

## Marknadsmöjligheter för odlade svenska blåbär

Lena Ekelund och Annika Öhman Nilsson

Svensk trädgårdsnäring behöver nya produkter med goda marknadsutsikter för tillväxt. Odlade blåbär är en sådan potentiellt lovande produkt som har en mängd fördelar. Bären är välsmakande, har många användningsområden och innehåller stora mängder antioxidanter och odlingen ökar i ett europeiskt perspektiv. Genom åren har det skrivits mycket positivt om odling av blåbär men relativt få har satsat på odling i Sverige. En litteraturstudie i ämnet visar att det som skrivits handlar mycket om odling och mindre om marknadsaspekter. För att ge ett underlag för beslut om nysatsningar på blåbär har här en rad marknadsaktörer och andra nyckelpersoner intervjuats om sin syn på marknaden för odlade blåbär.

### Vilda och odlade blåbär

Den största delen av världens blåbärsskörd går till förädling och hälsokostpreparat. Endast några få procent säljs som färska. Ett tillfälle då bären utnyttjas som energitillskott är den årliga Vasaloppsveckan då det serveras 50 000 liter blåbärssoppa (Rattfelt & Lunøe 2008). Kommersiell blåbärsodling har ännu inte blivit något stort i Sverige i motsats till i många andra länder.

Den vilda art av blåbär som växer i Norden heter *Vaccinium myrtillus*. De odlade arterna är många bland annat Northern Highbush, *Vaccinium corymbosum*. Enligt svenskt kulturlexikon rekommenderas för dessa namnet amerikanskt blåbär (Svenskt kulturlexikon, 2010). I denna studie används odlade blåbär som samlingsnamn för alla typer av odlade blåbär. Skillnaden mellan de vilda och de odlade är många. De vilda blåbärens är framförallt mörka i fruktköttet, de är mindre och har syrligare smak. De odlade blåbärens har vitt fruktkött och god hållbarhet.



Blåbärsodling. Fotograf Thilda Nilsson, HIR Malmöhus

### Projektidé, syfte och metod

Studien "Marknaden för odlade blåbär" ingår som en del i samverkansprogrammet Tillväxt Trädgård och initierades vid ett möte på SLU mellan Kennert Hallberg, Marcus Söderlind och Annika Öhman Nilsson, LRF GRO, samt Lena Ekelund, SLU. Den övergripande frågan var om det finns möjligheter för svenska odlare att satsa på en framgångsrik blåbärsodling.

Syftet med studien har varit att samla in marknadsinformation som kan bli ett underlag för en nysatsning på odlade blåbär i landet. En översikt över produktionen gjordes som utgångspunkt. Tre kategorier av intervjupersoner valdes ut; odlare, företrädare för handeln samt rådgivare och specialister. Valet av personer att intervjua byggde på rekommendationer där de tillfrågade fick möjlighet att rekommendera

andra personer i branschen att kontakta. I studien har alla getts möjlighet att svara fritt och alla svar varit öppna. Sammanlagt besvarades frågorna av 14 rådgivare och specialister, 11 odlare samt 11 företrädare för handeln. Intervjuerna genomfördes av Annika Öhman Nilsson under fjärde kvartalet 2009. Målsättningen har varit att på ett effektivt sätt föra ut resultatet av studien till intresserade i branschen. En del av resultaten presenterades därför på en kurs i professionell blåbärsodling med 65 deltagare den 28–29 januari 2010.

### Blåbärsodling i Sverige

Den svenska odlingen av blåbär kan ses i Jordbruksverkets statistik, som sträcker sig tillbaka till år 2002. Innan dess särredovisas inte blåbärsodling i svensk statistik.

Produktionen av odlade blåbär i landet är 11,6 ha. Den har fördubblats mellan

Tabell 1. Omfattningen av svensk odling av blåbär (Jordbruksverket, 2003, 2006, 2009).

År	Antal företag	Odling
2002	13 stycken	5,5 ha
2005	17 stycken	10,2 ha
2008	17 stycken	11,6 ha

Tabell 2. Exempel på internationell produktion av odlade blåbär- en uppskattning av 2009 års odling (Dierking, 2010).

Länder	Odlad blåbärsareal
USA/Kanada	35 000 ha
Chile/Argentina/Uruguay	14 000 ha
Polen	8 000 ha
Tyskland	2 100 ha
Kina	2 000 ha
Spanien/Portugal	1 000 ha
Frankrike	350 ha
Nederländerna	350 ha
Australien/Nya Zeeland	350 ha

Tabell 3. Odlarnas planer att öka den egna odlingen.

Planerad ökning	Antal odlare
En dubbling	2
Mer än 10 %	3
Kanske	2
Nej	4

2002 och 2008 men är fortfarande mycket blygsam, se Tabell 1. Det är inte säkert att alla odlare är med. Till exempel är det bara frilandsareal som redovisas och inte vad som odlas i växthus.

För att ge ett perspektiv på blåbärsodlingen kan man jämföra med de största bärslagen som odlades i landet 2008. Då var odlingen av jordgubbar 1 997 ha, svarta vinbär 378 ha och hallon 157 ha (Jordbruksverket, 2009)

### Blåbärsodling utomlands

Omfattningen av den internationella blåbärsodlingen har uppskattats av Sonja Dierking från det tyska företaget Dierking, Tabell 2.

USA och Kanada är världsledande när det gäller odlade blåbär. Mycket av bären från Sydamerika exporteras med båt eller flyg till Europa under vinterhalvåret. Po-

den har fyrdubblat sin odling på två år från 2 000 ha till 8 000 ha. Kina har uttalade ambitioner att öka sin odling från 2 000 ha till 10 000 ha.

### Potential för ökning av odling och försäljning

En nyckelfråga i studien är vilken potential som finns för de odlade blåbären. Här är de tre kategorierna intervjupersoner överens. Det finns helt klart en möjlighet att öka odling och försäljning av odlade blåbär i landet. Elva av rådgivarna och specialisterna ser positivt på ökningarna. Två har ingen uppfattning och en tror inte på en ökning i nuvarande kanaler. Generellt sett är det positivt från odlarhåll. Åtta av odlarna svarar ja till ökad odling och försäljning. Två svarar nej. En av dessa säger att det helt enkelt är för liten odling för att kunna säljas mer. Handelns företrädare är i de flesta fall övertygande om att det går att odla och sälja mer. Ett par stycken är lite tveksamma och menar att det är någorlunda konstant.

Rådgivarna och specialisterna tror mest på den lokala marknaden men ambitionen nämns att kunna flerdubbla odlingen till och med upp till hallonarealen. Man nämner dock att det är en prisfråga och det gäller att hitta mervärden för den svenska produktionen. Handelns företrä-

dare ser mest till sin egen försäljningsstatistik. Här finns budgeterat på flera håll att försäljningen skall öka med tio procent per år. Någon uttrycker att man skulle kunna sälja dubbelt så mycket sent på säsongen. De flesta odlarna tror det finns en potential för stora ökningarna i landet. Extremt sägs att det finns hur stor ökningspotential som helst eller i nivå med Tyskland. Frågan ställdes också om vilka konkreta planer odlarna i undersökningen har, se Tabell 3.

Bland de odlare som tillfrågats finns relativt små planer på ökning av odlingen. Det betyder att de stora ökningarna skall ske utanför den grupp odlare som tillfrågats i studien.

### Hur sätts priset?

Priset kan sättas på många olika sätt. Mer än hälften av grossisterna uttalade att importpriset styr prisbilden i Sverige. Man konstaterade att det är en internationell marknad och handeln med svenska odlade blåbär på grossistnivå är liten. Nio rådgivare och specialister uttryckte också att importpriset styr. Odlarna uttryckte det som att både grossisterna och importen sätter priset. Om man säljer till grossist får man ta vad man får, var en lite uppgiven kommentar. Däremot talade man om att det är lättare att sätta priset själv när man har självplock och/eller hemförsäljning. Det var också flera som talade om att priset på blåbär följer hallonpriset. Konsumenten ser gärna att en förpackning blåbär kostar lika mycket som en förpackning hallon, menade man.

Flera av grossisterna talade om vikten att kunna ha ett attraktivt utpris till konsument. Everfresh menade att detta pris ska ligga mellan 20 och 25 kronor/förpackning året om. För att klara det använder man olika storlekar på förpackningen 125, 150 eller 250 gram. Rudenstams Parti AB hanterar svenska odlade blåbär i 150 grams förpackning. De kan jämföras prismässigt med importerade bär i 250 grams förpackningar. Här finns det utrymme för ett merpris för de svenska bären.

### Hur säljs de odlade blåbären?

I studien kan man se skillnader i referensramar (Tabell 4). Odlarna i studien har en

förhållandevis stor försäljning till självplock. Rådgivarna och specialisterna har en lite annan bild av hur försäljningen ser ut över landet. Båda grupperna är överens om att cirka en tredjedel säljs till grossist.

Det är inte helt lätt att jämföra siffrorna men de ger var för sig en uppfattning om vilka försäljningskanaler som används.

### Resurser och omvärldsanalys

I studien har deltagarna fått möjlighet att svara på frågorna i en SWOT-analys. SWOT är engelskans förkortning av strengths, weaknesses, opportunities and threats (styrkor, svagheter, möjligheter och hot). SWOT-analysens upphov tillerkänns ett par olika organisationsteoretiker. Begreppet anses ha nämnts första gången av Igor Ansoff 1968, och har senare utvecklats till ett nästintill generiskt begrepp (Frankelius 2001:54-66, Johnson & Scholes 2002:134). Begreppet har utvecklats till en analysmetod för organisationer och företag och SWOT-analysen är ett ofta använt verktyg för att identifiera företagets framtida framgångar. På ett grovt men heltäckande och pragmatiskt sätt görs analyser och värderingar av utvecklingen i omvärlden i förhållande till företagets eller organisationens interna resursprofil. Här samlar man ihop en rad synpunkter för att avgöra vilka möjligheter som finns att gå vidare. Genom att exempelvis utkristallisera svagheter kan företaget arbeta på att förbättra dessa. Denna kunskap är sedan underlag för strategiska val.

Våra intervjupersoner har besvarat frågorna förutsättningslöst och har inte fått någon ingående presentation av SWOT-arbete eller definitioner av de ingående faktorerna. Det är till exempel inte självklart att ett hot inte lika gärna kan vara en möjlighet. I det kommande har alla intervjusvar i SWOT-analysen vägts samman helt enligt de inhämtade svaren. De presenteras i Tabell 5. Antalet personer som svarat anges inom parentes.

Svensk blåbärsodling har många styrkor. Företagens närhet till marknaden lyfts fram flest gånger. Som blåbärsodlare i Sverige har man en unik närhet till svensk konsument. Många av odlarna i denna studie utnyttjar denna närhet genom att sälja mycket hemma.

Tabell 4. Försäljningskanaler för de odlade blåbären enligt rådgivare och specialister respektive odlare som ingått i studien.

Försäljningskanal	Rådgivare & specialister	Odlare
Säljs via grossist	33 %	33 %
Säljs hemma/självplock	27 %	51 %
Säljs på torget	20 %	
Säljs utanför affär	13 %	
Säljs i parti/till butik	7 %	16 %
Summa	100 %	100 %

Tabell 5. SWOT-analys för odlade blåbär, egen sammanställning.

<p><b>STYRKOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Närodlat (13)</li> <li>Problemfri odling (5)</li> <li>Lång plocksäsong (4)</li> <li>Fräscha svenska blåbär (3)</li> <li>Hållbara plantor (3)</li> <li>Pengar att tjäna (2)</li> <li>Bra odlingsförutsättningar (2)</li> <li>Kan profilera sig (2)</li> <li>Anpassat emballage (1)</li> </ul>	<p><b>SVAGHETER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mycket förberedelser (9)</li> <li>Stort likviditetsbehov (7)</li> <li>Förräntar sig sent (5)</li> <li>Högt kostnadsläge (5)</li> <li>Enorm investering (4)</li> <li>Odlare och säljare i en (4)</li> <li>Odlade blåbär okända (3)</li> <li>Stora odlingar saknas (2)</li> <li>Säsongen behöver förlängas (2)</li> </ul>
<p><b>MÖJLIGHETER</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gott och hälsosamt (18)</li> <li>Positivt svenskt och närodlat (7)</li> <li>Efterfrågan finns (5)</li> <li>Marknadsför starten (2)</li> <li>Låg kronkurs (2)</li> <li>Hållbara bär (2)</li> <li>Skapa unik produkt (2)</li> <li>Tunnelodling (1)</li> <li>Samordna odlarna (1)</li> </ul>	<p><b>HOT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stor import (20)</li> <li>Skogsblåbär (6)</li> <li>Högt kostnadsläge (5)</li> <li>Inga växtskyddsmedel (3)</li> <li>Oseriös konkurrens (2)</li> <li>Odlingsproblem (2)</li> <li>För små volymer (1)</li> <li>Andra produkter (1)</li> <li>Svårt skaffa kapital (1)</li> </ul>

De uttalade svagheterna handlar mest om svårigheter att komma igång med odlingen och de ekonomiska aspekterna på att det tar lång tid att hämta hem investeringen.

Odlade blåbär ger också möjligheter.

Många lyfter fram det odlade blåbäret som både gott och hälsosamt. Det är också en möjlighet att bäret är svenskt och närodlat. Att plocka bäret i rätt tid är viktigt för att få fram optimal smak och färg. Hotet kommer främst utifrån i form av odlade

blåbär som importeras. Just det faktum att det har planterats mycket buskar i Polen talar flera om. När det är mycket blåbär i skogen är det också ett hot. Även andra slags frukt och bär under blåbärsäsongen är en konkurrens. I studien nämns också att positiva trender för blåbär kan ändras liksom att det finns ett långsiktigt klimat-hot. Problem i odlingen kan vara vårfröst, ogräs, sork och spindlar.

### Behov av stimulans

De intervjuade fick också svara på frågan om det finns behov av stimulans. Här fanns utrymme för att önska sig olika saker. Önskvärt är mer press om odlade blåbär, hälsoaspekter och information om odlare och odling. Mer odlingskunskap behövs. En rekommendation är att jobba ihop med handeln och till exempel demonstrera odlade blåbär i butik. Slutligen gäller det att använda emballaget som budbärare av så mycket information som möjligt.

### Slutsatser om marknad och marknadsföring

Odlade blåbär är en fantastisk produkt. Bären är goda, nyttiga, dekorativa och hållbara. Det är rätt omständligt att etablera en odling men när väl skörden är igång kan man skörda i 20 år. Att odlade blåbär håller bra är både på gott och ont. Odlade blåbär har kommit att bli en internationell handelsvara i stort sett året om. Bären tål att transporteras med båt från Sydamerika till Europa. Många säger att det är enkelt att handla med utländska blåbär. Det måste bli enklare att handla med svenska odlade blåbär också.

Säsongen för svenska odlade blåbär är från slutet av juli till början av september. Flera grossister talar om fördelar med svenska odlade blåbär men har dem ändå inte i sitt sortiment. 2009 var trycket från de importerade bären mycket större än normalt, dessutom fanns det gott om blåbär i skogarna. Det är mycket som talar för att de polska satsningarna på odlade blåbär kommer att skapa prispress framöver. Den här prispressen har man ännu inte känt av på den lokala marknaden. Det betyder att de som säljer hemma, till självplock, på torget och direkt till butik hittills har varit med och satt priset. Även här är det viktigt att nå ut till konsumenterna när det är säsong för bären. Mycket talar för att hemförsäljning och självplock är starka kort framöver. Flera menar att odlade blåbär är ett bra komplement till andra produkter vid hemförsäljning. I dagsläget är det mycket stor skillnad i pris om man säljer till grossist eller på en hemmamarknad.

Odlade blåbär behöver marknadsföras. Bären är fortfarande relativt okända. Svenska bärfrämjandet kan tänka sig att jobba med odlade blåbär framöver. Emballaget ger goda möjligheter att marknadsföra odlade blåbär. Flera pekar på vikten av att berätta så mycket som möjligt om sin produkt och dess ursprung, detta för att skapa en unik produkt som kan säljas till ett bra pris. I marknadsföringssammanhang vore det bra med ett svenskt namn. I Tyskland kallas odlade blåbär Blaubeere och vilda blåbär Heidelbeere. I England kallas odlade blåbär blueberry och vilda blåbär bilberry. Kanske kan man kalla svenska odlade blåbär för blåa bär.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att odlade blåbär har framtiden för sig; det är bara att rida på hälsotrenden och ett ökat konsumentintresse för smak och livsmedelskvalitet. Marknaden för odlade blåbär är mycket speciell och det är en stor kontrast mellan närmarknad och grossistmarknad. Satsar man på odling av blåbär måste man samtidigt också göra upp en strategi för sin försäljning.

### Referenser

- Dierking, Sonja (2010-01-28) Dierkings plantskola, Kommersiell blåbärsodling –nu och i framtiden, föredrag
- Frankelius, P. (2001) Omvärldsanalys. Liber Ekonomi. Malmö
- Johnson, K., Scholes, K. (2002) Exploring Corporate Strategy. 6Th ed. Prentice Hall, FT
- Jordbruksverket (2003-10-15) Trädgårdsinventeringen 2002, JO33SM0301. Jönköping
- Jordbruksverket (2006-06-30) Trädgårdsproduktion 2005, JO33SM0601. Jönköping
- Jordbruksverket (2009-10-30) Trädgårdsproduktion 2008, JO33SM0901. Jönköping
- Rattfelt, A & Lunøe Phil, S (2008). Blåbär minnen, mat och smak, Balkong Förlag, Stockholm.
- Svensk kulturdatabas (2010), Amerikanska blåbär. Tillgänglig på Internet: [http://www.skud.se/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=53](http://www.skud.se/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=53) (2010-04-09)

### Faktabladdet

- Faktabladet är utarbetat inom LTJ-fakultetens Område Arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi [www.slu.se](http://www.slu.se)
- Projektet är finansierat av Tillväxt Trädgårds tillväxtfond, se vidare nedan <http://tillvaxtprogram.slu.se>
- Projektansvarig Lena Ekelund, SLU [Lena.Ekelund@ltj.slu.se](mailto:Lena.Ekelund@ltj.slu.se)
- Medförfattare Annika Öhman Nilsson, LRF GRO [annika.ohman.nilsson@gro.lrf.se](mailto:annika.ohman.nilsson@gro.lrf.se)
- På webbadressen <http://epsilon.slu.se> kan detta faktablad hämtas elektroniskt

### Tillväxt Trädgård

Är ett projekt som syftar till att ge förutsättningar för ökad konkurrenskraft och tillväxt inom trädgårdsnäringsen genom nytänkande och samarbete.

Projektet finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling: Europa investerar i landsbygdsområden, SLU, LTJ-fakulteten Alnarp, LRF/GRO, Hushållningssällskapen i Malmöhus, Halland och Kristianstad, Lovang Lantbrukskonsult AB, Mäster Grön samt Prysek.

