

Vårt datum: 2025-03-11

Ert datum: 2024-02-15

Vårt dnr: 311-429/2024

Er ref: KN2024/00358

Delredovisning enligt uppdrag

Handläggare:

Charlotte Nilsson Kylesten

Klimat- och näringslivsdepartementet

Kn.nm@regeringskansliet.se

Kn.registrator@regeringskansliet.se

Uppdrag att uppmuntra enskilda privatpersoners sökande efter förekomster av värdefulla mineral i Sverige

SGU:s uppdrag

Sveriges geologiska undersökning (SGU) erhöi i ett regeringsbeslut den 15 februari 2024 följande uppdrag:

Regeringen ger Sveriges geologiska undersökning (SGU) i uppdrag att under åren 2024–2026 uppmuntra enskilda privatpersoners sökande efter förekomster av värdefulla mineral i Sverige genom att återinföra en tävling med den s.k. Mineraljakten som förebild. För uppdraget får SGU under 2024 använda högst 3 miljoner kronor som ska redovisas mot det under utgiftsområde 24 Näringsliv budgetåret 2024 uppförda anslaget 1:8 Sveriges geologiska undersökning, anslagspost 1 Geologisk undersökningsverksamhet m.m. (se KN2023/04612, villkor 3 för anslagsposten). SGU ska årligen, senast den 15 mars med start 2025 lämna en delredovisning av uppdraget till Regeringskansliet (Klimat- och näringslivsdepartementet). SGU ska senast den 15 mars 2027 lämna en slutredovisning av uppdraget till Regeringskansliet (Klimat- och näringslivsdepartementet).

Från det att SGU fick regeringsuppdraget till och med denna delredovisning av uppdraget har myndigheten planerat och genomfört en återlansering av tävlingen Mineraljakten. Den tidigare versionen av tävlingen fungerade närmast som en svensk folkrörelse under åren 1967 till 2014. Först endast i Sveriges nordligaste län, de senare åren i hela Sverige, med många olika aktörer involverade.

För att kunna återetablera och genomföra en ny, uppdaterad version av tävlingen – Mineraljakten 2.0 – redan under uppdragets första år upphandlades och utvecklades appar för Mineraljakten. Dessa lanserades för både Apple- och androidtelefoner, samt för webben. En ny modern visuell identitet togs också fram och lanserades tillsammans med tävlingen.

SGU lanserade Mineraljakten 2.0 under Almedalsveckan i Visby den 27 juni och avslutade 2024 års upplaga av tävlingen den 30 september. En prisutdelning för detta första års tävling är planerad att äga rum under vecka 23 (2–5 juni) 2025.

Det krävdes en relativt stor arbetsinsats för att återstarta Mineraljakten. Tävlingens första år präglades därför av uppbyggnad, etablering och utveckling av konceptet, samt slutlig lansering.

Avväganden och vägval

Den första upplagan av Mineraljakten pågick under nästan ett halvt sekel, åren 1967 till 2014. Genom den fick allmänheten möjligheten att lära sig mer om geologi och mineralnäringen, samtidigt som tävlingen gav Sverige flera viktiga fynd. I några fall har den också lett fram till gruvor, täkter och utvinning. Eftersom tävlingen varit nedlagd i tio år har upparbetade arbetssätt och arbetsprocesser avvecklats.

När SGU fick i uppdrag att lansera en tävling med Mineraljakten som förebild behövde myndigheten därför i princip upprätta en helt ny tävling. I och med att både samhället och SGU:s förutsättningar ser annorlunda ut nu, än under de tidigare årens tävlingsomgångar, var det nödvändigt att göra nya ställningstaganden i alla tävlingsdelar. Det stod tidigt klart att tävlingen behövde genomföras i en delvis ny och uppdaterad version, därför lanserades tävlingen som Mineraljakten 2.0.

SGU såg flera fördelar med att behålla namnet Mineraljakten. Bedömningen gjordes att det fortfarande fanns hög igenkänningsfaktor i namnet och att det därför skulle bli lättare att få spridning för starten av den nya tävlingen. Lanseringen blev lyckad och stod för SGU:s enskilt största mediala genomslag under året.

Det fanns också anledning att se om den tidigare hanteringen av tävlingsbidrag kunde göras enklare och säkrare, samt mer resurseffektivt avseende arbetsbelastning. Tidigare deltog allmänheten i Mineraljakten genom att skicka fysiska prover (stuffer) direkt till SGU:s kontor, där myndigheten sedan hanterade allt fysiskt material som kom in. Det var en tidskrävande uppgift där SGU:s geologer manuellt behövde ta emot och bedöma allt material – alltifrån större stenar till påsar med sand. För att effektivisera denna del av tävlingen sågs det som ett bra alternativ att införa ett första digitalt tävlingsmoment. Förutom att snabbare kunna hantera inkomna bidrag, bedömdes det som säkrare att inte ta emot försändelser direkt från allmänheten. Med en delvis digitaliserad tävling antogs också att kommunikationen med de tävlande kunde skötas smidigare och snabbare.

Digitaliseringen av tävlingen genomfördes som ovan nämnts genom att ta fram en app för tävlingens genomförande och bygga en kampanjwebbplats. Med en applösning kan deltagare skicka in bilder och koordinater på sina fynd direkt till SGU. Myndighetens geologer kan sedan göra en första bedömning av tävlingsbidragen utifrån inskickade data. En anledning till valet av en applösning var också att den geologiska forskningscentralen i Finland (GFC, eller GTK på finska), som sedan länge drivit en egen mineraltävling (döpt till folkprovsverksamhet) för allmänheten, gjort en lyckad övergång till en tävlingsapp.

Behovet av att även framgångsrikt kunna rikta sig till en yngre målgrupp talade också för behovet av digitalisering. SGU anser att det krävs ett långsiktigt arbete mot en ung målgrupp för att locka nya, och därmed fler deltagare, till tävlingen. Beaktat tävlingens syfte att bygga kunskap och engagemang för svensk mineralnäring var det också viktigt att sprida Mineraljaktens budskap till en bredare allmänhet.

För att lyckas med arbetet att nå nya målgrupper beslutades också om att ta fram en ny modern visuell identitet för Mineraljakten. Det spelade in att SGU samtidigt arbetade med att ta fram en ny visuell identitet för myndigheten. Utan en egen visuell identitet för tävlingen hade allt gammalt kommunikationsmaterial för den tidigare upplagan av Mineraljakten, framtaget med SGU:s gamla visuella identitet, behövt ändras.

Genomförande av uppdraget

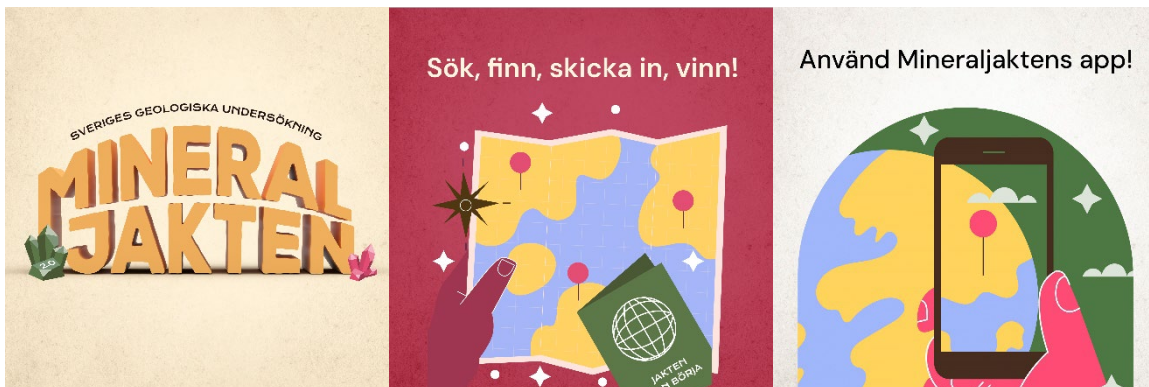
Utveckling av Mineraljakten 2.0

Från att SGU fick uppdraget den 15 februari 2024 till lanseringen den 27 juni pågick ett mycket intensivt arbete för att ta fram ett tävlingskoncept och bygga upp en infrastruktur för att kunna genomföra tävlingsmomentet. I arbetet ingick att ta fram

- tävlingsregler, som både vägde in geologiska behov och krav på tävlingsbidragen, samt aktuell lagstiftning
- en visuell identitet för Mineraljakten
- en underwebb till www.sgu.se för information om tävlingen och kontaktvägar in
- två mobilappar och en webbapp för att kunna ta emot tävlingsbidrag
- arbetsflöden för att hantera tävlingsbidrag och för att kunna sköta kommunikation med frågeställare och tävlingsdeltagare.

Visuell identitet för att nå nya målgrupper

Syftet med den visuella identitet som togs fram för Mineraljakten var att alla åldersgrupper skulle kunna relatera till den, och framför allt vara relevant för yngre personer som vill lära sig mer om geologi. Mot den bakgrunden tog SGU:s upphandlade kommunikationsbyrå fram en retroinspirerad identitet som lånade visuella grepp från mobil- och äventyrsspel.



Kommunikation kring uppdraget och lanseringen

I samband med att SGU fick uppdraget anordnades en gemensam pressrelease på Regeringskansliet den 19 februari 2024. SGU:s dåvarande generaldirektör Anneli Wirtén och energi- och näringsminister Ebba Busch berättade för media om uppdraget och planen att starta Mineraljakten på nytt. Erik Jonsson, statsgeolog vid SGU, berättade om den svenska berggrunden och om vad tidigare års mineraljakt lett till för fynd och utvinning. Genomslaget i media blev stort. Genom nyhetsbyrån TT:s publicering spreds nyheten till såväl riksmidier som lokala och regionala medier i hela landet. Även lanseringen av Mineraljakten 2.0 under Almedalsveckan den 27 juni 2024, ombord på SGU:s undersökningsfartyg Ocean Surveyor, genererade ett stort medialt genomslag. En analys från mediebevakningsverktyget Retriever visar att presentationen av uppdraget och lanseringen tillsammans skapade nära 200 artiklar och inslag i radio och tv med en total räckvidd, det vill säga potentiella mottagare (läsare, lyssnare, tittare), på 14 miljoner. Det här utgjorde den största insatsen under året både för att sprida kännedom om tävlingen och för att lyfta fram vikten av ökad produktion av kritiska och andra råvaror i Sverige för att säkra framtidens behov.

Tävlingsperiod

2024 års tävlingsperiod sträckte sig mellan den 27 juni och den 30 september. Under perioden kunde deltagarna registrera sina fynd i Mineraljaktens appar. Det var också möjligt att delta utan app genom att använda en framtagen pappersblankett eller på annat sätt lämna uppgifter till SGU om sitt tävlingsbidrag.

Tävlingsperioden kommer att vara betydligt längre under 2025 eftersom den startar redan den 10 april. I samband med att 2025 års tävling avslutas den 30 september kommer det att ske en övergång till brytår, vilket innebär att 2026 års tävling kommer att starta dagen efter, den 1 oktober. 2024 års tävlingsperiod, den första, sattes delvis som ett test för att kunna utvärdera och utveckla konceptet framåt.

Aktivering av deltagare

Under det första tävlingsåret genomförde SGU flera aktiviteter för att sprida kännedom om Mineraljakten. Myndigheten deltog på den stora mässan Comic Con Stockholm Winter 1–3 november och visade upp Mineraljakten tillsammans med BetterGeo, en sedan tidigare egenutvecklade modifierade version av spelet Minecraft. I den kan barn och ungdomar leta efter mineral i den geologiskt verklighetstroga versionen av spelet.

På Sten- och mineralmässan i Västerås 5–6 oktober deltog SGU för att sprida tävlingens återkomst till en geologiintresserad allmänhet. Under Geologins dag den 14 september samarbetade myndigheten med det biologiska museet Biotopia i Uppsala för att skapa aktiviteter där barn kunde lära sig mer om geologi och samtidigt se den nya appen.

Appen laddades ner 319 gånger till Ios och 195 gånger till Android under den första tävlingsperioden. Webbappen hade 100 användare vid tävlingsperiodens slut.

Analysarbete och metodik för bedömning

På inkomna stenprover (stuffer) har det först gjorts en fysisk inspektion av SGU:s geologer i form av en okulär besiktning med hjälp av lupp och mikroskop i syfte att bedöma provets mineralogiska sammansättning. Jämförelser görs med tävlingsdeltagarnas egna fotografier och beskrivningar.

Dessutom sker andra enkla kontroller, till exempel med magnet, för att kunna konstatera om provet innehåller en större mängd magnetiska järnmineral eller inte. Geologerna letar i det här stadiet efter de prov som har potential att bli intressant för gruvindustrin. Ett enskilt prov leder dock i princip aldrig till att en brytvärd fyndighet lokaliseras direkt. För att det ska vara möjligt behövs mer eller mindre omfattande prospekteringsarbeten. Det enskilda provet ger helt enkelt en indikation på att det någonstans i närheten kan finnas en potentiellt brytvärd fyndighet att prospektera och på sikt producera.

Det finns olika typer av mineraliseringar som kan vara intressanta; i första hand malmmineral som redan bryts i Sverige och som då innehåller till exempel koppar eller zink, men även ädelstenar (till exempel diamant) och industrimineral. Till detta kommer sällsynta jordartsmetaller (till exempel lantan, yttrium och skandium) som har blivit allt viktigare på grund av den gröna omställningen till ett fossilfritt samhälle, men även några mineral som innehåller ämnen för exempelvis batteritillverkning (exempelvis kobolt, litium och nickel, samt kol i form av grafit).

Till malmmineral räknas även mineral som innehåller ädelmetaller som till exempel guld, silver, platina och palladium, men också järn och legeringsmetaller (nickel och vanadin). Exempel på industrimineral är wollastonit, talk, dolomit, kalcit, kvarts och fältspat.

De mest intressanta proverna skickas i väg till ett laboratorium för geokemisk analys. Slutgiltig bedömning av insända prover sker alltså utifrån provets kemiska sammansättning och mineralinnehåll, fyndplats, förekomst samt om provet indikerat en spännande mineral förekomst.

Vinnaren av Mineraljakten blir den som har lämnat in det prov som har tillräckligt hög koncentration av något av de ekonomiskt intressanta mineral som kan utgöra grunden för brytning och utvinning. Det spelar också in i bedömningen om en fyndplats är ny eller känd sedan tidigare. Innan prisutdelningen sker måste också fyndplatsen besökas och verifieras av geologerna genom att koppla samman stoffen med fältgeologin på platsen och kontrollera att koordinaterna stämmer med de som tävlingsdeltagaren har skickat in.

Prisutdelning

SGU har möjlighet att dela ut totalt 150 000 kronor i tävlingen. Prispengarna är tänkta att tilldelas de tre bästa fynden och fördelas genom ett förstapris om 75 000 kronor, ett andrapris om 50 000 kronor och ett tredjepris om 25 000 kronor. Det är också möjligt att inte dela ut något pris alls om myndigheten bedömer att fynden inte lever upp till en viss nivå. Av samma skäl finns också möjlighet att bara dela ut ett eller två av priserna.

Vid lämnandet av den här rapporten har analysarbetet för 2024 års tävling ännu inte slutförts. Prisutdelningen är i nuläget planerad att ske i början av juni månad.

Resultat

När den första tävlingsperioden stängde den 30 september 2024 hade appen laddats ner 514 gånger till mobiltelefoner och 100 användare hade använt sig av webbappen under samma period.

Vid tävlingsperiodens slut hade användarna lämnat in 119 fynd. Av dessa skickades elva vidare till geokemisk analys.

Det mediala genomslaget var framför allt koncentrerat till lanseringsperioden då över 200 artiklar och inlägg om tävlingen publicerades. Tävlingen uppmärksammades också löpande under tävlingens gång i lokala och rikstäckande medier.

Slutsatser

De långsiktiga målen med Mineraljakten är dels att fynden ska kunna leda till nystartade gruvor, dels att Mineraljakten ska engagera privatpersoner för att hitta potentiella fyndplatser av metaller och mineral, både sådana som redan bryts och sådana som klassas som kritiska och strategiska. Mineraljakten ska också bygga kunskap, förståelse och engagemang för behovet av en ökad produktion av råmaterial i Sverige för att säkra framtidens behov. Det kommer att krävas långsiktighet för att nå dessa mål och bygga upp den folkrörelse som Mineraljakten tidigare var.

Mineraljaktens första år präglades av förberedande arbete där vi genomförde alla de utvecklingsinsatser som krävdes för att lansera den nya tävlingen. Den nödvändiga tekniska infrastrukturen runt om tävlingen finns nu på plats och vi kommer framöver att kunna genomföra längre tävlingsperioder, vilket ger fler möjlighet att delta och lära sig om Mineraljakten.

Även om det finns en teknisk infrastruktur så återstår fortfarande arbete för att bygga upp en infrastruktur med ambassadörer runt tävlingen för att sprida den vidare till nya deltagare. SGU samarbetade tidigare med olika aktörer för att genomföra tävlingen, både inom offentlig och privat sektor. Den typen av samarbeten som existerade då har vi inte längre möjlighet att använda oss av. Vi måste därför i stället bygga upp och sprida kännedomen om tävlingen på andra sätt.

SGU ser också ett stort behov av att öka kännedomen om Mineraljakten och dess bakomliggande budskap i hela samhället. En Novus-undersökning som SGU genomförde i december 2024 visade att kännedomen om Mineraljakten fortfarande är som störst bland män 50–79 år och kvinnor 65–79 år. Bland yngre målgrupper var kännedomen lägre. Lägst var den bland kvinnor i åldrarna 18–49 år.

Användning av tilldelade medel

För uppdraget tilldelades SGU möjligheten att använda högst 3 miljoner kronor under 2024. Totala kostnader under året uppgick till 2 567 995 kronor. Den största andelen av kostnaderna utgjordes av driftkostnader på 1 705 697 kronor, varav en stor del under det första året var kopplade till uppbyggnad och utveckling av tävlingen. För att kunna lansera Mineraljakten 2.0 har SGU anlitat konsulttjänster i form av app- och webbutveckling, samt design- och varumärkesarbete.

Personalkostnader för de 13 medarbetare på SGU som i olika omfattning har arbetat med Mineraljakten 2024 uppgår till 862 298 kronor.

Av de totala kostnaderna för 2024 ingår det stora arbetet med att ta fram det nya tävlingskonceptet, däremot ingår inte något av det omfattande analysarbete som måste göras i tävlingen, och inte heller prissummorna. Analysarbetet och prissummorna för 2024 års tävling kommer i stället att ingå i 2025 års budget.

Fortsättning på uppdraget

Arbetet med Mineraljakten fortsätter under 2025. Under året kommer SGU, förutom det nödvändiga analysarbetet för 2024 års tävling och planering av tänkt prisutdelning, också att påbörja tävlingens andra omgång. En stor del av arbetet kommer att fokuseras på kännedomshöjande insatser.

SGU ser vikten av att långsiktigt bygga kännedom om geologi och mineralnäring hos den svenska allmänheten. Årets tävling kommer att inledas redan den 10 april och avslutas den 30 september, och blir därmed längre än föregående års tävling. Först vid den tredje tävlingsperioden i detta uppdrag kommer Mineraljakten att löpa på under hela året och möjliggöra kontinuerliga aktiviteter för att väcka lusten bland allmänheten att söka efter mineral.