



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö

# Hållbara livsmedelsinköp för restaurang

En undersökning av leverantörer i Göteborg

**Elisabeth Raihle**

**Anni Timonen**

**Examensarbete, 10p**

Restaurangmanagerprogrammet

Handledare: Solveig Björcke

Examinator: Kerstin Bergström

Datum: Maj 2007



# GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö MHM

Box 320, SE 405 30 Göteborg

Titel: Hållbara livsmedelsinköp för restaurang

Författare: Elisabeth Raihle & Anni Timonen

Typ av arbete: Examensarbete, 10p

Handledare: Solveig Björcke

Examinator: Kerstin Bergström

Program: Restaurangmanagerprogrammet

Antal sidor: 54

Datum: Maj 2007

## **Sammanfattning**

Denna undersökning som är ett avstamp i utvecklingen, en markering på vägen, syftar till att undersöka förutsättningarna för hållbara livsmedelsinköp via de traditionella inköpskanalerna för restaurangverksamheter i Göteborg.

Bakgrunden tar upp begreppet hållbar utveckling med fokus på livsmedel, från ett globalt till ett lokalt perspektiv. Här beskrivs vad ett ekologiskt livsmedel är och vilka certifieringar det finns på marknaden. Restaurangerna har även olika aspekter att ta hänsyn till såsom ekonomi och samarbete med leverantörerna.

Genom en kvalitativ undersökningen ämnades det bland annat att ta reda på hur utbudet såg ut, om det blev mer kostsamt samt om dessa varor håller god kvalitet hos de ledande grossisterna/leverantörerna i Göteborg.

Sex representanter för dessa grossister intervjuades med resultat som visar på att man som restaurang kan handla ekologiskt och närproducerat men inte utan en flexibel syn på vad ett livsmedel för hållbar utveckling innebär. Likaså krävs en tätare kommunikation mellan restaurangerna och leverantörerna samt bättre framförhållning vid beställning.

Nyckelord: ekologiskt, närproducerat, säsong, utbud.

# Innehållsförteckning

## Sammanfattning

### 1. Inledning 4

### 2. Bakgrund 5

- 2.1 Hållbar utveckling internationellt 5
- 2.2 Hållbar livsmedelskonsumtion 6
- 2.3 Hållbar utveckling i Sverige 6
- 2.4 Livsmedelsförsörjning i Sverige 7
- 2.5 Hållbar utveckling i Västra Götaland 8
- 2.6 Hållbar utveckling inom restaurang 10
- 2.7 Ekologiska livsmedel 14
- 2.8 Närproducerade livsmedel 22
- 2.9 Biodynamisk odling 23
- 2.10 Certifieringar på den svenska marknaden 23
- 2.11 Sammanfattning av bakgrund 26

### 3. Syfte 27

- 3.1 Frågeställningar 27
- 3.1 Avgränsningar 27

### 4. Metod 28

- 4.1 Val av metod 28
- 4.2 Utformning av intervjufrågorna 29
- 4.3 Urval 29
- 4.4 Tillvägagångssätt 30
- 4.5 Metodanalys 31

### 5. Resultat 33

- 5.1 Medverkande 33
- 5.2 Frukt- och grönsaker 33
- 5.3 Kött- och charkuterivaror 38
- 5.4 Heltäckande livsmedelsgrossist 41
- 5.5 Fisk 44

### 6. Diskussion 47

### Referenslista 50

### Bilaga

# 1. Inledning

Examensarbete är skrivet av två studenter vid Göteborgs Universitet som går sista året på sin restaurangmanagerutbildning. Dessa två studenter har även en flerårig erfarenhet inom restaurangbranschen bakom sig, en bransch som ofta saknar förankring i den vetenskapliga världen. Det är en servicebransch som bakom de putsade besticken och de vita dukarna inte alls är lika glamorös som dess fina fasad vill påvisa. Efter tre år i den akademiska världen, var det dags att binda ihop erfarenheterna från dessa två vitt skilda världar. Tanken med detta examensarbete är att bidra med en knuff framåt för restaurangbranschen.

Denna ”knuff” är en undersökning om hur restaurangbranschen kan dra sitt strå till stacken för den gemensamma miljön genom att arbeta med hållbara livsmedelsinköp på restaurangerna. Att känna till de svårigheter som finns kring tillgång, inköp och leverans av ekologiska produkter kan många gånger vara ett hinder för samarbetet med leverantören. Att handla med ekologiska livsmedel kräver en bättre samarbetsförmåga från båda håll. Då detta inte alltid ges utrymme till, i första hand från restaurangernas sida, leder det till att inköp av ekologiska livsmedel ofta upplevs som besvärligt.

Problematiken kring ekologiska livsmedel sträcker sig längre än så. Det handlar även om att kunna anpassa sig till säsong och vara mer flexibel i sitt val av råvaror. Vi har uppmärksammat några vanliga frågor man som krögare ställs inför när man funderar på eller ämnar att handla närproducerat och ekologiskt, dessa är av typen: Vilka förutsättningar finns hos mina leverantörer? Vad erbjuder de? Vilka aspekter behöver jag ta hänsyn till? Är det dyrare? Kan jag få leverans när jag vill? Hur säsongsberoende blir jag?

Huvudfrågan är då vilka vägar finns det att gå om man som restaurangidkare i Göteborg vill arbeta för hållbara livsmedelsinköp i sitt restaurangkök. I detta examensarbete definieras i bakgrundsdelens vad hållbara livsmedelsinköp innebär från ett globalt till ett lokalt perspektiv. Vad är ett ekologiskt livsmedel och vad innebär närproduktion? Olika certifieringar/märkningar av livsmedel tas upp och de olika livsmedelsgruppernas ibland komplexa miljöanpassningsmöjligheter beskrivs.

Genom intervjuer med sex stycken representanter för olika restaurangleverantörer i Göteborg syftar denna undersökning till att kartlägga möjligheterna för hållbara livsmedelsinköp via de traditionella leverantörerna/grossister<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Leverantörer är synonymt med grossister i detta arbete. Båda begreppen används av företagen som intervjuats.

## 2. Bakgrund

Bakgrunden omfattar fakta om hållbar utveckling av livsmedel från ett internationellt till ett lokalt perspektiv. Den kommer även att beröra olika livsmedelsgrupper samt miljömärkning av livsmedel.

### 2.1 Hållbar utveckling internationellt

Hållbar utveckling definieras av Brundtlandkommissionens FN-rapport 1987 "Vår gemensamma framtid" enligt följande: "Hållbar utveckling, en utveckling som tillgodoser dagens behov utan att för den skull begränsa kommande generationers möjlighet till utveckling". Agenda 21<sup>2</sup>, handlingsprogrammet från Riokonferensen 1992, slår fast att en hållbar samhällsutveckling bör präglas av tre samverkande dimensioner: den sociala, den ekonomiska och den ekologiska. Förutsättningarna för en hållbar konsumtion utgörs av följande sju basala funktioner:

1. Ständig resurseffektivisering (alla varor skall produceras, distribueras, konsumeras och i tillbörlig grad återvinnas på ett så energi- och/eller materialeffektivt sätt som möjligt)
2. Vård av ekosystemets produktionsförmåga (jordar, vatten, skogar, luft mm)
3. Minimering av och på sikt frihet från miljö- och hälsofarliga kemikalier.
4. Återvinning och på sikt slutna kretslopp för en effektiv hushållning med både ändliga och förnyelsebara resurser.
5. Internationell solidaritet
6. Konsumentens rätt till öppen, saklig och kvalitetssäkrad information om i vilken utsträckning produktionen av varor och tjänster uppfyller punkterna 1-5
7. Konsumentens rätt till prisvärda varor och tjänster som uppfyller punkterna 1-6

Man kan alltså definiera "hållbarhet" i tre dimensioner: ekologiskt (miljömässigt) Socialt (folkhälsa och demokrati) och ekonomiskt. När man för svenska förhållanden försöker ringa in vad som bör menas med *hållbar konsumtion*, är det en poäng att utgå från de miljömål som fastställts av riksdagen i en demokratisk process. Vidare bör man verka för att det inte finns

---

<sup>2</sup> Agenda 21: Under FN:s konferens för miljö och utveckling (UNCED) i Rio de Janeiro i juni 1992 antogs ett handlingsprogram för att skapa en global hållbar utveckling. Handlingsprogrammet döptes till Agenda 21, vilket betyder dagordningen för det 21:a århundradet.

någon konflikt mellan de tre dimensionerna, vilket även var en viktig slutsats vid Riokonferensen. Ytterligare något man bör inse är att ekologisk hållbar utveckling faktiskt är en förutsättning för att uppnå de andra två målen (Edman 2004).

## **2.2 Hållbar livsmedelskonsumtion**

Utifrån de tre dimensionerna (ekonomiska, sociala och ekologiska) kan en hållbar livsmedelskonsumtion enligt Edman (2004) beskrivas enligt följande: Ekonomisk hållbarhet (prisivärda matvaror och långsiktig lönsamhet för jordbruket, fisket och livsmedelsindustrin), Social hållbarhet (välsmakande och högkvalitativa livsmedel samt möjlighet att handla varor från andra länder som främjar social och ekonomisk rättvisa), Ekologisk hållbarhet (produktion med minimal eller obefintlig miljöbelastning).

## **2.3 Hållbar utveckling i Sverige**

Riksdagen i Sverige har år 2005 antagit ett antal nationella miljö kvalitetsmål som skall verka som redskap för vår resa mot ett hållbart land. Målen har vuxit fram ur ett samarbete mellan förtroendevalda, myndigheter, näringsliv och miljöorganisationer. På en generations sikt, kring 2025, skall vi ha löst många av problemen och hunnit en god bit på vägen mot det hållbara samhället. Några av de mål som är intressanta utifrån en livsmedelssyn är bl.a. ingen övergödning, giftfri miljö, ett rikt odlingslandskap och hav i balans. I Sveriges strategi för hållbar utveckling understryks att politiken skall utformas så att den bidrar till en hållbar välfärdsutveckling. Ända från 1998 har politiken omfattats av ett tydligt miljömål med syftet att utveckla sådana konsumtions- och produktionsmönster som minskar påfrestningarna på miljön och som bidrar till en långsiktig hållbar utveckling. Konsumentverket är statens expertorgan i dessa frågor och spelar en viktig roll som kunskapsförsörjare. Sedan flera år tillbaka arbetar de med matens koppling till miljöfrågorna. Hittills har arbetet koncentrerats kring ekologiska livsmedel men man har även tagit hänsyn till ekonomiska aspekter och behovet av att sprida kunskap till de olika aktörerna om vilka frågor som är intressanta för handlarna inom mat- och miljöområdet (Edman 2004).

Efter beslutet i riksdagen 2005 har vissa av delmålen tagits bort eller ändrats, vissa har tillkommit. Ett nytt miljö kvalitetsmål som har lagts till är: Ett rikt växt och djurliv.

I Miljömålsrådets<sup>3</sup> årliga rapport till Svenska regeringen 2006 har en uppföljning av de olika

---

<sup>3</sup> Av regeringen inrättat 2001 för att samordna arbetet mellan myndigheterna och se till att myndigheternas resurser utnyttjas så effektivt som möjligt (Miljömålsrådet, 2006).

delmålen gjorts och man har konstaterat att vissa mål kommer bli svåra att klara av inom utsatt tid. Miljömålsrådet menar att makten ligger hos konsumenten. En förändring i livsstil och konsumtionsmönster är de starkaste positiva faktorerna som kan leda oss mot ett hållbart samhälle. Under ett av de första miljömålen "Miljömålmedveten konsumtion" hävdar Svenska Miljömålsrådet att konsumtionen av mat och dryck har stor miljöpåverkan främst genom hur den produceras, förpackas, lagras och transporteras. Vidare nämns att livsmedelsproduktionens inverkan på den biologiska mångfalden, t.ex. genom utfiskning och övergödning, är stora och viktiga frågor att ta i beaktande när man vill arbeta för en hållbar utveckling. Mycket är dock en balansgång, en upprätthållning av livsmedelsproduktion skapar ett rikt odlingslandskap, något som man också eftersträvar (Miljömålsrådet, 2006).

## **2.4 Livsmedelsförsörjning i Sverige**

En dramatisk förändring har skett i Sverige det senaste halvsekle. Genom effektivisering, centralisering, uppbyggnad av en storskalig livsmedelsindustri och ett avancerat system för distribution har skillnaderna blivit stora mellan det nuvarande systemet för livsmedelsförsörjning och den småskaliga livsmedelsförsörjningen som tidigare var rådande. Antalet mejerier har minskat, från 426 i hela Sverige år 1960 till 52 stycken 1997. Antalet lantbruk, livsmedelsindustrier och mejerier har påtagligt förändrats med tiden (Bergsten m.fl. 2000).

Även antalet grossister och livsmedelsbutiker har blivit färre. Avstånden mellan konsument och producent har ökat. Samtidigt har produktiviteten ökat. En rad olika kritiska händelser i mitten och slutet på 80-talet har gjort att människor ifrågasätter hela det moderna systemet för livsmedelsförsörjning. Exempel på frågor i konsumentdebatten var användningen av kadavermjöl i djurfoder och fusket med vatten i skinkor. Även mattransporter har uppmärksammats såsom nyttan och värdet av att transportera bröd från Norrland till Skåne. Andra aspekter som är intressanta är att maten mer och mer upplevs anonym. Vem har producerat vårt dagliga bröd och hur eller vart kommer den här fläskfilén egentligen ifrån? Som en motvikt till den storskaliga produktionen och de anonyma råvarorna har en mängd projekt på lokal och regional nivå tagit plats och uppmärksammats mer och mer. Syftena med många av projekten är att genom dessa öka tillfällena till direkt kontakt mellan konsumenterna och producenterna. Andra syften till dessa regionala satsningar kan vara att man strävar efter att bevara och utveckla en levande landsbygd. Livskraftiga landsbyggdsföretag ger ökade möjligheter till sysselsättning och inkomster som i sin tur stoppar avfolkningen av glesbygden. Det starkaste argumentet är kanske ändå hänsynen till

miljön. Kortare transportsträckor innebär lägre förbrukning av ändliga energiresurser och i sin tur mindre utsläpp till luft, vatten och mark. Lokal livsmedelsförsörjning framhålls vidare som viktig för att skapa slutna kretslopp där avfallet från produktionen bättre tas tillvara och återförs till jordbruket. I denna debatt har även kritiska röster höjts. Man hävdar exempelvis att volymerna av lokala produkter är för små för att ge garanterad tillgång till inköparna. Distributionssystemen är tvivelaktiga ur miljösynpunkt och hygienförhållandena vid produktionen är otillfredsställande (Bergsten m.fl. 2000).

Närproducerat innebär även att till viss del ta avstånd från saker som vi idag mer eller mindre tar för givet. Ta tomater under vinterhalvåret som ett exempel. Enligt beräkningar utförda vid Sveriges Lantbruksuniversitet krävs det 1,2-1,3 liter olja per kilo växthusodlade tomater. Detta gör att tomaterna energimässigt sett lika gärna kunde flygas in från Kanarieöarna. Slutsatsen vi bör dra från det är att vi i större utsträckning även skall vara beredda att säsonganpassa våra matvanor (Nielsen 1998).

Det kan även vara värt att nämna i detta sammanhang att det är skillnader mellan produktions- och konsumtionsmönster. Konsumtionen är en direkt spegling av vilket sortiment som producenterna och handeln erbjuder. Om produktionsmönstren vore hållbara skulle även en stor del av konsumtionsmönstren vara det. Visst, inom somliga varugrupper kan konsumentkraften bidra med viss påverkan på producenternas beteende och produktutveckling, men i flertalet fall är ändå producenten den bestämmande aktören och konsumenten rättar in sig efter utbudet (Edman 2004).

## **2.5 Hållbar utveckling i Västra Götaland**

Västra Götalandsregionen är en politiskt vald region i Sverige som bildades 1999. En av deras två huvuduppgifter är tillväxt och utveckling, enligt dem själva arbetar de för att för att stärka demokratin, öka konkurrenskraften och utnyttja resurserna mer effektivt (Västra Götalandsregionen, 2007).

Västra Götalandsregionens arbete för ekologisk hållbar utveckling rankade redan från start livsmedelsfrågorna högt. Närproducerat och ekologiskt är prioriterat. En handlingsplan för livsmedelsområdet antogs 2001 av Västra Götalandsregionens miljönämnd som anser att maten är en av de viktigaste frågorna i arbetet med hållbar utveckling. Den revideras 2004. Det övergripande målet är en hållbar livsmedelskedja från produktion till avfallshantering. Aktivt arbetas det bl.a. för att: konsumtion av ekologiska livsmedel skall öka, närproducerade livsmedel ska få ökade möjligheter att nå ut på de lokala marknaderna, öka kunskapen om hela livsmedelskedjans påverkan på miljö och hälsa. Västra Götaland har en bred biologisk



mångfald, floran och faunan är rik och varierad. Det finns allt från spannmålsproduktion till småskalig djurhållning. Västra Götalandsregionen anser att genom att utnyttja den egna regionens utbud, i första hand av ekologiska odlare, bidrar man till en möjlighet att återskapa en biologisk mångfald. Dessutom minskar man utsläpp samt kostnader som härleds till långa transporter och importerade livsmedel. Vidare har Västra Götalandsregionen flera argument för att arbeta med regionala livsmedel: 25 procent av svenska livsmedelsproduktionen sker här, 50 procent av den svenska fiskenäringen finns här, 17 procent är ekologiskt odlad areal. Som mål på vägen har man satt upp delmål, och när dessa är uppfyllda är en ytterligare utveckling önskvärd. Exempel på delmål för en ökad ekologisk produktion som sattes upp till 2005 var att 50 procent av nyetableringarna inom frukt- och bärödling skulle vara ekologiska, samt att 10 procent av nöt, lamm och mjölkkor skulle vara ekologiskt hållna. Tanken är sedan att en större del av de ekologiska produkterna skall nå konsumenterna som ekologiska livsmedel. Avgörande för att den ekologiska produktionen ska kunna öka är att konsumenterna efterfrågar ekologiskt producerade produkter samt att det finns miljöersättningar<sup>4</sup> för ekologisk produktion (Västra Götalandsregionen, 2007).

Miljöförvaltningen i Göteborg driver ett aktivt arbete för en bättre miljö och hållbar utveckling. Ett av deras miljömål är ett rikt odlingslandskap. I Göteborgs kommun finns det 5000 hektar jordbruksmark utav denna är ca 17 procent ekologisk. Enligt Miljöförvaltningen ökar även arealen hagmark, främst pga. att det blivit mer och mer populärt att ha får och häst. Det aktiva miljöarbetet i kommunen genomsyras av Agenda 21. Göteborg var tidigt ute med att ställa miljökrav vid inköp. Den s.k. Göteborgsmodellen är en strategi som används för miljöanpassad upphandling. Modellen har väckt internationell uppmärksamhet som ett gott exempel på ett verktyg som kan bidra till hållbar utveckling. Projektet ”Miljömåltider” som startade redan 1998 har som främsta mål att öka andelen ekologiska livsmedel i kommunen (Miljöförvaltningen Göteborg, 2007).

### **2.5.1 Övriga aktörer**

Västsvensk Mersmak startades år 2000 av Västsvenska Turistrådet i syfte att vidareutveckla det västsvenska köket samt utveckla samarbetet mellan restauranger och råvaruproducenter. Föreningen strävar efter att berika turister och regioninvånare med varierade och lokala

---

<sup>4</sup> Miljöersättning innebär ett åtagande där jordbrukaren skall sköta marken och djuren enligt de villkor som gäller för den sökta ersättningen. Jordbruksverket betalar ut miljöersättningen (Svenska Jordbruksverket, 2007)

matupplevelser. År 2007 fanns trettio restauranger som var certifierade av Västsvensk Mersmak och ett samarbete med flertalet mindre lokala livsmedelsproducenter i regionen, allt från kött och fisk till bär, saft och sylt.

Projektet som finansieras genom regionala pengar, avsatta för utveckling och turism inom regionen och utav restaurangerna själva, arbetar med att marknadsföra Västsverige till turister genom maten. För att bli certifierad som restaurang av Västsvensk Mersmak skall man uppfylla vissa krav. Utbildningsprogrammet som de anslutna restaurangerna får gå igenom är ett program bestående av bland annat följande tema: lokalt producerade råvaror, lokala mattraditioner och miljöansvar (Västsvenska Turistrådet, 2007).

På våren 2007 kommer det att startas ett nyetablerat livsmedelscentrum i Västra Götaland, som dotterbolag till Livsmedel i Väst<sup>5</sup>. Detta kommer att fungera som resurscentrum för småskaliga livsmedelsproducenter och förädlare i regionen. Syftet är att kunna öka produktionen och förbättra verksamheter i samarbete med bl.a. restaurangnäringen. Man vill lyfta fram den lokala livsmedelproduktionen genom att stärka och skapa försäljningskanaler och marknadsföra det egna utbudet i länet positivt till turister men också uppmärksamma de olika näringsidkarna om produkterna. Man vill också koncentrera sig på problematiken kring restaurangers inköp av de lokala livsmedlen. Detta i sin tur kommer förhoppningsvis att leda till starkare produktionsled och ökad matkultur i regionen (Drotz, 2007).

Peter Drotz<sup>6</sup> beskriver problematiken kring samarbetet med restauranger enligt följande: ”Vad gäller just restauranger är de tyvärr ofta så att de är väldigt intresserade i början men faller av en efter en då de antingen anser att det blir för kostsamt, inte klarar av att arbeta med säsongsbetonade menyer eller att företaget misslyckas med att förmedla budskapet genom hela organisationen”.

## **2.6 Hållbar utveckling inom restaurang**

För en framtida hållbar livsmedelskonsumtion och utveckling i restaurangbranschen finns flera olika aspekter att ta hänsyn till. Det ställs krav från myndigheter, det finns ekonomiska ramar att hålla sig inom, man är beroende av sina leverantörskontakter samtidigt som man ska hålla sig uppdaterad på vad marknaden efterfrågar och vilka kommande trender det finns.

---

<sup>5</sup> Livsmedel i Väst är en ideell förening, bildades 1998. Föreningen verkar för att stärka livsmedelsindustrin i Västsverige (Livsmedel i Väst, 2007).

<sup>6</sup> Drotz, Peter ledare för livsmedelscentrum i Västra Götaland, telefonsamtal den 9 maj 2007.

### **2.6.1 Myndighetskrav**

Miljöförvaltningen bedriver på uppdrag av Miljönämnden tillsyn av livsmedelsverksamheter inom Göteborgs stad. Tillsynen omfattar bland annat rådgivning till restaurangverksamheter, godkännande av livsmedelsanläggningar samt inspektioner. Inspektionerna innebär bland annat kontroll av hygien och hantering i livsmedelsanläggningar samt provtagning av livsmedel. Alla som bedriver verksamhet med livsmedelshantering måste ta hänsyn till och fullfölja de krav som myndigheter ställer. Det är viktigt att konsumenter inte riskerar att bli sjuka av livsmedel från restaurangverksamheter. Det kan handla om farliga bakterier, främmande föremål eller odeklarerade allergiframkallande ämnen. Det är den som driver verksamheten som ansvarar för att livsmedlen är säkra och att gästerna inte luras (redlighet). Därför måste man ha kontroll över sin verksamhet. Kontroll på verksamheten får man genom att bygga upp ett kvalitetssystem för egenkontroll, ett s.k. egenkontrollprogram. Det innebär att man ska gå igenom verksamheten systematiskt, upprätta ett system och följa det för att undvika och begränsa att livsmedel framställs med dålig kvalitet eller gör gästerna sjuka. Detta egenkontrollprogram påverkar vad och hur ett restaurangkök kan köpa in och hantera. Man kan påstå att kökets möjligheter påverkas utifrån kraven på livsmedelshantering. Exempelvis krävs skilda kylenheter för oförpackade livsmedel såsom kött, fisk, grönsaker. Man skall säkra en separat hantering och kylförvaring för kött och fisk. Rotfruktskyl separat samt renseri och ett förrådsutrymme för torrvaror. Endast detaljstyckat kött och färdigrensad fisk får lov att tas in verksamheten/lokalen. Jordiga rotfrukter får inte tas in i lokalen. Dessa riktlinjer och krav inverkar i sin tur på att man redan vid planeringen av restaurangverksamheten måste i stora drag bestämma sig för vilka varor man kommer att hantera i sin lokal. Likaså påverkar det valet av leverantör då det som tidigare nämnt finns restriktioner för hur en vara får ”se ut” vid mottagning. Ett egenkontrollprogram i restaurangen syftar till att ständigt förbättra verksamheten och öka medvetenheten om hantering av de olika livsmedlen. I kontrollprogrammet, som man skapat efter produktansvarslagen, arbetar man även med kartläggning av hela kedjan som livsmedlet gått igenom. Detta för att kunna spåra ursprunget om något går snett (Miljöförvaltningen, 2007).

### **2.6.2 Ekonomi**

Varje restaurangverksamhet strävar efter lönsamhet och har ofta ekonomiska referensramar eller en budget att arbeta utifrån. En köksmästare skall styra köksarbetet, och restaurangchefen skall styra matsalsarbetet utifrån en given budget. Som gemensamt syfte har

man att hålla budgeten men samtidigt klara av att tillfredsställa och attrahera sina gäster. Man vill sälja produkter som attraherar den valda målgruppen till ett attraktivt pris. Ekström, Fagerfjäll & Jansson (2006) menar att svårighet som finns i alla affärsverksamheter är att sätta rätt försäljningsprispris och en annan svårighet är att veta vilken volym som man kan räkna med. En restaurangmeny kan ses som verksamhetens kärna och bör vara dels anpassad för målgruppen, harmoniera med konceptet och läget på restaurangen men även bygga på en prissättning som skapar lönsamhet och samtidigt håller sig inom givna ekonomiska ramar. Likaså måste utbudet vara konkurrenskraftigt gentemot konkurrenterna. Råvarorna är byggmaterialet i en meny och det pågår ständigt ett letande efter bättre och mer prisvärda råvaror för att möta efterfrågan och överträffa konkurrenterna. Som företag krävs att man tänker framåt i tiden, skapar nya varor och tjänster så att den framtida försäljningen säkras. Försäljningspriset är ett viktigt konkurrensmedel när det gäller att påverka försäljningsvolymen. Dels bör man ta hänsyn till konkurrenternas priser men också deras utbud. Likaså styrs prissättning av kundens villighet att betala för vissa produkter och efterfrågan på den valda produkten. Inköpspris för inköpta varor påverkar direkt priset på menyn vilket man måste ta hänsyn till vid inköpsplanering och vid val av leverantör. Genom att planera sina inköp vid menyplanering, styr köksmästaren kökets lönsamhet. Därmed kan man säga att köksmästaren är beroende av sin budget men också av de priser som finns på marknaden, samt de priser som leverantörer och grossister tar för sina produkter. I ett kök råder ett ekonomiskt tänkande, man vill undvika svinn genom att producera största möjliga mängd mat av högsta möjliga kvalité för så lite kostnader som möjligt. Detta ekonomiska tänkande börjar redan vid inköp av råvarorna och fortsätter vid beredning och tillagning. För att verksamheterna idag skall kunna arbeta mot hållbara livsmedelsinköp krävs det att ekologiska och närproducerade råvaror håller konkurrenskraftiga priser och samma kvalitet gentemot de konventionella (Andersson, Ekström & Gabrielsson, 2004).

### **2.6.3 Leverantörer**

En restaurang är beroende av flertal leverantörer och grossister av olika slag. Man kan välja att arbeta med flertalet mindre mer specialiserade leverantörer alternativt en större heltäckande grossist. Många restauranger väljer att kombinera dessa alternativ och kanske t.o.m. införskaffar en del varor på egen hand. Oavsett vilka sätt man väljer, är det ett pussel att sätta ihop ett nät av leverantörer så att varuflödet fungerar smärtfritt.

Enligt Niklas Olausson<sup>7</sup> är anledningarna till att välja en viss leverantör flera. Priserna kan vara avgörande vid valet av leverantör likaså kan andra faktorer spela in som exempelvis vilket sortiment leverantören har och hur leveranssäkerheten och servicenivån är. Vidare är tillgång av varor året runt ofta en avgörande faktor. Vad gäller färskvaror såsom kött, fisk och grönsaker styrs man av säsongsutbudet. Man vill som beställare ha en trygghet av sin leverantör, en garanti att varorna finns i önskad volym under den period man behöver dem. Likaså vill man kunna bestämma över hur ofta varorna skall levereras för att styra över sitt eget varulager.

En av de viktigaste egenskaperna som en kund värdesätter hos en leverantör är pålitlighet. För kunden har pålitlighet tre olika men lika viktiga betydelser. För det första står det för att alltid finnas till hands, för det andra att alltid ha rätt kompetens tillgänglig och för det tredje att aldrig svika ett åtagande (Sternhufvud, 1998).

En beställare kan ställa mycket krav på sin leverantör och kan påverka en leverantör inte minst genom att efterfråga nya produkter. Från sitt håll kan leverantörer påverka beställaren genom att erbjuda vissa produkter för förmånligare priser. Detta leder till att ju mer konkurrenskraftiga ekologiska och närproducerade produkter som finns på marknaden, desto lättare blir det för beställaren att arbeta mot hållbara livsmedelsinköp. Edman (2004) menar att inom somliga varugrupper kan ”konsumentkraften” bidra med viss påverkan på producenternas beteende och produktutveckling men i många fall är producenterna ”kungar” och konsumenterna ”pristagare” på en oligopolliknande marknad. I en globaliserad ekonomi blir det därmed allt viktigare att stat, kommuner och enskilda konsumenter så långt som möjligt försöker påverka och stimulera utbudet av hållbara varor och tjänster.

#### **2.6.4 Trender, efterfrågan och marknad**

Restaurangen påverkas av olika faktorer i dess mikromiljö<sup>8</sup>, dels av leverantörer och konkurrenter men också av kunder och deras rådande opinioner. Inför framtiden måste man vara beredd på ökad internationalisering och bättre teknologi. Detta i sin tur medför ökad kunskap och medvetenhet bland gästerna. Förväntningarna stiger och kraven från gästen blir högre (Kotler m.fl. 2005).

Begreppet kvalité bör definieras närmare. Det räcker inte med att maten smakar gott eller att

---

<sup>7</sup> Olausson, Niklas. Aroma Frukt & Grönt Göteborg, muntliga uppgifter den 7 maj 2007

<sup>8</sup> Mikromiljö består av de krafterna närmast ett företag som påverkar dess förmåga att betjäna sina kunder exempelvis leverantörerna, kunderna och konkurrenterna.

den är prisvärd. Man måste också kunna följa med trenden att veta var den producerats och vilka konsekvenser dess produktion har gett. Trenden att handla ekologiskt har ökat mer på det senaste decenniet, men också med skiftande resultat. Attityder för ekologiskt producerat kan sägas vara mycket bra medan konsumentens köpbeteende påvisar att man inte alltid följer den tanken. De som producerar mot gästen i en restaurangverksamhet bär också ett solidariskt ansvar inför samhället och är ansvariga för den utveckling och de trender som gäller. Ett arbete i en restaurang mot miljömål och användning av ekologiska livsmedel kan förhoppningsvis öka medvetenheten och bidra till en positiv inställning mot ekologisk mat. Därmed kan man säga att restaurangerna i sig är ansvariga för hållbara livsmedelsinköp i samhället. Likaså som efterfrågan kan styra det som säljs i restaurangerna idag, kan utbudet påverka konsumenten och bidra till positiv hållbar utveckling (Formas, 2003).

## **2.7 Ekologiska livsmedel**

### **2.7.1 Det konventionella och det ekologiska jordbruket**

Målet för EU:s jordbrukspolitik, att säkra Europas livsmedelsproduktion, utformades efter andra världskriget. Bidragssystemen i jordbrukspolitiken har lett till stor överproduktion av livsmedel, vilket i sin tur har lett till att fattiga länder har svårt att konkurrera med de EU-subsventionerade produkterna på världsmarknaden. Flera reformer har prövats för att få bukt med problemen. Lagren med överskottsprodukter försvann mer eller mindre i början på 90-talet. Kraven på bättre djurhållning, renare miljö och säkrare livsmedel har stegvis skärpts. Kostnaden för jordbruksstödet har också minskat, från tidigare två tredjedelar till drygt 40 procent av EU-budgeten. Jordbrukspolitiken är helt och hållet gemensam för alla EU-länder och europaparlamentet har ett begränsat inflytande över jordbruksfrågorna. De kommande åren väntas flera EU-länder ställa nya krav på att kostnaderna skall minskas och att delar av jordbruksstödet skall styras över till åtgärder för att skydda miljön. När lantbrukarna inte längre får bidrag för att exempelvis hålla mjölkkor eller odla spannmål, är förhoppningarna att produktionen istället skall styras av marknadens krav, det vill säga det som konsumenterna efterfrågar är det som kommer att produceras (Kommittén för EU-debatt, 2007).

Det svenska lantbrukets avkastning har fördubblats under de senaste 50 åren. Men det finns en baksida på medaljen. Lantbruket är beroende av fossil energi och släpper ut växthusgaser. I debatten kring konventionellt kontra ekologiskt jordbruk hävdas att grund- och ytvattnet blir förorenat på ett oacceptabelt sätt och att djuren inte alltid mår bra. Mycket forskning pågår idag för att hitta vägar som förenar hög produktion av säkra livsmedel med god miljö och

välfärd för djuren. Man kan fråga sig om det ekologiska lantbruket är ekologiskt och det konventionella är icke-ekologiskt? Nej, här är det viktigt att komma ihåg att allt lantbruk, även det konventionella, är beroende av att exempelvis organismer i marken frigör näring från skörderester och djurrester så att växterna kan ta upp den. De flesta konventionella lantbruk försöker idag minimera behovet av kemiska bekämpningsmedel. Men det ekologiska lantbruket är den odlingsform som främst strävar mot långsiktig hållbarhet. Jordbruksverket och Skog- och jordbrukets forskningsråd har i samarbete med IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) utarbetat en definition och målsättning för det ekologiska lantbruket. Definitionen bygger på att grunden för det ekologiska lantbruket skall vara en omsorg om naturens grundläggande funktioner och innefatta tanken om global solidaritet. Målsättningen är också att bedriva en långsiktig hållbar, och ur konsumentens synvinkel, förtroendeingivande produktion av livsmedel. Det är hur man vill uppnå målen som skiljer odlingsformerna åt. Med andra ord kan man säga att det i första hand handlar om vilka medel som får användas, med medel syftar man då främst på användningen av eller inte användningen av handelsgödsel<sup>9</sup>. Om man ska använda handelsgödsel eller ej, är en berättigad fråga, eftersom man inom KRAV, den organisation som mest förespråkar miljöfördelar med ekologisk odling, menar att det skulle vara självklart att miljön mår bra av att det ekologiska jordbruket inte använder konstgödsel (Formas, 2003).

I sammanhanget bör nämnas att det redan finns ett ekonomiskt styrmedel som syftar till minskad användning av handelsgödsel. Enligt lag (1984:409) om skatt på gödselmedel är tillverkare och importörer skyldiga att betala en avgift för varje kilo kväve som gödslet innehåller. Lagen anses dock ha haft en begränsad effekt på användningen av handelsgödsel i jordbruket (Lundin & Eriksson, 2005).

### **2.7.2 Ekologisk odling**

Ekologi är läran om samspelet mellan organismerna och deras miljö där respekt för naturen är den grundläggande tanken. Enligt Konsumentverket innebär ekologisk odling att bedriva jordbruk i samspel med naturen. Man nyttjar och stimulerar naturliga processer och ersätter användningen av kemiska insatsmedel. I en ekologisk produktion får man inte använda varken handelsgödsel eller kemiska bekämpningsmedel. Ekologiska lantbrukare använder bara gödsel från djur och istället för kemiska bekämpningsmedel använder man naturliga medel som såpvatten för att ta bort ogräs och ohyra samt även mekanisk bearbetning.

---

<sup>9</sup> Handelsgödsel eller konstgödsel är industriellt framställda gödselmedel.

Djuren äter ekologiskt odlat foder och ges möjlighet att få utlopp för sina naturliga instinkter, de kan röra sig både ute och inne. Läkemedel för djur t.ex. antibiotika, används i så liten utsträckning som möjligt, om ett djur får läkemedel finns det regler som säger att man måste vänta en viss tid innan djuret slaktas. Genmodifierade organismer (GMO) är inte tillåtet. Ett genmodifierat livsmedel är ett livsmedel där man använt genteknik för att ändra dess arvs massa. De ekologiska livsmedlen innehåller inga tillsatsmedel, varken för färg, arom eller konservering (Konsumentverket, 2007).

År 2005 praktiserades certifierade ekologiska odlingar av mer än en miljon bönder på cirka 25 miljoner hektar i hela världen. Det finns även många bönder som har en medveten ekologisk odling utan att vara certifierade, både i syd- och nordländer. Dessutom finns det på många platser i världen odlingar som bedrivs traditionellt, många sådana system är ekologiskt anpassade, de använder inga utifrån inkommande insatsmedel och anses vara ekologiskt uthålliga. Ekologisk odling i sig är inget gammaldags odlingssystem utan handlar om ett förhållningssätt till naturen, en insikt, om att vi egentligen inte ”producerar” något, utan att vi förvaltar och kombinerar naturresurser på ett sätt som ger oss det vi direkt behöver, i form av föda, och samtidigt skapar uthålliga system dvs. kretslopp (Källander & Ögren, 2005).

### **2.7.3 Utvecklingen för ekologiska livsmedel**

Produktion och konsumtion av ekologiskt producerade livsmedel har ökat kraftigt de senaste tio åren. I Sverige ökade exempelvis antalet KRAV-godkända produkter från 1141 till 3664 artiklar mellan åren 1996 till 2001.

Furemar (2004) har i en studie av Livsmedelsekonomiska institutet gjort en prisjämförelse mellan ett ekologiskt producerat livsmedel och samma konventionellt framställda produkt. Studien gjordes mellan fem europeiska länder och mellan fem ”vanliga” livsmedel (morot, äpple, vetemjöl, nötkött och ägg). Nu var denna studie i första hand gjord för att se på prisskillnader mellan de olika länderna men man kan utläsa informationen som enbart berör Sverige: vad gäller de odlade produkterna blir avkastningen ofta något lägre (då inga kemiska bekämpningsmedel är tillåtna) därav blir prisbilden ofta även något högre samt i vissa fall kvaliteten något lägre än i ett konventionellt motsvarande livsmedel. Kostnaderna är alltså kopplade till särdrag eller regler för ekologisk produktion. I uppsamlings- och grossistledet är det främst behov av att hålla de ekologiska produkterna separerade från de konventionella som leder till högre kostnader. Av studien framgår även att mindre uppsamlings- och förpackningsföretag ibland har sämre lagringsmöjligheter, vilket leder till kvalitetsproblem. I vissa fall kan till och med den ekologiska distributionskedjan, t.ex. på grund av färre



uppsamlingsställen, bidra till högre kostnader. Sammanfattningsvis är merkostnaderna kopplade till särhållning. Dessa kostnader kan antas sjunka om marknadsandelen för ekologiska produkter ökade. Större volymer skulle leda till effektivare transporter och hantering. En ekologiskt odlad produkt kan även i vissa fall vara mer arbetsintensiv, vilket i sin tur leder till högre arbetskostnader. Vad gäller nötkött är de högre kostnaderna sammanbundna med att det foder som ekologisk djurhållning kräver är dyrare i inköp samt att djuren har en lägre slaktvikt (Furemar, 2004).

Ekologiska Lantbrukarna har gjort en sammanställning av försäljning, volymer och trender för ekologisk mat fram till och med 2005. Enligt den är marknaden för ekologiska produkter under fortsatt tillväxt, exempelvis ökade ekologiskt nötkött med 30 procent år 2005. En något lägre tillväxttakt återfinns bland mejerierna som ökade sin invägning av ekologisk mjölk med 3 procent under 2004. Frukt och grönt visade däremot en svag tillbakagång. Samtidigt som marknaden generellt visar positiva siffror om man ser till volymer och omsättning, har prisbilden för producenterna varit betydligt mer varierande. Vad gäller alla livsmedel men kanske i synnerhet ekologiska livsmedel är både volymer och priser viktiga i ett sammanhang där marknadsutvecklingen diskuteras (Ekologiska Lantbrukarna, 2007).

#### **2.7.4 Kolonialvaror**

Av det totala sortimentet av livsmedel i ett restaurangkök omfattar en stor del kolonialvaror eller så kallade torrvaror. En del av dessa är spannmålsprodukter såsom mjöl, bröd, bönor mm. Resten kan innefatta produkter såsom konserver, kryddor, oljor, kakao, salt, socker mm. Vissa sådana produkter är främmande för svensk odling, och måste importeras. Såvida sådana produkter odlas ekologiskt kan bara producenten och reglerna i importlandet styra. De svenska produkterna kan märkas med antingen ekologiskt, KRAV eller Svensk Sigill. Stor del (60 procent) av de svenska odlingarna är spannmål. År 2005 odlades totalt 140 000 ton ekologiskt spannmål i Sverige, en minskning på 35 000 ton från året innan. Därmed täckte ekologiska odlingarna 5,2 procent av den totala odlingsarealen. Cirka två tredjedelar av spannmålen stannar på gårdarna eller går till mellangårdshandeln där det används till foder. En tredjedel av spannmålen säljs på marknaden. Huvuddelen av spannmål på marknaden går dock på export till länder såsom Storbritannien, USA och Tyskland. Det finns dock utvecklingsmöjligheter på hemmamarknaden. För att marknaden för ekologisk spannmål ska förbättras ytterligare, krävs bland annat en vidareutveckling av hemmamarknaden för spannmålsbaserade ekologiska livsmedel. Marknaden har under en längre tid efterfrågat ekologiskt bröd, pasta, lättöl mm och det är också de varor som man kan hitta som

ekologiska. Det finns företag som ser potentialen hos de ekologiska livsmedlen, som ett exempel kan nämnas det nybildade företaget Vegolia (ägt av Svenska Lantmännen) sedan de startade verksamheten fick produktionen av ekologisk rapsolja en ordentlig skjuts uppåt. Ett annat exempel som i högsta grad är relevant för restaurangbranschen är att både Åbro Bryggeri och Kopparbergs Bryggeri producerar ekologiskt öl (Ekologiska Lantbrukarna, 2007).

### **2.7.5 Frukt & grönt**

Enligt Svenska Lantmännen (2007) såldes under 2004 de svenskodlade lagerprodukterna, såsom lök, potatis och morötter, slut tidigt under året (samma sak skedde år 2003).

Lagervolymer var begränsade delvis som en följd av låg skörd föregående år. Bristen på produkter resulterade i import under året på dessa traditionellt svenskodlade produkter. Under hösten 2004 utlöstes en stark prispress, bland annat på grund av marknadens lågprisfokus. Sänkta priser på konventionella varor gjorde att prisskillnaden mellan konventionellt och ekologiskt blev så stor att efterfrågan på ekologiska varor minskade. Samtidigt valde odlarna att hålla produkterna i lager i väntan på bättre priser. För de icke-lagringsbara produkterna såsom gurka, tomat och sallad, fortsatte importen att sätta press på priserna under 2004.

En mycket stor del av de ekologiska frukterna och grönsakerna som säljs i Sverige är importerade. Under 2003 stod importen för ca 45 procent av den totala försäljningen av ekologiska grönsaker och svamp och för ca 89 procent av den totala försäljningen av frukt och bär. Ekologiska bananer är den enskilt största importprodukten. Den stora importen beror delvis på att en del grönsaker och frukt inte lämpar sig för att odlas i Sverige. Importen säkerställer även en jämn tillgång på ett brett sortiment året om. En utökad svensk produktion borde dock kunna minska importberoendet, inte minst på de produkter där det finns utmärkta förhållanden för odling i Sverige. För att försäljningen av ekologiska grönsaker skall fungera krävs en fungerande logistik. Det måste finnas kontinuitet i varuflödet, och utbudet skall vara fräscht. Många odlare av ekologisk frukt och grönt i Sverige är relativt små, vilket ställer höga krav på koordinering. Små mängder frukt och grönt från många olika ställen och som dessutom finns tillgängliga endast under vissa perioder av året, ska kombineras till ett intressant utbud som klarar efterfrågan. För att transportkostnaderna inte ska bli för höga krävs oftast att ett antal pallar ska kunna levereras på samma gång. Samtidigt finns det många kunder som kanske gärna vill beställa mindre mängder ekologisk frukt och grönt.

Priserna på frukt och grönt skiljer sig bland annat åt i relation till skördeperioder och lagerhållningstider. Lagringsbara produkter har ett något mer stabilt pris med tanke på att

lagringen fungerar som en buffert för svängningarna mellan tillgång och efterfrågan. Jämfört med konventionellt odlade frukt och grönsaker varierar prisskillnaden på mellan ca 10 procent och 150 procent beroende på produkt. Merbetalningen är nödvändig för att täcka upp en lägre skörd och högre kostnader för ogräsbekämpning, växtskydd, växtnäring och utsäde, allt för att hålla odlingarna fria från konstgödsel och kemiska bekämpningsmedel och för att upprätthålla en sund markanvändning (Svenska Lantmännen 2007).

### **2.7.6 Kött**

I Sverige konsumerades det totalt 674 miljoner kg gris-, nöt- och lammkött år 2006. Mest går det åt griskött 35 kg per person/år. Detta följs av nötkött ca 26 kg per person/år och minst äter vi lammkött endast 1,3 kg per person/år. Totalt produceras det 479 miljoner kilo gris-, nöt- och lammkött 2006, det innebär att vi inte är självförsörjande vad gäller kött i Sverige (Svensk köttinformation 2007). Hela 46 procent av det kött som säljs i Sverige är importerat och denna siffra har ökat kraftigt från tidigare år. Danmark är den största grisköttsexportören och Irland den största nötköttsexportören i Sverige. Brasiliens nötköttsexport till Sverige är relativt liten men snabbt växande. Idag utgör den 4 procent av den totala konsumtionen av nötkött i Sverige. I diskussionen kring importerat kött kontra egenproducerat kött bör man ta hänsyn till miljöeffekterna som skiljer sig åt mellan dessa två. Val av svenskt kött istället för det importerade kan få både positiva och negativa miljöeffekter. De positiva miljöeffekterna är biologisk mångfald i betesmarker och ett öppet varierat landskap i skogsbygder tack vare nötkött. De negativa miljöeffekterna kan bland annat vara övergödning. Däremot kött som importerats till Sverige från exempelvis Brasilien och som transporteras långa sträckor (ponera att det transporteras 150 mil med lastbil och sedan 1200 mil med båt) innebär endast hälften av den energiförbrukning mot vad konventionellt producerat svenskt nötkött skulle göra. Samtidigt kan även importköttet ha negativa miljöeffekter i de länder som omvandlar naturliga ekosystem till produktionslandskap (Naturvårdsverket, 2007).

Av den totala produktionen av svenskt kött är ekologiskt bara en bråkdel än så länge men antalet slaktade KRAV-godkända djur har ökat<sup>10</sup> jämfört med föregående år, enligt Swedish Meats, som hanterar ca 90 procent av den ekologiska slakten i Sverige. Försäljningen av ekologiskt nötkött steg samtidigt med 30 procent, vilket har resulterat i att en större andel av slaktkropparna når marknaden som ekologisk vara men fortfarande säljs många KRAV godkända djur idag som konventionellt slaktat kött. Ett ekonomiskt problem som finns kring

---

<sup>10</sup> Slaktökning av ekologiska nötdjur 8 procent, grisar 2 procent

ekologiskt kött är att hela slaktkroppen inte alltid kan säljas som ekologisk då det ännu inte finns en upparbetad marknad för annat än de ädla delarna såsom filén, entrecoten osv. Vid sidan av de större volymerna ekologiskt kött som hanteras av framför allt Swedish Meats har det även tagits en hel del lokala och regionala initiativ för att öka andelen ekologiskt kött på marknaden. Exempelvis Kaprifolkött som har som affärsidé att kombinera mervärdet landskapsvård (naturbeteskött) med mervärdet ekologiskt (Svenska Lantmännen, 2007).

### **2.7.7 Mejeri**

Enligt Ekologiska Lantbrukarna (2006) är det idag mejeriprodukterna som toppar listan över försäljningsvärden av ekologiska produkter. Ekologisk mjölk är en av de få ekologiska produkter som når ut på marknaden i bred skala. Ungefär 20 procent av den ekologiska dryckesmjölken säljs till restaurang och storhushåll (av denna volym levereras ungefär hälften till skolor). För att utöka försäljning ytterligare kommer det att behövas en breddning av produktutbudet; fler ekologiska ostar, ekologisk crème fraîche m.m. men det kommer även att behövas en utökad kundkrets, särskilt bland offentliga storhushåll, restauranger och livsmedelindustrin. För att nå storhushållen och restaurangerna krävs också att mejeriindustrin mer börjar arbeta med särskilda produktanpassningar. De flesta produkterna kommer idag i konsumentförpackningar vilket betyder att de inte är anpassade för storhushåll eller restauranger, de är små och medför onödiga emballage. En övergång till ekologisk mjölk ligger ofta nära till hands som en enkel men väl synlig åtgärd där merkostnaderna är relativt begränsade, kanske därav den stora marknadsandelen. Hela 33,5 procent av det totala försäljningsvärdet i grossistled av KRAV-godkända förädlade och återcertifierade produkter genereras av mejerivaror (Ekologiska Lantbrukarna, 2006).

### **2.7. 8 Fisk**

De senaste åren har det rapporterats om utfiskning av viktiga fiskarter såsom torsk, hälleflundra och tonfisk. Enligt KRAV (2007) håller 60 procent av världens fiskevatten på att bli utfiskade. Viktiga arter håller på att försvinna. Ett annat problem är bifångsterna som hamnar i näten eller kastas tillbaka i havet. Många utrotningshotade arter blir till offer för fiskeriet, såsom fåglar, sälar och hajar. Fisket påverkar också miljön och näringskedjan. Bottentrålningen ger upphov till stora skador i havsbottnarna och de organismer som lever där. Djur, växter och koraller och sediment förstörs. Största problemet är stora industriländers rovdrift som riskerar att fattigare länders fiskare blir utan fångst. Det gäller att bidra till fiske i de egna vattnen och veta varifrån fisken kommer menar KRAV. Ett av sätten är att bedriva

vattenbruk, att odla fisk för egen konsumtion i det egna landet. Problem med fiskodlingarna är dock att hitta lämpligt fiskfoder och miljöfrågorna såsom foderrester och avföring i odlingsvattnet. Dessa svårigheter har gjort det problematiskt att uppfylla kraven för ekologisk eller KRAV-odling. Sveriges utbud av ekologiskt odlad fisk på marknaden är mycket liten. KRAV-märkt odlad fisk finns att köpa ibland men i en mycket liten mängd. Ekologiskt odlad lax finns ute i butikerna och föds upp i Norge. Föreningen KRAV har förhoppningar för ett bredare utbud så fort ett regelsystem tillkommer. Dessa regler ska ge ramar för ett fiske som inte minskar bestånden och inte skadar ekosystemen. Miljömärkt fisk ska kunna ge garanti varifrån fisken kommer, minimera onödig fångst av för små fiskar och sjöfågel och minimera utsläppen från fiskefartygen. Beståndsbedömning kommer att vara en kärnfråga (KRAV, 2007).

WWF arbetar också för ett hållbart fiske och hållbar konsumtion. De ger ut en s.k. konsumentguide som skall vara vägvisande för bra val av fisk och skaldjur. WWF menar att när fisken i våra egna vatten börjar ta slut byter man ut dem mot fiskar från andra delar av världen. Denna importen av fisk och skaldjur har nästan fördubblats de senaste åren och flera av de exotiska arterna är hotade. De importerade fiskarna ersätter de svenska utbudet när bestånden av bland annat torsk minskar, problemet är dock enligt WWF att även många av dessa importerade arter är utrotningsartade. Resultatet blir att man flyttar problemet med utfiskning, svartfiske och bifångster till andra delar av världen. Man efterlyser en tydlig märkning av fisk som gör det möjligt att spåra den från fiskebåten till butiken (WWF, 2007). Ett nytt märke som kommer att synas på den svenska marknaden framöver är MSC (Marine Stewardship Council) detta är en konsumentproduktmärkning (Svensk Fisk, 2007).

Hållbart fiske är en målsättning för svensk fiskenäring, inte bara vad gäller havets resurser utan också för kustens karaktär och kultur. Sveriges fiskare är beroende av ett långsiktigt hållbart uttag av bestånden för att bevara sin egen yrkesgrupp till nästa generation. Det svenska fisket kontrolleras i flera led (loggböcker, satellitövervakning, transportdokument och livsmedelskontroll) för att vara säkra på att man tryggar bestånden (Sveriges Fiskares Riksförbund, 2007).

Svensk Fisk (2007) anser att det är viktigt att man som konsument stödjer det inhemska fisket, dels bidrar man ekonomiskt till den egna marknaden dels stödjer man inte fisket i de länder där överfiskning och rovdrift pågår .

## **2.8 Närproducerade livsmedel**

Närproducerat, regionalt, lokalt eller småskaligt är enligt Bergsten *m.fl.* (2000) termer och benämningar som idag används flitigt för att beskriva att livsmedlen som används ursprungligen kommer från nära håll i den egna regionen. De flesta av oss har en egen uppfattning om vad det innebär och begreppen har troligen även olika innebörd för olika människor beroende på vad utgångspunkten är. I mer befolkningstäta delar av landet avses mindre geografiska områden än i glesare befolkade områden där ”lokalt” avser större geografiska områden. I Norrland anses ofta 30-40 mil vara ”lokalt” medan man t.ex. i Västergötland ser kommungränsen som knivskarp gräns för vad som räknas som lokalt. Typen av produkter och befolkningstätheten är andra faktorer som påverkar hur stort det lokala området anses vara (Bergsten *mfl.*, 2000).

Det finns alltså inget officiellt mått som anger inom vilket område ett livsmedel kan transporteras men Livsmedels Sverige definierar ”lokalt” och ”regionalt” enligt följande: Lokal mat: där såväl produktion som konsumtion sker inom ett begränsat område och avsändaren är tydlig. Regional mat: mat med tydlig avsändare med anknytning till det regionala ”köket” (Sveriges Lantbruksuniversitet, 2007).

### **2.8.1 Vad talar för närproducerat?**

En stor andel av de livsmedel vi konsumerar i Sverige importeras. Enligt en studie av Naturvårdsverket, ”Att äta för en bättre miljö”, är energianvändningen och utsläpp från transporter som forslar alla de livsmedel som importeras till Sverige, lika stor som energianvändningen för samtliga livsmedelstransporter med lastbil inom Sverige.

Vad gäller odlingen av avsalugrödor (grödor till försäljning) har ett antal aspekter på denna diskuterats både av media, frivilliga organisationer och av forskare. Det är främst användningen av bekämpningsmedel inom konventionell odling och inverkan på orörda ekosystem som lyfts fram. Ett exempel är användningen av pesticider för att odla frukt och grönt i sydliga länder. Gränsvärdena överskrids inte sällan och stoppas ofta vid ankomsten till länder i de rika delarna av världen. I vårt land är det Livsmedelsverket som står för kontrollen av importerade livsmedel. Under 2000 tog man prover från 3 300 sändningar. I 69 av dem fanns rester av bekämpningsmedel över de nivåer som anses tolerabla (Carlsson-Kanyama & Engström, 2003).

## **2.9 Biodynamisk odling**

Biodynamiskt jordbruk är en form av ekologisk odling som grundar sig på antroposofin.

Man utgår från kretsloppstänkande och strävar efter att skapa fullständiga kretslopp i liten skala. Man arbetar med att bygga upp och stärka de ekologiska systemen i jorden.

Kompostering och vallodling är viktiga metoder. De speciella biodynamiska preparaten som används av alla biodynamiker sägs stärka växten i sin utveckling för att uppnå optimal näringskvalité, utveckla jorden och dess produktionsförmåga. Exempel på dessa preparat kan vara specialkomposterat kogödsel och pulveriserat kvarts, så kallad fältpreparat (Svenska Demeterförbundet, 2007).

## **2.10 Certifieringar på Svenska marknaden**

### **2.10.1 Krav**

Föreningen KRAV är en ekonomisk förening som arbetar för en ökad ekologisk odling, djurhållning och produktion sedan 1985. Det är ett certifieringsorgan av ekologiska produkter.

Deras verksamhetsidé är att verka för en hållbar utveckling genom att ta fram regler för ekologisk produktion, kontrollera att de efterlevs och informera om KRAV-märket.

Produktionsdelar som kontrolleras är produktionshjälpmedel, förädling, lagring och distribution. De produkter som säljs i marknaden under detta märke skall med hög trovärdighet vara kontrollerade ekologiska produkter som står för bra miljö, god djuromsorg, god hälsa samt socialt ansvar. KRAV-märkning har uppsatta regler inom både miljö och djuromsorg exempel på dessa är att inga bekämpningsmedel eller konstgödsel får användas vid odling. Vad gäller djuromsorgen skall djuren enbart utfodras med ekologiskt foder, vara frigående och slakten skall ske lugnt och värdigt.

KRAV är godkänt som kontrollmyndighet av jordbruksverket sedan 1993 och följer EU:s förordning om ekologisk produktion, utöver sina egna regler. En restaurangverksamhet kan dels använda sig av kravmärkta produkter men även bli kravmärkt som helhet. En kravmärkt lunchrestaurang/storhushåll ska servera minst en KRAV-godkänd rätt per vecka, en à la carteservering skall innefatta minst 2 sådana rätter på menyn. En godkänd rätt ska innehålla 100 procent KRAV-godkända råvaror (Föreningen KRAV, 2007).

### **2.10.2 Demeter**

Svenska Demeterförbundet bildades 1957 och är kontrollorganisation för Biodynamisk odling i Sverige. Den är en ideell konsumentförening som kontrollerar och auktoriserar växtodling, djurhållning, slakterier, butiker, förädlare, grossister och importörer. Även Demeter är

godkänt av Jordbruksverket och följer EU:s allmänna regler vad gäller jordbruk.

Svenska Demeterförbundet är medlem i Internationella Demeterföreningen. Över 20 länder har grundat egna nationella Demeterförbund baserad på de gemensamma internationella riktlinjerna (Svenska Demeterförbundet, 2007).

### **2.10.3 EG kontrollsystem**

2000 införde Europeiska kommissionen en logotyp ”Ekologiskt jordbruk – EG kontrollsystem” som får användas frivilligt av producenter vars system och produkter anses uppfylla bestämmelserna i EU-förordningarna. Syftet är att utveckla marknaden för ekologiskt producerade livsmedel och att förbättra normerna genom att göra dem effektivare, öka insynen och stärka konsumenternas förtroende. Då jordbruket håller på att förvandlas till ekologiskt, fler och fler produkter finns på marknaden med ursprung i olika länder, är det viktigt att de olika länderna följer samma regler. Denna typ av märkning innefattar idag alla sorters livsmedel och kontrollerar hela produktionskedjan, även lagring, bearbetning samt förpackning. Konsumenter som köper produkter med denna logotyp skall bland annat vara säkra på att minst 95 procent av varans ingredienser är ekologiskt producerade (Europeiska kommissionen, 2007).

### **2.10.4 Rättvisemärkt**

Rättvisemärkt är en oberoende produktmärkning som bidrar till bättre arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer. Rättvisemärkt består av en förening och ett bolag. Bolaget ägs av Svenska kyrkan och Landsorganisationen, LO. Föreningen har 29 medlemsorganisationer (Rättvisemärkt, 2007).

En produkt som är märkt med symbolen för Fairtrade/Rättvisemärkt ger garantier för att den är behandlad i enlighet med internationella Fairtrade-kriterier. Märket ger odlare och anställda skäligt betalt för sina varor. Detta i sin tur är anledningen till att dessa certifierade varor kan kosta lite mer än motsvarande produkter som inte är certifierade. De ger också småproducenter och anställda i utvecklingsländer möjlighet att hävda sig inför internationell konkurrens. Rättvisemärkt är den svenska representanten för Fairtrade Labelling Organisations International (FLO), som utvecklar kriterier, utför kontroller samt ger utvecklingsstöd till odlare och anställda i utvecklingsländer. Man måste vara certifierad för att använda märket. Dessutom är 30 procent av producenterna KRAV-märkta och resten certifierade enligt FLO:s miljöstandard. Rättvisemärkt har systerorganisationer i ett tjugotal länder i Europa, Nordamerika, Australien/Nya Zeeland och Japan. Idag finns det ca 270



rättvisemärkta produkter på den svenska marknaden, flera leverantörer kan erbjuda dessa i sitt sortiment. Dessa produkter är huvudsakligen kaffe, te, choklad, kakao, bananer, frukt, juice och glass. Just dessa produkter är inte typiskt svenska livsmedel, men används flitigt på den svenska marknaden (Rättvisemärkt, 2007).

### **2.10.7 Svenskt Sigill**

Svenskt Sigill är ett kvalitetsmärke på livsmedel. Sigill kvalitetssystem AB som driver märkningen är ett dotterbolag till Lantbrukarnas Riksförbund<sup>11</sup>. Syftet är att producera råvaror med känsla för miljön samt med omsorg och ansvar för djur. Man har ett brett fokus på säkra livsmedel och arbetar mot ökad hållbarhet av råvaror och för livskraftigt svenskt jordbruk. Anslutna lantbrukare och odlare kontrolleras regelbundet av ett fristående kontrollorgan. Odlare ansluter sig till så kallad IP, Integrerad Produktion, ett produktionssystem där regler för verksamheten utvecklas av forskare, odlare och förädlare med hänsyn till miljön. Svenskt Sigill tillåter inte odling av genmodifierade växter. Genmodifierade växter får inte heller finnas i livsmedel eller i foder till djur. Svenskt Sigill tillåter ”försiktigt” användning av handelsgödsel och bekämpningsmedel. De vill erbjuda säkra livsmedel genom att tillförsäkra en god omsorg om djur och natur där kunskap och värderingar ska styra utvecklingen. De vill upprätthålla odlingslandskapets och åkermarkens förmåga att producera livsmedel. Samtidigt ska det värnas om den biologiska mångfalden i mark och vatten samt kulturvärden. Svenskt Sigill-märkta livsmedel är alltid av svenskt ursprung (Svenskt Sigill 2007).

---

<sup>11</sup> Lantbrukarnas Riksförbund, LRF, är en intresse- och näringslivsorganisation för alla som äger eller brukar jord och skog, och för deras gemensamma företag inom lantbrukskooperationen (Lantbrukarnas Riksförbund, 2007).

## **2.11 Sammanfattning av bakgrund**

”Hållbarhet” kan definieras i tre dimensioner: ekologiskt, socialt och ekonomiskt. Begreppet hållbar utveckling med livsmedel i fokus tas upp från ett globalt till ett lokalt perspektiv.

Vad gäller svenska förhållanden utgår man från de miljömål regering och riksdag har ställt upp. Även många lokala aktörer arbetar utifrån dessa mål. De olika varugrupperna (mejeri, frukt och grönt, kött, fisk och kolonial) har alla olika utgångspunkter och förutsättningar för att utvecklas som ekologiska livsmedel. Produktionen av ekologiska livsmedel i Sverige har ökat de senaste åren. Livsmedel för hållbar utveckling innefattar även begerpp såsom närproducerat och biodynamiskt.

Det finns flertalet certifieringar på den svenska marknaden som var och en för sig har olika regler och krav. Certifieringarna sträcker sig även utanför den svenska marknaden. Det är ett mångdimensionellt ämne på så sätt att man kan väga för och nackdelarna vad gäller exempelvis import kontra inhemsk produktion mot varandra i miljöbelastningen.

Man anser sig oftast befinna sig i situationen där efterfrågan styr utbudet.

Restaurangerna har själva flera aspekter att ta hänsyn till om de väljer att arbeta med hållbara livsmedel. Priset på varan skall vara rätt, leverantörerna skall klara leverera önskad volym i rätt tid och varan skall passa in i verksamhetens profil samt att det bör finnas en efterfrågan på marknaden.

### **3. Syfte**

Syftet är att undersöka förutsättningarna för hållbara livsmedelsinköp via de traditionella inköpskanalerna för restaurangverksamheter i Göteborg.

#### **3.1 Frågeställningar**

Hur ser utbudet och prisbilden av ekologiska/närproducerade/biodynamiska livsmedel ut hos de marknadsledande leverantörerna i Göteborg?

Klarar dessa att leverera så att efterfrågan och leveranstryggheten säkras?

Blir man bunden till säsong?

Hur är kvalitén (smaken, utseendet och hållbarheten) jämfört med de konventionella livsmedel?

Finns det eventuella svårigheter man måste ta hänsyn till vid inköpsplaneringen av dessa livsmedel?

#### **3.2 Avgränsningar**

Att arbeta ekologiskt/miljövänligt i restaurangbranschen kan och bör omfatta allt från livsmedel till arbetskläder, menymaterial, sophantering och resurshushållning mm.

Om man är intresserad av att arbeta med ett helhetsperspektiv och miljöanpassa hela verksamheten finns flera märkningar/certifieringar/organisationer att ta hjälp ifrån.

Detta examensarbete koncentrerar sig dock enbart på livsmedel. Dels pga. att det skulle bli för omfattande att ta med allt men främst då vi anser att maten är själva hjärtat, det väsentligaste, för en restaurangverksamhet. Avgränsningen är även medvetet vald med tanke på att det idag redan finns utarbetade och goda möjligheter till att arbeta miljöanpassat vad gäller rengöringsmaterial, förbrukningsmaterial och dyl. Det var för oss en större utmaning att titta på själva råvarorna (livsmedlen) och vad det finns för möjligheter via de traditionella grossisterna till att arbeta med ett hållbart livsmedelssortiment. Vi har valt att avgränsa undersökningen till de marknadsledande leverantörerna då de tillsammans täcker en stor del av de livsmedel som idag beställs och brukas av restaurangerna i Göteborg.

I denna undersökning har vi dock ingen möjlighet att intervjua alla leverantörer/grossister på marknaden i Göteborg men vår avgränsning är genomtänkt då de vi valt ut har stora marknadsandelar och är väletablerade leverantörer. Vad vi inte tagit med i undersökningen är valda leverantörers/grossisters utbud vad gäller dryck.

## **4. Metod**

I detta kapitel ingår allt som har med undersökningens genomförande att göra. Kapitlet kommer inte avslutas med en diskussion då diskussionen istället har vävts ihop med val av metod, tillvägagångssätt, urval och analys. Detta för att läsaren enklare skall kunna koppla ihop diskussionen med det stycke den berör.

### **4.1 Val av metod**

Inom samhällsvetenskaperna brukar man skilja mellan två huvudformer av metoder, kvantitativa och kvalitativa metoder (Andersen, 1998). Då det primära syftet i denna undersökning är att återge en helhetsbild och skapa en djupare förståelse kring problemet valdes den kvalitativa metoden. Det användes varken statistik, matematik eller aritmetiska formler, denna typ av data är inte relevant för undersökningen. Kunskapssyftet är primärt en ökad förståelse, inte en förklaring. Valet av kvalitativa intervjuer grundade sig på att vid denna typ av intervju ges intervjupersonen möjlighet att svara i stor utsträckning med egna ord. Man kan välja att ställa frågorna i den ordning de faller sig bäst för varje enskild intervjuperson, beroende på vart samtalet är på väg, dvs. intervjun kan utföras med en låg grad av strukturering (Patel & Davidsson, 2003). Möjlighet till egna följdfrågor och omstrukturering under själva intervjun gjorde att diskussionen kunde gå mer på djupet och resultera i djupare förståelse kring eventuell problematik. Vi kunde bilda oss en uppfattning om den intervjuades yrke vilket kändes viktigt med tanke på att de som valdes ut alla har lång och gedigen erfarenhet inom respektive bransch. Vi ämnade inte på något sätt att få de intervjuade att känna sig utsatta då ämnesvalet är aktuellt, omdiskuterat och kanske till och med något infekterat. I en kvalitativ intervju är både intervjuare och intervjupersoner medskapare till samtalet. Frågeställningarna var helt öppna och det förelåg inga färdiga svarsalternativ.

## 4.2 Utformning av intervjufrågorna

För att underlätta själva intervjuerna och för att svaren skulle bli så lätthanterliga som möjligt utformades en intervjuguide, dvs. en uppställning över vilka frågor som skulle behandlas (Bilaga 1). Syftet fanns som underlag när dessa frågor skapades. Det var även utifrån litteraturgenomgången och frågeställningarna som intervjufrågorna formades (Patel & Davidson, 2003).

## 4.3 Urval

Undersökningsgruppen bestod av utvalda grönsaks-, kött- samt heltäckande restaurangleverantörer/grossister och en branschorganisation.

För att få en representativ bredd i denna undersökning gjordes urvalet med hänsyn tagen till leverantörernas storlek. Omsättningen kontrollerades genom uppgifter framtagna från Affärsdata<sup>12</sup>. Ytterligare anledningar till detta urval är att de utvalda är etablerade, vanligt förekommande (välkända) och flitigt använda som råvaruleverantörer till flertalet restauranger i Göteborg. Branschorganisationen valdes då den representerar samtliga fiskleverantörer i Göteborgs Hamn. Detta beslut fattades efter kontakt med en fiskgrossist i Göteborg. När vi presenterat ärendet hänvisades vi till denna branschorganisation som kan anses vara opartisk representant för samtliga fiskgrossister i Göteborgs Hamn.

Urvalet i denna undersökning är ämnat att täcka in traditionella leverantörer/grossister av grönsaker, kött, kolonial, mejeri samt fisk, dvs. huvudgrupperna av livsmedelsråvaror som restaurangerna köper in. Med detta urval vill vi få så täckande information som möjligt (Patel, 2003). Trots att de stora heltäckande grossisterna idag täcker i princip alla livsmedel i sitt utbud, även färskvaror som kött och grönsaker ville vi även undersöka de mer specialiserade leverantörerna då vi av erfarenhet vet att de samarbetspartners en restaurang arbetar med ofta involverar flertalet leverantörer. Restauranger, allt från enklare pizzerior till stora lyxkrogar, väljer sina leverantörer utifrån vilket råvarubehov de har och detta resulterar, dock utan regel men oftast, i att man samarbetar med flera leverantörer: en grönsaksleverantör, en kött, en fisk och en heltäckande för diverse kolonial och kanske mejeri. Detta kan även sägas gälla för restauranger med speciella inriktningar då de är intresserade av ett flexibelt och brett sortiment.

Enligt Patel och Davidson (2003) bör man vara försiktig med att namnge sina

---

<sup>12</sup> AffärsData är en nordisk internetleverantör av affärskritisk information sedan 1982. De tillhandahåller bl.a. finansinformation och börskurser.

undersökningspersoner/grupper, likaså påpekades detta av vår handledare. Vi vill värna om våra intervjupersoners integritet därför har vi valt att presentera dem som anonyma.

Leverantörerna/grossisterna och organisationen i undersökningen kommer härefter att omnämnas som 'Företag 1' (F1), 'Företag 2' (F2), 'Företag 3' (F3) osv.

F1: Partihandel med frukt och grönsaker i Göteborg. Största konkurrent enligt dem själva: F2.

F2: Partihandel med frukt och grönsaker i Göteborg. Största konkurrent enligt dem själva: F1.

F3: Partihandel med kött och köttvaror samt charkuteri- och annan köttvarutillverkning.

Fristående köttleverantör i Göteborg.

F4: Partihandel med kött och köttvaror samt Charkuteri- och annan köttvarutillverkning

Fristående kött och charkspecialist för restauranger i Göteborg. Största konkurrent enligt dem själva: F3.

F5: Icke specialiserad partihandel med livsmedel, drycker och tobak.

Heltäckande leverantör för restauranger och storkök. Finns på fem platser i Sverige, varav Göteborg är en. Företaget räknas som en av de tre största i sin kategori.

F6: Ekonomisk förening med säte i Göteborgs hamn, en branschorganisation som är rikstäckande. Har som uppgift att fungera som en länk mellan fiskenäringen och konsumenten genom information och utbildning. Från år 2001 drivs och finansieras förening av fiskerinäringen.

De olika leverantörerna/grossisterna omsätter från 20-700 miljoner kronor om året. De har mellan 100 till ca 2000 artiklar i sortimentet. Företagen har alla funnits i sin nuvarande form i över 10 år.

#### **4.4 Tillvägagångssätt**

Sex stycken representanter, en från varje grossist/leverantör/organisation valdes ut för intervju. Vem som skulle intervjuas avgjordes när vi ringde upp företagen första gången och presenterade oss och vårt ärende. Dessa representanter var antingen i ledande befattning eller kunde anses ha tillräcklig erfarenhet inom området pga. lång tjänst eller att de dagligen arbetar med livsmedelsrelaterade frågor mot restaurang (av typen innesäljare eller liknande).

Vi kontaktade samtliga utvalda personer via telefon i förväg och förklarade vem vi var, vad vi önskade undersöka samt frågade om personen ville ställa upp på en intervju. Beräknad intervjutid var en timma. Den verkliga intervjutiden skilde sig sedan mellan 45 min till 3 timmar. Fyra av intervjuerna genomfördes på respektive leverantörs/grossists/organisations kontor på avtalad tid. Två av intervjuerna genomfördes via högtalartelefon hemifrån under deras kontorstid. Telefonintervjuerna tillkom främst till pga. tidsbrist men även som önskemål

från de intervjuades sida. Det som är viktigt vid en telefonintervju är att intervjupersonen verkligen avsätter samma tid som om det hade varit ett personligt besök, att man stänger av störande ljud runt omkring, helt enkelt anser sig vara lika oanträffbar som under ett möte på plats. Det var svårare initialt för oss att bygga upp ett förtroende men märkte att vi under samtals gång genom de diskussioner som fördes kunde få ut svaren på samma sätt som vid de andra intervjuerna. Under fem av de sex intervjuerna hade vi en bärbar dator med de redan färdiga frågorna framme på skärmen. En ledde själva intervjun och medan den andre antecknade ner svaren. Svaren antecknades på skärmen i form av stödord, förkortningar och talspråk i direkt anslutning till frågorna. Omedelbart efter varje intervju gick vi båda igenom svaren och skrev rent meningarna så att sammanhanget kom fram i sin helhet. Den sjätte intervjun genomfördes utan dator men med papper och penna istället, övrigt förfarande var identiskt med de andra fem intervjuerna. Vår intervjuguide användes som stöd under hela intervjun men en del frågor föll bort eller omformades utifrån vart samtalen var på väg. Alla frågor var inte heller relevanta att ställa liksom att alla svar inte var relevant för resultatet då det ibland berättades anekdoter eller liknande av vår intervjuperson. Vid tre av de sex intervjutillfällena genomförde vi även en kort rundvandring då vi fick se lagerutrymmen och sortiment. Vi tilläts även att göra en observation genom att fotografera varulagret.

#### **4.5 Metodanalys**

Att bearbeta och analysera kvalitativa undersökningar är både tid- och arbetskrävande. Det finns inga generella eller enhetliga metoder att tillämpa när man skall analysera ett kvalitativt material. Man kan hävda att varje kvalitativt forskningsproblem kräver sin unika variant eller metod men som bra kvalitativ forskare måste man ha god överblick över hela materialet (Patel & Davidson, 2003).

Det första vi gjorde var att lägga ut datautskriften av samtliga intervjuer i nummerordning framför oss. Sedan delades intervjuerna upp efter varugrupper. Grönsaksleverantörerna för sig, köttleverantörerna för sig och resterande två var för sig. Detta analyssätt valdes då det annars skulle bli svårt att överblicka alla leverantörers/grossisters och organisationens svar tillsammans. Detta även med hänsyn tagen till mottagaren av slutprodukten (dvs läsaren), ponera att läsaren vill ta del av resultatet kring hållbara inköp av livsmedel, då skall man först kunna läsa om grönsaker, sedan om kött osv. Att separera svaren i olika kategorier på detta sätt var det mest logiska då läsaren enkelt skall kunna ”slå upp” den kategori man söker. Intervjuerna lästes igenom flertalet gånger. Efter det togs det fram färgpennor och utifrån frågeställningar sorterades ut (markerade med färg) det av texten som ansågs vara relevant

eller med andra ord de svar som helt enkelt besvarade frågorna. Under denna arbetsprocess sneglades det upprepade gånger på syftet. Vad är det vi undersöker, vad är det vi vill ta reda på? Vi upptäckte hur oroväckande lätt det är att tappa fokus på vad det är man egentligen ämnar undersöka. Sammanställningen (färgmarkeringarna) skrevs över på datorn genom att en av oss läste vad den intervjuade hade svarat och en av oss skrev. Önskade citat vävdes in i texten. Därefter lästes materialet igenom ännu en gång och en struktur, för hur resultatet skulle presenteras, växte långsamt men säkert fram. Inledningar utvecklades och sammanfattningar skapades.



## **5. Resultat**

### **5.1 Medverkande**

I denna undersökning intervjuades sex personer som företrädde ledande leverantörer/grossister och en organisation. Två intervjupersoner företrädde livsmedelsgruppen frukt- och grönsaker, två företrädde kött- och charkuterivaror, en medverkande representerade en heltäckande livsmedelsgrossist samt en företrädde livsmedelsgruppen fisk. Intervjuerna formades utifrån frågeställningar och med syftet som röd tråd. Nedan följer en sammanställning av dessa sex intervjuer.

### **5.2 Frukt- och grönsaker**

Det första vi avsåg var att ta reda på om det fanns ekologiska produkter i sortimentet och i så fall i vilken utsträckning. Vid båda dessa leverantörsintervjuer välkomnades vi med en rundvandring på varulagret.

Båda de tillfrågade svarade att de har ekologiskt i sortimentet. Andelen är dock relativt liten. F1 uppgav att 1-2 procent av den totala omsättningen i kronor var ekologiska produkter. I denna siffra ingick även KRAV-odlat, biodynamiskt och närproducerat. Även F2 svarade att de har ekologiska och även KRAV-märkta varor i sitt sortiment. Däremot fanns det inga biodynamiska och en mycket liten del (endast två producenter) med närproducerat. Av det totala sortimentet uppgavs att 40-45 produkter var ekologiska alternativ.

Båda leverantörerna understryker dock att det finns en oräknad mängd artiklar i sortimentet som uppfyller kraven för att klassas som ekologiska men som inte bär någon specifik märkning. En av anledningarna till detta var enligt F1 att odlaren tidigare varit medlem i KRAV men valt att gå ur föreningen pga. av för höga avgifter.

Båda leverantörerna informerar oss om att för att närmare veta vilka produkter detta rör sig om måste man som inköpare från en restaurang föra en diskussion och fråga närmare om varje produkt. Rent fysiskt på själva varulagret hade båda leverantörerna en vad de kallade "KRAV-hörna". När vi stod på varulagret och överblickade helheten föreföll denna separata avdelning att vara precis som de kallar den "en hörna", alltså en väsentligt mindre del av det totala varulagret.

Intervjuerna fortskred sedan med inriktning på tillgång och säsong samt vilka producenter/odlare de använder sig av. Har de kartlagt närproducenter i regionen?

Båda uppger att om man vill köpa svenskodlade produkter är rotfrukter det enda som kan garanteras tillgång året runt. Övriga produkter är precis som konventionellt odlade beroende av säsong. Likaså hävdar båda att det under sommarsäsongen naturligtvis är lättare att handla svenskodlat.

Vidare uppger F1 att närproducerade varor finns på lagret men bara om det efterfrågas. Och på frågan hur de gör om det inte finns, svarar de att de letar upp alternativa producenter.

*Vi har bra kartläggning av de producenter som finns i Västsverige och arbetar hela tiden med att söka upp nya (F1)*

Vad det gäller de vanligaste frukterna såsom banan, kiwi, apelsin och även grönsaker såsom tomat och gurka finns det tillgång året runt, men då är mycket utav detta importerat.

Däremot ifrågasätter F1 om det är miljövänligt att ersätta produkten med en vara som skall transporteras från andra sidan jorden och uttrycker sig följande:

*Då har man liksom tappat själva poängen (F1)*

F2 uppger att det är svårt att garantera tillgång vad gäller ekologiska produkter då det råder osäkerhet bland odlarna. Detta beror i sin tur på väderförhållanden.

*Säg att det blir en dålig sommar, hagel eller regn. Skörden blir minimal. Då kan jag inte garantera er volym, men jag kan i princip alltid ta hem KRAV-produkter från andra delar av världen för att garantera volymen (F2)*

På frågan om de kartlagt odlarna i Västsverige svarar F2 att de inte har kartlagt odlare då de har sina egna importörer/leverantörer i södra Sverige som de i första hand vänder sig till. Detta uppger F2 två skäl till: att arbeta med småproducenter innebär mycket mer jobb samt att det blir mer ekonomiskt att ta det via deras redan upparbetade leverantörskontakter.

*Problematiken kring logistikfrågor är stor om man skulle använda flera småodlare i västsverige, man eftersträvar att få med allt i samma leverans från kontinenten, annars blir det ingen ekonomi i varorna (F2)*

Nästa fråga gäller om det finns produkter som inte över huvud taget finns som ekologiska alternativ.

F1 svarar att i deras sortiment finns det ersättning till alla produktgrupper och berättar även att groddar är en produktgrupp som i dagsläget t.o.m. ser ut att ersättas helt och hållet av ekologiskt. F2 har inga produktgrupper som är helt ersatta men menar att allt finns att få tag på, men det är en kostnadsfråga.

Relevant för restaurangbranschen är att veta om de ekologiska produkterna är dyrare, frågor kring prisbilden på ekologiska produkterna samt hur de är i kvalitén ställdes.

I diskussionen kring prisbilden på ekologiska varor svarar båda och då främst vad gäller de KRAV märktavarorna att priset i inköp är ungefär det dubbla mot de konventionella varorna. Men påslaget på utpriset är mindre för att göra dessa artiklar mer attraktiva.

F2 säger att ekologiskt alltid är dyrare i inköp och man kan inte lägga samma påslag som på de konventionella då utpriset skulle bli för högt. Anledningen till dessa prisskillnader menade F1 var att produktionstiden för dessa varor är längre då de skall mogna i sin egen takt, de drivs inte fram lika hårt som de konventionella samt att de ger mindre avkastning. De ekologiska produkterna kan även ge eventuellt svinn i form av att de inte klarar hela transportkedjan lika bra.

Både F1 och F2 arbetar aktivt genom s.k. veckobrev med att erbjuda dessa varor till attraktiva priser främst för att göra kunderna uppmärksamma på att de finns i sortimentet.

Både F1 och F2 hävdar att det rent generellt inte finns någon kvalitetsskillnad mellan ekologiskt och konventionellt odlat, däremot kan de ekologiska produkterna skilja sig i utseende mot vad konsumenter och/eller inköpare för restauranger har blivit vana att se.

*Deras form och färg kanske inte alltid liknar det vi är vana vid att se, äpplet är inte lika stort runt och glansigt. Men det betyder inte att det är sämre än de konventionella. Äpplet har däremot utvecklat sockerprickar då den fått mogna i sin egen takt i solen (F1)*

Vidare anser F1 att hållbarheten i princip är samma och menar att om den konventionella produkten håller fyra dagar håller de ekologiska kanske tre. Detta anses dock ej vara ett problem då omsättningen är hög på företagets produkter.

F2 menar att det inte skall finnas någon skillnad i hållbarhet av dessa produkter men de ekologiska produkterna kan vara mer mogna och därmed kan det finnas skillnad i hårdhet/fasthet.

Vilken leveranstrygghet finns det då för restaurangerna om man väljer att arbeta med ekologiska varor och finns det andra onämnda generella svårigheter kring ekologiska varor?

F1 inleder med att påpeka att som restaurangverksamhet idag är man van vid oerhört korta ledtider, dvs. man lägger sin order kvällen innan och förväntar sig sin leverans dagen efter.

F1 menar vidare att för att hantera och handla med ekologiska råvaror krävs att hela inköpsprocessen saktas ned och att leverantör kontra restaurang kommunicerar tätare samt att man som restaurang har framförhållning.

*Det finns inga egentliga problem med att leverera varorna så länge det finns god kommunikation mellan restaurangen och leverantören. (F1)*

Ytterligare en aspekt F1 lägger fram är att vi idag är vana vid tillgång till alla produkter året runt. För att arbeta med ekologiska produkter bör man vara mer flexibel och beredd på att improvisera, inte låsa fast sig vid specifika råvaror. Om restaurangen helt själv bestämmer över vilka råvaror som skall köpas in, utan att samarbeta med grossisten, hamnar man i en svårare sits.

*Det är aldrig bra i ett samarbete att en bestämmer vad man skall ha (F1)*

Helst ser F1 att de som arbetar med inköp personligen kommer ner och tar del av vad som finns, när det finns och vad som går att skaffa fram. Även F2 poängterar att för att arbeta med ekologiska varor krävs det bättre framförhållning vid beställning, då främst gällande de varor som inte finns på lager.

De flesta ekologiska produkter är idag anpassade till konsumentförsäljning, vilket innebär att de inte kommer i lösvikt utan är förpackade i plast i mindre förpackningar. Detta uppger både F1 och F2 och påpekar att det för restaurangerna innebär en större mängd emballage och ett merarbete vid upppackning.

Ytterligare problematik som båda uppgav är att restaurangbranschen överlag inte efterfrågar ekologiska produkter då både F1 och F2 anser att det saknas en medvetenhet och kunskap i ämnet. F1 menar att:

*Restaurangbranschen anser inte att de är de som skall gå i bränschen för denna utveckling*

Och tillägger att om restaurangerna hade efterfrågat ekologiska produkter mer skulle företaget också kunna lagerhålla ett större utbud.

F1 påpekar att det är viktigt att odlarna runt om i landet börjar tänka mer kommersiellt. Ibland när de letat upp en ny odlare som har bra och mycket av någon efterfrågad produkt kan ofta svaret från bonden bli: javisst har jag betor, kommer ni och hämtar eller?

F1 och F2 ser dock framtiden positiv och menar att efterfrågan kommer att öka och därmed även utbudet. Båda uppger också att försäljningen av ekologiska produkter har ökat markant de senaste fem åren. F1 menar att omsättningen har ökat från 100 000 kr för fem år sedan till ca 5 miljoner kr idag. F2 ser en ökning på 60-70 procent jämför på samma tidsperiod.

#### Sammanfattning av frukt- och grönsaker

Det finns ekologiska artiklar hos de två frukt- och grönsaksleverantörerna, dock ännu i liten skala jämfört med de konventionella produkterna. Frukt och grönt är starka säsongprodukter och detta bör man ha i åtanke om man som restaurang väljer att arbeta med ekologiska varor och framförallt vad gäller närproducerade varor då det svenska klimatet kan vara opålitligt. Inom frukt och grönsaksbranschen har man relativt goda möjligheter att samarbeta med mindre lokala producenter men det råder ännu vissa logistikproblem. Att varorna kommer i konsumentförpackningar är ytterligare ett problem. Kvalitén på varorna är bra, ibland bättre då produkten fått mogna i egen takt, men utseende mässigt kan de skilja sig från de ”perfekta” grönsakerna och frukterna. F1 och F2 säger sig vara flexibla och kan oftast hitta alternativa produkter men då får restaurangerna vara beredda på att det troligen blir importerade varor. Man skall även vara beredd på något högre inköpspriser, bättre framförhållning och tätare kommunikation med sin leverantör/grossist om man vill arbeta efter hållbara livsmedelsinköp vad gäller frukt och grönt.

### 5.3 Kött- och charkuterivaror

Båda dessa intervjuer gjordes via högtalartelefon på avtalad tid. Redan i början vid den första intervjun framkom att om man eftersträvar hållbara livsmedelsinköp, måste man försöka se hållbarhet ur ett annat perspektiv än enbart ekologiskt och närproducerat. Inom köttbranschen pratar man om svenskt kött i jämförelse med importerat men främst om seriösa och mindre seriösa uppfödare.

Det första vi avsåg att ta reda på var om det fanns ekologiska produkter i sortimentet och i så fall i vilken utsträckning.

Enligt F4 är Sverige endast till 54 procent självförsörjande på kött. Den största andelen av detta går till konsument och då räcker utbudet alltså inte till för att täcka även andra intressenter såsom restaurangmarknaden.

F3 anger att ca 30 procent av deras totala sortiment är av svenskt ursprung.

F4 anger att enbart 2-3 procent är av svenskt ursprung. F3 uppger vidare att de har både ekologiskt och KRAV-märkt svenskt kött i sortimentet, men kan inte ange i vilken utsträckning. Deras svenskproducerade nötkött kommer från Västergötland och likaså grisköttet. De köper även från Scan som har flera anläggningar runt om i Sverige.

På frågan om de har några lokalproducerade produkter i sortimenter svarar F3 att de arbetar med ett fåtal uppfödare i Västra Götaland. De har svensk fågel men även kalv och fläsk i liten skala från dessa producenter.

*Vi är ännu bara i ett förstadium, vi arbetar lite granna med dem för att komma åt närproducerat (F3)*

F4 som idag inte har något närproducerat i sortimentet berättar att då efterfrågan finns bland deras kunder planerar de att inom snar framtid försöka starta ett samarbete med ett par ekologiska producenter i norra Bohuslän som gått samman och startat ett eget slakteri.

Båda företagen uppger att istället för att veta om det är ekologiskt kött är det mer värdefullt för dem att veta att djuren behandlats väl hos de producenter man importerat dem från.

*Om man inte kan garantera till hundra procent att det är ekologiskt skriver man inte det... Vad är ekologiskt egentligen? Kött från Australien där djuren gått ute i fantastisk miljö, inget gödsel, inga tillsatser, är inte det en typ av ekologisk produkt fast inte märkt? (F3)*

Ganska snabbt under båda intervjuerna inser man problematiken med att definiera vad kött för hållbara livsmedelsinköp innebär. Även definitionsproblematiken vad gäller det importerade köttet verkar vara svår.

F4 berättar att uppfödningen inte är klassad som ekologisk trots att den typen av uppfödning såsom i exempelvis Sydamerika är så nära ekologiskt som möjligt då djuren är uppfödda i fri miljö med naturligt foder. F4 lägger dock till att det som ibland skiljer sig är att man i slutprocessen påskyndar djurens tillväxt med hjälp av vissa tillsatser (det nämns inte vilka). Båda de intervjuade leverantörerna hävdar starkt att det är i allas intresse att det köttet som de handlar med och som sedan restaurangerna köper in kommer från djur som mått bra.

*Man ifrågasätter varifrån köttet kommer och man tar hänsyn till att det är en bra producent (F4)*

F3 utvecklar detta resonemang ytterligare genom att poängtera vikten för dem av att enbart samarbeta med uppfödare som behandlar djuren väl och som inte handlar utifrån girighet.

*Även om produkterna inte är märkta av typen ekologiskt eller KRAV, värnar vi om att de produkter vi säljer är av god kvalitet. De blir inte bättre bara för att de är ekologiska (F3)*

Båda anger att om man som restaurangkund ändå vill handla märkt ekologiskt kött hamnar man i en osäker situation då det inte finns garanterade volymer hemma. F4 menar att slakterierna inte klarar efterfrågan, det ekologiska köttet blir uppköpt redan vid slakt. F3 säger att de som leverantör eftersträvar att hitta dessa produkter åt kunden men man måste vara medveten om att det inte är lika enkelt som att beställa konventionellt kött. Det innebär mycket jobb och man kan inte ge några garantier.

Är då köttprodukter säsongsberoende och hur ser prisbilden ut?

Båda menar att kött är säsongsberoende. F3 säger dock att tillgången kan garanteras året runt, om inte färskt, så fryst. De är också beredda att lagerhålla specifika önskemål åt kunder.

Däremot kan man sällan garantera att priserna är desamma året runt. F4 menar att tillgången över lag är jämn men pga. importkvoterna (dvs den proportionella andelen kött som får importeras under året) kan det bli brist på sydamerikanska köttprodukter i slutet av året.

Vad gäller den generella prisbilden av ekologiskt kött uppges det vara runt 20-30 procent dyrare än det konventionella, men det poängteras att detta är en grov uppskattning och kan variera. Just vad gäller ekologiskt kött får man en mindre avkastning eftersom man inte får använda konstgödsel. Dessutom så stallas djuren under vinterhalvåret och man måste utfodra dem med kravgodkänt eller eko-foder vilket i sig är dyrare. Även certifieringen kostar och på det hela taget bli det en dyrare hantering. Trots att detta är udda produkter försöker både F3 och F4 att få dem att hamna i samma priskategori som de övriga, annars skulle de ekologiska produkterna hamna i alltför dyr prisklass. F3 säger att man tar ut ett generellt påslag oavsett produkt.

Vidare uppger F4 att det svenska köttet är dyrare än det sydamerikanska oavsett om det är ekologiskt eller konventionellt. Allra billigast är det litauiska men detta är ett kött som kommer från en massindustri. F4 försöker i största möjliga mån sälja det sydamerikanska då det köttet kommer från uppfödare som har en bättre djurhållning.

F4 uppger vidare att köttprodukter generellt blir dyrare under sommarsäsongen, de ekologiska produkterna om de finns följer samma priskurva som de konventionella.

Hur är då kvalitén på köttet från de olika länderna?

F4 berättar att kvalitetsmässigt håller det sydamerikanska köttet god kvalitet, detta grundar de på en obruten kylkedja vilket ger god hållbarhet.

*Smakmässigt smakar det 'kött' å gott kött beror på att djuren haft det bra. I länder där djurhållningen är sämre blir det träigt och smaklöst (F4)*

F3 uppger att kött som fått gå ute i det fria blir bättre smakmässigt.

*Stressade djur smakar inte gott, oavsett märkning (F3)*

Om man nu skulle vilja arbeta med ekologiskt kött vad bör man veta förutom ovannämnda problem undrar vi?

Om man nu väljer att enbart arbeta med ekologiskt kött svarar F4 att man måste ha framförhållning vid inköp och förstå att det blir dyrare pga. brist på kött.

F3 anser att om det generella medvetandet kring ekologiska livsmedel hos kunderna skulle öka, dvs. efterfrågan, skulle detta kanske kunna leda till fler producenter.



F3 som har ett större utbud av svenska och/eller ekologiska produkter menar att de klarar av att täcka efterfrågan från restaurangbranschen idag samtidigt som man menar att efterfrågan inte är enormt stor. F4 uppger å sin sida att den generella problematiken kring ekologiskt kött är att efterfrågan är större än tillgången.

Sammanfattning av kött- och charkuterivaror

Att arbeta mot hållbara livsmedelsinköp vad gäller köttprodukter är idag, om man skall lyssna på grossisterna, inte lika med att handla ekologiskt eller närproducerat. Däremot skall man vara noga med varifrån köttet kommer och hur uppfödaren behandlat sina djur.

Det finns ekologiskt och närproducerat att få tag på men volymerna är små och leveranserna oftast osäkra. Detta främst pga. av att Sverige inte är självförsörjande samt att det kött som produceras i landet inte i första hand går till restaurangbranschen. Leverantörerna arbetar dock för en utökning av bl.a. närproducerat men detta är i ett längre framtidsperspektiv.

#### **5.4 Heltäckande livsmedelsgrossist**

En heltäckande grossist anses kunna leverera alla livsmedelsgrupper, allt från kolonial till färskvaror.

Då de har ett bredare sortiment delas produkterna upp i varugrupper, dessa är: kolonial, färskvaror (både kött och grönt), mejeri och fryst.

Vi åkte ut till grossisten på avtalad tid. Började besöket med en visning i utställningslokalen för att sedan sätta oss ner på innesäljarens kontor där vi genomförde intervjun. Efteråt fick vi en rundvandring i lagerlokalerna. Det var enorma gångar med kolonial och separata avdelningar för kött och grönt. Utleveranserna stod på lastbryggorna i väntan på att köras ut till kunderna.

Det första vi avsåg att ta reda på var om det fanns ekologiska produkter i sortimentet och i så fall i vilken utsträckning.

F5 berättar att det finns ekologiska produkter i stort sett i alla varugrupper, sortimentet är mindre än det konventionella. Ungefär 10 procent av sortimentet är ekologiskt.

De har ekologiska artiklar märkta med t.ex. KRAV, Rättvisemärket och Svenskt Sigill. Men utöver det finns andra varor som också klassas som ekologiska. Biodynamiskt finns däremot inte representerat.

Om man som restaurangkund vill handla dessa produktgrupper går de att hitta i deras databas.

*Man har som kund tillgång till vårt nätverk och kan hitta dessa artiklar själv, man kan söka på typ ekologiskt, Fairtrade osv, olika sökbegrepp (F5)*

På grund av ett stort inköpsnät går det i princip alltid att hitta alternativa produkter om det kunden frågar efter inte finns på lager. Däremot om man som restaurang vill arbeta med specifikt närproducerade produkter stöter man på patrull. F5 har ingen möjlighet att söka upp små odlare eller närproducenter på grund av sin storlek samt att företaget är centralstyrt. F5 kan inte skriva avtal med enskilda producenter. Det närmsta man kan komma är att det är ursprungsmärkt 'Sverige'. F5 menar att om man som restaurang vill arbeta med närproducenter är detta något som man får hitta och lösa själv.

*Småproducenter lämnas lite åt sidan, då man måste koncentrera sig på de stora som har styrka att leverera i volym, alltså, det går inte att hitta småpartier och sedan sälja ut dessa(F5)*

Vad det gäller den ekologiska färskvarubiten är detta naturligtvis säsongsberoende medan alla andra produktgrupper finns tillgängliga året runt. Likaså som grönsaker kan ta slut kan även kött ta slut.

*Så många som köper är det inte, alltså är det svårt att ha allt hemma, vi har kortare lager på dessa produkter och risken finns att det tar slut, kött kan ta helt slut (F5)*

Hur ser prisbilden ut kring de ekologiska varorna och håller de samma kvalité?

Den generella prisbilden kring ekologiska produkter uppges av F5 vara något dyrare.

*Ja, den är högre, vad gäller torrvaror och även färskvaror skiljer sig mycket till skillnad mot de konventionella varorna (F5)*

F5 slår som exempel upp artikeln ”mjöl” i datasystemet och visar att 2 kilo ekologiskt odlat mjöl är 3 kronor/kilo dyrare än konventionellt mjöl.

F5 hänvisar återigen till företagets datasystem (som restaurangerna har tillgång till via sina kundnummer) för att man själv skall kunna hitta i sortimentet och jämföra priserna mellan

ekologiskt och konventionellt. Som anledning till prisskillnaden anges att det ekologiska produceras i mindre upplagor, en mindre produktion, skörden blir mindre och bonden får mindre betalt per hektar, som F5 uttrycker det, det blir en dyr process. Prisnivån anges däremot ha sjunkit något, F5 tror att det alltid kommer att vara något dyrare, även i framtiden, men att det ser bättre och bättre ut.

Företaget arbetar med samma påslag på ekologiska produkter som konventionella då systemet bygger på automatisk prissättning. Dock fokuseras det emellanåt på ekologiska produkter via ett fördelaktigt priserbudande ut till kunderna.

F5 menar att vad det gäller färskvaror är kvalitén likvärdig med de konventionella, hållbarheten kan däremot vara något kortare på KRAV-produkter och övriga ekologiska produkter men då de har snabb omsättning anses detta inte vara något problem. Vad gäller kolonialvaror är det ingen skillnad alls eftersom det handlar om behandlade produkter. De ekologiska varorna kan smakmässigt ha fördelar då de får växa fram och utveckla smaken i sin egen takt.

Finns det något mer man som kund behöver tänka på när det handlar om ekologiska produkter?

F5 berättar att förpackningarna ännu idag oftast kommer som konsumentförpackningar istället för i lösvikt, detta extra emballage uppskattas inte alltid av kunden. Vad gäller leveranstid anger F5 att det inte finns någon urskiljning. De varor som finns på lagret kan levereras omgående. När det kommer till beställningsvaror (varor som inte finns på lager) är det däremot viktigt att ha framförhållning då det är ett smalare område.

Generella problem kring ekologiskt som nämns är att då det är ett snävare utbud kan det bli mer problematiskt för exempelvis köksmästaren att hitta lösningar till sin meny.

Efterfrågan över lag är ganska låg men F5 säger att just kring mejeriprodukter märks det en ökad efterfrågan.

*Även om man skulle vilja verka för ekologiska produkter mer, är det i slutändan kunden som bestämmer (F5)*

Sammanfattning av heltäckande livsmedelsgrossist

Om man som restaurang eftersträvar hållbara livsmedelsinköp kan det ha sina för- och nackdelar att arbeta med en större heltäckande livsmedelsgrossist.

Fördelen är att sortimentet är brett vilket ger kunden bättre möjlighet att hitta flera alternativa

varor. Nackdelen är att det inte ger utrymme för ett samarbete med lokala producenter. Kolonialvaror finns garanterat året runt, däremot är det sämre garanterad tillgång av färskvaror såsom frukt och grönt. Som kund får man räkna med ett något högre pris på ekologiska varor, men rent kvalitetsmässigt är de bra om inte ibland bättre. Vissa artiklar kan komma i konsumentförpackningar vilket medför extra emballage. Man måste även räkna med att ha god framförhållning vid beställning. Efterfrågan på ekologiska produkter är fortfarande låg, därav de små lagervolymer.

## 5.5 Fisk

I Göteborgs hamn auktioneras det dagligen ut fiskebåtarnas fångst till ett antal grossister som i sin tur säljer vidare till bl.a. restauranger. I denna undersökning representeras grossisterna av en medverkande som dels arbetar för en branschorganisation inom fiskenäringen dels för auktionen.

Då fisk som livsmedel inte kan kontrolleras på samma sätt som övriga livsmedel (de simmar alla i samma vatten) misstänkte vi att denna intervju skulle få en annan struktur. Vi började istället intervjun med att reda ut begreppen kring ekologisk fisk och hållbar utveckling.

Som svar på vad det är för skillnad på ekologisk kontra konventionell fisk säger F6:

*Det finns ingen ekologisk fisk, i grund och botten borde all vild fisk vara miljömärkt, då de simmar fritt i havet. Men de begränsade resurserna dvs. tillgången gör att det inte är så (F6)*

F6 menar på att om man som restaurang vill jobba med hållbara livsmedelsinköp skall man kunna köpa fisk med gott samvete och veta att den är rättvist fiskad.

*Fiskeriverket ser över våra fiskeresurser och sätter kvoter därefter och med det vill vi garantera att fiskerinäringen sköts på ett hållbart sätt (F6)*

Därmed skall man kunna lita på att de fiskegrossister som köper på auktionen i hamnen säljer rättvisa varor som är spårbara i ursprung. F6 tillägger dock att fiskenäringen är en mycket konservativ bransch och förändringar är inte alltid lätta att driva igenom. Som ett exempel nämner F6 att deras organisation föreslagit att maskstorleken på näten skall ökas så att fiskarna hinner växa till sig ytterligare innan de fångas.

*Man kan inte som enskild köpare sätta sig in i hela fiskenäringen, man måste kunna veta att man köper en trygg vara. Vi har en policy att all fisk som landas i hamnen skall fylla de krav som ställs (F6)*

F6 baserar sin kunskap och övertygelse på att Fiskeriverket gör ett bra jobb, verket sägs ha lång erfarenhet i branschen och kommer årligen ut med rapporter som visar en översikt över vilka fiskeresurser som finns.

Viss kritik riktas mot andra övriga intresseorganisationers rekommendationer såsom WWF, F6 menar att de inte tar hänsyn till de lokala aspekterna såsom levande skärgård och inte heller de lokala kvoterna.

Det arbetas för att trygga konsumenterna ytterligare, F6 avslöjar för oss att det innan årsskiftet kommer att komma en ny lokalmärkning utformad av Västra Götaland och Sveriges Fiskares Riksförbund där man vill förbättra informationen till konsumenten om att fisken är fångad i närområdet av licensierade fiskare och därmed ges produkten ett högre mervärde. På märkningen kommer man som konsument/köpare exakt kunna se på en karta vart fisken är fångad, av vilken båt.

Finns det ingen märkt fisk att köpa för restaurangverksamheterna?

F6 berättar att visst finns det märkningar idag, både KRAV och MSC, men för det första finns bara KRAV-märkt räka samt sill och vad gäller MSC är detta så nytt att det inte ännu finns någon sådan märkning på den svenska marknaden.

Vidare säger F6 att den KRAV-märkta räkan ligger något högre i pris men är likvärdig i kvalitén som de andra kollegorna i samma fiskevatten.

Om det nu inte finns någon miljömärkt fisk att tala om undrar vi vidare hur man bör förhålla sig till den odlade fisken, är den hållbar?

F6 menar att deras företag inte kontrollerar odlad fisk då den inte auktioneras ut, utan säljs till fast pris direkt till grossisterna när den landas. Därmed kan F6 inte svara på hur stor andel av den landade fisken som är odlad i jämförelse med vild. Mestadeln av odlade fisken kommer från Norge då de svenska odlingarna är mycket små. Diskussionen kring om odlad fisk kontra vild fisk är sämre eller bättre för miljön är för komplicerad och mångdimensionell för att ges ett enkelt svar. Som exempel nämner F6 att fodret till de odlade fiskarna kan innehålla antibiotika men samtidigt bör man ha i åtanke att den vilda fisken kan vara full av dioxider.

Ur kvalitetssynpunkt har den odlade fisken jämnare kvalitet, ur miljösynpunkt kan vi inte få ett enkelt svar.

Kan man förhålla sig till tanken om hållbara livsmedel vad gäller fisk, på något annat sätt?

F6 säger att fisk fungerar precis som andra färskvaror som en säsongprodukt. En säsongskarta tas fram och F6 menar att om man vill arbeta ytterligare för en hållbar utveckling skall man tänka på vad man köper in och när. Men det poängterades även att kommunikationen mellan restaurangen och grossisten måste vara god.

*En öppen dialog är viktig. Miljömässigt skall man då även köpa från nära håll istället från längre bort, pga. av transport, dessutom är det viktigt att krögaren tänker på fiskens status och lagar fisk bra och tänker på säsong (F6)*

F6 anser att man skall tänka på att det finns fin fisk som konsumenten inte köper för att de är begränsade dvs. vana vid ett standardutbud, krogarna har däremot chans att utnyttja all fisk och kan därmed vara mindre begränsade, de kan sälja in fisken på ett annat sätt.

*Om man som restaurang skulle komma ner här på fiskauktionen en morgon å köpa upp dagens fångst av sandskägga skulle man skapa historia (F6)*

Som avslutning på intervjun säger F6 att vi får inte glömma att lyfta blicken och se fisket i ett globalt perspektiv, de diskussionerna som finns kring hållbart svenskt fiske i exempelvis Östersjön är i jämförelse med världens alla fiskevatten bara en 'pöl på världskartan'.

#### Sammanfattning av fisk

Att som restaurangverksamhet arbeta för hållbara livsmedelsinköp kräver när det kommer till fisk ett annat förhållningssätt. Begreppet ekologiskt får en annan innebörd då all vild fisk egentligen kan anses vara miljövänlig, problemet är snarare havets resurser. Fisket måste enligt respondenten bedrivas med hänsyn till tillgången och de lokala aspekterna och menar att då kan man handla trygg fisk. Ansvar ligger också på restaurangbranschen, vilket betyder att man skall ta hänsyn till säsong, stödja fisket i den egna regionen och även våga köpa mindre kommersiella arter. Återigen poängteras att god kommunikation och öppen dialog mellan köparen och grossisten är oerhört viktig.

## 6. Diskussion

Vad resultatet visar på är att det finns ekologiska råvaror men helt enkelt är det inte och utbudet inom de olika livsmedelsgrupperna varierar avsevärt.

För den som vill handla ekologiska frukt- och grönsaker menar respondenterna att det idag finns ett relativt brett utbud. Det finns både närproducerade och ekologiska svenska varor men även miljömärkta importerade produkter att välja mellan.

Men här landar också ansvaret på köparen. Man bör fråga sig om det är miljömässigt försvarbart att välja den KRAV-märkta importerade gurkan före den konventionellt odlade skånska gurkan. Frukt- och grönsaker är den varugruppen som vi anade skulle erbjuda störst möjligheter till ekologiska och framförallt miljömärkta produkter. Då Sverige importerar stora mängder, så finns det också ett brett utbud tillgängligt året runt. Problemet är att restaurangerna blivit ”bortskämda” med det breda utbudet och inte tar vara på den egna säsongen och dess produkter. Å andra sidan är det svårt att säkra tillgången av inhemska ekologiska produkter då skörden är väderberoende. Resultatet i undersökningen bekräftade till stora delar vår bakgrundsinformation dvs för att kanalen från småproducenterna i exempelvis västra götaland till restaurangerna skall fungera, krävs en bättre fungerande logistik och en kontinuitet i varuflödet.

Det man inser är att även om produktionen av ekologiskt svenskt kött har ökat de senaste åren, räcker inte volymerna till för vår egen marknad. Vi trodde att det skulle vara enklare att arbeta med köttprodukter från den egna regionen, att det skulle finnas varor för restaurangerna att köpa. Visst finns det gårdar med ekologisk uppfödning i Västra Götaland men ingen av dessa var direkt representerade hos grossisterna. En av anledningarna kan anses vara att de inte klarar leverera den volym som restaurangerna kräver.

När det kommer till kött och charkuterivaror måste man alltså ”vända på steken” något. Här är vikten av certifieringar mindre väsentlig enligt respondenterna, resultatet visar på att det är viktigare att djuren fått en så naturlig uppfödning som möjligt. Även då det verkar vara näst intill omöjligt att få tag på ekologiskt svenskt kött kan man åtminstone välja sina inköpskanaler utifrån att de tar hänsyn till att köttet (import eller inte) är uppfött av en köttbonde som värnar om djurens bästa. Svenskt ekologiskt och/eller närproducerat kött är en bristvara då Sverige inte är självförsörjande på kött. Detta bekräftar siffrorna som Svenska Lantmännen (2007) gett oss i bakgrunden. Det svenska ekologiska köttet täcker enbart en

bråkdel av efterfrågan. Däremot ser vi inte att det närproducerade ekologiska köttet från gårdar i regionen lyckats nå ut till våra traditionella köttleverantörer. Ännu verkar problematiken röra sig kring möjligheterna till att få ekonomi i slakten, det finns inte marknad för att sälja hela slaktkroppen som ekologisk då enbart de ädla delarna efterfrågas.

Även fisk kräver ett annat förhållningssätt då utbudet av miljömärkt fisk idag är minimal. Man kan inte ringa upp sin fiskegrossist och förvänta sig att det finns KRAV-märkt torsk i sortimentet. Däremot anser respondenten i vår undersökning att man bör kunna förlita sig på att den fisk man köper är fångad med hänsyn till rådande kvoter som är satta utifrån bestånd och de lokala aspekterna. Andra organisationer såsom WWF och KRAV har betydligt dystrare syn på fiskets tillstånd idag då de bland annat rapporterar om utfiskning av viktiga arter. Dessa organisationer pratar också mycket om fiskeriets biverkningar på miljön. Då detta inte läggs samma vikt vid hos våra fiskeleverantörer, ställer vi oss något undrande hur allvarlig situationen egentligen är? Det vi däremot kommit fram till är att restaurangerna kan ta ett ansvar genom att välja med omsorg när och vad man köper in, helst beställa fisk som är fångad i den egna regionen och välja de mindre kommersiella arterna. Här kan vi se att restaurangerna har en möjlighet att påverka konsumtionsmönstret då de ofta fungerar som trendsättare och influerar gästerna till att pröva på nya råvaror.

De mest lättillgängliga ekologiska produkter visade sig i undersökningen vara kolonial- och mejerivaror. Detta bekräftas även i bakgrunden där man kan läsa att bland annat ekologisk mjölk är en av få produkter som når ut på marknaden i bred skala, ca 20 procent säljs idag till restauranger och storhushåll. Detta kan troligtsvis bero på att det handlar om beredda varor som inte är säsongsberoende och är enklare att lagerhålla.

Att handla råvaror för en hållbar utveckling innebär viss problematik och ytterligare aspekter man som restaurang bör beakta är: vill man köpa in ekologiskt eller närproducerat, skall man tänka på säsongens utbud, man bör vara beredd på att få förslag på ersättningsvaror och ha ett flexibla tänk vid menyplaneringen.

Förpackningarna är ett gemensamt problem då flertalet artiklar kommer i konsumentförpackningar, detta skapar förutom extra emballage även ett merarbete.

Resultatet visar på att det blir något dyrare att handla ekologiskt men generellt är kvalitén den samma som hos de konventionella varorna, ibland även bättre.



Gemensamt budskap från alla respondenter är att då man väljer ekologiska varor bör man ha god framförhållning i sina beställningar och en öppen dialog med leverantören. Ledtiderna är oftast längre, man kan inte faxa in sin beställning kvällen innan och dagen efter förvänta sig att det står en lastpall med ekologiska varor utanför dörren.

Att som restaurang arbeta för hållbara livsmedelsinköp innebär, då vi jämför vår bakgrund med resultatet, att man skall ta hänsyn till att den mat man serverar bidrar till långsiktig lönsamhet för svenskt jordbruk, fiske och livsmedelsindustri. Likaså kan den ge ett mervärde genom att gynna den egna regionen. Samtidigt ger hållbara livsmedelsinköp flera valmöjligheter att handla livsmedel från andra länder producerade med ekonomisk och social rättvisa som därmed bidrar till en global hållbar utveckling.

Under denna undersökning har vi upptäckt hur omtalat och omdebatterat detta ämne är. I princip har alla något att berätta, tillägga eller informera oss om. Det räcker att man slår upp dagens tidning så finns det information om nya centrum, projekt eller andra organisationer som vill erbjuda, arbeta för eller delta i den ekologiska utvecklingen. Men mycket av detta vänder sig till den privata konsumenten. Problematiken kring restaurangbranschen är följande: att trots höga ambitioner från både producenter och leverantörers sida kommer varorna i småförpackningar och tillgången är ännu begränsad. Småproducenterna klarar inte helt av att lösa sina logistikproblem och inte heller leverera den volym restaurangbranschen kräver. Å andra sidan är inte restaurangerna de första att efterfråga denna typ av varor, antingen pga. bristande intresse eller att de inte är beredda att ändra sina beställningsrutiner.

Restaurangbranschen är kanske inte den bransch som det vetenskapligt mest forskats kring. Ofta handlar det i så fall om beteendevetenskap av typen service kring personal eller gästen. Detta är en av de svårigheter vi ställts inför då vi bearbetat litteratur kring exempelvis inköpsrutiner och leverantörs relationer i bakgrundsdelen.

Som förslag på framtida forskning kan vi se att det hade varit intressant att göra en liknande större undersökning som täcker in samtliga leverantörer på marknaden. Vidare skulle det vara av intresse att göra en fallstudie på en utvald restaurang som arbetar ekologiskt för att se på deras inköpsrutiner och leverantörsrelationer.

## Referenslista

- Affärsdata (2007). *Företagsuppgifter*. Hämtad 2007-05-14 från  
<http://www.ad.se.ezproxy.ub.gu.se/affarsdata>
- Andersen, I. (1998). *Den uppenbara verkligheten*. Lund: Studentlitteratur.
- Andersson, J-O., Ekström, C. & Gabrielsson, A. (2004). *Finansiering och kalkylering*.  
Malmö: Liber Ekonomi.
- Bergsten m.fl. (2000). *Lokal livsmedelsförsörjning och regional mat*. Uppsala:  
Naturvårdsverket & Sveriges Lantbruksuniversitet.
- Broschyr om EU:s framtid. (2006). *Vad Tycker du att EU ska göra nu?.* Stockholm:  
Kommitén för EU-debatt.
- Carlsson-Kanyama, A. & Engström, R. (2003). *Fakta om maten och miljön (Rapport nr.  
5348)*. Stockholm: Naturvårdsverket.
- Demeterförbundet (2007). *Svenska Demeterförbundet*. Hämtad 2007-04-18 från  
<http://www.demeter.nu/>
- Dysthe, O., Herzberg, F. & Lokensgard, T. (2002). *Skriva för att lära*. Lund: Studentlitteratur.
- Edman, S. (2004). *Hållbara Laster –Konsumtion för en ljusare framtid (SOU 2004:119)*.  
Stockholm: Statens Offentliga Utredningar.
- Ekologiska lantbrukarna (2005). *Växande marknad*. Hämtad 2007-05-08 från  
<http://www.ekolantbruk.se/marknad/pdf/VM2005.pdf>
- Ekström m.fl. (2006). *Entreprenörskap*. Malmö: Liber ekonomi.
- Europeiska Kommissionen (2007). *EU-ekologiskt jordbruk*. Hämtad 2007-04-14 från  
[http://ec.europa.eu/agriculture/qual/organic/logo/index\\_sv.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/qual/organic/logo/index_sv.htm)
- Furemar, S. (2004). *Prisbildning och marknad för ekologiska livsmedel i fem EU-länder.  
(2004:2)*. Lund: Livsmedelsekonomiska institutet.
- Föreningen KRAV (2007). *Om KRAV-märkningen*. Hämtad 2007-04-24 från  
[http://www.krav.se/fakta\\_kravMarke.asp](http://www.krav.se/fakta_kravMarke.asp)
- Johansson, B. m.fl. (2003). *Är eko reko? Om ekologiskt lantbruk i Sverige*. Stockholm:  
Forskningsrådet för miljö, areella näringar och samhällsbyggande.
- Konsumentverket (2007). *Vad är ekologisk mat?* Hämtad 2007-04-19 från  
<http://www.konsumentverket.se/mallar/sv/artikel.asp?>
- Kotler m.fl. (2005). *Principles of Marketing*. London: Phearson Education Ltd.
- Källander, I, & Ögren, E. (2005). *Ekologiskt lantbruk – odling och djurhållning*. Järfälla:  
Bokförlaget Natur & Kultur.

- Livsmedel i Väst (2007). *Livsmedel i Väst*. Hämtad 2007-05-29 från  
<http://www.livsmedelivast.nu>
- LivsmedelsSverige (2007). *Vad är lokal och regional mat?*. Hämtad 2007-04-18 från  
<http://www.livsmedelssverige.org/>
- Lundin, A & Eriksson, S. (2005). *Handla för bättre klimat –Från införande till utförande (SOU 2005:10)*. Stockholm: Statens Offentliga Utredningar.
- Miljöförvaltningen Göteborgs Stad (2007). *Miljödiplomering*. Hämtad 2007-04-14 från  
<http://www.miljo.goteborg.se/sub/info/Miljodiplomering/miljodiplomering.htm>
- Miljöförvaltningen Göteborgs Stad (2007). *Miljömål*. Hämtad 2007-04-12 från  
<http://www.miljo.goteborg.se/>
- Miljömålsrådet. (2006). *Miljömålen –Miljömålen på köpet (Rapport 2006)*. Stockholm: Naturvårdsverket.
- Naturvårdsverket (2007). *Mer miljöfördelar med svenskt kött*. Hämtad 2007-05-12 från  
<http://www.naturvardsverket.se>
- Nielsen, K. (1998). *Mat från när och fjärran (Rapport 1998:4)*. Göteborg: Miljö Göteborg & Göteborgs Universitet.
- Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder*. Lund: Studentlitteratur.
- Rienecker, L. (2004). *Problemformulering*. Malmö: Liber Ekonomi.
- Rättvisemarkt (2007). *Om rättvisemärkning*. Hämtad 2007-04-14 från  
<http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/opml1.htm>
- Sigill Kvalitetssystem (2007). *Svenskt Sigill*. Hämtad 2007-04-14  
<http://www.svensksigill.com/>
- SIS Miljömärkning (2007). *Svanen*. Hämtad 2007-04-14 från  
<http://66.45.250.141/swanportal.html>
- Sternhufvud, U. (1998). *Kvalitet i tjänsteföretag*. Malmö: Nerenius & Santerus Förlag.
- Svensk Fisk (2007). *MSC- Internationell miljömärkning*. Hämtad 2007-05-14 från  
<http://www.svenskfisk.se/servlet/news?action=view&id=132>
- Svenska Jordbruksverket (2007). *Allmän information om miljöersättning*. Hämtad 2007-05-29 från  
<http://www.sjv.se>
- Svenska Lantmännen (2007). *Ekologiska livsmedel 2005*. Hämtad 2007-04-18 från  
<http://www.svenskalantmannen.se>
- Svenska Miljömålsrådet (2007). *Sveriges Miljömål*. Hämtad 2007-05-29 från  
<http://miljomal.nu/>
- Svensk Köttinformation (2007). *Kött i siffror*. Hämtad 2007-05-04 från

<http://www.meatinfo.com/konsument/artiklar/readone.php>

Sveriges Fiskares Riksförbund (2007). *Fisk för framtiden*. Hämtad 2007-05-10 från

<http://www.yrkesfiskarna.se/rwdx/bilder/SFR-broschyr1.pdf>

Strömqvist, S. (2006). *Uppsatshandboken*. Uppsala: Hallgren & Fallgren Studieförlag AB.

Västra Götalandsregionen (2006). *Västra Götaland – En livsmedelsregion*. Hämtad 2007-04-

12 från [http://www.vgregion.se/vgrtemplates/Page\\_\\_\\_\\_44662.aspx](http://www.vgregion.se/vgrtemplates/Page____44662.aspx)

Västsvenska Turistrådet. (2007). *Västsvensk mersmak*. Hämtad 2007-04-18 från

[http://www.vastsverige.com/templates/default\\_\\_\\_\\_110.aspx](http://www.vastsverige.com/templates/default____110.aspx)

Wallén, G. (1996). *Vetenskapsteori och forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.

Drotz, Peter. 2007: muntl. Telefonsamtal den 9 maj 2007.

Olausson, Niklas. 2007: muntl. Samtal den 7 maj 2007.

## **Bilaga**

### **Intervjuguide**

#### Sortiment

1. Finns det ekologiska/kravmärkta/biodynamiska/närproducerade produkter i sortimentet?
2. Hur stor andel av sortimentet är sådana produkter?
3. Framgår det i prislistan vilken typ av produkt det handlar om?
4. Finns det enbart ekologiska produktgrupper?
5. Vilka produktgrupper finns inte alls som miljövänliga alternativ?

#### Utbud

1. Finns det tillgång till ekologiska varor året runt, vilka produkter i så fall?
2. Hur ser säsongerna ut för de olika produktgrupper? (kan vi få säsongskarta/modell?)
3. Kan man garantera tillgång av alla produktgrupper?
4. Om viss produkt inte finns, söker ni alternativa producenter?
5. Är volymerna begränsade vad gäller ekologiska produkter, i så fall varför?
6. Har ni kartlagt producenterna i Västra Götaland, stora men även små?

#### Pris

1. Hur ser generell prisbild ut, kan man se på skillnader i pris vad gäller ekologiska/konventionella?
2. Som kund, kan man jämföra priserna? Framgår det tydligt i prislistorna, hur?
3. Om prisen är dyrare, vad beror det på?
4. Hur ser prisutvecklingen ut, senaste tiden och framöver?
5. Försöker ni arbeta med prissättning för att göra dessa varor mer attraktiva för marknaden? (konkurrenskraftiga)

#### Leverans och inköpsprocess

1. Finns det problematik kring inköpsprocess (restaurang)?
2. Finns det problematik kring utleverans?
3. Måste man som köpare/inköpare planera inköp annorlunda om man vill handla ekologiskt?

#### Kvalité

1. Hurdan är kvalitén av era ekologiska varor jämförts med de konventionella?
2. Hur är hållbarheten av dessa varor? Sämre/Bättre?
3. Hur klarar de transport och förvaring jämförts med konventionella?
4. Finns det skillnader i utseende/smak eller annat?

#### Generella svårigheter

1. Finns det andra svårigheter kring ekologiska produkter?
2. Hur är efterfrågan kontra försäljning?
3. Vilka nackdelar/fördelar finns det?
4. Hur ser framtiden ut vad gäller utveckling av sortimentet?

#### Allmänna frågor

1. Verksamhetens storlek och marknadsandel i Göteborg?
3. Jobbar ni för att utöka och förbättra försäljning av ekologiska produkter?

