

Hög tillit bland mathantverkare

Det mest centrala begreppet inom ekonomiämnet är förmodligen förtroende. När man gör affärer, måste man ha åtminstone en viss grad av tillit till sina affärspartners. Förtroende är inte minst viktigt, när man ingår i något slags kollektivt sammanhang. De andra, som också är anslutna till kollektivet, kan ju vara oseriösa eller bara slarviga, och då kan kollektivets alla deltagare lida skada.

KOLLEKTIVA VARUMÄRKEN

Trots sådana risker är kollektiva lösningar mycket vanliga, bland annat vad gäller varumärken. Förutom att kooperativa företag säljer sina medlemmars produkter under samma varumärke finns det också organisationer, som arbetar primärt med kollektiva varumärken. Då måste de företag, som säljer sina produkter under det kollektiva varumärket, lova att uppfylla ett antal kriterier. Annars skulle ju varumärket inte vara till nytta.

Exempel på kollektiva varumärken är Svenskt Sigill, Krav, Nyckelhålet, Från Sverige, Bonde på Köpet och Fairtrade. Ett förmodligen mindre känt kollektivt varumärke är Eldrimner Mathantverk. På hemsidan <http://www.eldrimner.com/> skriver de att "Mathantverk skapar unika produkter med rik smak, hög kvalitet och tydlig identitet. Dessa tillverkas av i huvudsak lokala råvaror som förädlas varsamt, i liten skala och ofta på den egna gården."

MÖJLIGHETER OCH RISKER

I en masteruppsats vid Ultunas ekonomiinstitution analyserar Karin Haglund hur mathantverkarna ser på de möjligheter och risker som är förbundna med att vara registrerad och certifierad hos Eldrimner Mathantverk och därmed få lov att använda detta varumärke.

Hon genomförde en webenkät bland samtliga de 1 524 företag, som har registrerat sig på Eldrimners hemsida. E-mail med en länk till ett frågeformulär gick ut till de företagare som marknadsför sina företag via Eldrimners mobiltelefonapp. En del av de registrerade mathantverkarna har också certifierat sina produkter hos Eldrimner. Certifieringen betyder att deras produkter uppfyller ytterligare ett antal kriterier.

EFTERLYSER MARKNADSFÖRING

Det är föga förvånande att mathantverkarna värdesätter att de syns på Eldrimners app. Konsumenter kan enkelt klicka sig fram till mathantverkarnas egna hemsidor. Tack vare den gemensamma marknadsföringen kan var och en av mathantverkarna göra mindre egna marknadsinvesteringar.

När konsumenterna uppskattar de genuina hantverksproducerade varorna är de villiga att betala mera. Dock tycker mathantverkarna att konsumenterna har alltför dålig kunskap om vad mathantverket står för och för låg kännedom om just

certifieringen Eldrimner Mathantverk. Respondenterna önskar att varumärket vore starkare, och tror att med ökad kännedom skulle konsumenterna köpa mer hantverksproducerade livsmedel. De efterlyser en effektivare marknadsföring av varumärket.

INBÖRDES TILLIT

Mera förvånande är att mathantverkarna i hög grad litat på varandra. De tror inte att andra mathantverkare skadar ett gemensamt varumärke genom att fuska och slarva.

Det gängse sättet att uppnå samordning inom ett kollektiv är kontrakt, i vilka det stadgas om påföljder för den som bryter mot reglerna, samt att det finns sätt att upptäcka de felande. Med hjälp av kontrakt kan man få en överensstämmelse mellan de individuella intressena och det kollektiva intresset. Eldrimner Mathantverk har dock inte några hårda kontrakt. Det som kan hända är att en problematisk mathantverkare blir utesluten, men det blir inga andra påföljder.

I stället bygger alltså samordningen på förtroende mellan mathantverkarna. Detta är anmärkningsvärt, när de olika mathantverkarna är beroende av varumärket och de har satt pengar och andra resurser i sina företag. En tänkbar förklaring kan vara att företagen är relativt få.

SOCIAL KONTROLL

Visserligen är det omöjligt att alla mathantverkarna känner varandra, men eftersom de är utspridda över hela landet, gäller förmodligen att de känner varandra inom de olika bygderna. På så sätt är det troligt att det finns social kontroll så att mathantverkarna har anledning att lita på varandra. En annan faktor är att flertalet företagare är mindre familjeföretag och därmed är det troligt att beteendet liknar enskilda konsumenters.

Efter hand som marknaden för hantverksproducerade livsmedel ökar och allt fler producenter ansluter sig till Eldrimner Mathantverk, ökar behovet av formella kontroller. En hel del av respondenterna antyder detta.

Vill du läsa mera?

Haglund, Karin (2017). *Eldrimner Mathantverk – A collective brand for artisan produced food items. Master's thesis. Uppsala: SLU, Institutionen för ekonomi.*

<https://stud.epsilon.slu.se/10314/>

Jerker Nilsson, Institutionen
för ekonomi, SLU Uppsala

