



Utvärdering Reko-ring Sjuhärad

VÅREN 2018

ANNA KJELLBERG, EKOVERA

Innehåll

Sammanfattning.....	3
Inledning	4
Mål och syfte.....	4
Beskrivning av Reko-ring	4
Undersökningens metod.....	5
Deltagande.....	5
Genomförande	5
Resultat	7
Enkät svar producenter	7
Enkät svar konsument	10
De som ej ännu har handlat	17
Intervjuer producenter	18
Intervjuer konsumenter.....	27
Sammanfattande analys.....	36
Hur påverkar Reko-ring livsmedelsproducenters förutsättningar i Sjuhärad?	36
Kontakt med konsument	37
Omsättning och sysselsättning.....	37
Hinder, oro och begränsningar.....	37
Konkurrens och prissättning.....	38
Ett värde utöver köpet	39
Hur påverkar Reko-ring konsumenters beteenden och värderingar i Sjuhärad?	39
Förändrade köpmönster.....	39
Värden utöver själva köpet	40
Hinder och begränsningar	40
Finns det passiva medlemmar och kan de uppmuntras till att handla?	41
Vad kan en kommun göra för att stötta och utveckla Reko-ringar i Sjuhärad?.....	41
Förslag på fortsatta studier	41
Bilaga 1 Enkät producent	43
Bilaga 2 Enkät konsument	45
Bilaga 3 Svar enkät producent	47
Bilaga 4 Svar enkät konsument	53
Bilaga 5 Intervjufrågor producent	61
Bilaga 6 Intervjufrågor konsument	63

Sammanfattning

Våren 2018 gjordes en utvärdering av Reko-ring Sjuhärad för att analysera om Reko-ring kan sägas vara ett positivt exempel på hållbar landsbygd. Frågeställningarna som undersöktes var hur Reko-ring påverkat livsmedelsproducenters förutsättningar i Sjuhärad, hur Reko-ring påverkat beteenden och värderingar hos konsumenten samt vad kan kommunen göra för att stötta. De Reko-ringar som undersökts var Borås, Ulricehamn samt Mark.

Undersökningen gjordes dels via digital enkät och intervjuer, både riktad till producent och konsument. Sammanlagt svarade 36 producenter och 366 konsumenter och 16 intervjuer genomfördes. I undersökningen deltog såväl köttproducent, mejeri, bageri som grönsaksproducent och det fanns en stor spännvidd i om de var småskalig hobbyverksamhet eller mer storskalig. Både ekologisk, eller enligt ekologiska riktlinjer, samt konventionell produktion deltog.

Undersökningens slutsats är att såväl producent som konsument anser Reko-ring har gjort en positiv påverkan. Fokus ligger på det närproducerade och matens kvalitet. För producent finns ett tydligt mönster av ökad omsättning samt av ökad sysselsättningsgrad. Reko-ring anses vara ett effektivt sätt att sälja mycket under kort tid. Den ökade omsättningen har både bidragit till investeringar samt till lön eller en förbättrad lön. Generellt sett har Reko-ring inte lett till förändrad produktion, utöver utökad volym. Dock har den tydliga återkopplingen från konsument påverkat investeringsval, för att möta efterfrågan. Reko-ring anses lätt att nyttja och med få hinder. De begränsningar som finns är den tid det tar för administration, orderplock och resor samt annonssystemet.

Reko-ring har inneburit ett värde utöver själva köpet, främst relationsskapande både mellan producent och konsument men också producent mot producent. Konkurrens upplevs inte som negativ, utan tvärtom att man kan dela erfarenheter samt ingå affärssamarbeten.

För konsument har Reko-ring bidragit till en ökad andel köp av närproducerade livsmedel samt att det skapat en större planering och regelbundenhet av inköp av livsmedel. Maten anses vara av bättre kvalitet samt smaka godare. Det finns också perspektiv av att den anses vara mer hälsosam samt gynnsam för miljö och hållbarhet. Reko-ring har inneburit ett värde utöver själva köpet, såväl förbättrad kvalitet på maten, ökad kontakt med producenten och ökad förståelse för lokalt producerad mat samt för matens roll för påverkan på miljö och klimat.

Prissättningen på Reko-ring anses rimlig och framförallt prisvärd utifrån sin kvalitet men att den kan uppfattas som dyrare och exkluderande för ekonomiskt svaga grupper. Dock finns det flertalet röster som lyfter att det är dyrt men generell Reko-ringskonsument är inte priskänslig.

Kommunen kan bidra med bra yta för utlämning, där det finns bra parkeringsmöjlighet för såväl konsument som producent samt belysning. På sommaren är det också önskvärt med tillgång till ström. Kommunen kan också bistå med marknadsföring, av såväl producenter som Reko-ring som fenomen, samt att hjälpa grupper som i nuläget inte har tillgång till Reko-ring, exempelvis äldre som inte har dator. Kommunen kan också hjälpa till med varifrån producenter kan söka medel. Annars ska kommunen inte vara delaktig i Reko-ring, utan snarare hålla sig borta. Det tycker framförallt producenter men även konsumenter.

Inledning

Reko-ring är ett fenomen som startade i Finland och som kom till Sjuhärad våren 2017. I korthet innebär det en plattform med handel för närproducerade livsmedel där inga mellanhänder förekommer. Via Facebook sker direktkontakt mellan producent och konsument och på ett bestämt datum sker det med regelbundenhet utlämningar. Reko-ring är inte en marknad och inga spontana köp får sker vid utlämningen.

Våren 2018 genomfördes undersökning av Reko-ring utifrån de tre ringar som fanns i januari 2018. Detta för att studera och analysera ifall Reko-ring kan sägas vara ett positivt exempel på hållbar landsbygd.

Mål och syfte

Målet är att utvärdera Reko-ring, utifrån de ringar som fanns inom Sjuhärad våren 2018, och dess effekt på lokala producenter och konsumenter. Detta utifrån att hur de som nyttjar Reko-ring väljer att beskriva Reko-ring och vilken påverkan det haft på produktion samt konsumtion.

Uppdragsgivare för utvärderingen är Hållbar Landsbygd Sjuhärad, ett projekt som drivs av Borås Stad och som syftar till att lyfta positiva exempel för en hållbar landsbygd. Både för dem som producerar, driver företag och bor på landsbygden. Utvärdering av Reko-ring initierades utifrån att innan Reko-ring kan sägas vara ett sådant gott exempel behöver Reko-ringarnas påverkan på producenter och konsumenter granskas och analyseras. Det underliggande syftet är därmed att granska om Reko-ring leder till en mer hållbar landsbygd, där de mer konkreta frågeställningar som skall undersökas och besvaras är följande:

Hur påverkar Reko-ring livsmedelsproducenters förutsättningar i Sjuhärad?

Hur påverkar Reko-ring konsumenters beteenden och värderingar i Sjuhärad?

- Finns det en målgrupp som vill komma men inte gör det? Hur kan de uppmuntras till att börja handla?

Vad kan en kommun göra för att stötta och utveckla Reko-ringar i Sjuhärad?

Beskrivning av Reko-ring

Reko-ring står för rejäl konsumtion och det är en plattform som har som syfte att ta bort mellanhänder mellan producent och konsument, företrädesvis från producenter i närområdet men även mer långväga kan vara välkomna. En Reko-ring är inte en marknad utan en utlämning av på förhand beställda varor. Detta för att hantera regelverket kring att matmarknad kräver tillstånd för varje givet tillfälle. Det är främst råvaror och produkter från egen produktion som får säljas. Det är huvudsakligen livsmedel men biprodukter kan tillåtas så länge de är kopplade till en primärproduktion, exempelvis sälja fårskins om man också säljer kött.

Det är producentens ansvar att reglerna kring livsmedel, redovisning och skatt följs, inte Reko-ringens. Det är upp till varje ring att definiera sina riktlinjer och viss variation förekommer. Riktlinjerna bestäms av ringens administratörer. En Reko-ring organiseras via Facebook. Två grupper startas per stad/område där en är riktad till konsument och en till producent. I producentgruppen postas information och diskussion mellan producenter. I konsumentgruppen lägger producenter upp annonser där konsumenten svarar med en kommentar vad hen önskar beställa. Producenten bekräftar genom att antingen gilla-markera eller svara med en kommentar. En del producenter ger även ett beställningsnummer. Endast inlägg som handlar

om försäljning är välkomna och konsumenter kan inte posta egna inlägg. Gruppens administratörer modererar hårt och tar bort kommentarer som inte är kopplade till köp-och sälj. En annons kan inte ligga kvar utan ska alltid tas bort och förnyas inför varje nytt försäljningstillfälle. Kopplat till varje utlämningstillfälle skapas ett Facebook-event, som en påminnelse om vilket datum det är.

Vid bestämda tillfällen, vanligtvis samma veckodag varannan vecka, sker utlämningen där konsument och producent träffas. Variation på datum kan komma att ske beroende på säsong och storhelger. Vanligtvis är utlämning alltid på samma plats men ibland kan förändringar förekomma. Det är huvudsakligen på en parkering utlämning sker men även vara andra typer av stora ytor, exempelvis grusplan, kan vara aktuella. Endast förbeställda varor kan köpas av producenterna. Det är upp till producenten att välja hur konsumenten ska betala. Företrädesvis används swish. Tiden är begränsad till en timme, men variation kan förekomma.

Bakgrunden är att lokala producenter behöver stöttas, för att öka svensk självförsörjningsgrad och skapa en livskraftig landsbygd. Matkvalitén anses vara högre och att bonden får en mer rättvis lön. Det ingår även att konsumenten ska kunna ställa frågor direkt till producenten och lära sig mer om maten, detta uttrycks även som relationsmat.¹

Undersökningens metod

Deltagande

Utvärderingen har riktat sig till alla de som nyttjar Reko-ring i Sjuhärad. Den är uppdelad i två målgrupper, producenter och konsumenter. Konsumenter är därefter uppdelad i ytterligare två grupper, de passiva och de aktiva.

Vid utvärderingens start i januari 2018 fanns det tre aktiva Reko-ringar i Sjuhärad, vilka var Borås, Ulricehamn samt Mark. Vid utvärderings slutförande juni 2018 hade följande tre ringar startats, Bollebygd, Herrljunga samt Toarp/Dalsjöfors. De tre sistnämnda var inte med och svarade på den digitala enkät som gjordes men vissa av de intervjuade respondenter lyfter dem.

Genomförande

Utvärderingen är uppdelad i två delmoment. Dels via digital enkät postad i relevanta Facebookgrupper och dels följdintervjuer med 16 människor som via enkäten anmält intresse att delta i en fördjupande intervju.

Enkäten var utformad dels riktad till producent och dels till konsument. 36 stycken producenter och 366 konsumenter svarade. Enkäten var live mellan 15 februari och 1 mars 2018.

Åtta stycken producentintervjuer och åtta konsumentintervjuer genomfördes. Urval av producenter som intervjuades gjordes utifrån att endast dessa åtta anmält intresse för intervju. 25 stycken konsumenter hade anmält intresse för att bli intervjuade och urvalet till åtta utgick från dels att alla tre ringar skulle vara representerade. Dessutom utifrån om de uppgett barn varit med vid handling samt att representera olika kön och ålder. Intervjuerna genomfördes i april och maj 2018. Företrädesvis gjordes de via telefon. Två intervjuer med producent gjordes samtidigt som studiebesök.

¹ Källmaterial taget från de slutna Facebookgrupperna Reko-ring Borås endast producent, Reko-ring Ulricehamn producenter, Reko-ring Mark producenter, maj 2018.

Vilka som valt att svara på enkäten kan ha påverkats av att den gjordes i februari, då det är lågsäsong för exempelvis grönsaksproducenter. Dock har flertalet svarande producenter varit just producenter av grönsaker, rotfrukter och/eller bär.

Urvalet av deltagare i utvärdering har riktat sig till de som frivilligt velat dela mig sig av sina tankar och åsikter om Reko-ring. Det har därmed företrädesvis fångat upp de som är positiva till fenomenet. Speciellt vid de som intervjuats har märkts en välvillig inställning, där flera beskrivit sig som ambassadörer som försökt sprida det goda med Reko-ring. Det är en svaghet i utvärderingen att de missnöjda som valt att inte fortsätta med Reko-ring inte deltar i studien. Dock hade det krävt ett annat format av utvärdering och även dessa välvilliga röster har lyft svagheter och vad de anser kan förbättras. Därmed är utvärderingen ett bra underlag för att utveckla Reko-ring och besvarar frågeställningarna.

Enkäten har gett förslag på svar till konsumenten och producenten men det har alltid funnits möjlighet att vid varje fråga att ge ett eget alternativ, vilket användes till liten del men mestadels för att komplettera redan givet svar. Dock förekom fler egna förslag vid omröstning på Facebook angående frågan till de passiva konsumenterna angående vad som gjort att de inte ännu handlat. Det gav en ökad diversitet mellan de tre gruppernas svar.

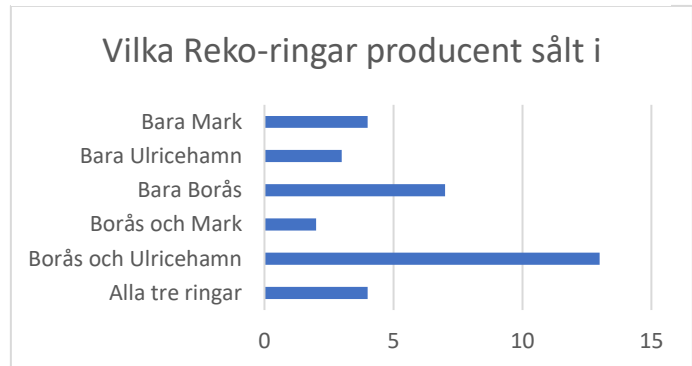
Resultat

I resultatet presenteras först enkäten och därefter de sammanställda svaren från intervjuerna. Svaren särredovisas angående konsument och producent. Se bilaga 1 för enkätfrågor producent och bilaga 2 för enkätfrågor konsument. I bilaga 3 finns tabellsammanställning av svaren från producenter och i bilaga 4 svaren från konsumenter.

Enkät svar producenter

Merparten av de svarande producenterna säljer i fler än en ring, där den vanligaste kombinationen är Borås och Ulricehamn. Borås är den mest nyttjade Reko-ring, där säljer nästan 80% av producenterna sina varor. Dessutom är det 20% som säljer i enbart Borås, motsvarande siffror för Mark är 11% och Ulricehamn 8%. Slutligen är det 11% som säljer i alla tre ringarna.

Tabell 1



De svarande fick lista tre ord de förknippar med Reko-ring. 52 olika ord användes och de kan kategoriseras utifrån:

- Närproducerat
- Positivt beskrivande ord
- Maten och beskrivning av den
- Ekonomi
- Relation till andra

Närproducerat är det vanligast begreppet, men även snarlika ord så som närodlat, lokalt och nära används. De positivt beskrivande orden som används är personligt, äkthet, effektivt, enkelt, mysigt, roligt samt genuint. Maten beskrivs med kvalitet, färsk, nyttig, relationsmat samt matglädje. Vad gäller ekonomi används ord som lönsamhet, swish, lätt att sälja, sålda varor, försäljning samt inga mellanhänder. Slutligen används orden gemenskap, kundkontakt och kooperativ för att beskriva relation till andra.

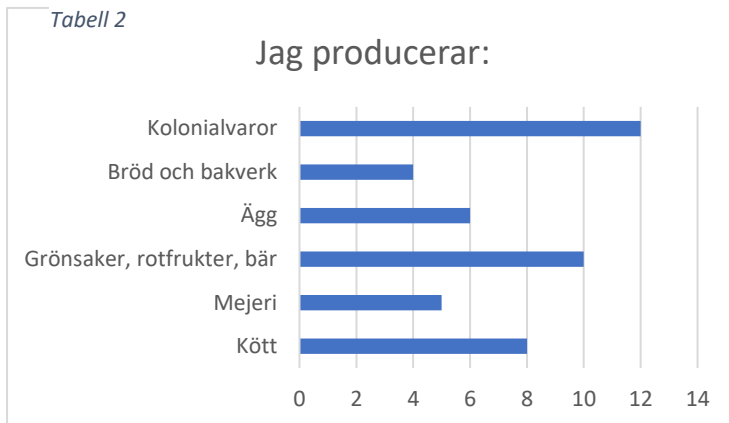
10 olika begrepp förekommer mer än en gång.

- | | |
|-------------------------------------|--------|
| • Närproducerat/närodlat eller nära | 11 ggr |
| • Inga mellanhänder/mellanhandel | 4 ggr |
| • Enkelt | 4 ggr |
| • Kvalité | 4 ggr |
| • Konsument/kundkontakt | 4 ggr |

Övriga ord som förekommer två gånger är ekologiskt, gemenskap, roligt, personligt och effektivt.

Det finns en bred representation i svarsalternativen av alla typer av producenter. De vanligaste produktkategorierna är i fallande skala från mest förekommande till minst sålda: kolonialvaror, grönsaker/rotfrukter/bär, kött, ägg, mejeri samt bröd/bakverk.

Omsättningen har för 55,5% av producenterna ökat i liten grad, för 30,5% i stor grad och resterande 14% är den oförändrad. Sysselsättningsgraden i produktionen har samtidigt för 42% ökat i liten grad, för 33% varit oförändrad, för 19,5% ökat i stor grad samt för 5,5% minskat.



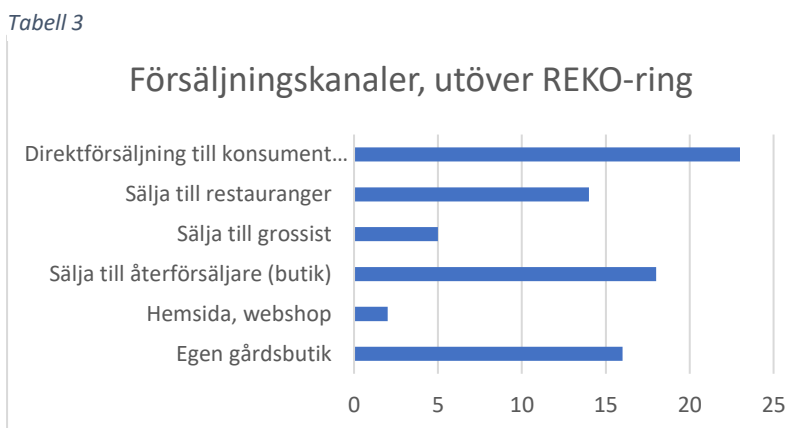
Om man korrelerar dessa två frågor kan man konstatera att:

- 14 st har både liten ökad omsättning och liten ökad sysselsättningsgrad
- 8 st liten ökad omsättning men ej ökad sysselsättningsgrad
- 7 st stor ökad omsättning och stor ökad sysselsättningsgrad
- 4 st oförändrat på både omsättning och sysselsättningsgrad
- 1 st samma omsättning till minskad sysselsättningsgrad
- 1 st lite ökad omsättning till minskad sysselsättningsgrad
- 1 st stor ökad omsättning till lite ökad sysselsättningsgrad

55% av de svarande uppger att livsmedelsproduktion är huvudsakliga sysselsättningen. Av de som uppgav att det inte är den huvudsakliga sysselsättningen svarade 59% att de önskade att det skulle bli den huvudsakliga sysselsättningen, varav 11% (två svarande) önskade så snart som möjligt, övriga inom några år.

När det gäller hur ofta de svarande har sålt via Reko-ring de senaste sex månaderna uppger 50% att de varit med ungefär varje tillfälle. 30,5% har varit med enstaka tillfällena och resterande 19,5% ungefär hälften av tillfällena.

Tre vanliga försäljningskanaler, utöver Reko-ring, är återförsäljare (butik), egen gårdsbutik samt sälja till restaurang. Den mest vanliga är en direktförsäljning till konsument, där inbegrips såväl sälja till grannar och bekanta som att stå på marknad. Mer sällan använda försäljningskanaler är sälja till grossist samt att minst antal har en egen hemsida och webbshop.



Det som fick producenter att börja sälja via Reko-ring är företrädesvis tips från Lokalproducerat i Väst, där 36% började efter ett sådant tips. Därutöver började 27,5% nyttja Reko-ring efter tips från vänner, familj och bekanta. I januari 2017 hölls en föreläsning av Tomas Snellman, grundare av Reko-ring, som var inspiration och tändgnista till att starta Reko-ring i Borås. 19,5% av producenterna var med på den föreläsningen och började därefter sälja. 19,5% har börjat sälja via efter att fått veta om det via Facebook. Det är också 11% av de svarande som började efter tips från annan producent. Slutligen är det 4% som började ett att ha läst om Reko-ring i en tidning. Producenterna har kunnat markera fler än ett alternativ som anledning till varför de uppmärksammade Reko-ring.

Tabell 4



Merparten av producenterna, 47%, ser inga hinder att fortsatt sälja via Reko-ring. Av dem som uppger hinder är det vanligaste, med 19,5 %, att inte ha något kvar att sälja. För de kvarvarande svarande är det likvärdigt antal svarande, 8% vardera, mellan att tiden inte passar, bristande lönsamhet samt att den huvudsakliga försörjningen gör att det inte finns tid eller ork att både producera och sälja. 5,5% anser administrativa svårigheter är ett hinder. Utöver detta har en svarat att ett hinder är att det inte finns tillgång till el när det blir varmare ute samt ett svar angående att kunders bristande kunskap om hälsa och matens påverkan.

”Olönsamt om de beställda varornas värde understiger kostnaden vi har för att ta oss till utlämningsplatsen.”

Facebook uppges vara ett bra verktyg för Reko-ring för alla utom två, varav den ena svarat nej och den andre vet ej. Efterföljande kommentar är att egen app/sajt vore önskvärd samt att Facebook är bra verktyg för att informera kunder på ett snabbt sätt men det tar tid att svara till kunderna och den tiden finns inte vid högsäsong.

Glad är den mest upplevda känslan efter en Reko-ringsutlämning. Alla förutom tre producenter har uppgett den. Hälften känner sig peppade och en tredjedel känner framtidstro. Därefter uppger en minoritet att de är trötta samt ett fåtal att de är kalla/frusna samt inte känner något särskilt.

”Glad, trött, beroende på försäljning så klart. Sämst om ngn kund inte hämtar.”

”Glad, peppad, framtidstro. Trött! Trött! Eftersom vi har skördat hela dagen för att kunna fixa vår grönsakskasse!”

”Glad, peppad, frusen och blöt (det regnar jämt...)”

Vad gäller förslag angående förbättringar handlar flest, tre stycken, om praktiska förbättringar av utlämningsplatsen, där två av dem gäller bättre belysning och den tredje tillgång till ström.

Ett annat förslag handlar om att myndigheter inte ska blandas in utan det ska hållas lokalt och med lokalbefolkningens behov. En annan producent drömmer om en app som importerar alla beställningar från Facebook till ett Excel-blad.

Ytterligare ett annat förslag handlar om prissättningen och att alla producenter har ett ansvar att sätta relevanta priser som inte snedvrider konkurrensen genom att lägga sig lägre än affärer och andra producenter. Samma person tycker också att alla producenter ska stanna tiden ut, även om varorna är levererade, för att skapa bättre stämning samt passa på att mingla med konsumenter och andra producenter.

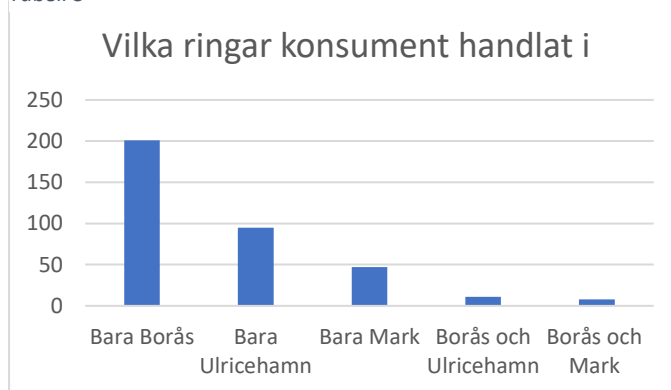
Slutligen önskar en producent mer diskussion kring hälsa, för att öka konsumentens kunskap om naturliga näringsrika livsmedels påverkan på kroppen.

Enkät svar konsument

Endast ett fåtal av konsumenterna har handlat i fler ringar än en. Borås är den mest nyttjade Reko-ringen bland konsumenter, där 55% av de svarande handlar i endast Borås. Därefter kommer Ulricehamn med 30% av konsumenterna och Mark med 13%.

Konsumenten uppmanades att uppge tre ord hen förknippar med Reko-ring. Sammanlagt 1075 ord lämnades.

Tabell 5





De tre mest förekommande orden är:

- Närproducerat (112 ggr)
- Kvalité (109 ggr)
- Ekologiskt (63 ggr)

Det finns stora likheter med vad producenterna uppgav men med större diversitet och även fler kategorier. Orden som uppgavs kan samlas i följande kategorier:

- Geografisk närhet
- Fokus på ekologisk, miljö, hållbarhet och djur
- Maten och beskrivning av denna
- Positivt beskrivande känsla
- Övrigt

Den geografiska närheten handlar om att lyfta fram närproducerat men också andra snarlika ord som lokalt, närodlat, nära och närhet. Vid ett fåtal tillfällen förekommer också svenskt. 261 ord hör hemma i denna kategori.

Nästa kategori är fokus på mat och beskrivning av denna, där tyngdpunkten ligger på ordet kvalité. Vanligtvis som ensamord men också sammansatt med exempelvis varor. Gott är den därefter mest förekommande beskrivningen. Fräsch och färsk förekommer till viss del. Mat som begrepp används ett fåtal gånger, vanligtvis sammankopplat med god. Relationsmat samt matglädje förekommer två gånger vardera. Lika vanligt som mat är råvara/råvaror. Smak förekommer i ett fåtal fall, bland annat som smakfullt och smakrik. Ytterligare beskrivning som förekommer i ett fåtal fall är nyttigt, lyx och exklusiv. Sammanlagt används 239 ord som kan kopplas till att beskriva mat.

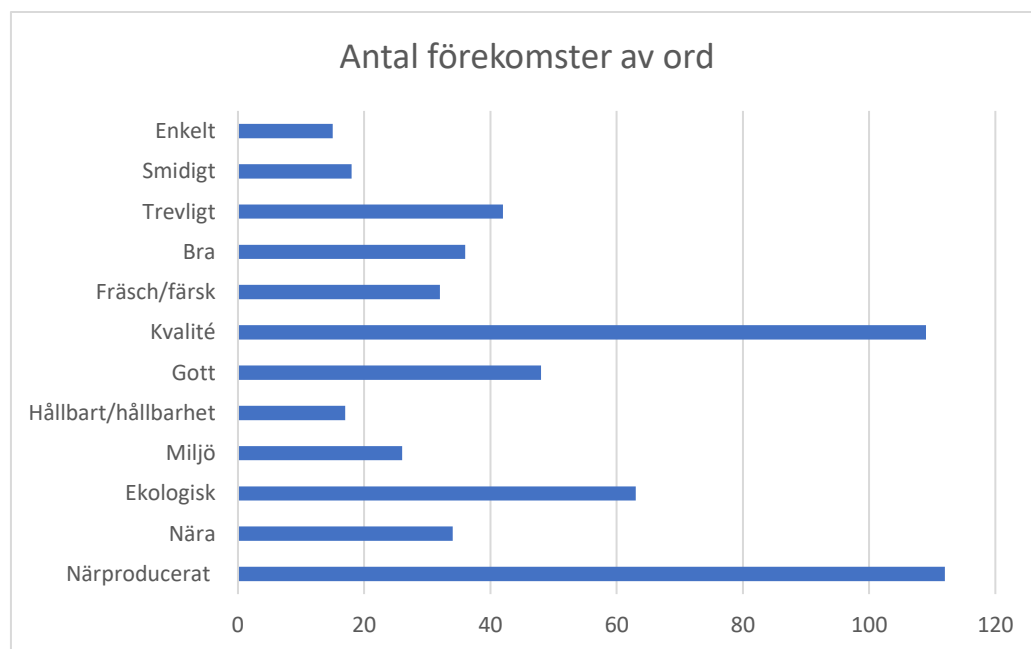
I kategorien "fokus på ekologisk, miljö, hållbarhet och djur" är ekologisk det mest använda ordet, ibland förkortat till eko. Miljö används till viss del, varav hälften av de förekomsterna i begreppet "miljövänligt". Hållbart och hållbarhet förekommer till viss del, men mindre än begreppet miljö. Sedan används också begreppet giftfritt och klimat ett fåtal gånger. I sex fall lyfts fokus på djur, bland annat med beskrivningar som "djurvänligt", "god omvårdnad av djur och natur" samt "djurens rättigheter". Sammanlagt 199 ord används i denna kategori.

Positivt beskrivande ord är nästa kategori, där trevligt är mest förekommande. Därefter mest vanligt i denna kategori kommer bra, i fler fall i kombination med andra ord så som "bra val", "bra råvaror" samt "bra kvalitet". Reko-ring beskrivs också som smidigt och enkelt. Lika många som upplever att det är enkelt uppger de känner glädje, samt att ett fåtal även beskriver det som roligt och kul. Snarlika ord som fokuserar på positiv känsla är personligt, mysigt, härligt, givande, uppskattat. Det finns också en annan samling ord som fokuserar på att det är äkta, genuint, naturligt, rent och sunt. Dessutom används pålitligt, tillförlitligt, trovärdigt och riktigt. Alla de orden förekommer färre än tio tillfällen vardera. Därutöver är ord som förekommer en gång stolthet, ansvar, rättvist, inspirerande, omsorg samt värdighet. 191 ord finns i denna kategori.

Den största underkategorin i övrigt är ekonomi men inga begrepp används över 10 gånger. Prisvärt, dyrt och utan mellanhänder förekommer alla fyra gånger vardera. Andra ord som rör ekonomi är swish, direkthandel, entreprenör, lätthandlat och bakluckeloppis. En annan samling ord är de som fokuserar på relation till andra, vilket används som gemenskap, kontakt och möten. Det beskrivs också som "relation-konsument/producent".

Övriga ord som förekommer är samlat, möjlighet, tillgänglighet, regn, hantverk, medvetenhet, landsbygdsbefrämjande och landsbygdsorienterat samt småskaligt. En konsument uppger "struliga, otrevliga admins" vilket är det som är det som tydligast är negativa ord.

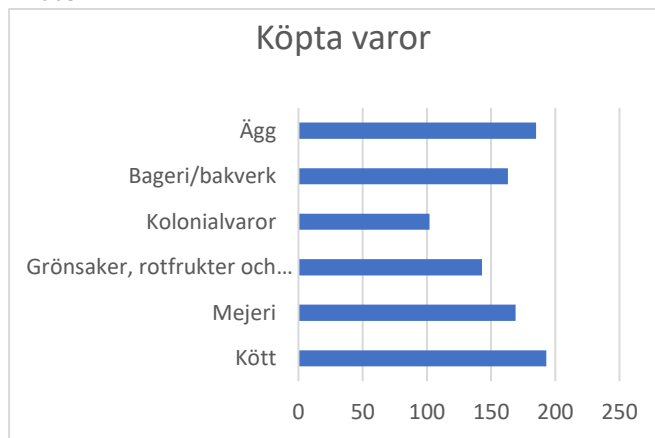
Tabell 6



Ord som förekommer under 15 tillfällen är inte med i tabellen.

När det gäller vilka produktkategorier konsumenterna handlar via Reko-ring finns det en stor spridning. Kött är den vanligaste, av vilken lite mer än hälften av konsumenterna handlat. Tätt följt kommer ägg. Därefter i fallande skala utifrån mest köpta kategori kommer mejeri, bröd/bakverk, grönsaker/rotfrukter/bär samt sist kolonialvaror.

Tabell 7

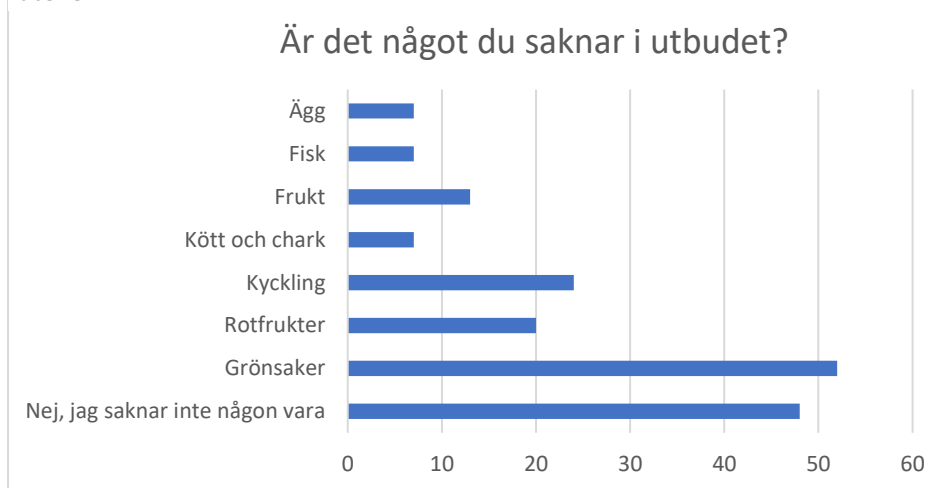


Majoriteten av konsumenterna har handlat lokalproducerade varor även innan Reko-ring. Den vanligaste kanalen är via livsmedelsbutik, där 54% handlat lokalproducerade varor. Via gårdsbutik har 27% handlat. Endast ett fåtal, 2,5%, har handlat via producents hemsida/webbshop. Utöver det har konsumenten även köpt direkt av bonden, via släktingar och kompisar samt på matmarknader. 27% har inte handlat lokalproducerade varor innan Reko-ringen. Det är också 2,5% som uppger att de vet ej.

93% av de svarande uppger att handla via Reko-ring lett till att de ökat sina inköp av lokalproducerade varor, varav 62% uppger att så skett i stor grad. 5% uppger att deras inköp av lokalproducerade varor är oförändrat och endast en person uppger att den minskat. Övriga svarande uppger "vet ej". Nej används både som ordet nej men också med exempel som "inte just nu", "inget jag kommer på just nu"

Det finns ett flertal produktkategorier som saknas i utbudet. Framförallt är det grönsaker och rotfrukter. Dels de som anser det är för stort fokus på kött och att som vegetarian finns endast ett litet utbud kvar, dels de som anser att producenter borde producera grönsaker och rotfrukter som

Tabell 8



förlänger säsongen även in på vinterhalvåret. Därefter är kyckling den mest efterfrågade produkten, gärna att den ska vara ekologisk. I viss mån efterfrågas också frukt, fisk, ägg samt kött och chark. Produkter som efterfrågas under fem gånger är juice, glutenfritt, laktosfritt, ost, kryddor och smaksättning, mjöl samt honung.

”Färska grönsaker, ok att det inte är säsong men det fanns inte så mycket i höstas heller”

”Annat protein än kött.”

”Ekokyckling och mer ekokött i allmänhet, främst fläsk.”

”Tycks alltid vara snålt med ägg.”

58% uppger att den vara de önskat köpa redan var slutsåld. Den vanligaste slutsålda varan är ägg (181 svar). Andra vanliga slutsålda varor är grönsaker (48 svar), kött (22 svar) och mejeri (9 svar). Andra svar som förekommer mindre än fem gånger är kolonialvaror, champinjoner, ölkorvar, hel kalkon och godis.

Vid frågan om hur ofta de senaste 6 månaderna konsumenten handlat via Reko-ring svarar 31% av konsumenterna att det varit ungefär varje tillfälle, 34% ungefär hälften av tillfällena och de resterande 34% har handlat vid enstaka tillfällen.

Vid frågan om vilka hinder konsumenten ser för att fortsatt handla via Reko-ring minskar antal svarande drastiskt till under

Tabell 9

hälften, 165 av 366 svarande, till skillnad från att frågorna innan haft frånfall av endast ett fåtal svarande. Av de svarande är tiden det största hindret, som har ett kraftigt antal fler svar än resterande kategorier. Därefter är det att det upplevs vara dyrt. Skälen att platsen inte passar, utbudet intresserar inte samt att inte gilla att beställa i förväg har liknande svarsgrad. Det hindret med minst antal svarande är att inte gilla att använda sig av Facebook.



Majoriteten, 92%, av de svarande anser Facebook är ett bra verktyg för Reko-ring. Endast 3% uppger nej samt 5% anger ingen åsikt.

18 personer kommer med åsikt och tankar kring vad för plattform för kontakt mellan konsument och producent de hade föredragit framför Facebook. Sex av dem föreslår en egen hemsida, tre en egen app, en webbshop, en e-handelsplattform likt den de större kedjorna använder samt ett förslag om anpassad sida. En app som kan sammanställa en lista på beställningar är önskvärd, då Facebook i nuläget inte ger en översikt utan kräver att konsumenten själv letar bland kommentarer. Förhoppningen är även att i en app kunna göra tillägg och förändringar i beställningen samt att det även underlättar för producenten.

En som tycker det är en bra plattform men att hen själv är dålig på att använda den. En annan säger det är en billig och bra plattform och därför blir ett nödvändigt ont. Slutligen är det en kommentar om att hen inte gillar att andra ser vad hen beställer samt en kommentar som tycker synd om dem som inte har varken dator eller Facebook.

”Jag hade i princip lagt ner Facebook när jag upptäckte Reko-ring. Men nu är jag tvungen att fortsätta. Skulle föredra något annat forum för att handla från Reko-ring. Typ en Reko-ringshemsida”

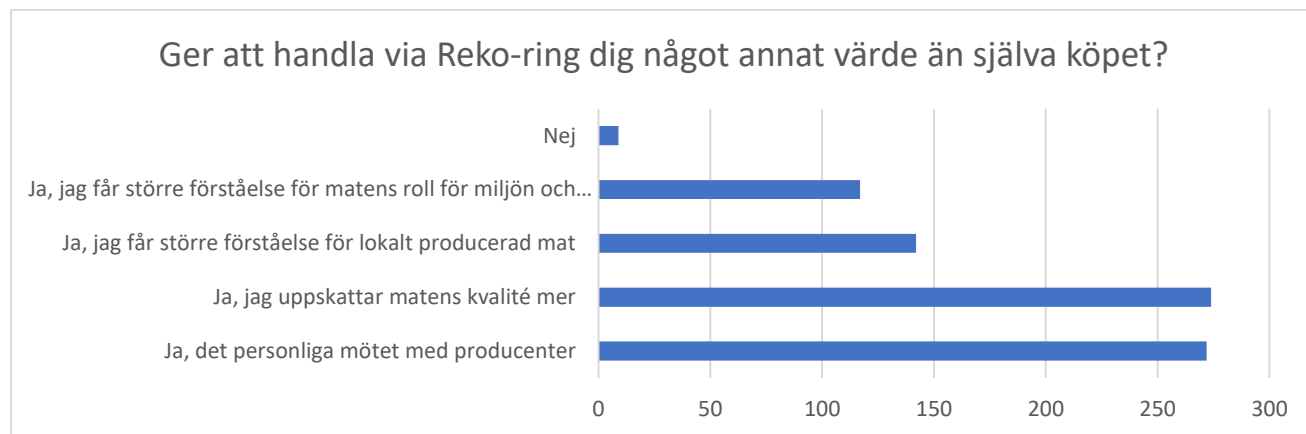
Det är 219 svar på frågan kring barns involverande vid senaste köptillfället. Av de svarande har 66% inte involverat barnet/barnen. 20% var med vid utlämningen, 6% vid val av varor och 8% både vid val av varor samt utlämning.

Vid frågan om Reko-ring ger något annat värde än själva köpet fanns fem svarsalternativ:

- Ja, det personliga mötet med producenter
- Ja, jag uppskattar matens kvalitet mer
- Ja, jag får större förståelse för lokalt producerad mat
- Ja, jag får större förståelse för matens roll för miljön och klimatet
- Nej

Matens kvalitet har fått flest svarande men tätt följt av det personliga mötet med producenten. Därefter anser konsumenten sig ha fått en större förståelse för lokalt producerad mat och minst antal har svarat en större förståelse för matens roll för miljön och klimatet. Endast 3% svarade nej och 20,5% fyllde i alla fyra ja-påståenden

Tabell 8



13 personer har gett egna svar, varav åtta av dem handlar om att stötta/gynna lokala producenter, dels ur aspekten att hålla landskap öppna men också för att producenten ska kunna fortsätta sin verksamhet och få lönsamhet. Tre svar

”Mitt barn får med sig förståelse för matproduktion och att man ska ha respekt och inte kasta för mycket.”

fokuserar på att få kontakter, träffa trevliga människor och att det är festlig stämning. De övriga två lyfter att det minskat matsvinn samt ett barnfokus.

53% anser att deras tankesätt kring matens ursprung inte har förändrats sedan innan de handlade vi Reko-ring. 40% uppger att det har det och 6,5% har svarat vet ej. Av 165 personer som anser att deras tankesätt har förändrats har 72% pratat med vänner och familj om det. 66% har tänkt och reflekterat kring det. 21% har delat information om det i sociala medier. Slutligen har 14% letat efter information på nätet för att lära sig mer.

Sista frågan i enkäten är öppen för konsumenterna att komma med kommentar eller förbättringsförslag, enligt formuleringen "Har du någon kommentar eller ett förbättringsförslag för Reko-ringen?". 102 kommentarer och förslag inkom. 29 av de förslagen fokuserar på att förbättra utlämningen. Framförallt efterlyses bättre belysning, särskilt vintertid, samt rymligare parkering. Det är också många som lyfter svårighet med att hitta producenten och att detta skulle underlättas ifall producenten hade tydliga, större skyltar. Det skulle även vara bra med fasta platser för de producenter som återkommer samt mer yta kring producenten för att ge utrymme för att köa.

18 kommentarer är beröm eller positiva utrop.

"Känner mig lika rik varje gång jag åker hem med korgar fulla av riktig mat!"

"Fortsätt Reko-ringen!!!"

"Det bästa initiativet som togs i Ulricehamn under 2017!"

"Glad att det finns, härligt initiativ!"

15 förslag kretsar kring beställningsförfarandet, bland annat kring annonsering på Facebook som upplevs som svåröverskådlig och oförutsägbar. Det är inte heller alla som har FB och som därmed får beställa via andra som har det. Ett annat förslag är att det vore bra med en app som ger påminnelser. Andra förslag handlar om möjligheten att köpa direkt på plats, utan att ha förbeställt. Om någon dessutom kunde sälja en smörgås eller fika under själva utlämningen skulle det vara uppskattat. Dessutom önskas möjlighet att kunna förskottsbeta hos fler. En konsument kommer med missnöje över att beställd och bekräftad vara varit slut utan att hen fått information om det. Det har även varit otydligt i informationen att varan blev levererad fryst samt att hållbarhetsdatumet var kort.

Åtta förslag handlar om tiden för utlämning, dels att inte alltid ha samma dag samt att ändra tiden till 17.00 eller 17.30. Det vore också bra om det gick att lämna varorna till en butik som har öppet så man har möjlighet att hämta under en längre tidsrymd.

Fyra förslag är uppmaning om att marknadsföra eller uppmärksamma Reko-ringar mer, för att få fler som levererar och fler som handlar.

Fem förslag handlar om utbudet, bland annat en som önskar beställa organdelar. En annan önskar ett större utbud men uttrycker tillförsikt med att det kommer med tiden. Den tredje önskar en matkassa med färdigkomponerade recept och den fjärde ett komplement med andra lokalproducerade varor som inte är matrelaterade samt den femte vill inte tillåta återförsäljning.

Tre uppger att det dyrt att handla på Reko-ring varav en uttrycker besvikelse över att det är samma prisnivå som exempelvis Coops Eko-sortiment, detta trots att mellanled kapats.

En konsument har flera förslag så som att ha en reko-lastbil som kör ut varorna istället, en årlig reko-fest med smakprov samt att reko-producenter erbjuder praktikplats för intresserade. En annan har förslaget att starta fler Reko-ringar i Borås, exempelvis Sjöbo. En tredje efterfrågar mer utbildning hur det lokalproducerade gynnar miljö, ekonomi och hälsa.

En kritisk röst hörs angående att administratörer och säljare i Mark är oproffsiga och inte ser att det är kunder som ska bemötas med service.

Slutligen är det 15 personer som svarat nej.

De som ej ännu har handlat

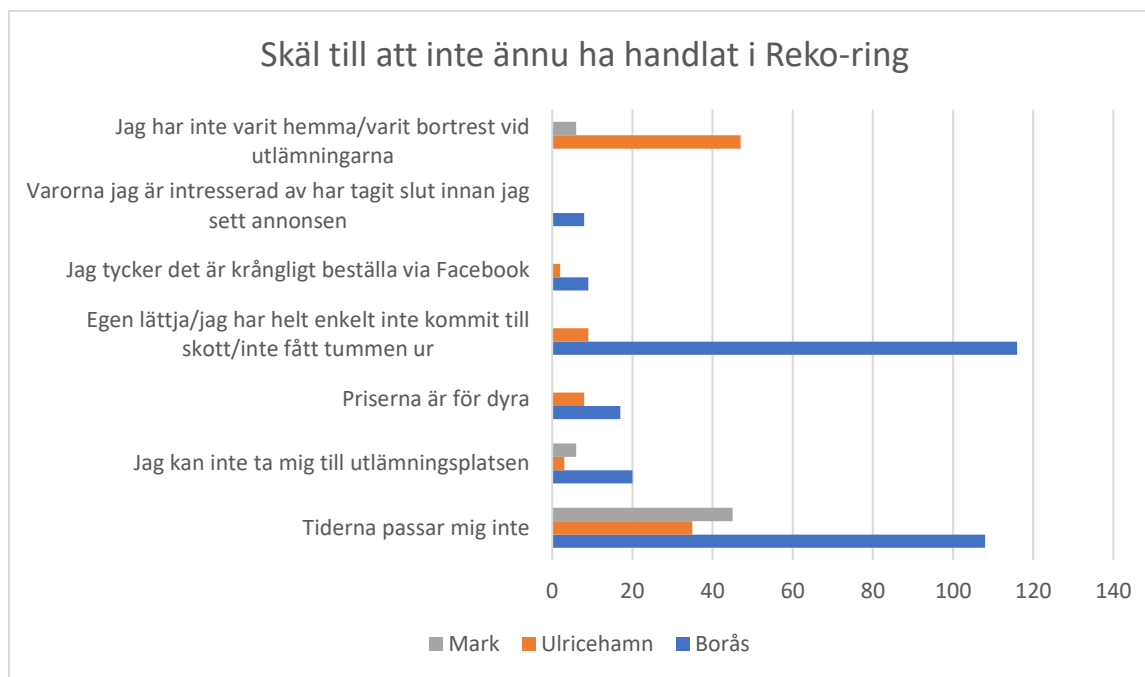
Det finns en stor passiv grupp medlemmar i Facebookgrupperna, vilket bland annat märks på att alla medlemmar i Facebookgrupperna inte är med vid utlämningarna. Dock finns det ett intresse där även de passiva medlemmarna följer flödet i grupperna, vilket märks av att frågan "Till dig som är med i gruppen men inte ännu varit med vid en utlämning, vad är det som gjort att du inte handlat via Reko-ring?" blev flitigt besvarad i konsumentgrupperna. Dock var det möjligt att svara med flera alternativ, därmed är antal svar inte motsvarande enskilda individer. Sammanlagt inkom 466 svar på frågan.

I Borås lämnades 288 svar. De två absolut vanligaste svaren var "Tiden passar mig inte" (108 svar) och "Egen lättja" (95 svar). Tredje svaret "Jag har helt enkelt inte kommit till skott" uppgav 23 stycken personer. Övriga svar var bland annat "Jag kan inte ta mig till utlämningsplatsen", "Priserna är för dyra" samt "Varorna jag är intresserad av har tagit slut innan jag hann se annonsen".

I Ulricehamn gavs 112 svar och de tre vanligaste svaren var "Jag har inte varit hemma vid utlämningarna" (47 svar), "Tiderna passar mig inte" (35 svar) samt "Har inte fått tummen ur" (9 svar). Andra svar som inkom var bland annat "Priserna är för dyra", "Jag kan inte ta mig till utlämningsplatsen" samt "Jag har handlat i Borås Reko-ring".

I Mark inkom 66 svar. Där var de tre vanligast "Tiderna passar mig inte" (45), "Jag kan inte ta mig till utlämningsplatsen" (6 svar) samt "Jag har varit bortrest en stor del av tiden" (6 svar). Det svarades även att "Jag är rädd att glömma hämta det jag beställt" samt att "Kommer beställa när det blir potatis och grönsaker igen".

Tabell 9



Svar som understiger fem stycken svarande:

- Jag gillar idén men är fattigpensionär (3 svar)
- Jag jobbar kvällsskift (3 svar)
- Kommer beställa när det blir grönsaker och potatis (2)
- Jag handlar i en annan Reko-ring (4 svar)
- Jag är rädd att glömma hämta det jag beställt (4 svar)
- Utbudet lockar mig inte (4 svar)

Intervjuer producenter

Den generella upplevelsen av Reko-ring är positiv. Producenterna använder spontant ord som glädje, trevligt och kul. Reko-ring beskrivs också som efterlängtat och ett mycket bra koncept. En producent utvecklar med att hen märker att kunderna uppskattar att handla direkt av tillverkaren, vilket en annan av producenterna beskriver som ett bra sätt att nå konsumenter. En tredje använder orden att det ger ett helt annat förhållande med kunden. Ett annat perspektiv som lyfts är att det ger stor möjlighet att sälja mycket under kort tid, exempelvis jämfört med marknad där man som producent måste avsätta minst sex timmar och bli väldigt trött efteråt. På Reko-ring kan man sälja stor mängd på kort tid och komma hem utan att vara lika trött. Slutligen är det en producent som lyfter att även om hen är positiv överlag finns det också negativa aspekter.

Reko-ring upplevs ha förändrat hur producenterna säljer sina livsmedel, även om det är i mer eller mindre grad. För två producenter har försäljningen startat tack vare Reko-ring. Den ene av dessa två driver sin odling och försäljning som hobbyverksamhet och har tidigare sålt till grannar och bekanta men har numer ett brett kundregister. Den andre har tidigare varit involverad i sin gårds köttproduktion men via sin partner. Reko-ring gjorde att hen startade ett "företag i företaget" där hen köper tillbaka köttet som förädlad produkt och är återförsäljare av den, både via Reko-ring och att demonstrera varor i butik. Två av producenterna har slutat leta butiker eller andra aktörer som vill köpa produkt och säljer merparten via Reko-ring. Tre producenter uppger Reko-ring är ett bra komplement, dels till egen gårdsbutik samt till försäljning till butik, där den största förändringen är att Reko-ring innebär en större direktkontakt med kunden. Den åttonde producenten uppger att Reko-ring påverkat genom att ge ökad omsättning.

"Det blir mer som en förlängning av butiken. Här träffar jag också kunden direkt och kan ha en diskussion om produkten."

Däremot har det för flertalet inte inneburit större förändring i produktion, förutom att själva volymen ökat. Exempelvis har både mejeri och bageri samma förfarande som tidigare med samma basutbud, men anpassat utifrån antal beställningar. Likaså uppger köttproducent att själva djuruppfödningen är densamma men att investeringsvalen påverkats, exempelvis att köpa kylbil och bygga ett kylrum. Potatisbonden ser att förra årets kundregister pekar på en tydlig efterfrågan, vilket innebär att det finns underlag för utökad produktion. I år har det inte lett till en utökad areal att så på, men kan innebära i framtiden efter att hen har slutfört skolan. Även de båda grönsaksproducenterna har anpassat sin produktion utifrån efterfrågan på Reko-ring och gjort investeringsval därefter. Den ena av dem har investerat i tunnelväxthus och bevattningssystem, för att tillgodose efterfrågan på tomater. De gör också en satsning på småblad, då det är en produktion som kan starta tidigt på säsongen, ger stor utdelning på liten yta samt kan sköras kontinuerligt långt in på höstsäsongen. De investeringarna skulle inte gjorts ifall de fortsatt sälja endast på marknad och via gårdsbutik. Den andre grönsaksodlaren har också utökat sin produktion, även av förädlade varor, utifrån större efterfrågan. Producenten som förädlar vilda växter har tagit fram nya produkter, med kortare hållbarhetsdatum, utifrån att hen redan fått produkterna sålda. Den som utökat mest är äggproducenten, som mer än dubblat sin försäljning från 20 flak ägg per vecka till 60-70 flak/vecka. Det har också gett upphov till "äggprenumeranter" där konsumenter kan ha en stående beställning. Numera har hen maxantal med hönor, 350 st, som fortfarande räknas som hobbyverksamhet och inte kräver särskilda tillstånd.

Utöver produktionen har Reko-ring påverkat barnomsorg för en av producenterna. I och med att Reko-ring är kvällstid, hen är med i flera ringar och partner säsongvis är mycket upptagen i jordbruket har mor- och farföräldrar kallats in för att ta hand om barnen.

"Att jag vet precis vad de vill ha och vad jag ska ta med mig"

Det bästa med Reko-ring är lönsamheten, effektiviteten, att alla varor redan är sålda samt det minskade svinnet. Det är fyra som lyfter lönsamheten samt en som formulerar det som ökad omsättning och en annan

"Jag behöver inte chansa på att ta med nåt. Det som är sålt är sålt."

"Jag drar in en normal dagskassa på en timme."

som fokuserar på att det är ett effektivt sätt att sälja mycket under kort tid. Fem svarar att den bästa fördelen med Reko-ring är att varorna är förbeställda.

Den största nackdelen med Reko-ring är att det är mycket administration som tar tid, tex att skriva upp beställningarna. En av producenterna lyfter också att hen var tvungen stänga av aviseringar från Facebook på telefon för det blev en stress, då det kom in beställningar alla dagar på alla möjliga tider av dygnet. Den tillgängligheten kan också vara ansträngande, då kunden förväntar sig svar på en fråga inom snabb tid. Hen har försökt tillgodose kundernas förfrågningar genom att ha detaljerade beskrivningar i annonsen, tex kring djurens levnadsförhållanden och slakt, och hen ser att det som positivt att kunderna är nyfikna och att hon kan upplysa dem. Dock tar sammantaget både beställningar och kundkontakten över nätet mycket tid, vilket tar bort tid hen önskar lägga på sina barn.

Det är också en skillnad i hur administratörerna är i de olika grupperna, där det för en producent inneburit att hen inte känner sig välkommen i vissa ringar då hen anses vara ha en för storskalig produktion. Enligt hen håller en bra administratör god ordning och svarar snabbt på kunders funderingar samt känner producenterna och upprätthåller en god kontakt utan att favorisera vissa. Men i slutändan tycker hen att det borde vara upp till konsumenten och avgöra vilka producenter som är välkomna att sälja i Reko-ring och finns det efterfrågan borde en administratör inte porta en producent.

En producent lyfter att det kan vara ganska svårt att nå ut till folk då Reko-ring kan upplevas som otydligt av konsumenten men att de flesta brukar förstå systemet efter ett tag.

Det är negativt att som grönsaksodlare inte få lägga in annons två gånger, då det snabbt kan ske förändringar i produktionen, tex att vissa grödor växer till sig snabbare på grund av bra väder. Samma producent lyfter att det inte finns tid för att prata med konsumenten men samtidigt är det bra med kort tid som gör det effektivt. De säljer dessutom på marknad, vilket då ger tid för kontakt med kunden.

Det är också en nackdel att om en är med i flera Reko-ringar finns det risk de hamnar på samma dag, vilket gör det logistiskt omöjligt att närvara utan att anställa men det skulle minska lönsamheten.

Tre säger att det inte finns några nackdelar, förutom de få fall då en kund inte dyker upp för sin beställda vara. En av dessa funderar dock kring resorna och att de kanske inte alltid är bra för miljön. Vid ett fall har de skickat med förbeställda varor med en granne som också är producent, då det var för få varor för att motivera resan.

Reko-ring har för alla producenter inneburit en ökad arbetsinsats, både i och med en ökad volym i produktionen men framförallt gällande administrationen, resor och arbetet runtomkring med packning. Det blir en ytterligare administrativ syssla som stundtals känns som det går ut över andra sysslor. Varorna ska sedan förberedas, packas, göra skyltar, plocka ordning varje order samt föra in i register för att slutligen packas in i fordon och transporteras.

För potatisodlaren har det blivit en markant ökad arbetsinsats, då hen tidigare inte har sålt och det vid varje säljtillfälle har varit stor efterfrågan. Hen har dessutom börjat sälja i en till ring och har sålt slut för säsongen. Då kom det förfrågningar på meddelandeverktyget Messenger som undrade när hen kommer tillbaka. Än så länge drivs det på hobbyverksamhet men planer på att starta företag är på gång.

Även om arbetsinsatsen ökat anser grönsaksproducenterna samt mejeriet att om samma mängd varor hade sålts på marknad hade arbetsinsatsen varit ännu större. Skillnaden mot mässa eller marknad är att de är längre tid, hela helger, och att det är osäkert vad som kommer bli sålt. Så även om Reko-ring innebär ökade resor tar det kortare tid. Sedan att ju fler ringar man som producent är med i, desto större tidsåtgång.

Angående omsättning har Reko-ring gjort stor skillnad, men det finns en stor spännvidd. För den ena köttproducenten innebar det hela förra årets lön och var avgörande för hans ekonomi. Potatisbonden däremot ser det inte som slutmål att ta ut en vinst, vilken hen uppger ändå inte var särskilt stor, men att det kan påverka vad hen väljer att satsa på i framtiden. Det har blivit en traktor inköpt och just nu överväger hen andra investeringsval, exempelvis köpa djur för att kunna ta tillbaka utarrenderade marker och hålla dem öppna, eller om hen ska satsa på att ta ut en lön.

Övriga producenter lyfter att omsättningen ökat på ett positivt sätt. Det finns också en samstämmighet kring att arbetsinsatsen sedd i relation till omsättningen går i en önskvärd riktning. Mycket av arbetsinsatsen är dessutom ordinarie arbete med att ta hand om djur och mark. Själva arbetet kopplat till just Reko-ring är koncentrerad till själva utlämningsdagen. Exempelvis att packa äggen, medan att samla äggen oavsett behöver göras i det dagliga arbetet.

Det ökade efterfrågan är också stressande. En av grönsaksproducenterna uppger att de förra året kände att de fick lite tid över för annat. Därmed har de i år gjort tydligt arbetsschema med lunch- och fikaraster. Om de skulle räkna den tidsåtgång de lägger ner på bruket skulle timlönen inte vara rimlig men de ser heller inget intresse av att räkna ut hur mycket de kan få i timlön av 50 kilo sockerärter. De gör beräkningar utifrån om investeringar ger utbetalning, exempelvis deras satsning på tomater, samt utifrån vad de får sålt. Därmed kan de säga att en bädd huvudsallad borde ge en avkastning på 14 000 kr. Slutmålet är att bruket ska försörja dem två samt ytterligare två personer. Den andre grönsaksproducenten beskriver det som att det inte är samma linjer på ökad arbetsinsats och ökad omsättning men att det ändå går i önskvärd riktning.

Det finns en försiktig tillförsikt att Reko-ring även på sikt kommer leda till större produktion och omsättning, bland annat beskriver vilda växter-producenten att det ger en arena att nå ut med sina typer av livsmedel fokuserat på hälsa. Däremot är mejeriet lite mer skeptiska, då de ser att många Reko-ringsmedlemmar är passiva. Om varje medlem i Facebookgrupperna skulle handla så skulle det vara väldigt bra men den dagliga personen vet inte vad Reko är. Dock tror de att det kommer komma ytterligare uppsving igen och att det är naturligt med trögare månader. När även grönsaksproducenter säljer blir det uppsving för hela ringen.

”Just i mejeriet har det inte ökat, lite mer kanske, men sen är det administrativa, det har ökat. Hålla ordning på allt papper. Att vi producerar rätt saker till de som beställt.”

”Ja, men arbetsinsatsen är liten i förhållande till vad jag tjänar. Har inte mer personal, förutom tre-fyra timmar i butiken för att jag själv åker i väg. Men annars tar det inte så mycket tid att göra 100 bröd till när man ändå är i farten.”

”Nu står här en hyfsat fräsch traktor. Hade inte vart värt köpa den utan Reko-ring.”

Det finns en oro över Facebook som plattform, en av producenterna beskriver det som att kunderna kan bli irriterade på Facebook och därmed lämna plattformen och därmed inte längre kunna handla via Reko-ring. Det ger också stor makt till enskilda administratörer som kan porta en från gruppen och därmed försäljningen. Därmed har hen börjat sälja till butik också, vilket också har sina osäkerheter. Hen håller också alltid öppet för plan b, till exempel att det nybyggda kylrummet också skulle kunna utvecklas till gårdspub. Även annan producent är starkt kritisk till Facebook som hen anser just nu är ett nödvändigt ont. Det är en av anledningarna till att hen anser Reko-ring förr eller senare kommer dö, eller snarare ta andra former. Även om hen uttrycker kritik mot Reko-ring har hen gott om egna förslag och tankar kring hur det kan utvecklas.

Övriga tror på att Reko-ring är förhållandevis stabilt framöver. Dock finns det vissa ringar som går sämre än andra, exempelvis Mark som märkt av lågsäsong extra tydligt. Det blir också en rörelse av kunder när nya ringar startar, exempelvis träffar en av producenterna nu på kunder i nystartade ringen i Bollebygd som förut handlade i Borås.

Reko-ring har påverkat vilka försäljningskanaler producenterna använder. För vilda växter-producenten har butiksförsäljning minskat och direkt till kund ökat. För mejeriet har det inneburit en helt ny kanal men egentligen inte förändrat att de åker på marknader och mässor. Dock sker ett större urval nu och att Reko-ring tar över lite. Liknande beskriver en av grönsaksproducenterna att de gör större urval och prioritering. Bageriet ser ingen direkt skillnad eller att hennes bröd har sålts bättre i de butiker hon säljer till. Däremot händer det oftare att kunder från Borås åker ut till butiken. Det var också så att när hen missade en utlämning på grund av egen trötthet, så kom kunderna till butiken istället. Ägg- och köttproducenten har minskat sin direktsäljning på andra vis och säljer 90% via Reko-ring. Dock är hen oroad för hen ser hur grannar, bekanta och andra aktörer som förr köpte från dem har hittat annan försäljare, vilket är en risk ifall Reko-ring försvinner.

Det finns en låg tidigare vana hos producent att sälja över nätet, inte ens som privatperson, där endast en säger att de använt sig av Facebook tidigare för att kunder skulle kunna beställa. Det finns hos producenterna ett intresse för att prova ett annat digitalt verktyg än Facebook. Flera av dem skulle vilja testa, så länge det är användarvänligt och går snabbt. Det administrativa kring Reko-ring är i nuläget en stoppkloss för utveckling. Redan nu tittar en av dem på hjälp med ett system som visar lagerföring, och därmed skulle ett digitalt verktyg som sammanställer beställning vara positivt. En annan har funderat på om lönsamheten kan bli stor nog för att anställa administrativ hjälp och ett sådant digitalt verktyg skulle kunna vara ett alternativ till det.

En av dem säger att hen inte skulle vara den första att prova men kanske skulle ge det en chans. Tre lyfter att de är negativt inställda till Facebook, bland annat för det inkräktar på ens liv. Det är dessutom dålig överblick för konsumenten med det nuvarande system med beställningar i varje annons. Samtidigt måste det nya digitala systemet vara möjligt att sprida via sociala media. Dock finns det ju fortfarande en grupp människor som inte använder internet och de kan ju fortsatt inte beställa.

Facebook har även positiva sidor och är bekvämt att använda sig av, till exempel att lätt få in konsument på egen sida där en kan visa upp verksamheten. Dock stoppar Facebook algoritm många bilder på djur, då de inte vill bidra till försäljning av djur. Ett annat hinder är att det nuvarande annons-systemet gör det svårare att sälja styckvis. Något både grönsaks- och köttproducent märkt av. I nuläget säljer en av grönsaksproducenterna i grönsakskasse där de gjort urvalet, då det är för mycket merarbete att sammanställa ordrar med grönsakerna sålda styckvis. Köttproducent utvecklar det med att Reko-ring är

som mest effektivt om du säljer två-tre produktgrupper, för har du fler tar plockningen av ordrar för mycket tid. Det var mycket enklare för hen när de endast sålde ägg. Samtidigt så säljer köttet bättre om kunden själv får välja styckdetaljer. Om de säljer sälja en köttkasse, där tex njure, lever och grisfötter var med, behöver de skicka med recept och tydliga råd. Så gjorde de vid jul.

Producenterna säljer mestadels basvaror, förutom vilda växter producenten, och ser att deras målgrupp av konsument egentligen är alla. Vilda växter producenten tror hens kunder är lite mer nyfikna och hälsomedvetna. Kött- och äggproducenten skulle också kategorisera sin målgrupp som kvalitetsmedveten och att det är stor skillnad på textur och tillagning på deras kotlett jämfört med en köpt från exempelvis Citygross.

Det är generellt sett inga större skillnader i vilka konsumentgrupper som nås via Reko-ring jämfört med vanliga försäljningskanaler. Dock ser de som också säljer via marknader att Reko-ring även når ut till en yngre målgrupp, de som är i 20-25 års-åldern, medan marknader har en tonvikt på pensionärer. Reko-ring når även kanske fler barnfamiljer, där även om barnen inte är med på själva utlämningen berättar konsumenten om att barnen efterfrågar vissa saker. Det märks också en tonvikt på att det är fler kvinnor än män som handlar via Reko-ring, vilket ändras lite vid grillsäsong.

Den direktkontakt med konsument som Reko-ring innebär beskrivs positivt och som att det är trevligt, förutom vid de fall där så många beställningar är gjorda att det inte hinns med enskilda samtal. Kontakten med kunder ger positiv feedback och Reko-ring har för vissa ökat den.

”Många uppskattar, vi som producenter gör det, att träffa konsumenterna och tror att även konsumenterna gör det. Just det här att handla, veta varifrån det kommer ifrån.”

Producenterna tror att denna ökade kontakt mellan konsument och producent ger konsument ökad förståelse för lokal produktion. Dels att det skapar en kännedom om själva producenten men också att konsumenten efterfrågar mer kunskap. En producent påtalar också att i och med Reko-ring syns hur många producenter det finns. Det finns bland de

”De kan fråga omedelbart. Exempelvis varför äggen inte längre var lika gula, när det under vintersäsong blir mindre gräs och därmed mindre näring. Man kan upplysa och de kan ställa mer konkreta frågor.”

intervjuade producenterna en stor spännvidd i hur de ser på ekologiskt, men både de som säljer enligt ekologiska principer – utan konstgödsel och besprutning men utan certifiering- och de som säljer konventionellt lyfter fram att Reko-ring ger kunden möjlighet att fråga, lära mer och ta egna beslut. Detta utifrån att i annonsen vara transparent med produktionen och att beskriva hur den går till. När ens vara ligger bredvid en annan i en ICA-butik blir inte dessa skillnader lika tydliga och konsumenten har svårare att förstå produktionsvillkoren, medan i en Reko-ring blir det tydligare. Det finns också en koppling till säsong.

Det är samstämmigt bland producenterna att Reko-ring ger ett större värde än själva konsumtionen. Det är främst relationskapandet som lyfts fram, både mellan konsument och producent men också mellan producent och producent. Även en större uppskattning av råvarorna och maten samt varifrån den kommer nämns. Bageriet beskriver det som att när kunden får ansiktet på den som står bakom brödet värdesätts det mer och att det blir en produkt som inte slängs i onödan. Den uppskattning konsumenterna visar ger producenterna glädje och en extra puff när de är trötta. De återkommande kunderna blir ett socialt samspel. Reko-ringen samlar också producenter och ett informellt nätverk kan skapas, där både erfarenheter kring problem och lösningar kan utbytas och samarbete uppstå, exempelvis är en nöt- och fläskkryddkorv under utvecklande som är ett samarbete mellan tre olika producenter.

Generellt sett är producenterna nöjda med den prisnivå varorna ligger på. Jämfört med likvärdig kvalitet är priserna motsvarande vad som finns på de stora butikskedjorna. Däremot kan de inte jämföras med varor av sämre kvalitet, både gällande kött och grönsaker. Det gör att konsumenten generellt sett upplevs vara medel- eller höginkomsttagare, vilket en av producenterna lyfter som att Reko-ring därmed inte blir till för alla. Producenterna jämför sig även med varandra, även där finns skillnad i kvalitet och produktionsvillkor som utgångspunkt för prissättningen.

Bageriet har på Reko-ring paketpris och ett generellt pris för alla bröd, fast hen har differentierad prislista i butiken. Detta för att göra Reko-ringsförsäljningen mer effektivt och lätthanterlig. I och med ökad försäljning finns det utrymme för en sådan lösning. En av producenterna lyfter att det är positivt att ingen prisdumpning skett och en annan uppger att den hört det skett i andra ringar. En tredje uttrycker irritation när en vara plötsligt dyker upp för orimligt lågt pris vilket gör det svårare att sälja den varan just då. Generellt sett upplevs de som säljer för orimligt låga priser vara hobbyverksamhet, som säljer för att det är roligt.

Producenterna är generellt sett själva konsumenter som gärna köper av andra och som är nöjda med det utbud som finns på ringarna. Dock kan det vara stressigt att både komma ihåg att beställa samt att ha tid över efter sin egen utlämning.

“Det är det ett mervärde att känna mer om produkten. Vilka händer som har gjort den. Tror många är beredda att betala mer för en sån produkt också.”

“Du får en kontakt med den som faktiskt producerat det en äter. Man får se ett ansikte bakom, inte bara en skylt vad varan kostar. Det är ju faktiskt nån som gör grejerna också.”

“Ibland är jag jättetrött när jag åker iväg men så får jag härliga möten med människor och känner mig pigg när jag blir klar. Ännu mer av det goda även om det inte är nån förändring.”

“Vi handlar av andra producenter på utlämning. Det är ju jättesmidigt när man ändå är där.”

Konkurrens från andra producenter upplevs inte som negativ, tvärtom lyfter tre att andra producenter snarare ses som kollegor. Vilda växter producenten anser inte ha någon som säljer likvärdig produkt. För mejeriet finns det mer likvärdig konkurrens, med minst två andra som säljer i Borås men det upplevs inte

negativt. Bageriet har en konkurrent som säljer likvärdig produkt men hen anser de attraherar olika konsumenter. Ett tredje bageri dök upp och försvann ganska snabbt, det får bageriet att fundera på om två stycken kanske täcker efterfrågan. När en ny ring startade i Varberg diskuterade hen med ett annat bageri ifall de båda skulle sälja där och kom fram till att den andre kunde sälja i Varberg så tog hen Mark. Grönsaksproducenterna är flera men försöker ändå samarbeta och hänvisa till varandra, även rent konkret hjälpa varandra med planteringen. I slutändan är det kunden som väljer utifrån smak och utbud. Båda köttproducenterna beskriver sina produkter som att kunden får välja utifrån tycke och preferens och därmed blir är deras produkter inte konkurrent gentemot varandra. Ägg har däremot en större konkurrens. Först var en skriande efterfråga från konsumenter. Det gjorde att många med småskalig hobbyverksamhet började sälja. Dock upplever äggproducenten att det lett till flertalet inte följer regler, vad gäller att stämpla, göra kontroller och andra tillstånd. Det är i det fallet ett problem att Reko-ring inte har någon kontroll, utan flyter fritt och bygger på producentens egna ansvar. Det är en sak om en producent försöker köra sin verksamhet svart och utan kvitton. Det drabbar bara statliga inkomster och enskild producent, men när livsmedels säkerheten äventyras vad gäller exempelvis kylkedjan kan det bli farligt. Det gör att den producenten är övertygad om att det snarare är en fråga om när och inte ifall det kommer en skandal angående livsmedel som gör någon sjuk. Äggproducenten uppger också att hen slutat hjälpa hobbyverksamheterna, då de tacksamt tagit emot hjälp men sedan stått och sålt ägg billigare och inte erbjudit någon form av hjälp tillbaka.

Reko-ring har varit en positiv påverkan angående relationen mellan producenter. Det beskrivs som ha skapat ett kontaktnät, både för socialt samspel men också för att diskutera affärsmöjligheter och samarbeten. Det har gett inspiration i flera led, både vad gäller produktionen, marknadsföring och försäljning. Exempelvis har det diskuterats kylboxar och bevattningssystem men också annonserande och att börja sälja någon annans produkt i sin egen butik.

Alla producenter har sålt i mer än en ring. Den som har sålt i flest var uppe i 10 stycken, spritt över Skaraborg och Sjuhärad. Alla av dem har sålt i Borås. Flera av producenterna testar ringar och om de får god respons och det inte är för långt att resa så återkommer man. Det gäller både befintliga ringar och när nya startar upp, exempelvis Bollebygd och Herrljunga. Dock har man vissa ringar som är de regelbundna och med huvudfokus. Två av dem uppger att de håller sig till två ringar för mer hinns inte med.

När det kommer till huruvida de större ringarna/städerna är mer fördelaktiga är svaret att det snarare är de små ringarna/städerna som har de mer aktiva kunderna. Så länge ringen är tillräckligt stor för att ha ett bra utbud med producenter, exempelvis har de mindre städerna som Ulricehamn, Herrljunga, Alingsås och Falköping trevliga, uppskattade ringar med bra försäljning. En av producenterna beskriver det som att de som blivit medlem i Herrljungagruppen är mer intresserad av att köpa medan Borås har många passiva medlemmar. Men det lyfts också att om det finns ordinarie försäljning i den kommunen så är intresset inte lika stort, tex att mejeriets produkter finns på Ica i Borås och grönsakshandlare i Ulricehamn som säljer på torget där får mer kunder i Reko-ring i Borås än i Ulricehamn.

”Vi har upplevt att just Borås, jämfört med Alingsås och Ulricehamn, så handlar de mer i Ulricehamn och Alingsås på mycket färre medlemmar.”

Borås är dock större och därmed blir den bästa försäljningen generellt sett där, dock börjar själva ytan av att vara på vid utlämningen begränsa att fler producenter och konsumenter inte får plats. Två av

producenterna lyfter också att skillnaden mellan ringarna beror i större grad på hur administratörerna på Facebook är än storlek på staden. I slutändan är dock det avgörande hur många av konsumenterna som bestämmer sig för att köpa.

Vid frågan om producenterna ser att de kommer fortsatt sälja via Reko-ring är det ett samstämmigt ja, där det både finns glada utrop och mer skeptiska funderingar. Viss oro lyfts för att det ska vara fortsatt attraktivt för både konsumenter och producenter och inte bara vara nyhetens behag. Det finns också ringar som fungerar mindre bra, exempelvis Mark och Göteborg. Två av producenterna lyfter att de parallellt satsar på att bygga upp egen gårdsbutik men att just nu är det via Reko-ring som huvudpart av försäljning sker. Två av producenterna lyfter att de försökt sälja till butik men fått dålig respons, då de ändå har god försäljning via Reko-ring söker de inte aktivt upp butiker längre.

Det är framförallt sin egna tid och möjlighet att lägga mer av den i produktion och försäljning som producenterna är beredda att satsa ifall Reko-ring ger fortsatt god omsättning och arbetsinsatsökning.

På frågan kring hur kommunen kan stötta Reko-ring finns det en samstämmighet kring att bistå med en bra plats för utlämning. Det är också en viss tvekan och skepsis om till vilken grad kommunen ska vara inblandad och vad den får göra. Reko-ring anses främst vara en fråga för näringslivet som själva ska få sköta det.

”Ja, de kan ju börja med att låta en stå på torget. Sen behöver de inte lägga sig i mer.”

Praktiska frågor som snöröjning, belysning och parkering lyfts. Under vinterhalvåret var det väldigt mörkt vid utlämningen, speciellt i Borås, och hjälp med belysning hade uppskattats. Sedan kommer också förslag om att kommunen kan hjälpa till och marknadsföra och synliggöra så fler lär känna konceptet, gärna även turister. Kommunen kan också bistå med råd kring om det finns medel att söka för investeringar, speciellt om man är nystartad.

När det gäller ifall det finns andra myndigheter eller organisationer som kan stödja Reko-ring är skepticismen fortsatt stor. Folkhälsomyndigheten lyfts, som en portal för att marknadsföra att på Reko-ring kan mer naturliga och hälsosamma livsmedel hittas. Att Jordbruksverket ska reglera Reko-ring är en farhåga som ger mycket irritation och det lyfts att Reko-ring ska vara en fortsatt fri överenskommelse mellan konsument och producent. Tre producenter lyfter att det enda av godo skulle vara om det fanns medel att söka, varav en tycker att de skulle gå direkt till administratörerna. Dock skulle det innebära frågetecken kring hur en sådan peng skulle fördelas och användas.

”Det är ju bra med en gräsrotsnivå men samtidigt om det finns nån myndighet, nåt stöd som kan hjälpa att hitta finansiering. Då skulle jag ju inte tacka nej.”

”Jag tror att framgångssagan med Reko-ring är att det kommer underifrån. Att producenter går samman och bestämmer, vi fixar det här. Vi pratar med varandra för att underlätta för våra gemensamma konsumenter. Uppstår problem löser vi det på plats, har nån myndighet ansvar så blir det inte demokratiskt och kanske inte ens så bra”

Angående om Reko-ring ska ha en särskild inriktning är det samstämmigt att den ska vara fokus på det lokala. Det ska inte finnas en ekologisk inriktning. Det hävdar även de med ekologisk, eller snarlik men utan certifiering, produktion. Det ska vara fokus på att kunden väljer. Det viktiga är att producenterna är tydliga vilken typ av produkt de säljer. Tre av producenterna lyfter att det dock ska vara någon form av begränsning hur storskalig producenten ska vara, så inte exempelvis Ica kommer och ska vara med och sälja, utan det ska finnas någon form av relation mellan producenten och dess produkter. Det framkommer också vissa funderingar kring resor och hur långt bort som räknas som lokalt. Dock har en av producenterna varit med om att hamna precis på fel sida av en sådan gräns och därmed inte längre vara välkommen till en ring.

Intervjuer konsumenter

Den generella upplevelsen av Reko-ring är positiv. Dels lyfts perspektivet med bra kvalitet på maten och dels att stödja lokala producenter. Maten uppges smaka mer och bättre, den beskrivs även som ärlig och ren. Det uppges även vara trevliga människor, både andra konsumenter och producenterna. En konsument tycker det kan vara ohämmat dyrt och att det finns förbättringar att göra vid utlämningen, då det är mörkt och svårt att komma fram. En annan att det ger möjlighet att handla miljövänligt för billigare peng. Fyra av producenterna använder förstärkningsord, som att det är väldigt bra eller jättepositivt.

“Min generella upplevelse är att man på nåt sätt kommer närmare leverantörerna, lokala producenter. Och att det möjliggör ett närmare och billigare sätt att handla miljövänligare och hälsosammare varor.”

Reko-ring upplevs att ha förändrat hur konsumenterna handlar livsmedel. Framförallt är det en ökad grad av planering. Det har också ökat graden av att testa nya saker men även skapat en regelbundenhet av inköp av basvaror, bland annat ägg och kött.

En konsument säger att det inte förändrat men möjliggjort den handling hen vill göra.

“Jag planerar två veckor i förväg vad vi ska äta. Lunchlådor, middag, frukost. Allt utgår från det här utlämningstillfället. Får mycket mindre svinn, i och med att jag planerar i detalj. Då köper jag inte för mycket, det blir inte 200 g kött över. Det händer inte längre att det blir dåligt.”

“Har ägg på abonnemang på Reko-ring, betalt ägg för hela året. Har följt den handlaren, tycker om hans koncept. Förr tog äggen slut. Då skapade han abonnemang för att hans stamkunder får först. Skulle jag ju aldrig gjort annars, i vanlig mataffär, abonnemang på ägg.”

Sju konsumenter lyfter att vad som lockade dem att börja handla via Reko-ring är det närproducerade perspektivet. En konsument uppger att det inte gått att få tag på särskilt bra i matbutiker innan. Två konsumenter nämner även att det är hälsosam och ren mat. Båda dessa lyfter också ett djurperspektiv där exempelvis hönor och kor får gå frigående utomhus. Två började handla efter att de blev tipsade, en av en producent och den andre av en kollega.

Förväntningarna har mer eller mindre infriats. Två konsumenter lyfter att de inte hade några tidigare förväntningar men att det har varit bra. En konsument hade låg förväntningar och de har blivit överträffade. Hen har tidigare försökt handla via gårdsbutiker och tycker det är trevligt att få samma kontakt utan att själv behöva åka runt. Likaså säger en annan att hen är positivt överraskad, i alla fall av Borås medan Marks ring har ett mindre utbud. En annan konsument uppger att de motsvarat förväntningarna, då det ger samma smakupplevelse som när hon växte upp på landet med egna djur. Sedan är det två som är ambivalenta och tycker att det både motsvarat och varit negativt, då de önskar mer ekologiskt. En av dem tycker att det finns för många produkter som lika gärna återfinns på Ica.

”Det har nog motsvarat mina förväntningar. Hade önskat det var mer eko. Namnet känns som det borde vara mer ekologiskt.”

Den enskilt största fördelen med Reko-ring är att stödja och stärka lokala producenter, enligt fem konsumenter. En av dem lyfter också miljöaspekten, att handla närproducerade grönsaker, och att handla lokalt är en större miljömedvetenhet hen fått de senaste åren. En annan tycker det är skönt slippa åka runt till många olika. En tredje gillar transparensen. Utöver detta lyfter en bra råvaror, en annan hälsosam mat och den tredje att djuren har det bra.

”Att jag vet vad jag får. Alla producenter, man har ju möjlighet att komma och titta. Har inte gjort det men jag vet ju varifrån det kommer, kan i princip göra det. Man blir nära produktionen.”

Det finns flera olika saker som är det mest negativa med Reko-ring. Fyra stycken lyfter tiden, att behöva foga sitt schema kring utlämningstiden och att vara beroende av ett visst datum en kort tid. Missar man ett tillfälle dröjer det en månad mellan tillfällena. Dessutom att inte kunna impulsköpa utan behöva förbeställa. Utöver detta tycker en att platsen är rörig och skulle vilja swisha i förväg. En konsument lyfter att alla varor inte finns där, exempelvis om en önskar ris eller bulgur, och att det inte heller är möjligt producera lokalt. En tredje lyfter att man måste ha Facebook. Slutligen säger en konsument att det inte finns några nackdelar.

Det finns en försiktigt positiv inställning till att beställa varor i förväg, där det framförallt är olika inställning till att planera matinköp som blir tydlig. En konsument tycker kort och gott det är jättebra. En annan uppskattar att Reko-ring lärt hen att planera sina matinköp mer och en tredje förstår om andra tycker det är krångligt att planera men gillar det själv. Två tycker att det inte är någon större skillnad mot nuvarande köpmönster. Tre stycken hade hellre åkt direkt dit och köpt på plats, där den ena ändå tycker det är smidigt, den andra förstår att det underlättar för producenten med förbeställning och tredje har inte handlat vissa veckor just för att hen inte hunnit sitta med beställningarna innan.

Alla förutom en av konsumenterna har handlat livsmedel över nätet innan, varav en sköter merparten av sina inköp digitalt. De andra har i mycket mindre grad köpt mat över nätet, med någon enstaka matkasse eller köpt sällanvaror och storförpackningar.

Det finns många synpunkter på att använda Facebook som plattform. Positivt är att det är lätt, dels att bjuda in vänner, att man naturligt är där och vet hur det fungerar och att det är enkelt att få kontakt med producenter. Nackdel är att annonssystemet har dålig överblickbarhet, dels att annonser inte dyker upp i flödet, de visas sämre i mobilläge och det är svårt att hitta tillbaka till kommentaren för att sammanställa sina beställningar. Sedan är det nackdel att alla inte har Facebook, speciellt inte de äldre.

Alla konsumenterna skulle kunna tänka sig att testa ett annat digitalt verktyg som bland annat skulle sammanställa beställningarna, varav sex stycken är väldigt positiva och två stycken mer skeptiska. Det är framförallt hjälpen med beställningar som skulle vara uppskattat men även om det skulle göra det lättare för producenten.

”Skulle prova det men skulle inte tycka om det. Det är inte en digital plats jag vistas på naturligt.”

”Absolut. För min del funkar Facebook men om det finns bättre sätt som underlättar för producenter skulle jag gärna prova.”

Det finns hos konsumenterna en spännvidd i hur stor andel av livsmedelsinköpen som kommer från Reko-ring jämfört med handling i affär där den avgörande skillnaden är ifall man köper kött eller inte. Två stycken uppger att hälften eller lite mer av deras inköp av livsmedel sker på reko-ring. Den ena köper merparten av kött och mejeri på Reko-ring, även om hen behöver stödhandla mjölk emellan. Den andre köper mer under grönsakssäsongen men ett genomsnitt blir runt hälften av inköpen sker på Reko-ring. Fyra konsumenter tror det ligger på ca 15-20% av totala livsmedelsinköpen, men en av dessa uppger att det är vid grönsakssäsong, övriga månader ligger det snarare på 5 % då hen inte köper mjölk eller kött. Även de andra tre säger det blir mer vid grönsakssäsong. En försöker övertala sambo att köpa köttet på Reko-ring men inte ännu skett. En konsument uppskattar det till inte mer än ca 5% men att det beror på att hen har tre små barn och mycket av de varor som behövs för barnen finns inte på Reko-ring. Två stycken uppskattar ingen siffra, där den ena främst köper grönsaker och önskar hen köpte mer kött men tycker det är för dyrt och den andra uppger hen köper sin basvaror så som mejeri, ägg och ibland kött.

Den tidsåtgång som krävs för att handla via Reko-ring upplevs för hälften av konsumenterna ta mer tid jämfört med att handla i affär, men av olika anledningar. För en konsument är det nyfikenheten på utbudet och att hen tittar på alla annonser som gör att det tar tid. För en småbarnsförälder tar Reko-ring mer tid med planering, sammanställning av beställning och sedan åka dit och köa vid varje producent, jämfört med att handla allt behov på en stormarknad. Däremot påtalar hen att det tar ju mindre tid handla på Reko-ring jämfört med om man hade köpt motsvarande varor hos varje enskild producent. Den tredje uppger att det tar mer tid i och med resan dit, men att det oavsett är värt det. Även den fjärde uppger det praktiska som anledning till varför det tar längre tid, med fokus på parkering.

Fyra konsumenter tycker det tar mindre eller likvärdigt med tid, i och med att hämta förbeställda varor. Den ena av dessa uppger att hen vid handling i butik är mindre planerad och inte vet vad hen ska köpa där i förväg. De andra reflekterar kring tiden som går åt till beställningar, med i och med att den läggs lite då och då känns den inte betungande. Däremot går det fortare att hämta förbeställda varor på ICA än på en Reko-ringsutlämning och vid en handling på ICA får en med sig mer varor per handling.

”Går på ett sätt fortare än att dra runt med kundvagn.”

Att handla via Reko-ring har i stor grad ökat andel lokalproducerade varor konsumenterna köper och det gäller samtliga åtta intervjuade konsumenter. Det har framförallt skapat en regelbundenhet.

”Det är enklare att nå ut till lokala handlare när de finns på samma plats. Det är smidigt att de kommer till ett ställe, att inte åka till dem.”

Merparten av konsumenterna anser att Reko-ring inneburit en förändring i kontakt med producent, mestadels för att det tidigare inte fanns en kontakt över huvud taget. Det blir korta kontakter, på kanske bara 30 sekunder, men det är ändå igenkänning och att utbyta hälsningsfraser. Tre konsumenter uppger att de vill lära känna konsumenterna, bland annat genom att kolla upp dem mer på Facebook samt fråga kring deras djurhållning och om gården

”Man lär ju känna sina producenter. Skulle Reko-ring upphöra skulle jag kontakta direkt men det finns ju inget behov av idag, allt är samlat. Nu vet man ju om att de finns.”

En konsument tycker inte att Reko-ring inneburit någon förändring i kontakten med producenten samt en som inte tycker det ändrat så mycket, dock har hen valt att börja köpa ägg från en producent som bor i närheten då hen via Reko-ring upptäckte att producenten bodde där.

När det gäller förståelsen för lokala producenter uppger tre konsumenter att de redan tidigare var väl insatta i frågan, både utifrån ett småproducentperspektiv och med fokus på mat- och köttproduktion. En reflekterar också att även om hen är väl insatt tror hen att det ökat förståelsen för lokala producenter hos många andra.

Tre uppger att handla via Reko-ring har påverkat deras förståelse för lokala producenter, främst för deras ekonomiska villkor. Bland annat att det är ekonomiskt ofördelaktigt att sälja på det ”traditionella” sättet, konkurrera med de stora aktörerna som har mer pengar för reklam och direktförsäljning till konsument därmed är mer gynnsamt samt att vissa lagar, exempelvis pastöriseringslagen, kan ställa till det för producenter. En konsument är glatt överraskad att det ändå finns så pass många lokala producenter och att det finns en marknad för ”vanliga Svenssons” och inte bara de som är särskilt miljömedvetna. Två stycken svarar att de inte tänkt på det och inte vet.

Reko-ring ger fler värden än själva konsumtionen anser alla åtta konsumenter, där det framförallt är miljö och matens kvalité som lyfts. Reko-ring har skapat en miljömedvetenhet som även sprider sig till övrig

livsmedelskonsumtion, kring jordbruk, transport och även ett större mer abstrakt fokus på miljö som helhet. De små gårdarna lyfts som viktiga för våra ekosystem och att därmed kunna ge ekonomiskt till de små och medelstora producenterna är ett sätt att ge tillbaka för den servicen att de upprätthåller ekosystemen. Det lyfts också som positivt att kunna ge människor möjlighet att bo utanför tätorterna. Även ekologiskt lyfts och att det kan vara positivt.

Att träffa producenten ger ett ansikte på den som skapar själva produkten, vilket gör att man värdesätter produkten mer. Det i sin tur minskar svinnet och att man tar vara på alla delar. Det är också en bra ingång att diskutera hållbarhetsfrågor med sitt barn, där det blir mer konkret för barnet i och med att träffa producenten.

Reko-ring är också bra för det gör att producenterna kan leva på det de skapar och ger dem också ett nätverk. Det märks en yrkesstolthet bland de som säljer samt att det är ett trevligt socialt tillfälle. Det gör också möjlighet för även de med tillfällig produktion att sälja, om man exempelvis får en väldigt stor squashskörd hemma. ’

Slutligen lyfter två konsumenter matens kvalitet, där den beskrivs som både godare och när exempelvis köttfärsen steks så är den torrare och fastnar inte i pannan. Dessutom har en annan konsument i och med handling från Reko-ring fått upp ögonen för hur praktiskt det är att köpa fryst kött, och hur mycket fokus det är på att sälja färskt kött i vanliga butiker, vilket leder till att kött kastas i onödan.

Sex av konsumenterna uppger att de har huvudansvar för matinköp i deras familjen, de övriga två handlar tillsammans med partner. Inköpen via Reko-ring är för merparten en familjeangelägenhet som involverar fler än den intervjuade konsumenten. Det handlar dels om att familjemedlemmar hjälper till att hämta beställda varor, följer med vid utlämningar eller att konsumenten beställer och hämtar ut åt en annan familjemedlem. En konsument gör själv beställningarna och inköpen men brukar informera både familj och gäster om matens ursprung. Familjemedlemmar blir också tillfrågade om vad de önskar beställa. En konsument önskar att partner skulle följa med på en utlämning, för att bättre förstå fördelarna med Reko-ring och själv bli mer engagerad.

”Sen är smaken godare, smakar inte bara wellpapp som en del annat gör.”

”Ja, det skapar ett annat tänk. Inte bara att köpa, det är mer tanke på vad man köper och hur det är producerat och var någonstans. Indirekt och direkt ett miljötänk, i alla fall hos mig. Tänker mer på vart varorna är ifrån, även när jag handlar på ICA.”

”Allt det där med förståelsen för jordbruket. Att man kan på nåt sätt närma sig sin mat, mer än på ett tillfälle att föra in energi i kroppen. Det blir roligare att laga och äta maten när man på nåt sätt har mer anknytning till det, mer än nåt man bara konsumerar.”

Fem av konsumenterna har barn och de är i varierande grad delaktiga, delvis baserat på ålder. En konsument med ett barn på två år har inte involverat hen mer än att vara med sovandes i vagnen på någon utlämning, men tanken är att uppfostra barnet med tanke på miljö och sponsra lokala handlare. En konsument brukar ha med både sitt barn och en förälder på utlämningarna, vilket då skapar ett trevligt tillfälle att ses och som barnet verkar ha uppskattat. Dock är det krånglig tid med mat och påverkar nattningstider negativt. Två konsumenter pratar med sina barn om varifrån maten kommer och vilken påverkan det har, bland annat på miljö, djur och det lokala. Den ena har fyra vuxna barn som fått vara med och hämta varorna men då de är studenter har de bristande ekonomi för att själva kunna köpa. En konsument pratar mycket med barnbarnen, som redan är väldigt miljömedvetna och äter enbart ekologiskt och krav, bland annat om äggen och hur hönorna som lägger de äggen har det. Hen brukar också prata gott om Reko-ring för andra hen känner för att locka dem att börja handla där.

“Ja, min papa har varit och hämtat när jag inte kunnat eller glömt av, suttit på bussen och kommit på att jag beställt varor. Annars står jag för inköpen i min egen familj.”

“Nej, men de är med i utlämningarna. De är med för att vara delaktiga och för att de brukar följa med när vi åker till lokala producenters gårdar.”

“Jag och min man handlar. Barnbarnen, de är vegetarianer, de handlar jag åt och distribuerar till dem.”

Det upplevs fungera bra att utlämningen sker koncentrerad under en timmes tid. Ibland passar inte tiden, vilket både kan vara ett problem för en själv och att det kan hindra andra från att köpa. Det är positivt att det blir så effektivt.

“Jag är ofta där precis när det startar. Nån gång var nån en halvtimme försenad, det var jättetråkigt vänta den halvtimmen. Så för producenter behöva vänta länge på en kund, det är inte rimligt om det skulle vara längre.”

Det finns många synpunkter på utlämningen. Det uppskattas att det är återkommande samma plats, men det är ofta svårt med parkering, oavsett ring man handlar i. Det kan bli lång väg att gå med tunga varor. En av konsumenterna som inte har bil har köpt sig en skrinna att packa i för att underlätta Reko-ringshandlingen. Hen uppskattar att utlämningsplatsen är nära buss.

Sedan kan producenterna förbättra sin skyltning så den blir större och tydligare, speciellt vid vinterhalvåret då det varit mörkt. Det uppskattas om producenten står återkommande vid samma plats. Det är också problematiskt att inte veta om producent återkommer, utan varje gång behöva invänta och se ifall annons dyker upp. Det är även uppskattat om swish-nummer är tydligt utmärkt och om man kan betala i förväg. Det är stor skillnad på hur lång kö det blir framför producenterna och där det återkommande blir lång kö är skäl för vissa konsumenter att sluta handla hos den. Två stycken konsumenter lyfter att det är tråkigt med bestämmelsen som förbjuder spontana köp på plats.

Fyra konsumenter använde beskrivningen rimlig, alternativt att den inte är orimlig, om prissättning på Reko-ring, dessutom beskriver en konsument den som bra och som den ska vara. De resterande tre konsumenter reflekterar över att det kan upplevas dyrt, men jämfört med motsvarande kvalitet är det okej prissättning. Speciellt köttet beskrivs som dyrt och en konsument säger att hen dragit ner på köttmängden hen äter och att det ändå är okej utifrån den kvalitén det är. Två konsumenter beskriver sig som inte så priskänsliga och en annan reflekterar att priserna trots allt kan vara exkluderande. Det resoneras också kring att andra upplever att Reko-ring är dyrt och att det egentligen är en felaktig uppfattning.

“Jag tycker man får vad man betalar. Det är ju höga priser för mat. Men mat är ju ett brett spektra och jämfört med vad man får är det väl prissatt. Det är ju också en jävla lyx kunna handla så. Skulle lokalproducerat bli tillgängligt för fler måste det vara lägre pris, för inte alla samhällsskikt och folk som kan handa på det viset.”

“Det blir ingen större effekt på min ekonomi i slutändan. Vet en del säger att det är dyrt men man väljer själv om man köper.”

Utbudet upplevs generellt positivt, även om det är tråkigare under lågsäsong för grönsaker, speciellt för vegetarianer. Dock är det en del av poängen med Reko-ring, enligt en konsument, att känna växlingen och att allt inte alltid är tillgängligt. En konsument uttrycker förvåning över hur stort utbudet faktiskt är. Marks Reko-ring har dock ett litet utbud av producenter.

Varor som efterfrågas är framförallt mer grönsaker men även blandfärs, färsk pasta, kyckling, mer bacon uppfött enligt ekologiska riktlinjer, fisk samt ost. En konsument har reagerat på försäljning av ingefärajuice, som då inte är odlad av producenten. En annan skulle uppskatta ifall det även såldes egengjorda skönhetsprodukter som exempelvis tvål. Det hade också varit uppskattat om producenterna samarbetade, exempelvis bageriet som gör hamburgerbröd tipsar om köttproducents hamburgare eller rent av har gemensamt paketpris.

Generellt sett håller sig konsumenterna till en enda ring. Endast en konsument köper från två stycken och hen föredrar att köpa i Mark, men Borås har ett större och bredare utbud och därför väljer hen ibland hellre den ringen.

“Vi behöver den här närmare matproduktionen, ett bredare, bättre utbud. Är själv uppvuxen i Göteborg och har i Borås saknat en saluhall, lite torftigt utbud i Borås. Av den anledningen behövs det, för att få upp matkulturen.”

Alla åtta konsumenter vill fortsatt handla via Reko-ring, varav fyra svarar med eftertryck och kallar det bland annat fantastiskt och att det skulle vara väldigt saknat om det försvann.

Reko-ring kommer generellt sett påverka konsumenternas framtida handlingsmönster. En konsument lyfter bundenheten till vilka producenter det finns i närområdet, men att så länge det finns är det både roligt och viktigt att anpassa handlingen till utbudet. En annan poängterar att det är en del i ett ökat miljötanke i samhället och att det kommer komma mer och mer, vilket en annan kopplar till en bredare berättelse om hur vi måste ändra konsumtionsmönster och få större förståelse för säsong, tillgänglighet och klimat. Tre konsumenter anser att de redan nu har en medveten konsumtion, varav två inte tror de kommer förändras själva men att det är viktigt att det når ut till andra. En av dem siktar på att bli mer självförsörjande men att ifall det går fel vid skörd är det skönt att ha Reko-ring att falla tillbaka på för bra mat. Inspiration till ökad självförsörjning lyfter även en annan. En konsument tror att ifall hen flyttar kommer hen leta reda på en ny ring att handla från samt att det finns potential att öka handlingen redan nu och en annan lyfter att om Reko-ring försvann skulle hen fortsatt köpa av samma producenter som hen etablerat en relation med.

“Ja, det kommer forma hela min tillvaro kring mat. Hur man handlar. Det har spiltt över, influerat hur jag handlar i butik och tvärtom. Att handla ekologiskt, nära och hälsosamt.”

De finns flera förslag på hur kommun kan vara hjälpsam vad gäller Reko-ring. Det är dels praktiska saker, som bättre belysning och bistå med bra rymlig plats och dels att marknadsföra och synliggöra för nya målgrupper. Exempelvis har äldre som inte har egen dator eller dålig koll på teknik ingen möjlighet att själva beställa i nuläget. Kommunen kan också ha ett integrationsperspektiv, då det i nuläget är mestadels vit medelklass som handlar enligt en konsument.

Små producenter har inte alltid pengar för att marknadsföra sig. Kommunen kunde hjälpa dem att synas på exempelvis vårmaknaden eller andra större händelser, där det gjordes reklam både för Reko-ringen och för enskilda producenter. Två konsumenter lyfter att kommunen borde marknadsföra och stödja Reko-ring utifrån hållbarhetssynpunkt, där det borde ses som en tillgång för hela kommunen och ett marknadsföringsinstrument för en hållbar stad samt även hälsoaspekter.

När det gäller det praktiska är det framförallt valet av en bra plats att vara på samt bistå med belysning på vinterhalvåret. En konsument tycker att det vore bra att få vara på torget eller att kommunen upplät en form av saluhall. Flera producenter har inte så jättebra skyltar, kanske kunde kommunen bistå med att trycka upp bättre.

Slutligen tycker en konsument att kommunen ska blanda sig i så lite som möjligt, förutom eventuellt bistå med bra plats att vara på.

Det finns en stor osäkerhet och upplevd okunskap kring om det finns andra organisationer eller myndigheter som skulle kunna förbättra och stödja Reko-ring, där hälften avböjer att ge ett svar av den anledningen. En konsument reflekterar kring att Hushållningssällskapet kanske kunde bidra men att det viktiga egentligen är att nå ut med det till andra målgrupper, gärna mer internationellt och flerspråkigt. En annan funderar kring att mer nå ut med att bra mat leder till bra hälsa, vilket en

“Jag tycker att myndigheter absolut kan lägga sig i om det skapar möjligheter och förutsättningar. En myndighet kan lägga locket på och begränsa men den kan också vara en plattform och grund som möjliggör. Myndigheter är ju lika med muskler och pengar, som också ger möjligheter.”

annan konsument reflekterar kring Livsmedelsverkets riktlinjer och om de verkligen är anpassade för att stödja bra hälsosam, närproducerad mat. Slutligen att det vore bra om turistnäringen engagerade sig och såg potentialen.

Det finns ingen samstämmighet kring ifall det borde finnas en särskild inriktning. Tre lyfter att de själva föredrar ekologiskt men att det ska finnas en spridning på Reko-ringen. Dessutom finns det många produkter på reko-ring som inte har certifieringen men ändå är bra. Fyra konsumenter lyfter att det borde vara fokus på det småskaliga och även att det är egen produktion. Det ska inte gå att köpa in produkter från annan affär och bara vara återförsäljare, eller att koka marmelad på importerad frukt. Dessutom lyfter en annan konsument ska det vara fortsatt fokus på livsmedel. Slutligen lyfts att utbudet ska bestämmas utifrån vad konsumenterna är intresserade av att köpa.

Sammanfattande analys

Det finns en samstämmighet hos både producent och konsument att Reko-ring är positivt. Det är tydligt i såväl enkäter som intervjuer, där få negativa aspekter lyfts och den kritik som framställs är välvilligt inställd och syftar till förbättring. Reko-ring kan därmed användas som ett positivt exempel för hållbar landsbygd.

Sammantaget beskriver producent och konsument att Reko-ring handlar om att det är närproducerat, att maten har bra kvalitet samt att det är trevligt. För producenterna är det också viktigt att det är en effektiv försäljningskanal medan det för konsument är mindre viktigt med den ekonomiska aspekten. Det finns en andel av konsumenter som upplever Reko-ring som dyrt men det är en större andel som anser det är rimlig prissättning. Likaså är det för konsument viktigare med ekologiskt perspektiv än för producenterna. Konsumenterna lyfter också hälsa. Producenterna är även i stor grad själva konsumenter och använder utlämningarna för att köpa livsmedel, i mån av tid.

Borås dominerar de tre ringarna, både vad gäller antalet svarande konsumenter och producenter. För konsument är det ovanligt att handla i fler än en ring. Av producenterna säljer majoriteten i flera ringar, även de som ligger en längre bit bort. Både de små och stora ringarna är uppskattade försäljningskanaler. Det avgörande för en Reko-rings framgång är inte stadens storlek utan andel aktiva medlemmar i Facebookgruppen som regelbundet konsumerar.

Producenterna är trogna Reko-ring och merparten nyttjar flitigt, varav hälften ungefär varje tillfälle senaste sexmånadersperioden. Det visar att Reko-ring anses viktigt och prioriterat. Konsumenterna är uppdelad i tre sektioner, där en tredjedel handlar troget vid varje tillfälle, en tredjedel ungefär hälften av tillfällena medan en tredjedel mer testat och köpa enstaka tillfällen.

Producenterna har låg vana vid att sälja livsmedel över nätet. Konsumenterna har en varierande vana att köpa, där vissa regelbundet köper livsmedel över nätet medan andra gjort sällanköp. Däremot är det väldigt få som köpt lokalproducerade varor direkt från producentens hemsida/webbshop, vilket stämmer väl med att få producenter säljer via egen hemsida/webbshop. Facebook som plattform upplevs som lätt att hantera för både konsument och producent och att den möjliggjort handeln. Däremot är det samstämmigt för både konsument och producent att annonssystemet ger dålig överblickbarhet och kräver egna strategier för att hantera administration. Det finns en försiktig optimism till att använda ett annat digitalt verktyg men en ovilja att lämna Facebook samt att det är viktigt att den kan kopplas fortsatt till sociala media.

Hur påverkar Reko-ring livsmedelsproducenters förutsättningar i Sjuhärad?

Reko-ring har haft en positiv påverkan på livsmedelsproducenters förutsättningar i Sjuhärad. Det finns en samstämmighet i det oavsett sysselsättningsgrad i livsmedelproduktionen samt vilken typ av produktion. Det finns en stor spännvidd hos producenter, både vad gäller typ av produkt och om man är hobbyverksamhet eller storskalig produktion.

Producenterna förknippar Reko-ring med närproducerat, att det är effektivt och en trevlig upplevelse. Det ger också lönsamhet och kapar mellanhänder. Att varorna redan är sålda vid utlämning upplevs som mycket positivt. Producenterna har fått tips om Reko-ring från flera håll men en viktig aktör är Lokalproducerat i Väst. Det är också ca en fjärdedel som var med på den inspirationsföreläsning som hölls i januari 2017 och som blev startskottet för att börja i Borås. Det är också viktigt att vänner, familj och bekanta har tipsat om det. Däremot är det få som lyfter att läsa om det i tidningen varit viktig. Facebook som plattform däremot har bidragit till att sprida kunskapen om att Reko-ring finns.

Kontakt med konsument

Reko-ring har synliggjort producenterna, vilka de är och också hur många de är. I Reko-ringen är det centralt att som producent göra en tydlig presentation av både sin produkt och under vilka förhållanden den har producerats, då det är något som konsumenterna efterfrågar. Konsumenten kan också ställa direktfrågor för att de är intresserade och vill veta mer. Denna transparens är av största vikt för Reko-ring och gör också att konsument kan jämföra varor med varandra och välja utifrån egen preferens. Transparensen är lika viktig både för de som tillverkar konventionellt och de som producerar ekologiskt/enligt ekologiska riktlinjer. Kontakten via Facebook ger också en ökad tillgänglighet, vilket både är en arena att bygga starkare varumärke och ytterligare visa sig själv och sin produktion. Kontakten med konsument ger även en tydlig och snabb återkoppling till producent angående vad konsument efterfrågar, vilket producenten anpassar sig till och det har påverkat investeringsval för producent.

Omsättning och sysselsättning

Reko-ring har positivt påverkat omsättningen hos producenter. Reko-ring är ett effektivt sätt att snabbt sälja mer. Ingen i enkäten uppger en minskad omsättning men fyra en oförändrad. Den ökade omsättningen har främst lett till investeringar men också varit ekonomisk avgörande och gett en lön eller en bättre lön.

Reko-ring har bidragit till ökad sysselsättningsgrad för flertalet av producenterna. Den vanligaste förändringen är en liten ökning både vad gäller omsättning och sysselsättningsgrad. Den kan skönjas en viss korrelation att ökad arbetsinsats ger utdelning i ökad omsättning, då sju stycken som märkt en stor ökning vad gäller sysselsättningsgrad även har stor ökning vad gäller omsättning. Det är också fyra stycken med oförändrad sysselsättningsgrad som har oförändrad omsättning. Dock är inte den korrelationen entydig, bland annat då åtta stycken producenter fått liten ökad omsättning, utan ökning av sysselsättningsgrad. Det är inte främst en ökning i produktionen som innebär en ökad arbetsinsats utan administration kring beställningar, orderplockning samt resor. Övrigt arbete blir en del av vardagliga rutinerna i produktionen.

Mer än hälften av producenterna försörjer sig redan i nuläget på produktionen. Av de som inte gör det önskar merparten att de ska kunna göra det. En annan aspekt är att producenter uppger att vid utökad satsning på produktionen är det främst en ökad investering av tid som är första steget. Det innebär att dra ner på eller sluta helt på annat jobb. Att Reko-ring kan vara en sådan katalysator framkommer i intervjuerna.

Hinder, oro och begränsningar

Reko-ring upplevs som lätt och med få hinder och nackdelar för att nyttja. I enkäten är det få som lyfter administrativa svårigheter som hinder men i intervjuerna framkommer det tydligare att det är börda, som både ger merarbete och hindrar uppskalning. Det mest lyfta hindret i enkäten, att inte ha något kvar att sälja, är i grunden positivt då det visar att producenten fått sålt sina varor. Där kan nästa steg vara att våga satsa och investera i en utökad produktion, vilket kan stämma väl överens med att så pass många producenter uppger en vilja att produktionen ska vara huvudsaklig försörjning. Däremot är det mer negativt för Reko-ring den minoritet av producenter som uppger att bristande lönsamhet är anledning till hindret att sälja via Reko-ring. En aspekt som märks som ett underliggande perspektiv men endast ett fåtal gånger, är att Reko-ring kräver en ökad planering vad gäller barnomsorg. Det märks också en stress, dels att producera enligt efterfrågan och göra orderplockning men framförallt att vara nåbar via sociala medier och att snabbt svara konsument.

Det finns en oro över att Reko-ring inte kommer fortsätta vara lika välfungerande samt att nyhetens välbehag ska svalna och att det inte ska bli något beständigt. Rekoringsgrupperna har en stor andel passiva medlemmar. Att vara delaktig i gruppen är i sig inget positivt så länge det inte leder till köp. Flera producenter lyfter att de har backup-planer på andra försäljningskanaler om Reko-ring inte längre finns eller passar dem. Däremot så lyfter fyra producenter i intervjuerna att de i stor grad förlitar sig helt eller nästan helt på försäljning via Reko-ring. Två lyfter att de inte aktivt söker livsmedelsaffärer som vill sälja deras produkter. I enkäten framkommer dock att försäljning till butik är fortsatt viktigt för ungefär hälften av producenterna.

Facebook är ett tveeggat verktyg, som merparten uppskattar men ändå ser problematik med. Det är ett lätt sätt att knyta och bibehålla kontakt med konsument. Men konsumenter kan välja att lämna Facebook, och därmed inte längre kunna nyttja Reko-ring. Det upplevs också ge stor makt till enskilda individer som är administratörer. Förbättringspotential finns vad gäller annonsernas utformning, då det dels finns dålig överblickbarhet, är administrativt betungande att anteckna beställningar samt är riktlinjer som endast tillåter en annons/producent, vilket inte tar hänsyn till om det tillkommer mer i producentens utbud närmare utlämningsdatumet. Det finns ett intresse för att testa annat digitalt verktyg, om det är användarvänligt och snabbt att använda.

En nuvarande begränsning, både vad gäller annonsformatet och arbetstid, är att sälja flera olika produktkategorier. För producenten är det enklaste att sälja ett fåtal produktkategorier. Detta gäller både sammanställning av ordern samt den tid som går åt för att plocka ordern. Det märks bland annat för bageri som säljer sina bröd för samma pris samt grönsaksproducent som säljer en färdigkomponerad kasse.

Konkurrens och prissättning

Det finns en låg nivå av upplevd konkurrens. Delvis då Reko-ringarna är självreglerande, att producenter testat olika ringar och återkommer dit de får god respons. Likaså finns tendens till att när det finns mättnad av viss produkt i en ring har nya producenter svårt att etablera sig. Dessutom finns fall där producent diskuterat och delat upp ringarna emellan sig. Slutligen att även om det är samma produktkategori anser de det är annan kvalitet eller utbud dem emellan.

Reko-ring har i viss mån varit självreglerande utifrån att när stor efterfrågan funnits, exempelvis ägg, har nya producenter dykt upp och tillmötesgått den efterfrågan. Det som det finns uppenbar efterfrågan för ger ökad andel producenter. Det gav också möjlighet till affärsidén äggabonnemang. Dock lyfter en av äggproducenter att det finns en oro i detta, då flertalet äggproducenter är hobbyverksamhet som har sämre koll på regelverk och livsmedelssäkerhet.

Det är viktigt att en Reko-ring har ett brett utbud, då det behövs flera olika produktkategorier för att skapa en bra Reko-ring. Exempelvis drar mejeriet nytta av att grönsaksproducenternas säsong börjar igen då det ökar antalet konsumenter, som då också passar på att köpa mejerivaror.

Prissättning anses vara rimlig och att producenterna kan sätta de priser de anser är behövliga och få varan såld. Det fanns i uppstarten en föreställning om att kapade mellanhänder skulle leda till billigare priser men samstämmigt ligger prisnivån på en liknande som ordinarie livsmedelsaffär. Det finns en viss irritation riktad till hobbyverksamhet som dumpar priserna.

Ett värde utöver köpet

Att sälja via Reko-ring ger ett större värde än själva försäljningen. Det är framförallt det relationsskapande som är värdefullt, både till konsument och andra producenter. En viktig effekt av Reko-ring är ett ökat nätverkande och kontaktskapande producenter emellan. Det gäller både utbyte av erfarenhet och kunskap samt även affärsmöjligheter. Gällande affärsmöjligheter är det både mer långsiktiga samarbeten samt att köpa in och vara återförsäljare av annan producents vara.

Slutligen uppger den absoluta majoriteten att Reko-ring ger glädje. Efter en utlämning är det den mest använda beskrivningen samt att de även känner framtidstro och att vara peppad. Våldigt få uppger en negativ känsla, och de negativa känslorna är främst att vara trött eller frusen. Det finns en samstämmighet och önskan om att fortsatt sälja via Reko-ring.

Hur påverkar Reko-ring konsumenters beteenden och värderingar i Sjuhärad?

Att handla via Reko-ring är en positiv upplevelse som konsument. Det är främst tre perspektiv som är de essentiella:

- Det närproducerade - Att stärka och gynna lokala livsmedelsproducenter.
- Matens kvalitet – Att maten håller en högre kvalitet än i vanlig livsmedelsaffär samt smakar bättre.
- En trevlig upplevelse – Att få kontakt med producent och att delta på utlämningen.

Reko-ring är smidigt och enkelt att nyttja, det ger dessutom glädje och är roligt. Den mat som inhandlas via Reko-ring upplevs dels ha bättre kvalitet och vara fräsch och färsk men också att den är mer äkta, sund och naturlig. Mat inhandlad via Reko-ring upplevs mer hälsosam. Det finns också en underliggande föreställning om att angående kött och annan animalisk livsmedelproduktion har djuren haft det bättre och levt friare om varan inhandlats via Reko-ring. Flera konsumenter kopplar ihop Reko-ring med att vara miljömedveten och att det leder till ökad hållbarhet. Det finns också en betydlig minoritet som lyfter fram att det är viktigt med ekologiskt. Däremot behöver det inte vara certifierat ekologiskt, så länge det finns en tydlighet och beskrivning för hur produktionen går till.

Konsumenten efterfrågar kunskap om produktionsvillkor, vilket är ett tungt vägande skäl för att handla via Reko-ring. Detta oavsett vilka produktionsvillkor.

Förändrade köpmönster

Reko-ring har förändrat konsumenternas köpmönster. Att handla på Reko-ring har bidragit till väldigt klar ökning av andel köpta lokalproducerade varor. Det har även bidragit till ökad planering, regelbundenhet av inköp av basvaror samt att våga testa nya varor. Det är strikt vad gäller tid för utlämning, vilket kräver planering för att kunna komma till platsen i rätt tid. Det finns många synpunkter på val av tid samt längden på utlämningen. Dock är den kritiken liten samt att flera också lyfter det som bra att den är kort och därmed effektiv.

Det finns inte samstämmighet i om det tar mer, mindre eller likvärdigt med tid jämfört med att handla i ordinarie livsmedelsaffär, utan beror på konsumentens livssituation och handlingsmönster. Konsumenten lyfter vid flertal tillfällen att det är viktigt att stötta och gynna de lokala producenterna och att de även kan tänka sig att bete sig annorlunda för att underlätta för producent. Konsumenterna är nyfikna på produktionen och vill lära sig mer. De kan också tänka sig att vid flytt leta upp en ny Reko-ring samt att om Reko-ring skulle sluta finnas fortsatt köpa direkt av producenter de etablerat kontakt med.

Värden utöver själva köpet

Absoluta merparten av konsumenten anser att handla via Reko-ring ger ett större värde än själva köpet. Det som lyfts mest är matens kvalité och dess goda smak. Den mat som köps via Reko-ring värdesätts mer än annan mat. När det finns ökad kännedom om vem som har producerat varan känns den viktigare att ta tillvara. Det i sin tur upplevs minska matsvinnet. Även det personliga mötet med producenten uppskattas och att handla via Reko-ring har bidragit till ökad förståelse för lokalt producerad mat samt även ökat förståelsen för matens roll för miljö och klimat. Däremot anser konsumenten inte att det påverkat kring hur de tänker kring lokalproducerad mat och endast en mindre andel har angett att de sökt efter mer information.

I intervjuerna framkommer att många redan känner sig väl insatta i lokal produktion men att det kan vara bra för andra att lära mer. Det stämmer väl med att i enkäten har flest andel uppgett att det framförallt lett till att de pratat med vänner, familj och bekanta om Reko-ring. Det ligger också i linje med att i intervjuerna framkommer att flertalet konsumenter identifierar sig som ambassadörer som ska sprida Reko-ring. Reko-ring väcker känslor och många ger uttryckt för ett starkt stöttande och uppmaning om att Reko-ring ska fortsatt finnas.

Merparten av konsumenterna involverar inte sina barn. I de fall det sker är det främst kring att diskutera kring maten, dess ursprung och dess kvalité. Att upplysa övriga familjemedlemmar och eventuella gäster om matens ursprung blir viktigare när den är inhandlad via Reko-ring. Även att berätta och diskutera med barn angående produktionsvillkor samt vikten av att handla närproducerat. Däremot är det inte norm att barn eller övriga familjemedlemmar följer med på utlämningar eller är med och väljer varor.

Hinder och begränsningar

Vid frågan om hinder sjunker svarsantalet till hälften på enkäten. En tolkning kan vara att de som avstått från att svara inte ser några hinder. Det mest svarade alternativet på enkäten är att tiden är problematiskt och inte alltid passar. Det framkommer också, både i enkät och intervjuer, kritik mot själva utlämningsplatsen. Oavsett ring finns det kritik angående liten yta, svårigheter att parkera samt dålig belysning. Det finns även kritik mot att vissa producenter inte har tillräckligt tydliga skyltar och att det därmed blir svårt att hitta producenten, speciellt vintertid var det problem. Det vore också bra om återkommande producenter placerade sig på samma plats vid utlämningarna. Konsumenterna upplever skillnad mellan producenterna i hur förberedda de är, då det hos vissa blir en längre köbildning än hos andra. Det uppskattas av konsumenten om det finns möjlighet att förskottsbeta.

Utbudet upplevs generellt som stort och brett, men tydligt beroende av säsong då det under vinterhalvåret blir ett fokus på kött, ägg och mjölk. Det är ett vanligt fenomen att den önskade varan är slutsåld. Konsumenterna efterfrågar grönsaker och rotfrukter som förlänger säsongen. Det saknas också kyckling, gärna ekologisk sådan. Ägg var det under enkätens genomförande i februari en stor efterfrågan på medan vid intervjuerna i maj framkommer att antal producenter som säljer ägg ökat.

Förbättringspotential finns gällande annonssystemet, där det framförallt är överblickbarheten som är svårhanterlig. Det är svårt att hitta sin beställning i efterhand. Konsumenterna hittar egna strategier för att lösa de problemen, exempelvis fota av sina beställningar när de görs. Dessutom upplever konsumenter att de inte alltid ser producentens annons.

Det finns ett intresse av att testa en alternativ tjänst än Facebook för att handla via Reko-ring. Dock är det en förkrossande majoritet som tycker att Facebook är ett bra verktyg som underlättar och stimulerar att

handla. Det är en naturlig del av ens internetanvändande och beställningarna sker lite i taget och upplevs inte tidskrävande. Om en alternativ tjänst används finns det en farhåga att man inte ska nyttja den.

Finns det passiva medlemmar och kan de uppmuntras till att handla?

Målgruppen som handlar via Reko-ring beskrivs som väldigt bred men att den kanske har ett ökat medvetande om närproducerat och livsmedelsproduktion samt är mer kvalitetsmedvetna. I intervjuerna framkommer att merparten tycker prissättningen är rimlig men att det för dem är sekundärt och de inte är så priskänsliga. Dock finns även röster som lyfter att det är dyrare, eller uppfattas som dyrare, än i livsmedelsaffär och att det kan verka uteslutande mot flera olika grupper i samhället. Det märks i ett fåtal svar på enkät, bland annat finns tre svarande som säger konceptet är bra men att hen är fattigpensionär.

Dock är den största anledningen till att inte ännu ha handlat på Reko-ring sin egen lättja eller att inte själv ha kommit till skott. Det stora svarsantalet tyder på att det i Facebookgrupperna finns många passiva medlemmar, som följer flödet i grupperna och är nyfikna, som känner ett hinder till att göra första beställningen. Även om de inte ännu handlat har de ett intresse för Reko-ring som fenomen och en latent intention att börja handla.

I intervjuerna framkommer att såväl konsument som producent tycker en ökad marknadsföring skulle vara av godo och i enkäten blir det tydligt att kännedom om Reko-ring främst spridits genom tips av vänner, familj och bekanta. De intervjuade konsumenterna försöker själva locka med både familjemedlemmar och vänner till Reko-ring. Dock verkar det krävas en tydligare puff för att efter att ha blivit uppmärksammad och blivit med i Facebookgruppen göra själva köpet. Att tiden begränsar är tydligt och det kan omöjliggöra köp om man har annan återkommande aktivitet den tiden. Men största hindret verkar vara att göra första köpet och att testa av konceptet. Prova-på-verksamhet eller att tydligare hjälpa osäkra konsumenter med riktad information i Facebookgrupperna skulle kunna vara ett sätt att peppa de som inte ännu handlat första gången.

Vad kan en kommun göra för att stötta och utveckla Reko-ringar i Sjuhärad?

Det finns en stor samstämmighet i att kommunen eller annan myndighet inte ska reglera eller kontrollera en Reko-ring. Dess självständiga status lyfts som mycket viktig, av såväl producent som konsument. Däremot kan kommunen underlätta och marknadsföra. Vad gäller att underlätta är det framförallt val av plats, att tillgängliggöra el till producenter för bättre kylning till främst sommaren samt möjliggöra bättre belysning på vintern. Valet av plats ska vara baserat på att vara tillräckligt stor för både parkering av konsumenternas bilar och att köa hos producenterna samt nära till buss för dem som inte har bil.

Vad gäller marknadsföring finns det förslag på att kommunen kan hjälpa till med att öka kunskapen om Reko-ring både i allmänhet och riktat till specifika grupper. Framförallt är det äldre, som oftast inte har tillgång till dator, som skulle dra nytta av information från kommunen. Även turister skulle kunna vara en målgrupp.

Förslag på fortsatta studier

I en Reko-ring finns det låg grad av kontroll, då det är upp till producent att följa gällande regelverk. Det ger i teorin utrymme för såväl fusk som bristande livsmedelssäkerhet. Inget av detta har visat sig i utvärderingen, utom som uttryckt oro i ett fall. Det synes som att Reko-ring är självreglerande även i detta fall att de producenter som upplevs oseriösa antingen inte välkomnas fortsatt eller blir portade av administratörer. En riskanalys angående Reko-ring skulle vara av intresse, för att utröna om det kan finnas behov av ytterligare åtgärder för att garantera att regelverk för framförallt livsmedelssäkerhet följs.

Administratörerna har en väldigt viktig roll för Reko-ringarna och har i denna studie inte blivit tillfrågade. En riktad undersökning av vilka hinder, utmaningar och lösningarna administratörerna ser skulle vara ett sätt att stärka Reko-ring som fenomen.

Reko-ring har verkat som en katalysator, både för ökad omsättning och för att påbörja försäljning. Utvärderingen visar också att det finns en målgrupp producenter som önskar öka sin sysselsättningsgrad inom produktionen och att minska ner på arbetstid på annan huvudsaklig försörjning. Av intresse skulle vara att särskilt studera hur Reko-ring kan vara katalysator för detta samt vilka andra stöd som skulle vara av godo.

En tredjedel av konsumenterna är trogna och återkommer nästan varje utlämning men det finns en stor grupp konsumenter som dels bara köper enstaka tillfällen samt att de är nyfikna på konceptet men inte ännu gjort första köpet. En ytterligare studie angående att undersöka vad som kan sporra människor att ta första steget samt att sedan fortsatt regelbundet köpa skulle vara av intresse.

Facebook är centralt för Reko-ring men ger också administrativa utmaningar. Det finns också såväl producenter som konsumenter som anser det är ett nödvändigt ont och hellre skulle nyttja något annat. Ifall annat digitalt verktyg ska implementeras vore det givande att processen följs åt av en utvärdering.

Bilaga 1 Enkät producent

- 1) Jag säljer via Reko-ring i:
 - a. Borås
 - b. Ulricehamn
 - c. Mark(Kinna)
- 2) Skriv tre ord du förknippar med Reko-ring.
- 3) Jag producerar:
 - a. Kött
 - b. Grönsaker
 - c. Mejeri
 - d. Ägg
 - e. Kolonialvaror- till exempel sylt, soya, dricka eller andra förädlade och förpackade varor
 - f. Bröd och bakverk
 - g. Annat
- 4) Har din omsättning ökat sedan du började sälja via Reko-ring?
 - a. Ja, i stor grad
 - b. Ja, i liten grad
 - c. Nej, oförändrad
 - d. Nej, minskat
- 5) Är livsmedelproduktion din huvudsakliga sysselsättning?
 - a. Ja
 - b. Nej
- 5) Om du svarade nej, är det önskvärt att det ska bli din huvudsakliga sysselsättning?
 - a. Ja, gärna så fort som möjligt
 - b. Ja, men om några år
 - c. Nej
- 6) Har din sysselsättningsgrad i livsmedelsproduktionen ökat sedan du började sälja via Reko-ring?
 - a. Ja, i stor grad
 - b. Ja, i liten grad
 - c. Nej, oförändrat
 - d. Nej, minskat
- 7) Hur ofta har du sålt via Reko-ring de senaste 6 månaderna?
 - a. Enstaka tillfällen
 - b. Ungefär hälften av möjligheterna
 - c. Ungefär varje tillfälle
- 8) Har du fler försäljningskanaler
 - a. Gårdsbutik
 - b. Hemsida/webshop
 - c. Sälja till återförsäljare (butik)
 - d. Sälja till grossist
 - e. Sälja till restauranger
 - f. Direktförsäljning till konsument, som inte inbegriper ovanstående alternativ'
 - g. Annat
- 9) Vad fick dig att börja sälja via Reko-ring?

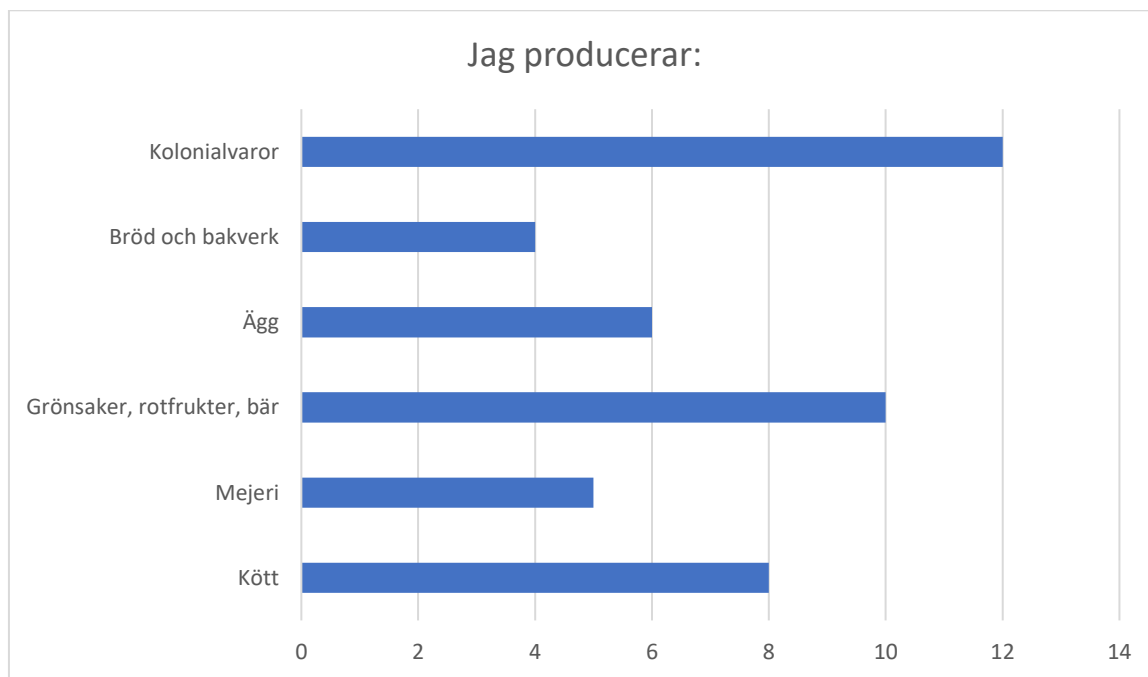
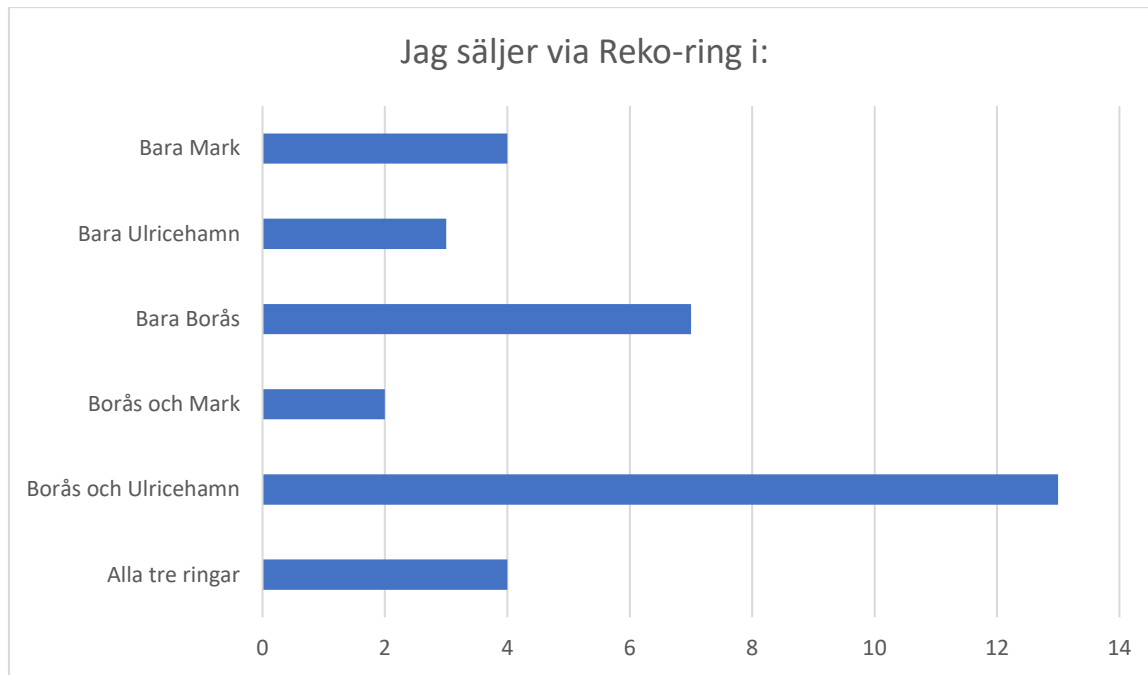
- a. Tips från vänner, familj och bekanta
 - b. Tips från lokalproducerat i Väst
 - c. Tips från annan producent
 - d. Fick veta om det via Facebook
 - e. Fick veta om det via tidning
 - f. Föreläsningen Tomas Snellman, grundare av Reko-ring Finland, höll i januari 2017
- 10) Vad ser du för hinder att fortsätta sälja via Reko-ring?
- a. Att jag inte har tillräckligt mycket att sälja
 - b. Att jag har svårigheter att ta mig till platsen
 - c. Tiden passar mig inte
 - d. Jag tycker det är svårt att lägga upp annonser på Facebook
 - e. Min huvudsakliga försörjning gör att jag inte har tid eller ork att producera eller sälja
 - f. Ser inga hinder
 - g. Annat
- 11) Är Facebook ett bra verktyg för Reko-ring?
- a. Ja
 - b. Nej
 - c. Vet ej
- 11) Om du svarade nej, vad skulle du föredra för annan plattform för kontakt mellan konsument och producent?
- 12) Vilken känsla har du när du lämnar utlämningen på Reko-ring?
- a. Glad
 - b. Peppad
 - c. Framtidstro
 - d. Trött
 - e. Negativ
 - f. Känner inget särskilt
 - g. Annat
- 13) Är du intresserad av att delta i en intervju där du svarar djupare på frågor om hur Reko-ringen påverkat dig och din produktion? Lämna namn och telefonnummer?
- 14) Har du någon övrig kommentar eller ett förbättringsförslag för Reko-ringen?

Bilaga 2 Enkät konsument

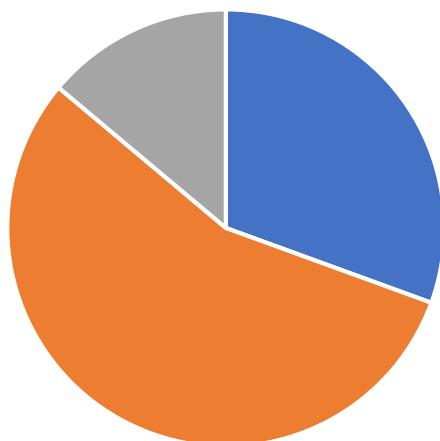
- 1) Jag köper i Reko-ring via:
 - a. Borås
 - b. Ulricehamn
 - c. Mark(Kinna)
- 2) Skriv tre ord du förknippar med Reko-ring
- 3) Vad köpte du för varor vid senaste tillfället du handlade?
 - a. Kött
 - b. Grönsaker
 - c. Mejeri
 - d. Ägg
 - e. Kolonialvaror- till exempel sylt, soya, dricka eller andra förädlade och förpackade varor
 - f. Bröd och bakverk
 - g. Annat
- 4) Innan Reko-ringar fanns i Sjuhärad, köpte du lokalproducerade varor?
 - a. Ja, i gårdsbutik
 - b. Ja, via producentens hemsida, webshop
 - c. Ja, via livsmedelsaffär
 - d. Nej
 - e. Vet ej
 - f. Annat
- 5) Har du ökat inköpen från producenter i Sjuhärad sedan du började handla via Reko-ring?
 - a. Ja, i stor grad
 - b. Ja, i liten grad
 - c. Nej, oförändrat
 - d. Nej, minskat
 - e. Vet inte
- 6) Är det något du tycker saknas i utbudet?
- 7) Har du råkat ut för att önskad vara redan varit slutsåld?
 - a. Ja
 - b. Nej
- 7) Om ja, vilken typ av vara?
 - a. Kött
 - b. Grönsaker
 - c. Mejeri
 - d. Ägg
 - e. Kolonialvaror- till exempel sylt, soya, dricka eller andra förädlade och förpackade varor
 - f. Bröd
 - g. Annat
- 8) Hur många gånger de senaste 6 månaderna har du handlat via Reko-ring?
 - a. Enstaka tillfällen
 - b. Ungefär hälften av möjligheterna
 - c. Ungefär varje tillfälle
- 9)

- a. Platsen passar mig inte
 - b. Tiden passar mig inte
 - c. Utbudet intresserar mig inte
 - d. Jag gillar inte att använda mig av Facebook
 - e. Jag tycker det är för dyrt
 - f. Jag gillar inte att beställa i förväg
- 10) Är Facebook ett bra verktyg för Reko-ring?
- a. Ja
 - b. Nej
 - c. Ingen åsikt
- 10) Om du svarade nej, vad skulle du föredra för annan plattform?
- 11) Om du har barn, var den/de involverade i senaste inköpet via Reko-ring?
- a. Ja, med och valde varor
 - b. Ja, med vid utlämningen
 - c. Nej
- 12) Ger att handla via Reko-ring dig något annat värde än själva köpet?
- a. Ja, det personliga mötet med producenten
 - b. Ja, jag får större förståelse för lokalt producerad mat
 - c. Ja, jag uppskattar matens kvalitet mer
 - d. Ja, jag får större förståelse för matens roll för miljön och klimat
 - e. Nej
 - f. Annat
- 13) Har ditt tankesätt kring matens ursprung förändrats jämfört med hur du tänkte innan du började handla via Reko-ring?
- a. Ja
 - b. Nej
 - c. Vet ej
- 13) Om ja, hur då?
- a. Jag har tänkt och reflekterat kring det
 - b. Jag har pratat med vänner och familj om det
 - c. Jag har letat information på nätet för att lära mig mer
 - d. Jag har delat information om det i sociala medier
- 14) Är du intresserad av att delta i en intervju där du svarare djupare på frågor om hur Reko-ringen påverkat dig och din konsumtion? Lämna namn och telefonnummer
- 15) Har du någon övrig kommentar eller ett förbättringsförslag för Reko-ringen?

Bilaga 3 Svar enkät producent

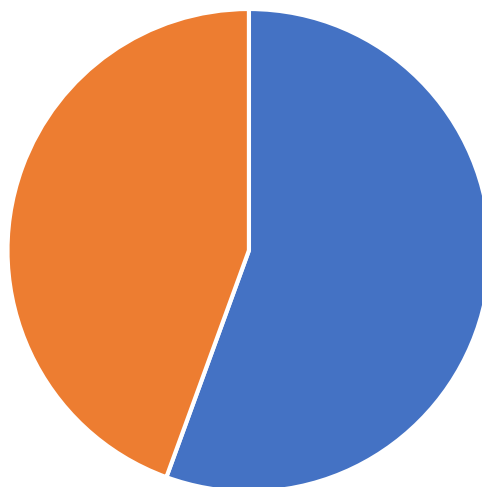


Har din omsättning ökat sedan du började sälja via Reko-
ring?



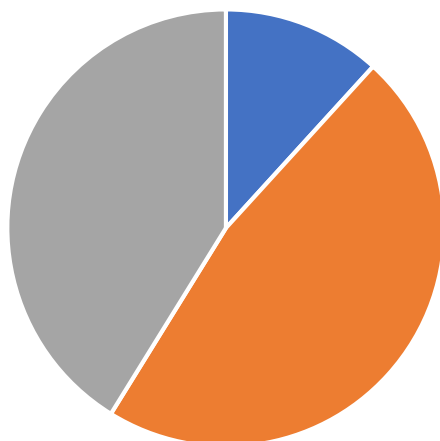
■ Ja, i stor grad ■ Ja, i liten grad ■ Nej, oförändrad ■ Nej, minskat

Är livsmedelproduktion din huvudsakliga sysselsättning?



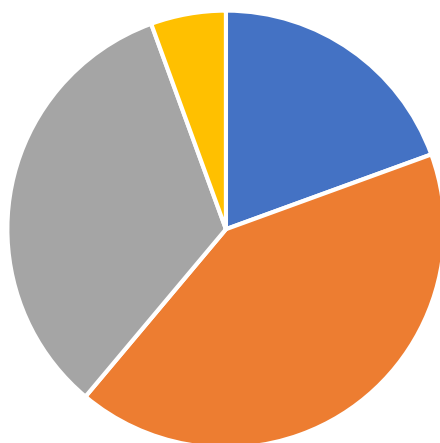
■ Ja ■ Nej

Om du svarade nej, är det önskvärt att det ska bli din huvudsakliga sysselsättning?



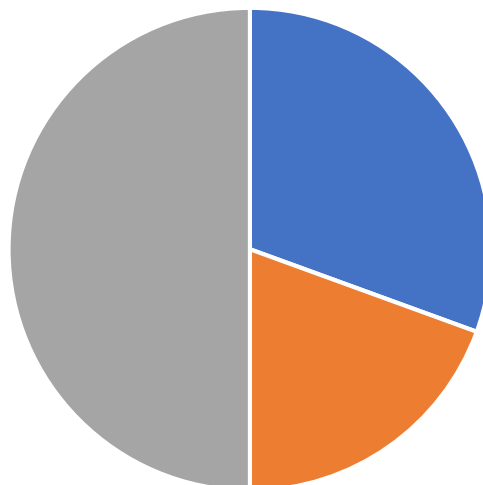
■ Ja, gärna så fort som möjligt ■ Ja, men om några år ■ Nej

Har din sysselsättningsgrad i livsmedelproduktionen ökat sedan du började sälja via Reko-ring?



■ Ja, i stor grad ■ Ja, i liten grad ■ Nej, oförändrat ■ Nej, minskat

Hur ofta har du sålt via Reko-ring de senaste 6 månaderna?



■ Enstaka tillfällen ■ Ungefär hälften av möjligheterna ■ Ungefär varje tillfälle

Har du fler försäljningskanaler?

Direktförsäljning till konsument som inte inbegriper ovanstående alternativ

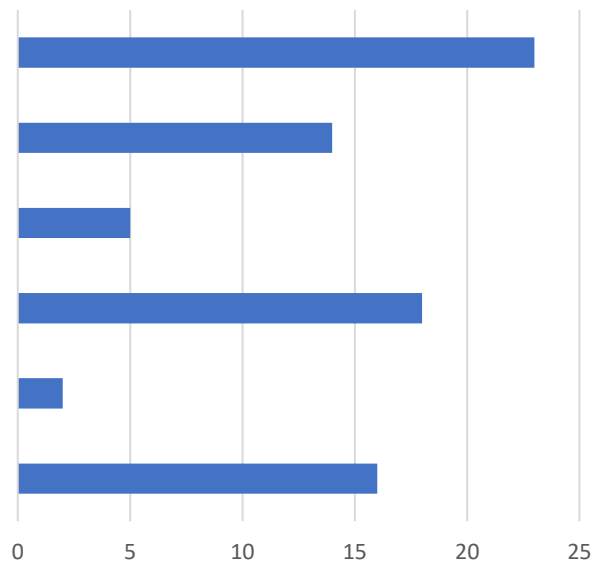
Sälja till restauranger

Sälja till grossist

Sälja till återförsäljare (butik)

Hemsida, webshop

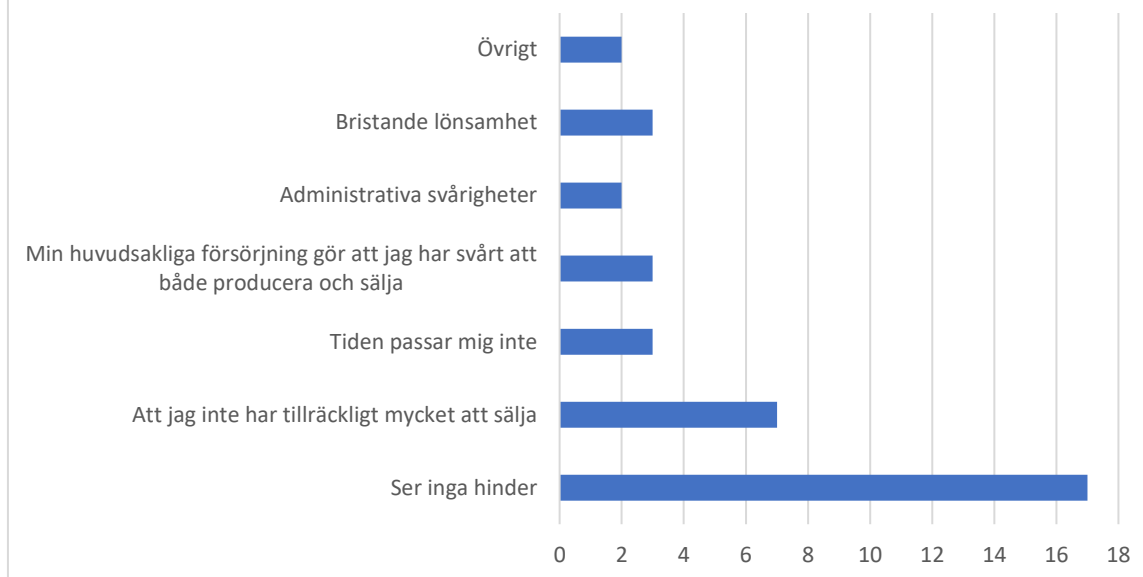
Egen gårdsbutik



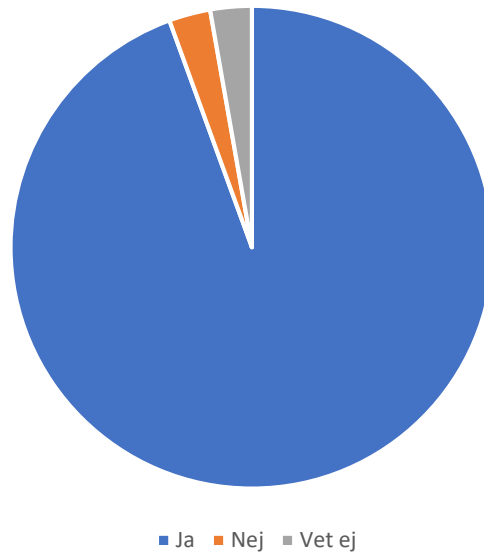
Vad fick dig att börja sälja via Reko-ring?



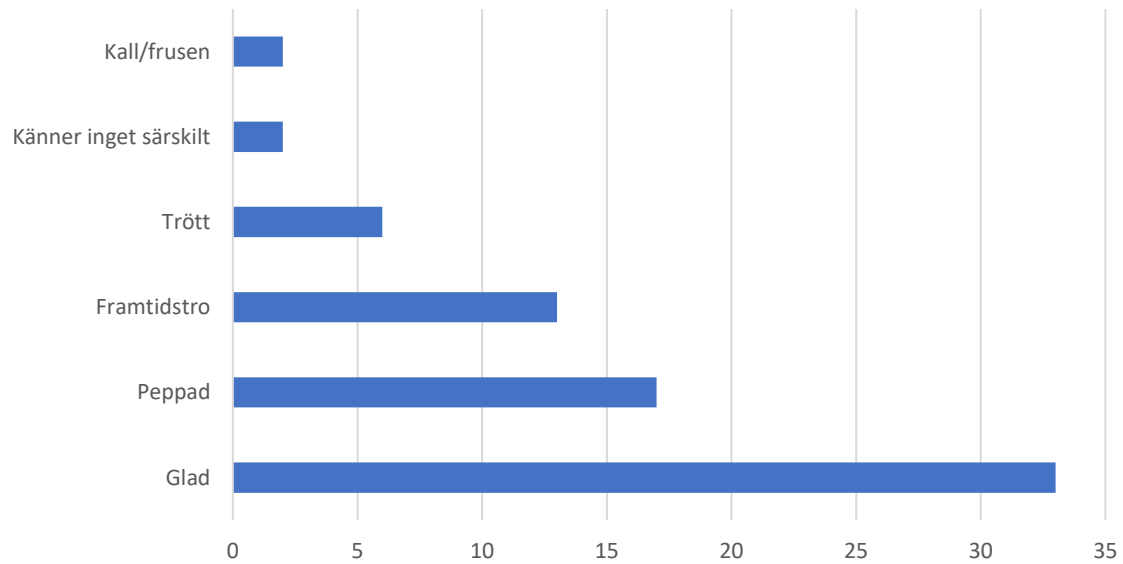
Vad ser du för hinder att fortsätta sälja via Reko-ring?



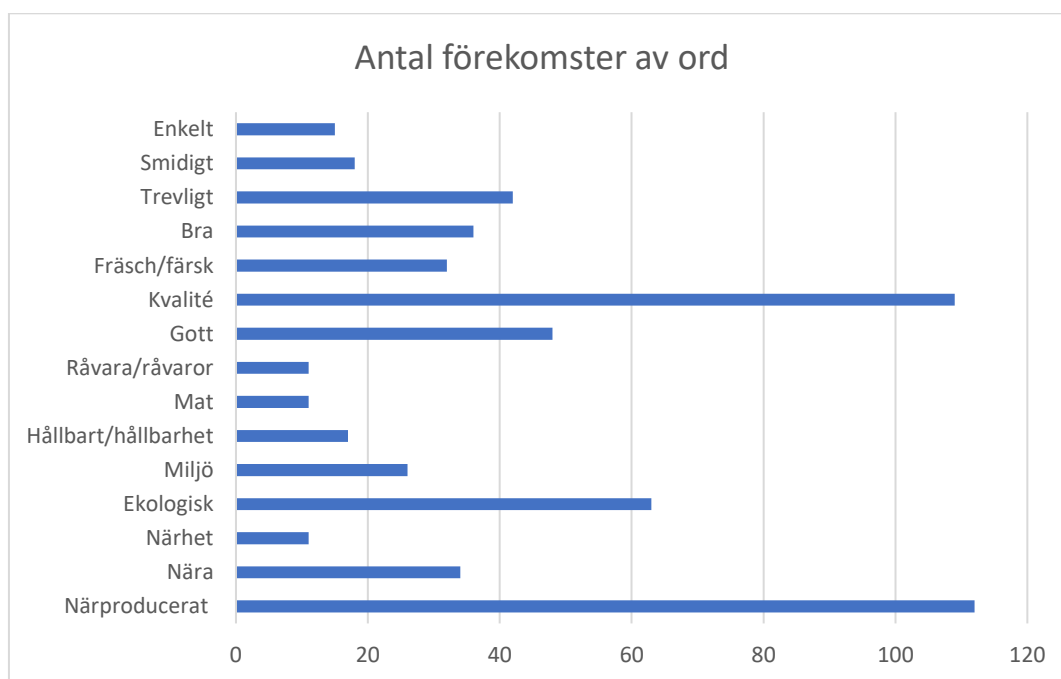
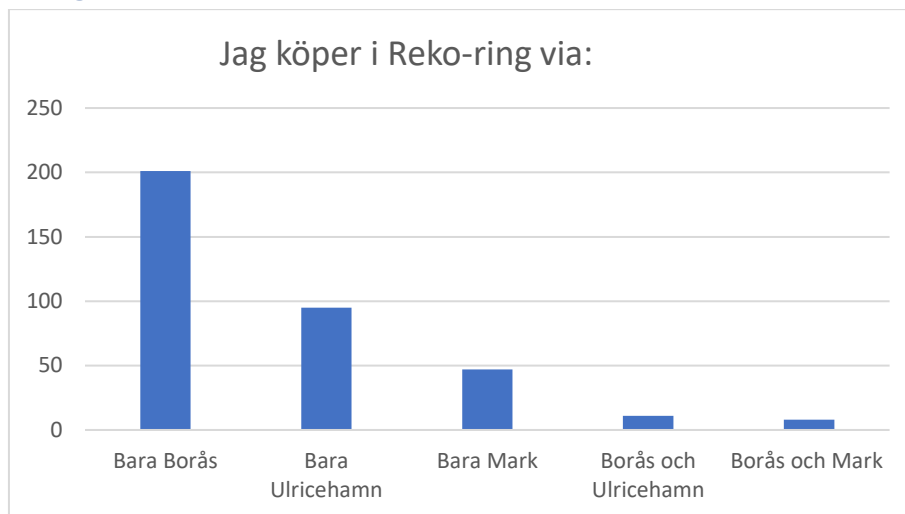
Är Facebook ett bra verktyg för Reko-ring?

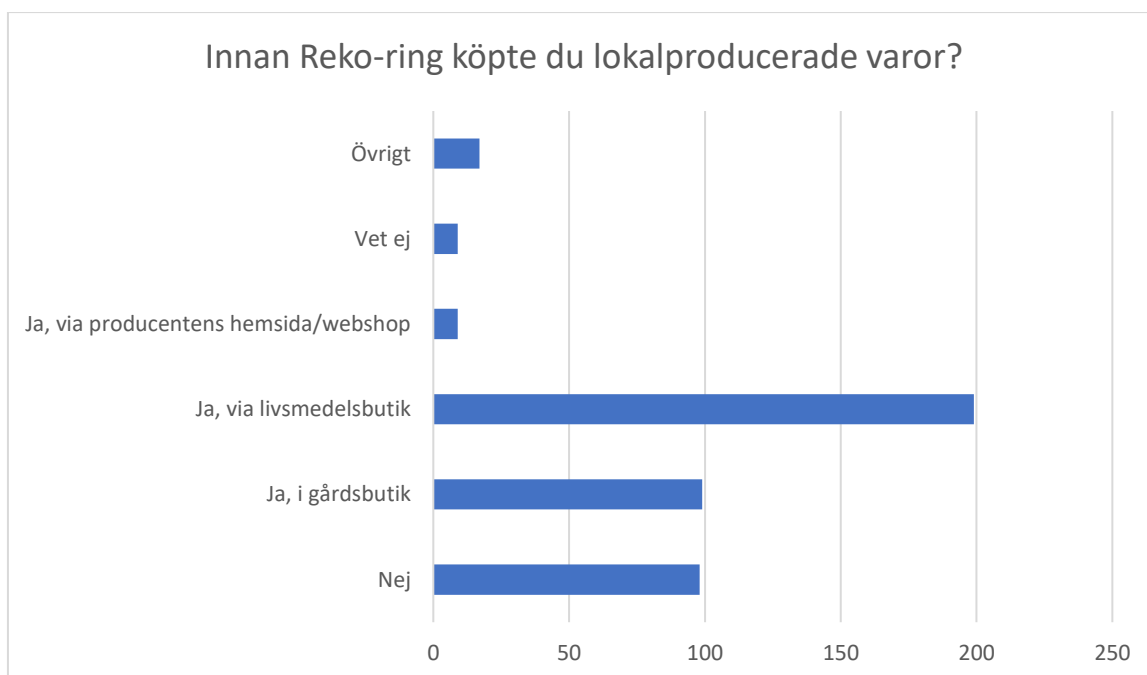
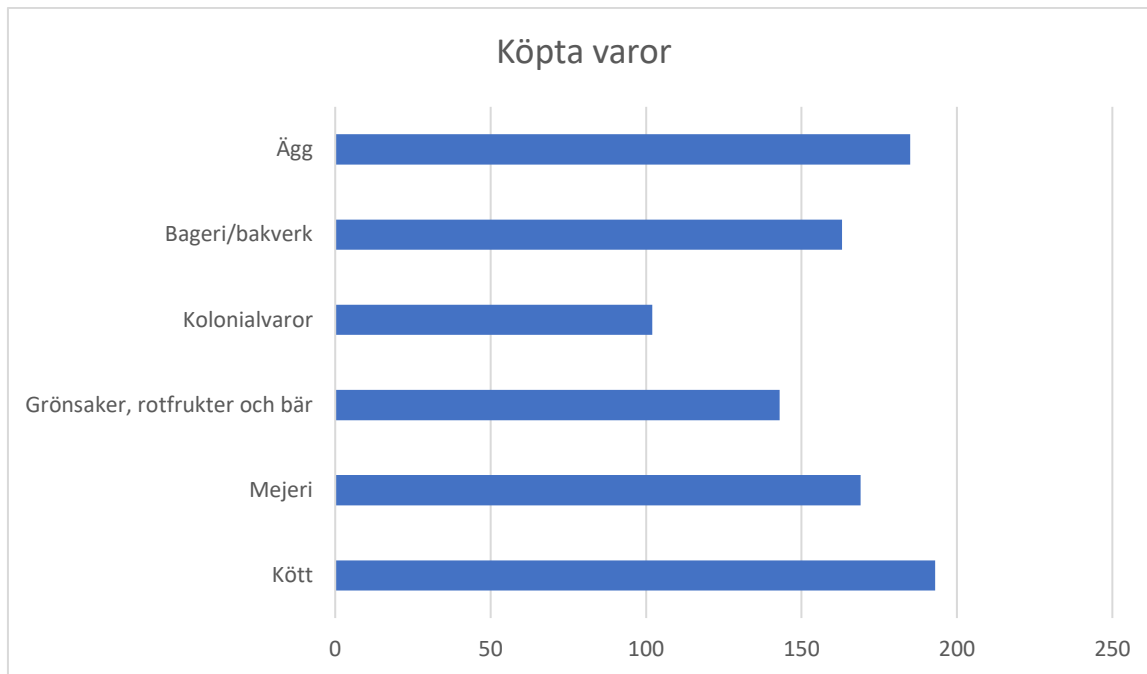


Vilken känsla har du efter Reko-ringsutlämning

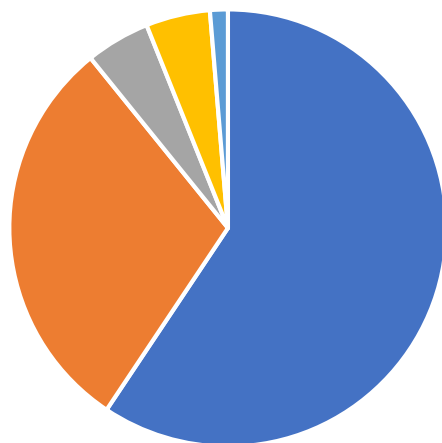


Bilaga 4 Svar enkät konsument



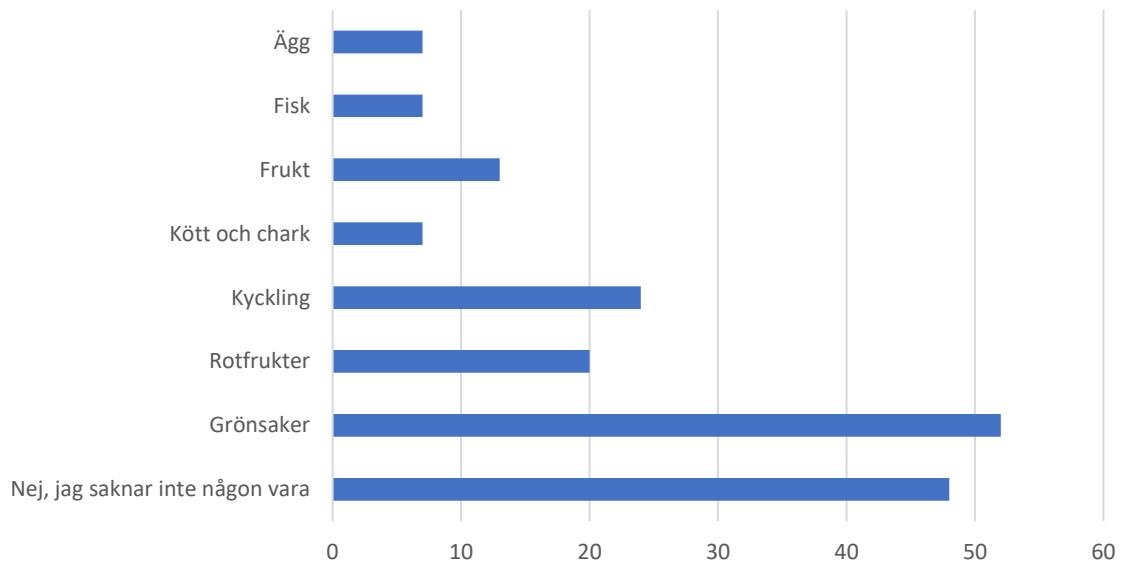


Har du ökat inköpen från producenter i Sjuhärad sedan du började handla via Reko-ring?

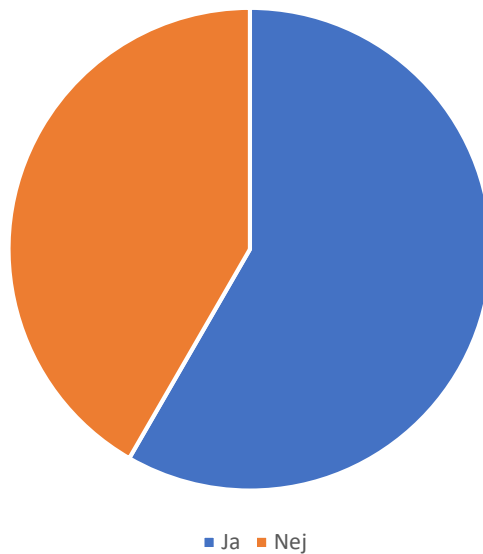


■ Ja, i stor grad ■ Ja, i liten grad ■ Nej, oförändrat ■ Nej, minskat ■ Vet inte

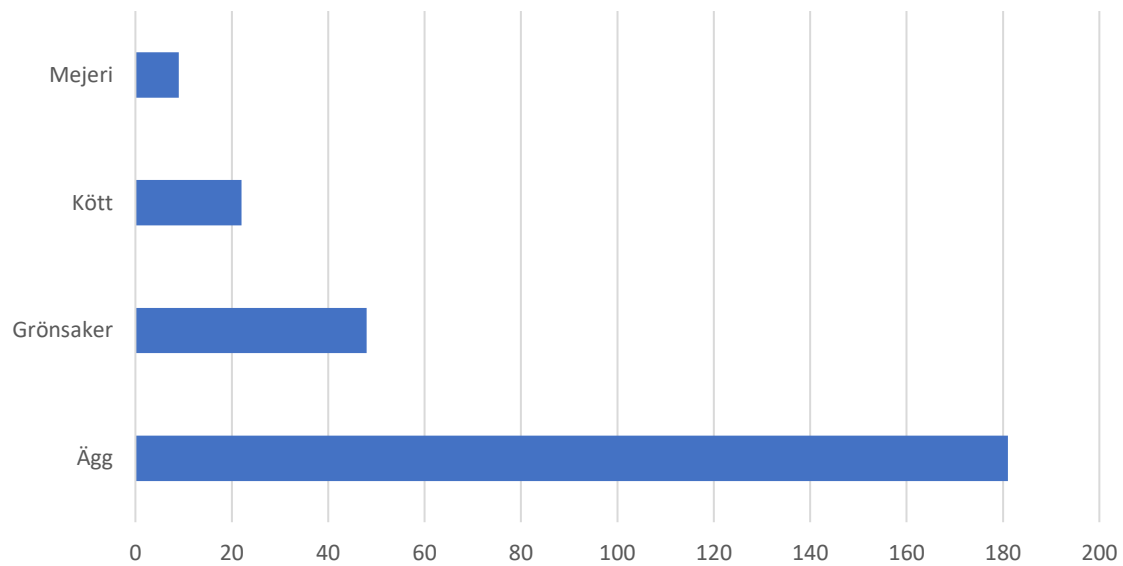
Är det något du saknar i utbudet?



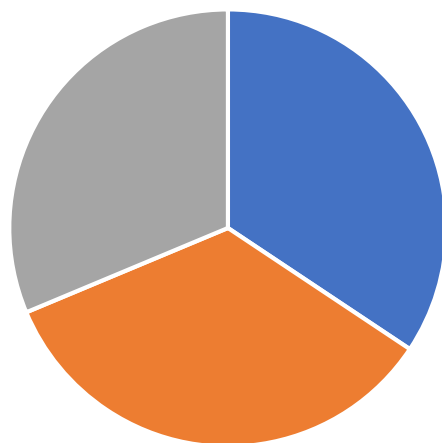
Har du råkat ut för att önskad vara redan varit slutsåld?



Om ja, vilken typ av vara?

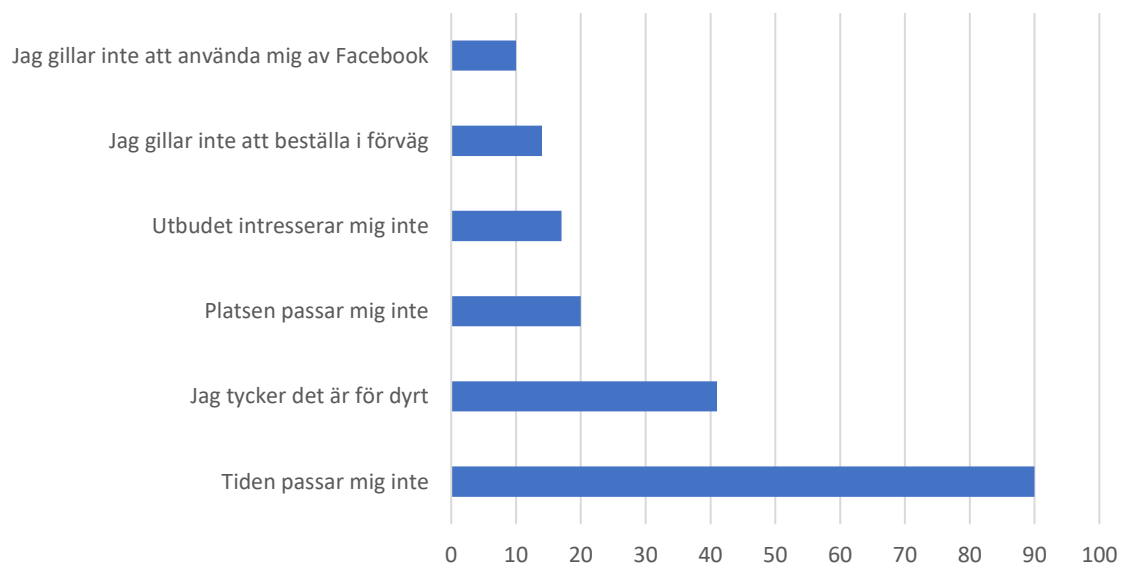


Hur många gånger de senaste 6 månaderna har du handlat via Reko-ring?

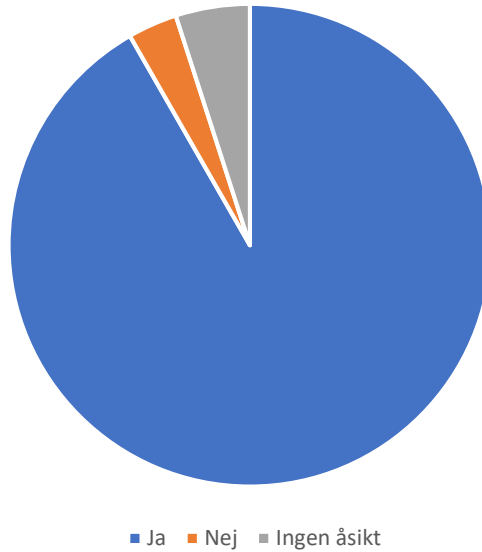


■ Enstaka tillfällen ■ Ungefär hälften av möjligheterna ■ Ungefär varje tillfälle

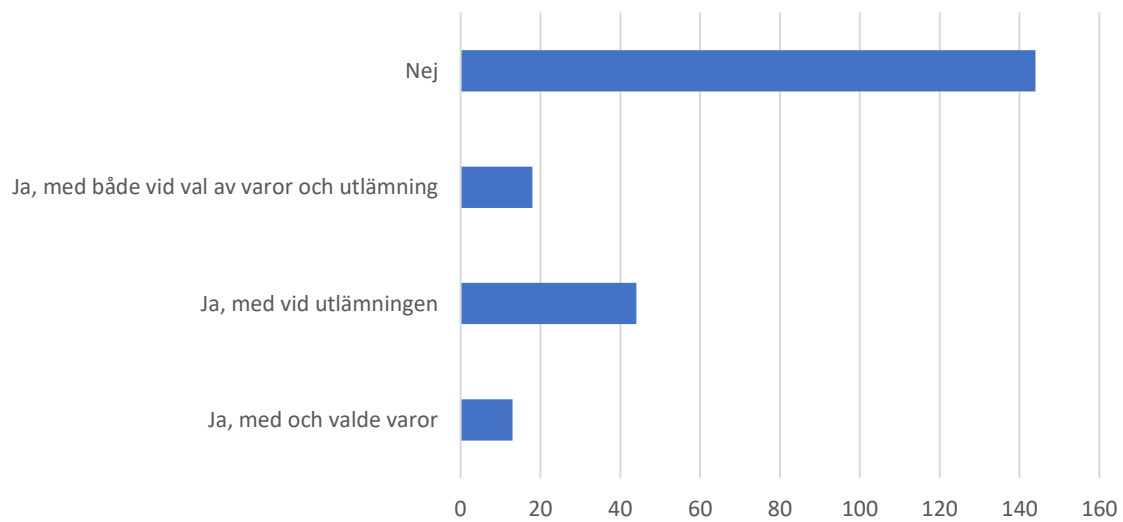
Vad ser du för hinder för att fortsatt handla via Reko-ring?



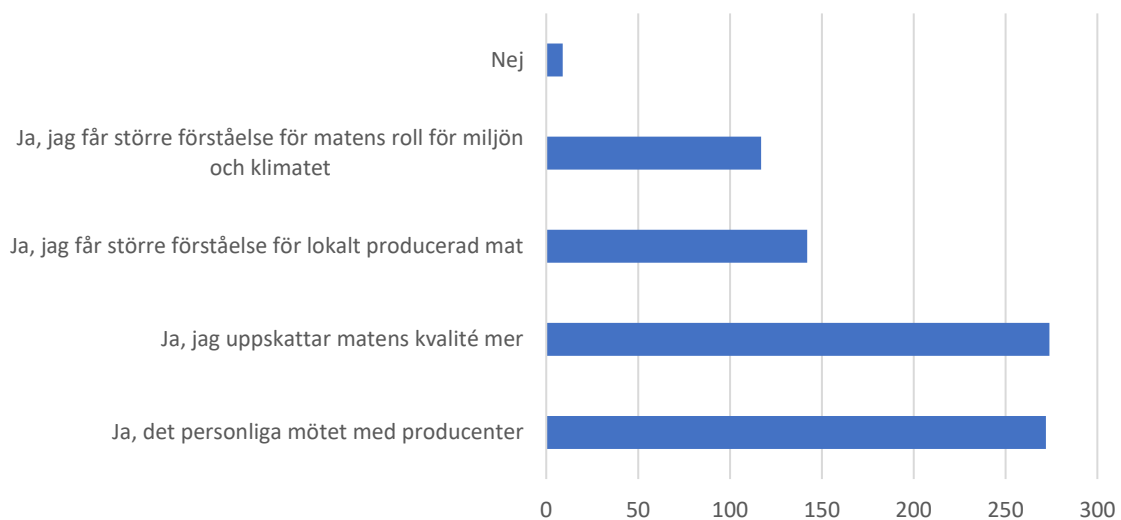
Är Facebook ett bra verktyg för Reko-ring?



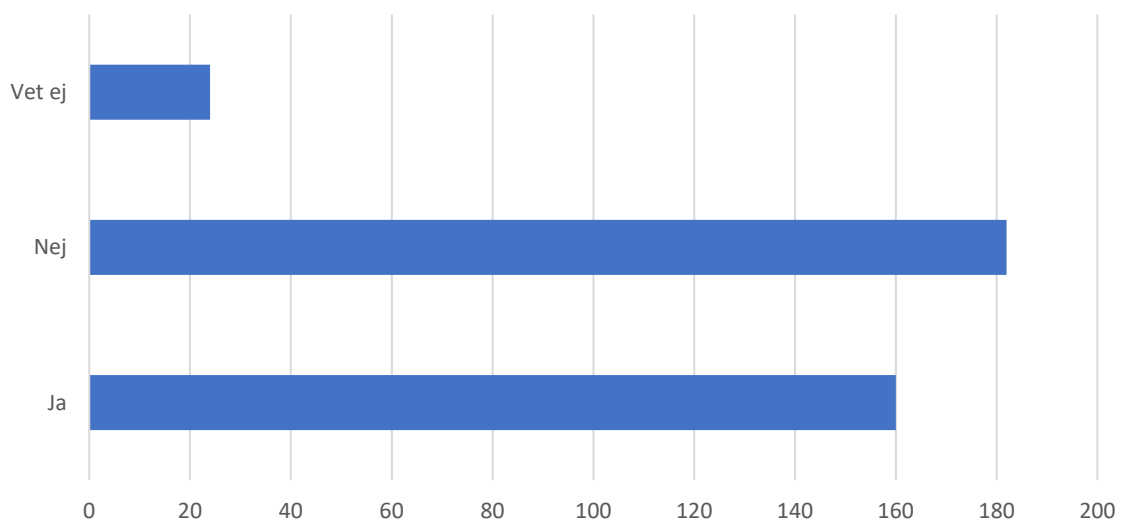
Om du har barn, var den/de involverade vid senaste köptillfället?



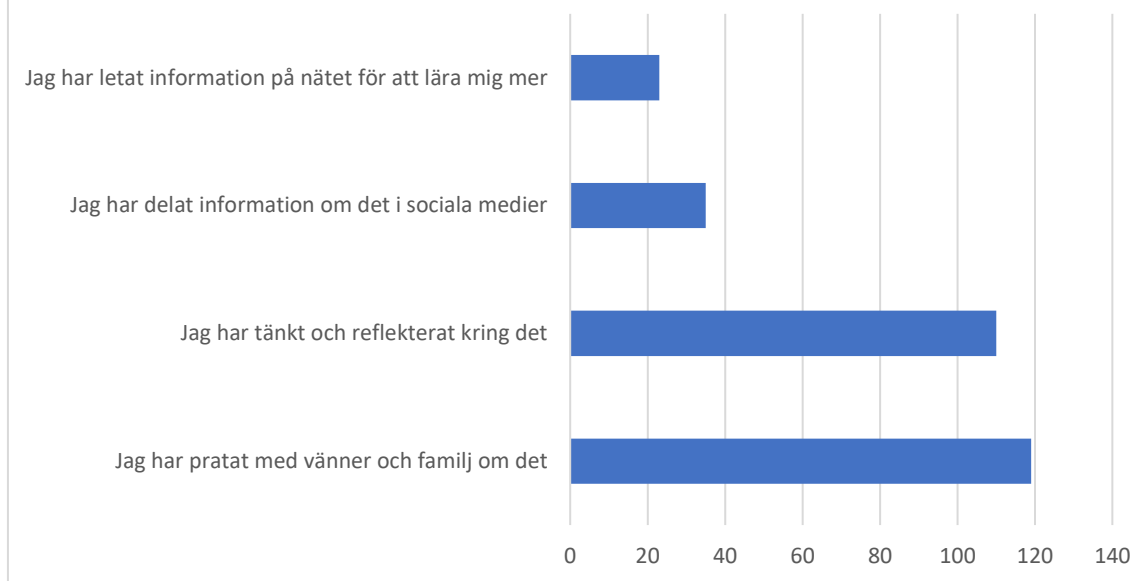
Ger att handla via Reko-ring dig något annat värde än själva köpet?



Har ditt tankesätt kring matens ursprung förändrats jämfört med hur du tänkte innan du började handla via Reko-ring?



Om ja, hur då?



Bilaga 5 Intervjufrågor producent

Upplevelse av Reko-Ring

Vad är din generella upplevelse av Reko-Ring?

Upplever du att delta i reko-ring förändrat ditt sätt att:

- Sälja?
- Producera?
- Övrigt?

Vad är den enskilt största fördelen med reko-ring?

Vad är den enskilt största nackdelen med reko-ring?

Omsättning och arbetsinsats

Har att vara med i reko-ring påverkat din:

- Arbetsinsats? (ökat/minskat)
- Omsättning? (ökat/minskat)
- Känns relationen arbetsinsats – omsättning som att den går åt en riktning du önskar?

Kommer reko-ring leda till en större produktion och omsättning?

Försäljningskanaler

Har reko-ringen förändrat dina försäljningskanaler så att tidigare sätt att sälja ökat/minskat? På vilket sätt?

Har du tidigare vana att sälja via nätet?

Om någon utvecklar ett annat digitalt verktyg, som underlättar administrationen av beställningar, skulle du vilja prova det isåfall?

Målgrupp

Vad är din vanligaste målgrupp av konsumenter?

Känner du att den har förändrat sedan du började sälja i reko-ring? På vilket sätt?

Relation till kunden och till maten

Har reko-ring inneburit förändring i din kontakt med konsumenten? På vilket sätt?

Tror du att konsumentens förståelse för lokala producenter påverkats? På vilket sätt?

Ger reko-ring fler värden än att konsumera?

Konkurrens och prissättning

Hur tycker du prissättningen är på reko-ringarna? Hur borde den vara enligt dig?

Vad tycker du om utbudet som finns på reko-ringarna?

Hur upplever du konkurrensen från övriga producenter?

Har reko-ring påverkat din relation eller kontakt med andra producenter?

Sjühärad/ortsfokus

Säljer du i flera reko-ringar?

Hur ser du på de mindre ringarnas relation gentemot Borås? Konkurrerar/utarmar eller möjligt för både ock?

Framtid

Vill du fortsätta sälja via reko-ring? Varför/varför inte?

Påverkar reko-ring din planering inför framtiden? På vilket sätt?

Vad tycker du kommunen kan ha för funktion när det gäller reko-ring?

Finns det andra stödjande funktioner som skulle vara bra?

Tycker du reko-ring ska ha en särskild inriktning? Tex ekologiskt.

Övrigt du vill tillägga?

Bilaga 6 Intervjufrågor konsument

Upplevelse av Reko-Ring

Vad är din generella upplevelse av Reko-Ring?

Upplever du att delta i reko-ring förändrat ditt sätt att handla livsmedel? På vilket sätt

Vad var det som lockade dig att börja handla via reko-ring?

Har det motsvarat dina förväntningar eller varit annorlunda? På vilket sätt?

Vad är den enskilt största fördelen med reko-ring?

Vad är den enskilt största nackdelen med reko-ring?

Köpmönster

Vad tycker du om att beställa varor i förväg?

Har du tidigare erfarenhet av att köpa livsmedel över nätet?

Vad är för- och nackdelar med att använda sig av Facebook för att beställa?

Om någon utvecklar ett annat digitalt verktyg, som sammanställer dina beställningar, skulle du vilja prova det i så fall?

Hur stor andel (ungefärligt) av dina inköp av livsmedel kommer från reko-ring jmf med handling i affär?

Upplever du att handla via reko-ring tar mer/mindre/likvärdigt med tid som att handla i affär?

Upplever du att handla via reko-ring ökat andelen lokalproducerade livsmedel du köper (totalt)?

Relation till producenten och till maten

Har reko-ring inneburit förändring i din kontakt med producenten? På vilket sätt?

Har din förståelse för lokala producenter påverkats? På vilket sätt?

Ger reko-ring fler värden än att konsumera? Vilka?

Om du har familj, är övriga familjemedlemmar delaktiga i inköpen via reko-ring?

Om du har barn, pratar du med dem om skillnaden mellan att handla i butik och via reko-ring? Hur beskriver du det i sådana fall?

Utlämning

Hur upplever du att hämta alla dina förbeställda varor på en och samma gång under begränsad tid?

Vad är bra och vad kan förbättras vid utlämningar?

Utbud och prissättning

Hur tycker du prissättningen är på reko-ringarna? Hur borde den vara enligt dig?

Vad tycker du om utbudet som finns på reko-ringarna?

Om du skulle få önska fler, eller andra typer av varor, vilka skulle du önska då?

Sjuhärad/ortsfokus

Köper du från flera reko-ringar?

Om ja, tycker du det är någon skillnad i de som är kopplade till stora städer jmf med mindre städer?

Framtid

Vill du fortsätta köpa via reko-ring? Varför/varför inte?

Tror du att delta i reko-ring kommer påverka ditt sätt att konsumera i framtiden? På vilket sätt?

Vad tycker du kommunen kan ha för funktion när det gäller reko-ring?

Finns det andra myndigheter/organisationer som skulle kunna stödja och förbättra?

Tycker du reko-ring ska ha en särskild inriktning? Tex ekologiskt.

Övrigt du vill tillägga?