som kunde tänkas vara värdefulla och underlätta för en etablering av kunskapsnoden MatLust i Södertälje. Nu, tre år senare, kan det vara dags att titta på listan igen och se vilka av faktorerna som fortfarande är relevanta.

Vi bad fyra av medlemmarna i MatLusts strategigrupp att bedöma vilka faktorer som fortfarande hade betydelse. Genom att sätta en siffra från 1 till 3 på varje faktor fick de göra en enkel skattning av det relativa "värdet" på respektive faktors betydelse i dagsläget. En trea betydde att detta var en viktig faktor som talade för att det skulle vara möjligt att MatLust blev en permanent kunskapsnod och skulle ha hög prioritet, medan en 1:a inte betydde att faktorn var oväsentlig, men samtidigt inte något som prioriterades just nu eller att den minskat och behövdes jobbas ännu mer på.

Det sammanvägda resultatet visade att de flesta faktorerna från 2018 fortfarande stod sig väl. Några hade till kommit och några hade prioriterats ned – men inte bort. Det var endast en faktor som fick en etta, vilket betyder att alla fortfarande har betydelse.

De faktorer som samtliga ansåg vara viktiga för MatLust som permanent kunskapsnod, dvs. med enbart 3:or, var, utan inbördes ordning, följande:

- ✓ Det finns fungerande livsmedelsnoder i andra delar av Sverige men ingen i Stockholmsregionen. En tom nisch kan fyllas av MatLust.
- ✓ Samhällets alla sektorer har allt starkare uttalade behov och intressen av kunskap om vad vi äter och hur och varifrån vi ska få maten. Den som tar ledning i frågan kan äga den fortsatt.
- ✓ Södertälje Science Park har en inriktning på hållbara produktionsprocesser där produktion av hållbara livsmedel har stora möjligheter att ingå.
- ✓ Södertälje kommun har beslutat om att ta fram en lokal livsmedelsförsörjningsstrategi och MatLust är delaktigt i framtagandet av denna.
- ✓ MatLusts samarbete med Länsstyrelsen i Stockholms län med den regionala livsmedelsstrategin och matinnovationstävlingen Matverk Stockholm ger något konkret att arbeta utifrån och visa på, samt innebär en uppväxling av länsstyrelsens eget arbete.
- ✓ MatLust har en nära forskningsanknytning. Den kunskapsbas som finns, byggs vidare på samt breddas i och med fler och djupare kontakter med flera universitet och högskolor.
- ✓ Den offentliga måltiden i Södertälje används som testbädd för nya livsmedelsprodukter.
- ✓ Företagen i våra intervjuer betonar vikten av att det finns en lokal samlande aktör för att stödja konstruktiva nätverksbyggen mellan företag i livsmedelsbranschen och kringtjänster till denna. Nätverk ger ökade affärsmöjligheter och erfarenhetsutbyte.
- ✓ MatLust är en katalysator för att "sätta" noden.
- ✓ (NY) Hög samlad kunskap inom MatLust om vad företag behöver och önskar.
- ✓ (NY) God kontakt och samarbete med Region Stockholm.

De faktorer som fick någon eller några 2:or var de följande:

- ✓ (NY) Många andra projekt har tillkommit, både MatLusts egna och i samverkan med andra parter.
- ✓ (NY) Många positiva intressenter finns inom de flesta/alla relevanta områden.
- ✓ Ett nästan två decennier långt gediget och grundläggande arbete bland flera som arbetar med MatLust har gett bland annat gett konceptet Östersjövänlig mat (Diet for a Green Planet) vilket nått internationell spridning och efterfrågan och används inom Södertälje.
- ✓ MatLust är väl förankrat inom Södertälje kommuns ledning. Det finns ett starkt politiskt stöd och intresse hos Södertäljes politiker och den operativa kommunledningen med kommunens chefer är nu MatLusts styrgrupp med projektet som en stående punkt på mötesagendan. (Behöver jobbas mer med i nuläget.)
- ✓ Södertälje har ett strategiskt gott läge inom Storstockholm och nära Sörmland (som traditionellt kallats Stockholms skaffereri).

De faktorer som ansågs minst prioriterade att arbeta med i dagsläget var de som handlade om lokala företeelser inom Södertälje kommun:

- ✓ Köken inom offentlig sektor i Södertälje arbetar sedan länge utifrån hållbarhetsperspektivet och har egen kunskap om hållbara måltider.
- ✓ Flera nya yrkesutbildningar i Södertälje ligger nära temat hållbara livsmedel. Utbildad arbetskraft med dessa perspektiv kommer att finnas.
- ✓ Det finns ett välkänt kluster för hållbara livsmedel i Järna – ger en bra grogrund och många kontaktytor.

Faktorer som ansågs betydelsefulla och kom upp som nya förslag var:

- ✓ Konkret produktionsmatchning mellan livsmedelsföretag i Produktionsänglar. (Se annat stycke om detta nedan.)
- ✓ MatLust ingår i breda samverkansorganisationer som SAMLA, Sweden Food Arena, kontakt med andra regioner etc.
- ✓ Stora spelare är intresserade av det MatLust gör. Finns samarbete med stora aktörer som ICA, Axfoundation och Lantmännen.
- ✓ Digitala piloter inom testbädden. (Minska matsvinn, bättre upphandling.)

Vid en sammanvägd analys ser det ut som om MatLust har väldigt mycket som talar för att projektet både har egen kapacitet och goda omkringliggande förutsättningar (läge, allmänintresse, ligger i tiden, finns behov hos många andra aktörer, med mera) att övergå i en permanent kunskapsnod. Det fanns mycket kunskap inom projektet redan från start och det har tillkommit ännu mer av både kunskaper och erfarenheter under åren. Strängt taget har vi under alla våra studier sedan 2015, inte upptäckt något som tyder på motsatsen. MatLust har ständigt utvecklats.

Coronapandemins inverkan

MatLust har fungerat främst genom fysiska träffar både i programmen, men också på konferenser och andra events. När coronapandemin blev ett faktum fick projektet ställa om helt. Vi frågade de ledande inom projektet hur detta hade fungerat och fick svaret att det hade gått över förväntan. Det uppstod ett kort ögonblick av förvirring och oro i början men sedan genomförde man planerade träffar och seminarier digitalt. Det som var positivt var att MatLust genom att allt var digitalt, nådde betydligt längre ut i landet. I juni 2020 hade MatLust ett gemensamt nationellt seminarium med SAMLA om framtidens mat. Aktiviteter som skedde sändes live och spelades in och kan ses på Youtube, exempelvis en Cook along lunch⁴ från Södertäljes skolkök som sändes under Science Week⁵.

ÄT!Stockholm, som är den uppföljare på Matverk Stockholm som Södertälje kommun och Region Stockholm anordnade 2020 med partnerna MatLust och Länsstyrelsen i Stockholms län, fick sändas digitalt⁶. Det gick väldigt bra och väckte intresse trots att ingen kunde provsmaka de tävlande produkterna.

Det som var negativt var att de nätverksskapande träffarna inte längre kunde ske. Innovationsprogrammet som bygger på fysiska träffar med mycket diskussion och provsmakning kunde inte fungera som tidigare. För att i någon mån kompensera för bristerna i nätverksbyggandet provade MatLust med att bygga upp ett digitalt forum för företag som behövde fråga andra om något eller hitta någon som hade det de själva saknade. Tråkigt nog fungerade det inte, möjligen hittade företagen inte dit så snabbt, så försöket skrinlades. Dert ska sägas att även skrinläggandet är signifikativt för MatLust och projektets agila arbetssätt. Man är alltid snabb med att kapa bort det som inte fungerar så bra för att kunna satsa på något bättre.

Ska vi summera det som hände innebar coronapandemin en utveckling för MatLust. Fokus på den nationella arenan ser ut att ha ökat när projektet såg att det fanns bra kanaler att nå ut i och att intresserade ute i landet hade mer tid att delta på ett webinarium än att åka till Södertälje. En fördel var att man kunde ta in föreläsare som annars skulle varit mycket dyra eftersom de fick lägga en hel dag på att ta sig dit, för en mycket lägre kostnad när det bara gällde någon enstaka timme.

⁴ Cook along lunch <https://www.youtube.com/watch?v=07Dz8kfWmT4>


⁵ Science Week [Scienceweek – Science Week \(sscp.se\)](https://www.scienceweek.se)

⁶ Finalen i ÄT!Stockholm <https://www.youtube.com/watch?v=lAdjxq3JELc>

Produktionsänglar

Under våren 2021 genomförde MatLust en pilot av Produktionsänglar som är ett projekt finansierat av Vinnova, Tillväxtverket och Energimyndigheten och drivs av Södertälje Science Park i samarbete med KTH. Läs mer här: [Hem | Produktionsänglar \(produktionsanglar.se\)](#)

Bakgrund till projektet Produktionsänglar



Kompetens, nätverk och finansiering för industrialiserings-processen är för svagt i Sverige idag. Det medför att:

- Industrialisering i egen regi ofta anses omöjlig
- Produktion förläggs utanför Sverige
- Nya produkter och innovationer säljs utomlands
- Inte bara produkter utan också företag går till utländskt ägande

”Dålig industrialisering” leder å andra sidan till:

- Produktionssystem och produktion av dålig kvalitet
- Ej lönsamma produkter

MatLusts upplägg på piloten var skapat utifrån Södertälje Science Parks upplägg i Produktionsänglar, med modifieringar för livsmedelssektorn, där produktionen ofta kräver speciella förutsättningar. Rekrytering/marknadsföring skedde via nyhetsbrev och sociala medier, den egna hemsidan (se [MatLust matchar matföretag med produktionsanläggningar!](#)) samt befintliga nätverk, t.ex. innovationsstödjarnätverket SAMLA. Det var 19 företag och 24 anläggningar som lämnade in intresseanmälningar under ca 3 månader. MatLust valde efter ett omfattande förarbete, med fokus på volym, rätt utrustning, råvaror samt ev. certifieringar, ut fyra producenter med tillsammans sex produkter som skulle matchas mot lika många produktionsanläggningar. Tre coacher upphandlades som stöd i processen.

Inledningsvis höll man en digital workshop med en av MatLust ofta anlitate experter på produktion och livsmedel. Denne menade att det viktigast var att hjälpa företagen med att sätta upp en kravbild. Vissa saker måste finnas på plats redan i inledningsskedet, vissa inte.

Följeforskningen valde att intervjua tre av företagen, en producent och två företag med produktionsanläggningar, för att höra deras uppfattning om hur matchningen hade fungerat. Nedan kommer referat av dessa intervjuer.

Producent: Sucasas

Sucasas är ett familjeföretag med varumärket Macacos (se [Macacos](#)) som tillverkar och förädlar produkter av frysta superfrukter, framförallt acai men även pitaya, acerola, graviola m.fl. från Amazonas. Superfrukter kallas de för att de innehåller väldigt mycket vitaminer, antioxidanter och omega 3. Sucasas kundkrets är dels caféer, restauranger och hotell, dels dagligvaruhandeln

som Hemköp, ICA och Coop. Det går också att köpa deras acai smoothie bowl samt frystorkade produkter via webbförsäljning hos en rad olika apotek.

Företaget har en hållbarhetsprofil i och med att skörden av acai sker av Amazonas invånare som äger marken själva. Detta bidrar till att Amazonas räddas, menar företaget. All frukt som skördas fryses ner direkt efter plockning. Acai har också en kärna som invånarna tillverkar armband av. Pengarna från försäljningen av dessa går till en lokal ambulansbåt.

Inför produktionsmatchningen hade Sucasas en bar och en juice de ville hitta producenter till. När det gällde juicen blev de matchade mot ett musteri men det visade sig att detta var för litet för att ha den nödvändiga utrustningen. Musteriet skulle diskutera om de kunde köpa in sådant som behövdes, exempelvis en mixer, men Sucasas tyckte att detta skulle ta för lång tid och kanske inte landa i något ändå. Därför valde de att gå vidare själva och hitta en annan producent.

Många kanske inte vet vilken utrustning som behövs och ett start up-företag kan hamna fel för att de inte kan något själva. De kan inte ställa rätt krav på producenten. De på musteriet var duktiga på att ställa frågor så vi snabbt fick fram vad som fattades. De till och med att funderade på att skaffa utrustning men vi hade bråttom. Har man inte en mixer som kan mixa frukter så har vi bara förlorat tid. Men de var väldigt trevliga att ha att göra med, synd att det blev så. Vore det ett långsiktigt projekt kunde vi ha provat med dem men det kunde ändå ha lett till att de sa 'Nej vi har inte råd'. Det är för många riskmoment ifall det inte fungerar så vi tog en annan producent som redan hade all utrustning.

Det företag de matchades mot när det gällde deras fruktbar, Unbakery, hade all utrustning och kunskap. För Sucasas var det en perfekt matchning, de kände dem innan men visste inte att de producerar bars. Sucasas säger att utan MatLust hade de aldrig fått veta detta. Nu har Unbakery tagit fram prototyper och Sucasas ska ge feedback på dem. Om allt går bra ska de ut i handeln augusti 2021. Superfrukterna blir "en unik bar" säger Sucasas.

Matchning skulle jag väldigt varmt rekommendera till företag som inte har så stora kunskaper eller nätverk. Det accelererade vår process att MatLust kontaktade oss.

Sucasas ägare hade gått MatLusts affärsutvecklingsprogram där de fick en mentor som var perfekt för dem. Mentorn, som själv startat ett par mycket lyckade företag, blev delägare och är nu viktigast i företaget, säger en av ägarna. Genom honom de fick tips på en eventuell producent för juicen. Denna kunde dock inte ta uppdraget så de i sin tur tipsade om en mindre producent, vilket blev lyckat. Att mentorn nu finns i bolaget är värdefullt, till och med värdet på företaget ökade.

Han lyssnar och respekterar vår utveckling, är tillgänglig men tvingar aldrig in oss i något. Insiktsfull. Vi är tacksamma mot MatLust.

Anläggning 1: Unbakery

Unbakery (unbakery.se/) som blev matchade med Sucasas tillverkar rawfoodinspirerade ekologiska bakverk samt har legotillverkning av förpackade bars, bland annat för Axfoods varumärke Garant. Företaget har fem delägare varav två är operativa. De var med i

affärsprogrammet för något år sedan. VDn säger att det hjälpte dem och tror att många skulle ha nytta av att genomgå programmet. Hon tror att det är värdefullt för små företag och det vore synd om läggs ned.

Unbakery gjorde om sin affärsplan på affärsprogrammet. Det var bra för dem att få bolla med en affärscoach och få fler kontakter. Några av kontakterna var värdefulla, liksom att få pitcha för en panel med det man kommit fram till. Ägarna fick genom programmet en helt annan syn på hur de skulle arbeta och vad som var viktigt. VDn menar att företaget vuxit på grund av att de vågade tänka annorlunda och ta beslut om vilka saker de skulle fokusera på. Det påverkade dem positivt.

Jag var ny i min VD-roll och fick en mentor som har hjälpt mig mycket. Det har gett mer kött på benen och gjort att jag vågar tro på mig själv. Det gjorde att vi vågade tacka ja till att vara med i Produktionsänglar. Jag är jättenöjd.

Ägarna var, som vi nämnde ovan, bekanta med Sucasas sedan tidigare och det blev en smidig process. Unbakery fick fylla i ett formulär med vad man kunde erbjuda i sin lokal och Sucasas gjorde en samma sak med vad de önskade. Eftersom det passade ihop kunde de börja jobba framåt direkt och planerar att en ny bar ska lanseras till hösten.

Vi har kapacitet att producera mer och kan bli matchade fler gånger. Ganska lätt att få in nya saker, men bars har en lite längre process än bakverk.

Anläggning 2: Svalins spis

Svalins Spis är ett familjeföretag och driver köket på Vårdinge folkhögskola där de serverar ekovegetarisk mat. De har varit med i MatLust tidigare, bland annat deltog en av ägarna i MatLusts tidiga Hållbarhetsprogram. MatLust frågade inför produktionsänglar-piloten om de var intresserade av att bli matchade som producent, och det var de. Hans Svalin har jobbat som kock i 45 år och tycker det är intressant och roligt att stödja andras verksamhet när de går i samma riktning mot ekovegetariskt. Han tycker det är viktigt att stödja start up-företag så att de kan lyckas. Nu blev Svalins spis matchade mot två olika företag som kunde tänkas starta produktion i deras kök. Det ena företaget ville få tillverkat sylt, marmelad, ketchup av sådant de odlat själva och fick över i sin servering eller i sin butik. Det andra företaget ville tillverka en vegetarisk barnmatpure. Hans såg en möjlighet att hjälpa dem och samtidigt själv lära sig något.

Det finns utrymme i köket och jag vet själv att jag har varit glad när någon backat upp mig. Jag tycker det är intressant, jag har redan två andra små företag som är i köket själva. Eftersom jag har varit med länge är jag ganska kompetent och kan förutse saker. Det är inte svårt för dem att prata med mig för jag vet vad de pratar om. Jag vill lotsa fram dem att komma vidare med deras affärsidé, inte främst för att tjäna pengar. Jag lär mig också något.

Vid vår intervju hade man inte pratat ihop sig riktigt ännu. Man hade haft digitala möten med en producent men inte fått ihop det helt. De hade ett digitalt möte med coachen och sedan telefonkontakt men inga beslut var tagna. En annan producent ville göra en provbatch till hösten för att testa hur det gick. Svalins spis trodde att de kunde vara behjälpliga i detta. De hade haft några möten med coachen men inte heller kommit till beslut ännu. Hans menar att det är viktigt

att inte lova för mycket som man inte klarar av när det är dags. När det gällde processen med coachen tyckte han att det var bra med en coach som höll ihop samtalet. Ger trygghet att det finns någon som kan ge stöd.

Hans och hans son har gått MatLusts affärsutvecklingsprogram och hans fru hållbarhetsprogrammet. De började på programmen för att de tillverkade portionslådor ekovegetarisk husmanskost.

Jag har haft en nytta av MatLust. Bra att få gå programmet och få mer kunskap om hur man bygger upp en affärsverksamhet. Jag och min son fick ett gemensamt språk om detta, han jobbar också här. Vi har också fått mer kontakter, det är framför allt min fru som har byggt upp ett nätverk. Vi har byggt upp vår utbildning på mycket av det vi fick från MatLust. Nu blir vi inbjudna till saker och en elev från skolan jobbade hos dem.

Intryck av Produktionsänglar-piloten

De företag vi intervjuat har tidigare goda erfarenheter av MatLust genom att de deltagit i olika program. Det betyder att de inte känner någon tveksamhet inför att hoppa på något som MatLust anordnar. Detta var en pilot och man lärde sig en hel del i processen, både företagen och MatLust. En del av MatLusts lärdomar blev dokumenterade och några av de generella var:

- Finns eventuella intressekonflikter mellan coach/företag?
- Finns eventuella befintliga relationer mellan coach/företag?
- Behov förändras från ansökan till matchning. Detta behöver tas hänsyn till under research.
- Stort intresse för projektet, lokalt och nationellt.
- Kolla upp ekonomisk status på sökande företag, dels för långsiktighet, dels för jämlik matchning.

För följeforskningen går det inte att dra några långtgående slutsatser från denna första omgång men det kommer att bli intressant att följa utvecklingen framöver. Det fanns ett stort intresse från företag som ville vara med och en ny omgång planeras.

MatLust har hela tiden befunnit sig i ett nära samarbete, och i samma hus, som Södertälje Science Park (SSCP). Det är av stort intresse för MatLust att fortsättningsvis koppla ihop sig med SSCP och bygga vidare inom deras ramverk. Att SSCP har Produktionsänglar sammanfaller väl med MatLusts ambitioner att skapa en inkubator för SME. Utan SSCP skulle det säkert ha varit betydligt svårare. Detta talar för att det kommer att bli en fortsättning – som kanske också på något sätt kan generera inkomster för MatLust i det långa loppet.

Alumninätverk

MatLust anordnade en första träff för ett alumninätverk den 26 maj 2021. Träffen var digital men om nätverket ska fortsätta vill man gärna ha den fysisk så att man kan både smaka på produkterna och nätverka på ett bättre sätt än vad det digitala verktyget ger utrymme för. Enligt

företag vi intervjuat tidigare är en av de stora poängerna med träffar som denna att företagen träffar andra företag och kan diskutera gemensamma erfarenheter.

Det var cirka 30 personer från olika företag som anmält sig till alumniträffen. Dessutom deltog flera från MatLust-teamet. Följeforskningen deltog för att få en uppfattning om varför de deltagande ville vara med på alumniträffen och vad de hade haft för nytta av MatLust, samt vad de skulle behöva för stöd framöver.

Det var fyra företag som presenterade produkter som de tagit fram. Alla deltagare hade i förväg fått utskickade prover på de olika produkterna. Flera av dessa hade tävlat på Matverk Stockholm eller på MatLusts uppföljare ÄT!Stockholm.

Först ut var måltidsutvecklaren på Södertälje kostenhet. Hon informerade om MatLusts testbädd och hur man gick till väga för att där testa att tillaga och servera olika produkter som kunde tänkas vara aktuella för att serveras i offentlig sektor. Uppmaningen var att deltagarna skulle tänka till om de hade några produkter som kunde fungera bra i storkök och skulle gå att testa i testbädden. Det finns mycket att tänka på, det gäller inte enbart smak utan även sådant som hantering, frysning, hållbarhet och förpackning. Kökspersonalen får lämna omdömen om hur produkten betar sig i köket, lika väl som matgästerna får uttala sig om smaken.

Bland företagarnas presentationer kom Jordnära mat först-med "biffar" av Jordnäras veganska steksmet av sötlupin. Efter det berättade företaget A2O om sin tempeh provencale, och demonstrerade hur man skulle använda den i en matig sallad.

Väddö Gårdsmejeri berättade om sin ekologiska burgarcheddar, alltså skivad ost som är tänkt att läggas på en hamburgare. Deltagarna hade fått ut osten i tre olika smaker, tryffel, chili och vanlig cheddar. Den sistnämnda vann Matverk Stockholm 2019 där de båda juryerna ansåg att den var både god och säljbar.

På lunchrasten fick deltagarna gå ut i sina egna kök och tillaga de hemskickade produkterna för att sedan lämna omdömen om dem i diskussionen efteråt. Kommentarer om produkterna var överlag positiva. Man diskuterade också olika förpackningar och hur man kunde hitta bra lösningar som inte var så dyra men ändå funktionella och hållbara ur miljösynpunkt.

Om man ska tolka stämningen utifrån vad deltagarna sade så upplevdes alumniträffen som värdefull. För att göra ett stickprov och få veta vad de egentligen tyckte, intervjuade vi två av deltagarna med produkter, Väddö gårdsmejeri med burgarcheddarn och Chew Folk med ett plastfritt tuggummi.

Väddö tyckte träffen var "jätterolig och levande". Det var intressant att se när Jordnära mat jobbade i köket, och att få smaka på de olika produkterna. En viktig del var att deltagarna också kollade av med varandra vad man hade för problem. Väddö ser inte de andra deltagarna som konkurrenter, man har egna nischer och mer att ge varandra än omvänt.

Alla har en egen nisch men likartade svårigheter, det kan gälla förpackningar, som Jordnäras plaststrut som hellre kunde vara papper. Vi har också plast, det dyrt och vi skulle vilja ha något annat.

Väddö har jobbat mycket för att komma in på ICA och tycker det är intressant om andra lyckats och hur de då gjort. Det är svårt att komma in i de system som innehåller data om produkten,

som artikelinfo, mått, innehåll osv. som man måste finnas med. Där kan en eventuell kund hitta ens produkt. Hur andra har gjort kan ge viktiga ledtrådar som förenklar för ett litet företag att få in sin produkt i de stora kedjorna.

Det är det som hämmar för oss småproducenter. Det är stora svåra system att komma in i.

Ägarna på Väddö började med affärsutvecklingsprogrammet och gick sedan vidare med marknadsföringsprogrammet.

Vi hade sett MatLust i bruset men inte haft kontakt innan vi gick affärsutvecklingsprogrammet. Vi fick en peppande coach på programmet. Hon fick oss att se oss själva utifrån, att blicka längre fram och byta perspektiv. Ett bra jobb av henne.

På marknadsföringsprogrammet fick de en mentor från Happy Island som under 10 timmar lärde dem hur de skulle nå ut. Även denna mentor fick mycket beröm.



FRÅN HAGE TILL MAGE PÅ SAMMA PLATS.

1 ST BONDGÅRD, 1 ST MEJERI = HÅLLBART SVENSKT LIVSMEDEL

Vi producerar mat till våra kor på åkrarna på Väddö i Roslagen, vi mjölkar och förädlar till goda kvalitetsostar som hamnar i din butik.

Följ vårt kretslopp på Instagram, Facebook och besök oss i sommar!

Hälsningar Familjen Edlund

Föräldrarna Yvonne & Hasse
Systersonerna Cissi & Elin

Ekologisk

Väddö
GARDSMEJERI

MatLust hade hört av sig och frågat om de inte ville ställa upp i Matverk Stockholm och det gjorde de – och vann. Om tävlingen sa de att de tyckte det var väldigt bra, bra organiserat, bra spridning av kompetens i jurygrupperna. De har senare använt vinsten i sitt säljmaterial.

Deltagandet i MatLust var en gamechanger för oss. Ett fantastiskt lyft. Allt var bra, mentorerna, alla kontakter, att få möta spetskompetens. Vi ger MatLust högsta betyg.

Efter alumniträffen ska Väddö börja sälja Chew Folk's tuggummin. Tuggummit var den sista produkt som presenterades. Chew Folk hade kommit på sin idé genom att en av dem hade sett något som kallades "naturligt" tuggummi i USA och undrat vad det var för skillnad mellan vanligt tuggummi och naturligt. De kom underfund med att det fanns plast i vanligt tuggummi. Plasten

”gömdes” för konsumenten genom att kallas för gummibas. De menade att konsumenter vanligen inte vet att det finns plast i tuggummi, plast av liknade sort som finns i många plastprodukter och i bildäck. I Chew Folk’s tuggummi finns ingen plast och det är inte sötat med aspartam utan med xylitol (björksocker) och stevia. Påsen är nedbrytbar och fri från plast den också. De övriga deltagarna berömde tuggummit för att det behöll smaken länge och hade en bra konsistens som inte skiljde sig från vanliga tuggummin.



Chew Folk’s båda ägare. Foto från ÅT!Stockholm

Vi intervjuade en av de båda ägarna som berättade att han och hans kollega länge hade pratat om att starta eget men att det skulle göra någon nytta, det måste vara något bra och hållbart. Kollegan såg det plastfria tuggummit i USA och de tyckte det var en bra idé att prova med ett sådant. Den intervjuade ägaren menar att de plastfria tuggummin som finns antingen inte är goda eller så är de svårtillgängliga. De började experimentera hemma i köket på helgerna. Det finns inget recept på nätet utan är nästan hemligt hur man gör tuggummi, säger ägaren. Det tog ett år för dem att komma fram med en prototyp som var tillräckligt bra. Man behöver maskiner för att utveckla och producera ett tuggummi, det går inte att komma hela vägen hemma i köket, menar han.

Det var viktigt för mig att det var något hållbart vi skulle arbeta med och detta kändes rätt. Inte många känner till att det finns plast i tuggummin. Producenterna vill ju inte berätta det. Det är ett stort intresse för vårt tuggummi, men samtidigt en utmaning att upplysa om att det är utan plast. Vårt tuggummi innehåller också bara naturliga smakämnen och sötningsmedel, inte aspartam, artificiella färgämnen eller syntetiska smaker, sådant har inte vi. Det finns andra tuggummin som har naturliga sötningsmedel, men de har plasten kvar.

Vid årsskiftet 2020-21 flyttade Chew Folk in i sin fabrik och efter en process med granskning utifrån livsmedelssäkerheten fick de IP-certifikat och kunde komma igång med produktionen. I mars började de sälja. Tanken är att växa kvalitativt och vara noga med att välja butiker med rätt kundbas. Just nu säljer de till ett 20-tal kunder, både fysiska och online. Målet är att sälja överallt där tuggummi finns, i affärer, onlinebutiker, hotellkedjor mm.

Chew Folk har gått MatLusts innovationsprogram. De blev tipsade av Almi när de talade med dem om en affärsplan. Almi sa att de visste ett program som skulle passa dem. Om programmet sa ägaren:

Experterna som MatLust tog in kan allt från råvarorna, tips om marknadsföring, hur vi ska positionera oss. Vi fick ett fantastiskt nätverk och kom i kontakt med människor vi aldrig skulle ha träffat annars, som inom food tech. Vi tränade mycket på att pitcha⁷ vår produkt inför experterna. Att träffa de andra företagen och bolla med dem hade vi stor nytta av. Alla ville att alla skulle lyckas och vi hade mycket nytta av deras kunskaper. Det fanns inget alls som var negativt eller skulle vara annorlunda. Vi har stor nytta av MatLust än idag, bara för en vecka sedan deltog vi i ett seminarium om plast⁸.

Om alumniträffen sa han att det var väldigt bra se företagen i alla olika stadier. De själva fick bra feedback, tips och idéer och nätverk för samarbeten. På träffen och efteråt var det 3-4 som hörde av sig och ville sälja tuggummit. I ett mail till MatLust skrev han dagen efter följande:

Ni på MatLust har ju hjälpt oss på ett sätt man inte kan sätta pris på. Utan kontakterna, nätverken och lärdomarna vi fått med MatLust hade vi inte alls kommit lika långt eller fått samma uppmärksamhet som vi fått nu.

Slutsatser om alumninätverket

Vi har flera gånger i tidigare rapporter (se t.ex. Delrapport 2) konstaterat att det uppstår spinn off-effekter när företagen träffar varandra under programmen. Deltagare har sagt att de nätverk de får nästan är lika viktiga som själva programmet. Företagen hjälper varandra att lösa problem och att komma vidare, de ger konstruktiv feedback på produkter och de börjar göra affärer med varandra. Efter programmen har de nätverken kvar och/eller vet vem de ska fråga i specifika saker.

Det har hänt att vi fått kommentaren att Södertälje är lite långt bort om man befinner sig i norra Stockholm. Det tar mycket tid att ta sig fram och tillbaka. Att alumniträffen var digital kan ha gjort att fler kunde delta. Däremot lärde de kanske inte känna några nya kontakter på samma sätt som på en fysisk träff. Företagen lär känna varandra när de pratar, inte minst på fikarasten. Vi såg ju ändå att Väddö och flera andra ville sälja Chew Folk's tuggummin och det är möjligt att någon var intresserad av de andra produkterna också. En spinn off-effekt blev det, även om träffen var digital.

MatLust har haft som mål att vara en mötesplats. Vi tycker att det syns, inte minst i våra studier, att mötesplatser för företagare med mindre företag och samma inriktning mot hållbarhet, är något som absolut behövs. Vi kan konstatera att sådana möten driver utvecklingen framåt. MatLusts företag kan tänkas få större utbyte av att träffa varandra än av att träffa enbart gruppen "företag" i allmänhet. De är små och de producerar något som någon ska köpa och äta för att det är gott och helst nyttigt och kanske ekologiskt. Detta gör säkert att de har lätt att förstå varandra. Där ett "vanligt" företag inte har tänkt alls, är dessa långt komna i sina

⁷ Se Chew Folk's pitch där ägarna berättar själva [Shift-finalister: Chew Folk - YouTube](#)

⁸ Se [Vilken plast platsar var? - MatLust](#)

funderingar på vad de vill åt. De vill något mer än att "bara" tjäna pengar. Här blir MatLust oersättligt som sammanhållande kitt.

De vi intervjuade, både de från alumniträffen och de från Produktionsänglar, har haft ett stort förtroende för MatLust. De vet att de får nya kunskaper och ett bra kontaktnät om de kommer till det MatLust anordnar. Vi kan se att MatLust har skapat sig ett rejält goodwill-kapital hos många SME. Med tanke på det kan fortsatta alumniträffar vara en mycket bra idé. Kanske man kan hålla en del digitalt och en del fysiskt på plats? Vi tror att en fortsättning följer.

Att praktisera hos MatLust

Genom åren har det kommit och gått många som praktiserat hos MatLust. Vi tyckte att det kunde vara dags att intervjua en av dem, Sandra Sjöholm. Sandra går en YH-utbildning till Hållbarhetspecialist på Stockholms internationella handelsskola. Hon valde MatLust för sin praktikperiod på grund av att hon hade en fil. kand. i kulinarisk kock och måltidskreatör från Örebro universitet, campus Grythyttan.

Sandra besökte Science week året innan hon sökte praktik hos MatLust. Hon pratade med några från projektet och tyckte det kändes roligt så efteråt mailade hon projektchefen och fick komma på intervju.

MatLust håller på med så himla mycket, det fanns så många områden och så mycket att lära. Det var inte enkelt att få överblick över allt vad de gjorde. Jag kommer från den praktiska branschen och var inte van att sitta ner och ha möten. Det var en annan miljö. Jag fick vara med på alla möten redan från början.

Sandra fick strax hoppa in och vara projektkoordinator för ÄT!Stockholm Hon fick mycket stöd och lärde sig av kollegerna. Det var intressant att få det förtroendet så snabbt, menar hon. Roligt att kunna bidra till något meddetsamma. Senare var hon involverad i många event, vid intervjun var det senaste FAO-dialogen (se stycke nedan) inför FN:s toppmöte om livsmedelssystem. När pandemin kom fick hon vara en del i den snabba omställning MatLust måste göra.

När coronan dök upp fick vi jobba som djur och fick ställa om fort. Men det gick jättebra. Det har skett en anpassning i att vi började med digitala möten. Självt har jag varit på kontoret en gång per vecka.

Sandra fick se en hel del av de kommunala köken och hur de jobbade där. Hon fick också vara med och se hur de arbetade med testbädden. Det har gett henne mycket kunskap och fler färdigheter, säger hon, hon har fått både råvarukunskap och ett större fokus på kvalitet. Hon hade erfarenhet från restaurang men inte från offentlig måltid. Nu fick hon se hur det fungerar i en kommun. Det är inte alls samma som på en restaurang, utan ett helt annat arbetssätt. Genom praktiken har hon fått överblick över branschen i stort. Hon har fått mer branschkunskap, fler kontakter och fått se vilka människor som sitter på olika positioner på olika företag.

Jag hamnade på rätt ställe, fått göra mycket och varit med på mycket. En värdefull upplevelse. För mig är det väldigt lärorikt att jobba i offentlig sektor. Jag har fått användning av tidigare kunskaper och lär mig samtidigt nytt. Just nu håller vi på

med att lägga ut mer om Diet for a green planet på hemsidan. Jag har hjälpt till där och fick gå en snabbkurs i nya verktyget. Jag får IT-kunskap också!

På frågan om hur det varit att jobba med resten av teamet svarade Sandra att MatLust-teamet fungerade som en föredömlig handledare.

Jag har verkligen blivit involverad i allt och känt mig som en kollega. Sara (projektchefen) har sagt att om jag inte varit framåt hade jag inte fått vara med lika mycket. De ser nog vad man passar att göra. Det kändes bra att de var vana att ha praktikanter. Många säger att de kan ta hand om praktikanter men har ingen koll på vad som behövs. Handledarrollen är viktig och MatLust vet vad den innebär.

Tanken är att Sandra ska fortsätta jobba med ÄT!Stockholm nu till hösten och det har pratats om timmar på kostenheten. Under sommaren ska hon jobba på ett hantverksbageri i Stockholm.

En slutsats från följeforskningen är att projektteamet har agerat på ett ansvarsfullt och inkluderande sätt gentemot en praktikant som kom utifrån. Det är ett bra betyg som tyder på att MatLusts allmänna samarbetsvilja, som fått mycket goda omdömen från samarbetsparter (se Delrapport 3), kommer inifrån projektet och riktar sig mot alla, inte enbart stora yttre aktörer.

Vad ser man i projektet?

Under våren 2020 genomförde vi intervjuer med projektteamet. Vi frågade vilka som var de viktigaste sakerna som MatLust dittills hade gjort. I teamet ser man relativt enstämigt arrangemanget av Matverk (som nu övergått i ÄT!Stockholm), forskarkonferensen under Science Week samt testbädden, som konkreta milstolpar i projektet. Det finns givetvis mycket annat viktigt, exempelvis att MatLust byggt ett ekosystem för livsmedelsföretagare i regionen och att man är mycket bra på samarbete.

Under våren 2021 valde vi att enbart intervjua de fyra i strategiledningsgruppen eftersom de har mest inflytande över vad som ska hända i projektet. Vid de föregående intervjuerna, liksom många gånger tidigare, kom frågan om MatLusts hemvist i kommunen upp. Tanken då under våren 2020 var att Södertälje skulle bilda en livsmedelsenhet där MatLust kunde ha sin utgångspunkt. Denna har dock inte blivit av eftersom kommunen omorganiserade och då passade den inte in. MatLust har haft sin hemvist hos Destination Södertälje som nu ska stöpas om till Näringslivsenheten.

Strategiledningsgruppen menar att för att etablera MatLust som en permanent nod behöver projektet närma sig Södertälje Science Park och identifiera gemensamma beröringspunkter. Södertälje kommun med Destination Södertälje är inte en optimal lösning som hemvist för ett näringslivsprojekt som MatLust. SSCPs fokusområde är, liksom MatLusts, hållbar produktion. MatLusts strategiledningsgrupp föreslår att SSCP också kan ha en livsmedelsnod. En sådan nod skulle ge positiva synergier och stärka SSCP ytterligare. Ett exempel är att MatLust använder SSCPs koncept Produktionsänglar och att konceptet går lika bra att applicera på livsmedelsproducenter som på industriföretag.

Projektstrategen menar att det är ett problem att livsmedel inte är ett prioriterat område i Smart specialisering-strategin för Region Stockholm (se [Smart specialisering – Tillväxtverket](#)). Det

hade gjort att livsmedel hade prioriterats högre och setts som en viktig näring och mer medel och resurser hade satsats på livsmedelsnäringen.

Stockholm

- Hälsa vård, omsorg
- Gröna transporter/bostäder
- Avancerad produktion/material

Södermanland

- Avancerad tillverkning för krävande miljöer
- Biobaserade näringar; hållbar produktion och effektiv distribution
- Verksamhetsnära digitala tjänster

Icke desto mindre är Stockholm en stor stad som behöver mycket mat. Under 2017 fattade riksdagen beslut om en livsmedelsstrategi som pekar ut riktningen för den svenska livsmedelspolitiken fram till 2030. Det övergripande målet för strategin är en konkurrenskraftig, hållbar livsmedelskedja där den totala matproduktionen ökar och fler jobb skapas. Livsmedelsförsörjningen har varit en undervärderad fråga men både en kris som coronapandemin och hela klimatfrågan gör den mycket aktuell.

Inför FN:s Food Systems Summit 2021

Förra styckets avslutades med att frågan om livsmedelsförsörjning och livsmedelssystem är något som framöver kommer att vara i fokus i hela världen. MatLust har redan på flera sätt varit med i den internationella diskussionen och var i mars 2021 värd för en av de regionala dialogerna inför FN:s toppmöte Food Systems Summit 2021 (FSS). Den regionala dialogen var ett samarrangemang mellan MatLust och Näringsdepartementet. Utgångspunkterna finns att läsa på [Food Systems Summit – Toppmöte för hållbara livsmedelssystem - Regeringen.se](#). Där står bland annat följande:

Arbetet bör leda till inkluderande hållbara livsmedelssystem som möjliggör tryggad livsmedelsförsörjning globalt, samt är klimatsmarta, hälsosamma och minskar matsvinn samt värnar miljön. Arbetet behöver ske nationellt, på EU-nivå, multilateralt och globalt.

Diskussionerna på mötet utgick från följande sex visionsmeningar:

1. Kunskaps- & innovationssystemet bidrar till ökad produktivitet, innovation och cirkularitet i livsmedelskedjan & hållbar produktion, transport och konsumtion av livsmedel.
2. Konsumenterna har ett högt förtroende för livsmedlen som erbjuds och kan lätt göra medvetna, hållbara, och hälsosamma val till rimligt pris oavsett socioekonomiska förutsättningar.

3. Livsmedelsproducenter får rimligt betalt och har goda förutsättningar, inklusive arbetsvillkor, för att producera hållbar och hälsosam mat.
4. Privata och offentliga finansierings- och stödsystem, samt regelverk uppmuntrar till konkurrenskraft och att mat produceras hållbart och är hälsosam.
5. Livsmedelssystem kan hantera utmaningarna avseende livsmedelsförsörjning och nutrition till hela befolkningen, producenternas lönsamhet samt miljö- och klimatförändringarna.
6. Handels- och restaurang led säljer till övervägande del hållbar och hälsosam mat till konsumenterna och säkerställer att matsvinnminkas eller återvinns genom cirkulära tillvägagångssätt.

Rapporten från den regionala dialogen finns att ladda ner på: [Rapporter från regionala dialogerna i Södertälje och Härnösand inför FSS - Regeringen.se](#)

Mötet spelades in och kan ses här: [Inspelningen av den regionala FAO-dialogen i Södertälje 24 mars - MatLust](#)

Förstudien inför fortsättningen

MatLust har inför en ansökan om ett Matlust 2.0 ansökt om och fått beviljad en förstudie kallad MatLusts utvecklingshub. Förstudien ska enligt ansökan svara på följande frågor:

1. Vilka erbjudanden bör finnas med i ett framtida genomförandeprojekt inom en Södertäljebaserad utvecklingshub för livsmedelssektorn?
2. Hur ser förutsättningarna ut för att, utöver företagsutveckling i Stockholms län, erbjuda stöd till livsmedelssektorn i Östra Mellansverige och eventuellt kunna ha vissa erbjudanden till livsmedelsföretag i hela Sverige? (Tidigare har MatLust bara varit inriktad på Stockholmregionen, så differentieringen mellan att jobba lokalt, storregionalt och nationellt är det nya som ska utredas, förutom att vi räknar med ett bredare erbjudande än det som MatLust haft i sitt genomförandeprojekt.)
3. Hur ska hållbarhetsaspekterna miljö, mångfald och jämställdhet integreras i ett framtida projekt?
4. Vilka samarbetspartners vill stå bakom en större framtida projektansökan och vilka partners bör involveras i de olika delarna av det framtida projektet?
5. Hur kan ägarskapet av ett framtida genomförandeprojekt se ut?
6. Är det möjligt att ta betalt för tjänster inom utvecklingshuben, och hur påverkar det kommande projektansökan till regionalfonden?
7. Besvara de frågor som behövs för resultatkriterierna för genomförandeprojekt enligt Tillväxtverkets anvisningar, om de inte omfattas av fråga 1-6.

Det är inte svårt att se att det finns stora ambitioner. MatLust planerar att nå ut ännu längre och vill bredda utbudet samt hitta fler partners.

Diskussion och slutsatser

Utifrån enkätsvaren vi redogjorde för ovan konstaterade vi att MatLusts program genererat konkret nytta ute i de deltagande företagen. Projektet har lyckats hitta koncept som fungerar och projektteamet har utvecklat en ansenlig samlad kunskap inom hållbar livsmedelsproduktion.

MatLust fyller ett behov av en mötesplats för start ups och SME som vill satsa på hållbarhet. Det vi observerade inför den här rapporten är det nu finns ett uppbyggt nätverk av företag som deltagit inom något program och fortfarande vill dra nytta av MatLust. De har ett stort förtroende för MatLusts kompetens och är villiga att lägga sin tid på det MatLust organiserar eftersom de vet att det ger dem något. En intressant fråga är var dessa företag ska hitta kunskaper och stöd som verkligen passar dem, om inte MatLust finns? Att en annan part direkt skulle kunna gå in och göra samma saker lika bra är knappast sannolikt. Det finns definitivt inte någon i Stockholmsregionen. Att MatLust tillsammans med Näringsdepartementet anordnar det regionala dialogmötet inför FN:s toppmöte visar att man redan tagit sin plats som livsmedelsnod i besittning.

Frågan handlar inte längre om att bygga förutsättningar eller ifall det finns behov. Det finns båda delar, och nu handlar det om att få till en långsiktig finansiering för en implementering av MatLust som livsmedelsnod för hållbara livsmedel. Det är också centralt att få en organisatorisk hemvist som är ändamålsenlig för verksamheten, såsom Södertälje Science Park. Detta har vi skrivit om i Delrapport 3 men vi ser inte att det hittills kommit fram en lösning. MatLust är utan tvivel ett samhällsnyttigt projekt men är samhället villigt att betala för sin nytta eller ska MatLusts livsmedelsnod leva ett osäkert liv i många år till? Om MatLust till exempel inryms under SSCP kan det kanske bli halvkommersiellt och sälja tjänster. Det kan finnas andra lösningar också men frågan måste utredas.

MatLusts har en stark koppling till SSCP. Det tidigare fokusområdet "hållbara livsmedel" och life science utgick som egna definierade spår inom SSCP som fokuserade helt på området Hållbar produktion. Livsmedel inryms väl inom det större begreppet hållbar produktion och kommer fortsatt ligga i fokus för Södertälje kommun. Samarbetet mellan MatLust och SSCP, samt KTH, syns bland annat på den årliga Södertälje Science Week. MatLust bidrar varje år med flera aktiviteter, där forskarkonferensen är den enskilt viktigaste. I och med att MatLust befinner sig i samma hus som SSCP har projektet haft tillgång till aktörer inom utveckling och innovation.

Vid våra tidigare intervjuer med VDN för SSCP har denne bara varit positiv till MatLust. Han menade att samarbetet med projektet har gett användbara lärdomar till SSCP. MatLust har bland annat bidragit med kunskap om hållbarhet. VDN har till följeforskningen uppgivit att man har haft stor nytta av MatLust och önskar ha det även fortsättningsvis, bland annat i Produktionsänglar.

MatLust har hela tiden arbetat med kunskapsspridning inom Södertälje kommuns organisation och politiska styrning, för att stärka möjligheterna och acceptansen för livsmedelsnoden. Genom att intervjua politiska företrädare har följeforskningen tidigare sett att MatLust varit välförankrat och mycket uppskattat av en bred politisk majoritet. Risken att projektet skulle missgynnas vid ett politiskt maktskifte har vi bedömt som liten. Detta är givetvis inte oföränderligt. Vi är följeforskare i projekt som ska återuppbygga och säkra viktiga

samverkansstrukturer som gått förlorade i tider av politiska maktskiften och samtidiga byten av personer på strategiska chefsposter inom en kommun. Därför ser vi hur viktigt det är att säkra en kontinuitet i en värdefull verksamhet som byggts upp under en lång följd av år med stora investerade resurser. Hur ägarskapet och den långsiktiga planeringen för MatLust ska se ut bör därför vara en fråga som finns på agendan hos Södertäljes kommunpolitiker och kommunledning.

Frågan om MatLust skulle kunna ingå i SSCP AB behöver lyftas av någon av ägarna i styrelsen, det vill säga Södertälje kommun, KTH, Scania och AstraZeneca. Att kommunen är delägare betyder att Södertäljes kommunalråd och stadsdirektör är representanter i SSCP:s styrelse. De skulle därmed kunna ta upp frågan där och be att styrelsen tar ett beslut om att flytta MatLust till SSCP. I dagsläget ser det ut som om detta kommer att ske till hösten 2021. Vi kommer att återkomma till ämnet i nästa rapport.

MatLust går nu in i en slutfas, dock sker den under samma tid som en förstudie inför nästa projekt kommer att ske. MatLust kommer att finnas kvar och växa i betydelse. Det finns ingen risk att aktiviteten inom projektet avtar. Projektteamet är duktiga på att dra in externa projekt. Det sista som hände innan denna rapport skrevs var att MatLust fick ett stort REACT-projekt, kallat *Omtag nu*. Projektet har till syfte att besöks- och upplevelsesektorn (hotell, konferens, kultur-, nöjes- och friluftaktiviteter) och food servicenäringen (restaurang, café, catering) i Stockholms län, samt deras leverantörer, ska utveckla nya affärsmodeller kopplade till de förändrade sambanden mellan arbete, boende, mat och fritid som uppkommit genom coronakrisen, samtidigt som digital och grön omställning fått genomslag. Detta betyder att MatLust kommer att bygga upp ännu mer kunskap, vilken kan omsättas i livsmedelsnoden.

Vi konstaterar att MatLust är ett enastående projekt. Det är där vår bedömning landar. I tidigare intervjuer har vi sett att projektets intressenter är mycket imponerade och har ett stort fortsatt intresse. I denna rapport har vi visat att företagen i målgruppen är väldigt nöjda och MatLust har byggt upp ett gediget förtroende hos dem. Även internt fungerar projektet bra och alla i teamet brinner för det de gör. Med detta avslutar vi rapporten och återkommer med en ny rapport 2022.