



**MAKTEN
ÖVER
MAT-
KASSEN**

**Anders Ingvarsson
Ann-Helen Meyer von Bremen**

Bokförlaget Arena

INNEHÅLL

Förord 7

Känslan för jorden 9

”När är det som bäst att vara bonde? Det är nog på våren, när jag står på trappsteget på traktorn och känner doften av nyharvad jord.”

Hästen som blev lasagne 15

Om hur prispress och hård konkurrens leder till medvetna och omedvetna snedsteg.

Dr Jekyll & Mr Hyde-konsumenten 21

Det globala föder den lokala längtan.

Humlör som kan flyga – om mellanmjölk och kor 29

Spelar det någon roll vad jag väljer?

Kött eller morötter? 47

Utan lantbrukets djur skulle tofun, havremjölk och sojakorvarna bli dyrare.

En förändring i det tysta 51

Om ett landskap i förändring.

Den oroliga konsumenten 59

Är det inte saltet så är det sockret och ska fettets vara lågt, högt eller mittemellan?

Makten över matkassen 63

Handeln och livsmedelsindustrin tar allt mer av dina matpengar.

Knorrrens villkor 73

40 procent av fläsket på våra tallrikar är från grisar som har det sämre än våra.

Varför olivoljan började flöda 87

När många börjar prata om samma sak kan man vara säker på att det finns ett nöjt företag bakom som har lyckats med sin marknadsföring.

Framgångens fånge – kycklingfilén 93

Vi äter dubbelt så mycket kyckling i dag som för femton år sedan.

En giftig historia 107

Hur kunde skövling av regnskog bli ett måste för billig mat?

Vårt dagliga bröd ... 119

I spåren av en jäsande surdegskultur anar vi en annan utveckling.

Kung Oscar och EU 133

En gigantisk pengakarusell där miljarderna blåser iväg som torra löv.

Guldköttet 141

När en mjölkko blir gammal byter hon karriär och blir biff.

Matens mångfald 151

En krympande biologisk mångfald är inte enbart en fråga för naturintresserade.

Framtidens mat 157

När framtidens mat kommer på tal blir det gärna lite science fiction.

Vinnare och förlorare 163

Om potatisen som är värd ett bättre öde.

Att ta makten över matkassen 173

Kanske är en lösning för framtiden att vi inte har så skarpa gränser mellan den som producerar och den som konsumerar maten? Det sker genom gårdsbutiker, andelsgrisar, konsumentstödda jordbruk och mycket annat.

FÖRORD

Det här är en bok om mat, eller rättare sagt om matens ursprung, jordbruket. Samtidigt som vi pratar om surdegar, närodlat och småskaligt, pågår en helt annan utveckling ute på åkrarna, i Sverige och i världen. Det är en verklighet där det är lönsamt att amputera grisens knorr och proppa den full med antibiotika. Det är en vardag där den som orsakar stora miljöproblem, har usla arbetsvillkor, dålig djuromsorg och livsmedelskvalitet ändå kan stå som vinnare på matens världsmarknad.

Just nu pågår en förändring av det svenska jordbruket som kommer att påverka dig betydligt mer än alla dieter, matlarm och krogtrender. Du ser spåren av förändringen både ute i landskapet när det töms på gårdar och lämnar slyskog och döende landsbygd efter sig, men också på tallriken. Trots det ökade intresset för mat har maten aldrig producerats så långt från vårt middagsbord som i dag och vi har aldrig vetat så lite om hur den har odlats eller fötts upp. Men hur ska vi kunna välja vår mat, när vi inte vet vad vi väljer och någon annan redan har gjort valet åt oss? Har vi tappat makten över vår matkasse? Det enkla svaret är ja. Makten har flyttat till några få stora livsmedelskoncerner och handelsblock, långt ifrån dig och långt ifrån de bönder som står för själva grundarbetet, nämligen att odla och föda upp det som ska bli en färdig middag eller en frukost till våra familjer.

Men maktförhållanden kan ändras och under ytan pyr förändringar som kan få långt större konsekvenser än vi vågar hoppas. När vi frågar efter en gris som haft knorr och mjölk från kor på bete är det tecken på att någonting har hänt.

Det är dags att prata mat och då främst om matens ursprung. Det är dags att prata om bönder och lantbruk.

Anders Ingvarsson och Ann-Helen Meyer von Bremen



HÄSTEN SOM BLEV LASAGNE

Hela historien var som ett skämt. En gigantisk fabrik som tillverkade fryst lasagne åt i stort sett hela Europa och där mellanhänderna var så många att den ena handen verkligen inte visste vad den andra gjorde.

DESSUTOM FANNS ett inslag av skumma rumänska hästhandlare och slaktare som gav ytterligare must åt hela brygden och utgjorde en dramaturgisk kontrast till svenska företag som bedyrade att de ”samarbetar enbart med utvalda, seriösa leverantörer som vi känner och har fullt förtroende för”. Det dröjde inte många dagar innan det dök upp ordvitsar som ”Täby Kalops” och foton på fejkade Findusförpackningar med bilder på hästar som stormade fram över ett prärielandskap med texten ”kan innehålla spår av nötkött”. Skandalen var ett faktum och Findus blev det företag som kom att ge hästlasagnen ett ansikte. Men Findus var långt ifrån ensamt. Ica, Coop, Axfood och livsmedelsföretag från femton olika europeiska länder hade köpt lasagne från en och samma fabrik i Luxemburg. Fabriken tillverkar hela 16 000 ton färdig fryst mat per år. Omräknat till enportionsförpackningar lasagne handlar det om fyrtiotvå miljoner sexhundra tusen portioner. Lite drygt.

När skandalen började nystas upp blev det också tydligt hur långt det var mellan det företag som stod som avsändare på förpackningen och de som levererade råvarorna. Lasagnefabriken i Luxemburg ägs av företaget Tavola som i sin tur är ett dotterbolag till det franska företaget Comigel. Köttfärsen köpte Comigel från den franska köttgrossisten Spanghero (som senare bytte namn till La Lauragaise för att fräscha upp sitt kantstötta rykte). Spanghero hade handlat från ett av de flera hundra företag som köper och säljer kött i Europa, Draap Trading, registrerat på Cypern, ägt av ett företag på Brittiska Jungfru-

öarna men med ledning och kontor i Holland. Vd:n Jan Fasen hade ägnat sig åt hästskojeri förut. Bara något år tidigare hade han dömts för köttfusks när han hade sålt sydamerikanskt hästkött och påstått att det var halalslaktat nötkött, men inte ens detta faktum fick några varningsklockor att ringa. Ingen reflekterade ens över den lilla detaljen att företagsnamnet Draap, blir paard baklänges, vilket betyder just häst på holländska. Draap Trading hade i sin tur handlat sitt kött från olika underleverantörer och det köttet kom som sagt från rumänska hästar och inte franska kor, som det först hade påståtts.

I Sverige var det alltså Findus som fick ta den stora PR-smällen, men snart rullades det upp liknande historier över hela Europa. Tavolafabriken i Luxemburg kallades inte utan anledning för "Europas lasagnefabrik". Livsmedelsföretag som i årtal hade pratat om "hemlagat", "noga utvalda råvaror" och kvalitetssäkringsprogram stod där nu med byxorna rejält nerdragna och solkade varumärken. Skandalen visade på främst två intressanta saker – dels att det bakom de olika varumärkena fanns ett och samma företag som i det tysta tillverkade maten åt dem alla, dels att livsmedelsföretagen, trots alla sina försäkringar, inte hade någon som helst kontroll över vad deras produkter innehöll. Även om skandalen var pinsam så det räckte, insåg nog alla drabbade företag att de hade kommit undan med rena förskräckelsen. Det hade kunnat vara något mycket värre som hade malts ner i köttkvarnarna.

Det omtalade hästkötet var exempelvis betydligt billigare per kilo än nötkött, men ingen ställde frågan hur det kunde komma sig.

Hästlasagnen berättar historien om den globala maten där ingredienser och råvaror köps in från ett antal olika länder och sedan sätts ihop till en frusen färdigrätt i en anonym fabrik någonstans i Europa. Det kan vara på sin plats att betona att Findus inte är något ondskefullt eller dåligt företag, utan i det här fallet utsattes för ett kriminellt lurendrejeri. Trots det visar historien att det finns stora risker med det globala arbetssätt som många av våra mest kända livsmedelsföretag använder. Findus framhåller gärna sina skånska rötter. Det startade som "Skånska Frukttvin & Likörfabriken" i Bjuv, döptes om till Findus 1941 och ägs nu av riskkapitalbolaget Lion Capital med säte i Luxemburg. Det är ett av Europas största företag när det gäller fryst mat, omsätter cirka 13 miljarder kronor och har drygt 6 000 anställda i ett antal olika länder.

Findus gör precis som de flesta andra livsmedelsföretag, jobbar på en internationell marknad och plockar råvaror från hela världen. Det kan vara nötkött

från Irland, Brasilien och de nordiska länderna, fläskkött från Irland, Tyskland, Danmark och Sverige, kyckling från Thailand och Sverige. Det som driver den här utvecklingen är inte strävan efter kvaliteter som god smak, högt näringsvärde, god djursorg, bra villkor för anställda eller miljöhänsyn. Det är jakten på ett lågt pris. Det omtalade hästkötet var exempelvis betydligt billigare per kilo än nötkött, men ingen ställde frågan hur det kunde komma sig.

Billigast av det billiga

Effekten av hästskandalen kunde blivit en omsvängning mot ursprung och äkthet. Det kunde ha blivit startskottet för en europeisk folkbildningsvåg om vad som är bra köttkvalitet och god mat överhuvudtaget, där hemkunskapen hade uppgraderats till ett av de viktigaste skolämnena och där bastanta mattanter hade dykt upp i Eurovisionens tv-rutor och lärt folk att klämma på biffarna och ställa näsvisa frågor i köttbutiken. Men det blev inte riktigt så. Visst pratades det återigen bland tv-kockar, i matmagasinen och i trendrapporter om att laga mat från grunden med bra, ekologiska råvaror från lokala producenter. Och visst ledde också pratet i vissa fall till handling, både här i Sverige och utomlands. Köttbranschens blågula Svenskt Kött-märke vann terräng, även på charkvaror och färdigmat, som ett sätt att tydligt visa varifrån köttet kommer. En annan effekt var att sortimentet av korvar med högt köttinnehåll blev större än någonsin även i våra vanliga mataffärer. De storskaliga matfabrikerna började se över sina recept och Findus lanserade hösten 2014 en ny "extragod" lasagne. Denna gång med svenskt nötkött.

Det skulle dock snart visa sig att dessa positiva händelser bara var på marginalen. I den stora vida köttvärlden var det som om ingenting hade hänt. När köttindustrin möttes på den internationella IFFA-mässan i tyska Frankfurt bara några månader efter skandalen, var inte äkthet och ursprung de ämnen som var på allas läppar. Mässan som lockade 60 000 besökare från 142 länder är en tillställning som vänder sig enbart till kött- och charkindustrin och det som sägs där är inte riktigt detsamma som sägs i reklamen till oss konsumenter. Den stora trenden handlade i stället om att gå ytterligare ett steg för att sänka kostnaderna för kött genom att tillsätta olika typer av proteinersättning. Amerikanska koncernen DuPont, som sysslar med allt från järnvägar till kemikalier och mat, presenterade i Frankfurt ett sojaprotein med en "överlägsen förmåga" att binda fett och vatten. Proteinet kan därför ersätta en del av köttet i en färs, en korv eller dryga ut innehållet i en tonfiskburk – allt utan att konsumenterna märker något, vilket givetvis är det bästa av allt. I reklamen riktad till matindustrin visade DuPont att sojan var både billigare och stabilare i pris än riktigt kött. "Maximera profiten!" lød en av rubrikerna som ackompanjerades av diagram som illustrerade hur priset på riktigt kött på världsmarknaden har en

tendens att åka upp och ner i ganska våldsamma kast. Varför använda riktigt kött om du kan tjäna mer på låtsaskött?

DuPont är inte ensam om att utveckla nya preparat som ger maten en fin textur och ett snyggt utseende till en låg kostnad. En av konkurrenterna, ADM från Illinois i USA, lanserade en "funktionell soja" under rubriken "Vill du sänka kostnaderna för dina köttprodukter?" Enligt företaget absorberar den funktionella sojan mer vatten och fett än andra bindemedel. Dessutom fungerar den bra att injicera i hela fåglar, att helt enkelt dryga ut kycklingen med soja. Du får mindre fågel för pengarna men livsmedelsföretaget får mer pengar för fågeln, en utmärkt affär!

Mat på löpande band

Att det hamnade hästar i lasagnen var ett misstag, medan lanseringen av köttersättningar är en genomtänkt affärsstrategi. Men vad båda fenomenen visar är att prispress och hård konkurrens leder till medvetna eller omedvetna snedsteg. När kostnadsjakten är det som väger tyngst och inte kvalitet, kan aldrig en råvara bli för billig. I det läget är det ingen som verkar ställa sig frågan varför råvaran är så mycket billigare, som i fallet med hästköttet. Eller reflekterar över om det egentligen är lurendrejeri att använda sig av surrogatkött i korven.

Du får mindre fågel för pengarna men livsmedelsföretaget får mer pengar för fågeln, en utmärkt affär!

Det är också den industriella logiken som gör att svenska råvaror länge valts bort eftersom en bättre men dyrare djuromsorg gör att de inte är konkurrenskraftiga. I stället ersätts de av billigare råvaror som köps på en internationell marknad. Trots att livsmedelsföretagen försöker försäkra sig om att de verkligen vet vilka råvaror och ingredienser som hamnar i vår mat, är ibland leden så många att det blir omöjligt. Miljoner ton mat transporteras fram och tillbaka mellan länder och kontinenter oavsett om den kan produceras lokalt eller inte. Jakten på ett lågt pris är förklaringen till att svenskt griskött körs till Polen för att bli bacon i den stora baconfabriken i Swinoujscie, eftersom lönerna där är lägre. Färdigförpackad transporteras den sedan tillbaka till Sverige för att säljas under ett av våra mest kända varumärken, Scan. Av samma skäl skickas svenska räkor till Baltikum, eller det land som för närvarande har den billigaste arbetskraften, där de handskalas och sedan returneras till Sverige för att landa på

Jakten på ett lågt pris är förklaringen till att svenskt griskött körs till Polen för att bli bacon i den stora baconfabriken i Swinoujscie, eftersom lönerna där är lägre.

diverse olika räkmackor. Fabriker i Kina rensar den mesta av den fisk vi köper som frysta filéer eller färdiga rätter. Danska grisar körs till Tyskland där de slaktas av polska slakteriarbetare. Fläsket säljs sedan till hela världen. För att nämna några exempel. Det här är en utveckling som drivits på av det låga priset på olja och effektiva transportkedjor som gör det möjligt att skicka mat tvärs över jordklotet utan stora kostnader. Transporten står för en liten del i matens kostnader och till och med i dess klimatavtryck.

Jakten på kostnader leder till att köttföretag lanserar surrogatprodukter som ska lura oss konsumenter att tro att det är kött vi köper. Och att hästar mals ner i lasagnen.