

Svenska matpriser klarar konkurrens

Det är giganterna inom livsmedelshandeln och livsmedelsindustrin som dominerar matmarknaden i Sverige. Trots det är inte matpriserna högre här än i andra jämförbara länder.

Det är slutsatsen i en rapport från Konkurrensverket, som på jordbruksminister Eskil Erlandssons uppdrag har granskat branschen.

”Livsmedelskedjan kan liknas vid ett timglas med många bonder i toppen och många konsumenter i botten och däremellan en smal midja av ett fåtal stora livsmedelsindustrier och dagligvarukejor. Det ger stordriftsfördelar för dem, men också ökade risker för bristande konkurrens. Vi skulle gärna se en bredare midja”, säger projektledare Douglas Lundin.

Mat i Sverige allt billigare

Trots det betalar alltså inte svenska konsumenter mer för maten än andra och faktiskt mindre än våra nordiska grannar. Det gäller oavsett om man jämför priser direkt eller om man jämför priser i förhållande till inkomster, enligt Konkurrensverket. Priserna har inte heller ökat snabbare här än i andra länder. För ungefär 10 år sedan stod matkassen för omkring 20 procent av svenskens utgifter. I dag är andelen nere på 13 procent.

Några genomgripande förslag för att öka konkurrensen på matmarknaden kommer myndigheten därför inte med, utan konstaterar att konkurrens fungerar hyggligt också tack vare att den nu sker på en mycket större marknad än för 10–20 år sedan. Några förändringar föreslås dock.

Fler butiker behövs

”Man bör underlätta för att etablera nya butiker. Det finns EU-regler som bör ses över, plus att man bör utreda utvecklingen inom jordbrukskooperativen”, sammanfattar Douglas Lundin.

Var butikerna ligger är viktigt för att öka konkurrensen. Men konsumenterna bör också driva på för ökad konkurrens. Inte heller kedjornas storsatsningar på egna märkesvaror ser Konkurrensverket som någon nackdel för konsumenterna.

Det ofta onskrivna fenomenet att konsumentpriserna stiger snabbt när råvarupriserna stiger men inte faller lika snabbt om råvarupriserna sjunker stämmer enligt verkets utredning. Vad det beror på är oklart och verkets slutsats är att det knappast går att göra något åt. (TT)

DI FAKTA

Tre dominerar

■ Bland butikskedjorna står Ica, Coop och Axfood för cirka 90 procent av omsättningen i dagligvaruhandeln.

■ Svenska matpriser har länge ansetts vara mycket högre än genomsnittet i EU. Enligt den senaste jämförelsen av EU:s statistikmyndighet visar dock att matpriserna har sjunkit väsentligt. Jämfört med EU15-länderna har Sverige gått från att 2003 ha 13 procent dyrare mat till att 2009 ha 1 procent billigare mat jämfört med snittet i de 15 länderna.

Källa: Eurostat



DANSANT. Dans på lunchtimmen ska ge ny energi till stressade storskadskärriärer. FOTO: DAVID MAGNISSON



INGLET SNACK. Molly Ränge har organiserat lunchdanstimmor med mat i ett år. FOTO: JOE ARBATT

Jobbprat förbjuddet i nya lunchrörelsen

Från garage och källare via klubbbar för att till slut hanna på Kulturhusets tak. Det är resan som Lunchbeat, en dansklubb på lunchtid, har gjort.

Folk möts och dansar till specialmixad musik under en timme, men de gör det under en viktig regel: du får inte snacka jobb på Lunchbeat.

Lunchbeat startades av Molly Ränge för ett år sedan. Hon ville dels utmana sig och sina egna värdningar, dels var hon trött på att se hur sega många var när de kom tillbaka efter lunchen.

”Det är många som snackar om att tänka på lekfullhet i arbetslivet, men det är färre som egentligen vågar leka och därmed har en förankrad känsla av vad det innebär. Jag vill skapa något som får folk att uppleva lekfullhet på riktigt”, säger Molly Ränge.

Inspirationskälla

En stor inspirationskälla till lunchklubben är Chuck Palahniuks roman ”Fight Club”, där människor slåss med varandra under strikta regler.

Stilnaden är att de som går på Lunchbeat inte slåss utan dansar, men de gör det enligt ett manifest.

Krav på att dansa

Förstaregeln lyder: Om det är din första Lunchbeat måste du dansa. Regel nummer två talar sitt tydliga språk: Om det är din andra, tredje eller fjärde Lunchbeat måste du dansa – alla måste dansa, hela lunchen. De som tröttnar ombeds äta sin lunch någon annanstans.

”Folk har kommit fram till mig och sagt att deras chefer och kunder skulle se dem som en människa med tveksam karaktär om de visste att de höll på med det här. Därför har vi lagt till att folk ska hålla

DI FAKTA

Lunchbeat

■ Åger rum på olika platser i centrala Stockholm en gång i månaden.

■ Det går att få sin egen vegetariska takeaway-lunch, men den måste förbokas och betalas.

■ Vem som helst får starta ett lunchbeat var som helst, men de måste följa manifestet.

Källa: lunchbeat.wordpress.com

en låg profil när de möter andra från Lunchbeat på stan”, säger Molly Ränge.

Till dansen kan man köpa en vegetarisk lunch att ta med tillbaka till jobbet.

”Jag möter folk på gatan, människor jobbar högt upp i finansvärlden, som hälsar på mig på ett sätt som indikerar att de känner till Lunchbeat”, säger Molly Ränge.

Dans i ett garage

När det började var det tio personer i ett garage vid Hötorget i Stockholm. Sedan dess har arrangemanget besökt olika klubbbar och teatrar. Nästa tillfälle är den 24 maj och då hålls arrangemanget på Kulturhusets tak.

”Jag har haft möjlighet att följa alla i det här förnumret under hela resan, ända från det lilla garaget till kulturhusstaket”, säger Molly Ränge.

På de senaste klubbarna har Lunchbeat lockat uppemot 100 besökare och det växer hela tiden. Lunchbeat har startat i Malmö där de kör samma klubb på samma tid. I Göteborg och Oslo är det på gång att starta och det har

dessutom visats intresse från Paris och Tunisien för att starta Lunchbeat. Molly Ränge har inget patent på sin idé utan gläds åt att den sprids och ser möjligheter i det växande intresset.

Värde i genomförandet

”Idén i sig har inget värde. Det är i genomförandet som värdet uppstår och det värdet vill jag gärna se att så många som möjligt är med och skapar genom att göra min idé till sin egen. Min vinning på det här är främst att det ökar min kunskap i hur man arbetar med forum som växer utanför webben”, säger Molly Ränge.

”I framtiden finns Lunchbeat i alla Europas större städer. Då är det en vanlig syn att man precis klockan ett ser svettiga människor med kavjen över axeln komma ut ur stadens garage för att återvända till sina arbeten med energin bixtrande i sina ögon”, säger hon.

KRISTOFER HULTGREN

kristofer.hultgren@di.se
08-573 650 41