



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Innovationens ramar

En kvalitativ intervjustudie i kreativitetens begränsning och dess inverkan på möjligheterna för
grönare restaurangmenyer

Kandidatuppsats i Marknadsföring
Företagsekonomiska institutionen
Handelshögskolan
vid Göteborgs universitet
VT 2015

Författare: Emelie Nordh
Handledare: Jeanette Hauff

Förord

Först och främst vill jag rikta ett stort tack till respondenterna som ställt upp med sina tankar och med sin tid, utan dem hade inte denna uppsats varit möjlig. Jag vill också tacka min handledare Jeanette Hauff för kloka ord och god handledning under arbetet med denna uppsats. Det var spännande för mig, som är van med kvantitativ metod, att ge mig in i den kvalitativa metodens värld. Det var en utmaning att tolka intervjusvar i stället för siffror och statistik. Samtidigt har det varit väldigt roligt och intressant! Till slut vill jag också tacka min sambo Erik Fransson för att du stöttat och hjälpt mig när motivationen trutit.

150523 Göteborg

Emelie Nordh

Sammanfattning

Forskning har visat att det finns flera fördelar med en minskad köttkonsumtion, både när det kommer till miljö och hälsa. Svenskarnas konsumtion av kött har ökat stadigt sedan 1990-talet men samtidigt vittnar aktörer inom dagligvaruhandeln om en ökad efterfrågan på substitut till kött. Denna ökade efterfrågan leder till att utbudet ökar i butikerna. Men på restauranger verkar inte utbudet öka i samma utsträckning. Denna studie kastar därför ljus på restaurangbranschen genom att undersöka möjligheterna för en mer vegetarisk meny.

Att ge utlopp för fantasi och innovationskraft är en viktig drivkraft för en kock. En kock kan genom kreativitet initiera nya moden och på så sätt påverka vad gästerna vill äta (Hornig & Hu, 2008). De skulle alltså kunna öppna människors ögon för vegetarisk mat. Men för att kocken ska kunna vara kreativ krävs att hon eller han kan avvika från föreställningar och har en förmåga att lämna gamla hjulspår. Syftet med studien är därför att undersöka hur kockars kreativitet påverkas av tidigare erfarenheter och normer och hur det i sin tur påverkar möjligheten för en vegetarisk meny. För att förstå hur tidigare erfarenheter påverkar kockars kreativitet har Bourdieus teori habitus använts som analysverktyg. För att hitta normativa beteenden inom restaurangbranschen har teoriramverket institutionell teori använts.

För att samla in empiri genomfördes fem kvalitativa samtalsintervjuer med kockar på olika restauranger i Göteborg. De vittnar om att efterfrågan på vegetarisk mat har ökat och att det i dag behövs mer vegetariska rätter på menyerna. Samtidigt stannar detta behov vid en viss gräns.

I intervjusvaren går det att identifiera normativa handlings- och tankemönster. Det går således att tala om restaurangbranschen som en institution. De visar också att kockars habitus påverkar kreativiteten och hur benägna de är att servera vegetarisk mat. Erfarenheter kan både skapa möjligheter för kreativiteten men de kan också hämma den. Resultatet av studien visar också att institutionens förvärvade mönster (så kallade habitualiseringar) verkar normbildande för kockarna. Dessa normer påverkar också kreativiteten. Kockarna menar alla att det är bra att vara kreativ men resultaten visar att denna kreativitet äger rum inom förhållandevis snäva ramar. I intervjusvaren identifieras fem konkreta faktorer som kan begränsa kreativiteten för individerna inom institutionen. Det rör sig om; gäster, ekonomi, koncept, kunskap och säsong. Eftersom att institutionens habitualiseringar styr krävs en förändring i de fem faktorerna för att nya habitualiseringar ska uppstå så att en grönare meny ska kunna bli norm. Det finns alltså erfarenheter och normer som skapar ramar för inom vilka kreativiteten kan röra sig. Detta kan ses som hämmande för kreativiteten vilket i sin tur hämmar möjligheterna för en grönare meny.

Abstract

Author: Emelie Nordh

Title: The frames of innovation

Level: Bachelor of Marketing

Location: University of Gothenburg

Language: Swedish

Research has shown that several environmental and health related advantages could be gained from a decrease in meat consumption. The Swedes' meat consumption has increased steadily since the 1990s, but at the same time operators in the grocery sector claim that there is an increased demand for meat substitutes. This increased demand leads to an increase in the store supplies. Restaurants however, don't seem to increase their offer for vegetarian food to the same extent. Therefore this study sheds light on the restaurant industry by examining the possibilities for a more vegetarian menu.

The opportunity to vent imagination and innovation is a key driver for a chef. A chef can through creativity initiate a new fashion, thus influencing what the guests want to eat (Hornig & Hu, 2008) which inevitably means that they have the ability to open people's eyes for vegetarian food. But the chef's ability to be creative requires that he or she is capable to look away from past beliefs and has the ability to leave old paths. The objective of this study is therefore to examine how the chefs' creativity is influenced by past experiences and norms and how this in turn affects the ability for a vegetarian menu. In order to understand how past experiences affects a chefs creativity Bourdieu's theory habitus has been used as an analytical tool. To find normative behavior within the restaurant industry the study uses the theoretical framework institutional theory.

In order to collect empirical data five qualitative interviews was performed with chefs from various restaurants in Gothenburg. Their answers testify that the demand for vegetarian food has increased and that there is a bigger need for vegetarian food today.

At the same time this need stops at a certain limit. The interview responses show normative actions and thought patterns within the restaurant industry. It is therefore possible to view the restaurant industry as an institution. The results also reveals that the chefs habitus affect creativity and how likely they are to serve vegetarian food. The results of the study show that the patterns (so called habitualisations) acquired by the industry have a normative impact on the chefs. These standards also affects creativity. The respondents state that it is good to be creative but the results show that creativity takes place within relatively narrow frames. In the interview responses five specific factors were identified as limitations of creativity for the individuals within the institution. These factors were; guests, economy, concept, knowledge and season. Thus, there are experiences and industry standards that create frameworks within which creativity can prosper. This frame can be seen as an obstacle for creativity, which in turn inhibits the possibilities for a more vegetarian menu.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
2. Bakgrund	3
2.1 Menyplanering.....	3
2.2 Fördelar med minskad köttkonsumtion.....	4
2.3 Trendskifte?.....	5
3. Problembakgrund	5
4. Syfte	6
4.1 Ett syfte i tre delar.....	6
4.1.1 Del 1 - Kreativitet	6
4.1.2 Del 2 - Erfarenheter	6
4.1.3 Del 3 - Normer.....	6
5. Forskningsfrågor	7
6. Avgränsningar	7
6.1 Problemanalys.....	8
7. Teoretisk referensram	9
7.1 Habitus	9
7.2 Institutionell teori.....	10
7.2.1 Olika former av institutionell teori	12
7.3 Kreativitet	13
8. Metod	17
8.1 Val av metod	17
8.2 Urval	18
8.3 Intervjuguide och genomförande.....	19
8.4 Presentation av respondenter.....	20
8.5 Analysförfarande.....	21
8.6 Intern validitet	21
8.7 Extern validitet och generaliserbarhet	22
8.8 Etiska överväganden	22
8.9 Metodkritik	23
9. Resultat och analys av empirisk studie	24
9.1 TEMA 1. Föreställningar och erfarenheter av vegetarisk mat	24
9.1.1 Förändrad syn inom branschen	24
9.1.2 Ökad efterfrågan – men inget brinnande intresse	26
9.1.3 Vem äter vegetariskt?	26
9.1.4 Positiv eller neutral inställning till vegetarisk mat.....	28
9.1.5 Begränsade privata erfarenheter av vegetarisk mat	30
9.2 Analys av TEMA 1	31
9.2.1 Kockens habitus och institutionens normer	31
9.2.2 Habitus befäster eller avviker från institutionens normer	33
9.2.3 ”Gästerna vill inte äta vegetariskt så vi serverar inte det”	33
9.3 TEMA 2. Möjligheter för kreativitet och innovation	33
9.3.1 Positivt med kreativitet	34
9.3.2 Innovation innebär inte att du behöver uppfinna hjulet varje dag	34
9.3.3 Samarbete.....	35
9.3.4 Syn på menyn och maten	36
9.3.5 Inspiration	37
9.3.6 Frihet och möjlighet att påverka	37
9.4 Analys av TEMA 2	39
9.4.1 Kocken som entreprenör	39
9.4.2 ”Någon annan kan påverka men inte jag”	40
9.5 TEMA 3. Kreativitetens begränsningar	41

9.5.1 Krögaren, gästen och vinstintresset	41
9.5.2 Trender och koncept	42
9.5.3 Säsong.....	43
9.5.4 Kompetens	44
9.6 Analys av TEMA 3	44
9.6.1 Trögrörlig institution.....	44
10. Slutsatser och rekommendationer	47
10.1 Svar på frågeställningar	47
10.2 Reflektioner och förslag till vidare forskning.....	48
11. Källförteckning.....	50
12. Bilagor	53

Figurförteckning

Figur 1 Kreativitetens 4P.....	15
Figur 2 The constructing model of culinary creativity	16

Tabellförteckning

Tabell 1 Presentation av respondenterna	19
--	-----------

1. Inledning

Kött har traditionellt sett haft en stark ställning inom den västerländska matkulturen (Holm & Møhl, 2000:1). Kött är det centrala på tallriken och rätter döps till och med efter köttet som ingår i den. I början av 1900-talet var köttets status väldigt hög i Sverige. Att servera fisk vid en söndagsmiddag var till exempel uteslutet (Ekström, 1990). Än i dag har köttet en stark ställning bland svenska konsumenter. Det avspeglar sig inte minst i deras livsmedelsval. Svenskarna äter nämligen mer och mer kött. Sedan början av 1900-talet har köttkonsumtionen per individ ökat stadigt (Jordbruksverket, 2013). Samtidigt har flera fördelar med en minskad köttkonsumtion uppmärksammas de senaste åren. Det handlar om fördelar för både miljö och hälsa.

I den rödgröna regeringens regeringsförklaring 2014 ingår en målsättning om att en långsiktig livsmedelsstrategi ska tas fram. I rapporten ”Inspel till en svensk livsmedelsstrategi” pekar Rydhman (2014) på behovet av ett ändrat konsumtionsmönster för att nå visionen om hållbar livsmedelskonsumtion. Rydhman (2014) pekar bland annat ut en minskad köttkonsumtion som ett viktigt mål för att nå visionen. Konsumenterna tilldelas en central roll i rapporten men samtidigt konstaterar Rydhman (2014) att konsumenterna inte kan tilldelas allt ansvar för att livsmedelskonsumtionen ska bli mer hållbar. Därför kommer denna studie att i stället för att fokusera på konsumenter, kasta ljus på en annan aktör i matkedjan, nämligen restauranger.

Den andel av hushållskassan som svenska hushåll lägger på restaurangbesök har ökat med 1,5 procent sedan 1995 (ekonomifakta.se, 2014). Omsättningen inom restaurangbranschen har också ökat de senaste åren och 2014 blev ytterligare ett rekordår för den svenska restaurangbranschen med en omsättning på över 110 miljarder kronor (Visita, 2014). De senaste tio åren har omsättningen i restaurangbranschen ökat med ungefär 40 miljarder kronor (ibid). Konsumenternas ökade intresse för att äta ute torde innebära att restaurangbranschen spelar en viktig roll för vad svenskarna väljer att stoppa i sig. Horng & Hu (2008) menar att konsumenters preferenser påverkas till stor del av andra restaurangers menyer men också utav rådande trender av olika kulturella eller etniska kök och mer generellt av förändringar i smakpreferenser för ett givet klientel, samhället eller en kultur. Kockar måste ta hänsyn till konsumenternas preferenser och deras feedback är av stor betydelse. Modet spelar också en signifikant roll. Samtidigt menar Horng & Hu (2008) att konsumenternas preferenser också kan påverkas av kockarna i restaurangköken. Även om mode påverkar kockarna har hon eller han möjlighet att påverka och initiera ett nytt mode, förutsatt att denne är kapabel (tillräckligt kreativ) att göra detta. Vegetarisk mat skulle kunna ses som ett mode och denna studie

önskar därför öka förståelsen för synen på vegetarisk kost bland kockar inom den svenska restaurangnäringen. Hållbar konsumtion är ett undersökningsområde som tidigare fått mycket uppmärksamhet inom marknadsföringsforskningen. Fokus har ofta legat på konsumenternas beteende medan lite ljus kastats på de som serverar maten som konsumenterna äter. Denna studie önskar därför undersöka synen på köttfri kost bland de som bestämmer menyn. Denna studie argumenterar för att hänsyn måste tas till de nuvarande föreställningar som driver den rådande synen på livsmedel för att försöka förändra den. I förlängningen skulle studiens resultat kunna bidra till en förståelse för hur förutsättningarna för att införa grönare menyer på svenska restauranger ser ut.

2. Bakgrund

För att skapa en förståelse för forskningsfrågorna som undersöks i denna uppsats följer i detta kapitel en presentation av forskningsproblemets bakgrund. Efter det presenteras uppsatsen syfte och hur det har operationaliserats. Kapitlet innehåller även en kort presentation av vilka avgränsningar som gjorts och en redogörelse för studiens svagheter.

”Det spelar ingen roll hur mycket vi läkare talar om hur vi ska äta. Mat måste se god ut, vara god och näringsriktig: medvetna kockar har stor betydelse för att påverka folks matvanor.”

Professor Jercy Einhorn (Klein, 2004).

2.1 Menyplanering

Den kommersiella restaurangbranschen är en heterogen bransch (Tellström, 2006). Restaurangerna har ett stort intresse i att finna de livsmedel och maträtter som attraherar gästerna mest. Det är där företagets vinst finns att hämta. Som tidigare nämnt har kött en stark ställning inom västerländsk matkultur. Klein (2004) menar att matvanor är det svåraste beteendet att ändra hos en människa. Det torde därför också vara svårt för kockar att inte erbjuda kött på menyn eftersom att råvaran är så djupt rotad som en norm i samhället.

Vid menyplanering bör kocken ta hänsyn till tre övergripande faktorer (Johansson, 2004).

- ekonomiska mål
- marknadsrelaterade mål
- kvalitets- och produktionsmål

Kockyrket handlar således inte bara om matlagning utan denne måste ta hänsyn till en rad faktorer när en meny komponeras. Kunskap om råvarans smak och innehåll är ovärderligt för en kock (Johansson, 2004). För att kunna skapa en bra meny behöver kocken också goda kunskaper inom livsmedelskunskap och matlagningshantverk. Johansson (2004) menar att en meny helst ska vara varierad och innehålla kontraster mellan bland annat råvaror, smaker, näring, konsistens, färg och form. Förutom de komponenter som redan nämnts här kan även restaurangens fysiska utformning eller läge spela in för vilken meny som kan serveras. Samtidigt som det enligt Johansson (2004) finns ett facit för hur en bra meny är utformad är möjligheten att få ge utlopp för fantasi och innovationskraft en viktig drivkraft för kockar (Tellström, 2006). Kreativitet brukar ofta definieras som något nytt och originellt (Kaufmann, 2003). En kock som är tillräckligt kreativ har möjlighet att påverka och initiera ett nytt matmode (Hornig & Hu, 2008). Men för att en kock ska kunna anses

vara kreativ krävs att hon eller har en förmåga att se ovanliga samband, att lämna gamla hjulspår och att hitta nya lösningar (Forskning.se, 2014).

2.2 Fördelar med minskad köttkonsumtion

I Sverige används mer än hälften av åkermarken för att producera foder och lantbrukets djur står för en stor del av livsmedelsproduktionens klimatpåverkan då de idisslande djuren producerar mycket växthusgaser. Men de höga växthusgasutsläppen beror främst på att det går åt mycket mark för att producera foder åt djuren. Konsumtion av kött är därför, oavsett hur det producerats, förknippat med stor klimatpåverkan. Animalieproduktion står för nästan en femtedel av världens totala utsläpp av växthusgaser (Jordbruksverket, 2013).

Fördelat per person utgör utsläppen av växthusgaser från privat konsumtion ungefär åtta ton per person och år i Sverige. Maten beräknas stå för cirka två av dessa åtta ton och av dessa är köttet det livsmedel som står för störst andel av den livsmedelsrelaterade utsläppen. Fram till år 2050 behöver vi minska vårt totala utsläpp för konsumtion av mat, resor, boende med mera till under två ton. Det innebär att vi behöver minska vår konsumtion av kött om det ska finnas något utrymme för de utsläpp som våra andra behov ger upphov till (ibid).

Jordbruksverket beräknar årligen svenska konsumenters konsumtion av kött. Den totala köttkonsumtionen kan beskrivas med hjälp av olika mått med olika innebörd. Den siffra som kommer närmast det vi faktiskt äter är Livsmedelsverkets siffra på 50-55 kilo, som beräknas utifrån matvaneundersökningen (Jordbruksverket, 2013).

Under 2000-talet har forskning visat att hög konsumtion av rött och processat kött ökar risken för tjock- och ändtarmscancer (Larsson & Wolk, 2006 samt Norat et al., 2005). Livsmedelsverkets rekommendation för intag av rött kött (från nöt, gris, lamm och vilt) och processat kött uppgår till ett halvt kilo i veckan. Det innebär ungefär tre normalstora portioner i veckan och lite pålägg (Dagens nyheter, 2014, 17 juni). Rekommendationen baseras på forskning från World Cancer Research Fund som genomfört studier med sammanlagt nära tre miljoner deltagare. Studien visar på tydliga kopplingar mellan köttätande och cancerrisk (Dagens nyheter, 17 juni). Cancerformen drabbar i dag över 6000 svenskar varje år och hör till de vanligaste formerna av cancer i Sverige. Den som äter mycket kött löper också högre risk att drabbas av hjärt- och kärlsjukdomar och typ 2-diabetes (ibid). Livsmedelsverket menar därför att vi i stället bör fylla våra tallrikar med fisk, fågel, grönsaker och baljväxter som till exempel bönor.

2.3 Trendskifte?

Det förekommer tydliga signaler om att en minskad köttkonsumtion är fördelaktig för både miljö och hälsa. Jordbruksverket sammanställer årligen siffror över svenska konsumenters köttkonsumtion. I dagsläget finns inga siffror för 2014 i myndighetens statistikdatabas. Siffrorna för 2013 tydde dock på att konsumtionen fortsätter att öka. Men i en artikel i Dagens Nyheter skriver Kihlberg & Löfgren (2014, 28 september) att köttkonsumtionen faktiskt minskat det första kvartalet 2014. Om det beror på att köttkonsumtionen nått sin kulmen eller om det bara är ett hack i kurvan får tillsvidare vara osagt. Oavsett om köttkonsumtionen kommer att fortsätta öka eller minska förekommer signaler som tyder på ett ökat intresse för vegetariska livsmedel bland svenska konsumenter. Det märks inte minst i dagligvaruhandelns frys- och kyldiskar (Kihlberg & Löfgren, 2014, 28 september). Till exempel ökade företaget Axfoods försäljning av vegetariska alternativ till fårs, köttbullar och korv med 40 procent under första halvåret 2014 jämfört med samma period förra året. Försäljningen av konserverade bönor ökade 20 procent, och torkade bönor med 11 procent. Även de stora jättarna ICA och Coop uppger att de ser en stadigt ökande efterfrågan på vegetariska substitut till kött.

3. Problembakgrund

Det går att urskilja en önskan om minskad köttkonsumtion inom olika delar av samhället, både bland de som förespråkar hållbar konsumtion och de som ser hälsofördelar med att vi äter mindre av det proteinrika livsmedlet. Om man ska tro handlarna inom dagligvaruhandeln går det även att urskilja en förändring i konsumenternas preferenser. Veganer och vegetarianer vittnar om att utbudet av substitut till kött därför har ökat i många dagligvarubutiker (Kihlberg & Löfgren, 2014, 28 september). Enligt marknadens logik är efterfrågan och utbud nära sammankopplade. En ökad efterfrågan på vegetarisk kost torde därför betyda att utbudet blir större. Men en snabb titt på restaurangernas menyer ger en annan bild. Det är svårt att hitta exakta siffror på hur stor del av menyerna som i genomsnitt består av vegetariska alternativ men de är ofta få till antalet. Det faktum att forskningen pekar på att en minskad köttkonsumtion är fördelaktig både ur miljö- och hälsosynpunkt kombinerat med det ökade intresset för att äta ute torde innebära att restaurangnäringen kan spela en viktig roll i ett försök att ändra konsumtionsvaror mot en mer hållbar och vegetarisk kost. En kock kan genom kreativitet initiera nya moden och på så sätt påverka vad gästerna vill äta (Hornig & Hu, 2008). De skulle alltså kunna öppna människors ögon för vegetarisk mat. Men för att kocken ska kunna vara kreativ krävs att hon eller han är fri från gamla föreställningar och har en förmåga att lämna gamla hjulspår. Ett antagande som gjorts i denna uppsats är att förutsättningarna för att kreativitet ska kunna uppstå innebär att yrkesutövaren är fri att göra det hon eller han vill.

4. Syfte

Syftet med studien är att undersöka hur kockars **kreativitet** påverkas av tidigare **erfarenheter** och **normer** och hur det i sin tur påverkar möjligheten för en vegetarisk meny.

4.1 Ett syfte i tre delar

För att möjliggöra att syftet uppfylls har det delats in i tre delar. De tre delarna är i sin tur kopplade till varsin teori/begrepp. Det rör sig om kreativitet, habitus/erfarenheter och institutionell teori/normer. Anledningen till denna uppdelning är att underlätta för förståelsen av syftets olika delar. De olika teorierna används som analysverktyg för de begrepp som ingår i syftet. Ingen av dessa teorier är fullgoda att använda som verktyg för att analysera samtliga tre delar. Denna uppdelning kommer att vara återkommande genom hela uppsatsen. De tre delarna ska tillsammans besvara hur de påverkar möjligheten för en vegetarisk meny.

4.1.1 Del 1 - Kreativitet

För att kunna undersöka kreativitet krävs att begreppet definieras. I denna studie definieras kreativitet som ett begrepp med många innebörder. Det går att tala om kreativa personer som pionjärer eller som entreprenör. Pionjären är den originelle kreatören medan entreprenören är duktig på att kombinera och föra ut pionjärens idéer på marknaden.

4.1.2 Del 2 - Erfarenheter

Alla människor är del av ett sammanhang som påverkar vår bild av verkligheten. Denna subjektiva bild föranleder att vi tänker och agerar på ett visst sätt. I denna uppsats beskrivs denna socialiserade subjektivitet som habitus, i enlighet med sociologen Bourdieus användning av begreppet. De kontexter och de sammanhang som kockarna kommer i fråga har påverkat deras verklighetsbild och i uppsatsen kommer därför habitusbegreppet användas för att försöka förklara hur kockars kreativitet påverkats av tidigare erfarenheter. Deras tidigare erfarenheter förklarar varför de handlar på ett visst sätt.

4.1.3 Del 3 - Normer

Normer innebär i denna uppsats när ett handlande tas för givet. För att beskriva och undersöka normer används teoriramverket institutionell teori. Eriksson-Zetterquist (2009:5) menar att institutionell teori belyser hur organisationer följer regler snarare än att välja rationella sätt att handla. Dessa regler kan vara så väl formella som informella. Eftersom att kockarna verkar inom restaurangbranschen används denna teori för att förstå det normativa inom branschen.

5. Forskningsfrågor

Likt alla forskningsstudier har undersökningens syfte krävt operationalisering. Därför har sex forskningsfrågor formulerats. Dessa frågor ämnar ge svar som uppfyller studiens syfte:

- 1. Vilka erfarenheter har kockar av vegetarisk mat?
- 2. Hur upplever kockar att synen på vegetarisk mat ser ut inom restaurangbranschen?
- 3. Hur värderar kockar kreativitet?
- 4. Hur påverkar dessa erfarenheter kockars kreativitet vid skapandet av en meny?
- 5. Vilka normer påverkar kockars kreativitet vid skapandet av en meny?
- 6. Hur påverkar detta möjligheterna för en större andel vegetarisk mat på restaurangernas menyer?

De första två frågorna är tänkta att undersöka vilka erfarenheter och vilka normer kockar har med sig i bagaget och hur det i sin tur påverkar deras kreativitet. De ska således uppfylla syftets första del om att undersöka hur kockars kreativitet påverkas av tidigare erfarenheter och normer. Eftersom att antagandet att kockar behöver vara kreativa i sitt yrke gjorts i denna uppsats ställs även frågan hur de värderar kreativitet.

För att uppfylla den senare delen av syftet har de sista tre frågorna formulerats. Tanken är att de ska undersöka hur svaren i de föregående frågorna påverkar möjligheterna för en vegetarisk meny. I metodkapitlet redogörs för hur svaren på frågorna samlats in.

6. Avgränsningar

Från början var tanken att denna studie skulle undersöka hur marknadsföring kan få fler konsumenter att välja mer grönt på tallriken. Efterhand gjordes avvägningen att i stället skifta fokus och rikta uppmärksamheten mot producentsidan. Det syfte som sedan formulerades innebär således en avgränsning. Studien har i sin utformning inte fångat upp konsumentperspektivet utan fokus har ställts in på att enbart undersöka kockar. Denna avgränsning har främst skett på grund av den tidsram som givits undersökningen. För att säkerställa att studiens syfte skulle kunna uppfyllas var det nödvändigt att smalna av forskningsproblemet. Därmed inte sagt att ett konsumentperspektiv inte är intressant i sammanhanget. För att undersöka förutsättningarna för hur fler svenskar ska välja vegetarisk föda till förmån för animalisk hade det varit intressant att undersöka konsumenternas vilja att äta mer vegetariskt och hur de upplever utbudet på svenska restauranger. Denna studie

lämnar ett hål i forskningen som skulle kunna fyllas igen av någon annan i framtiden. Tillsammans hade både ett konsument- och kockperspektiv kunnat komplettera varandra.

Metoden har avgränsats till kvalitativ metod och det går därför inte att generalisera resultaten på en bredare population. Urvalet består av fem intervjupersoner som alla är kockar i Göteborg. Således har även en geografisk avgränsning gjorts.

6.1 Problemanalys

Studien utgår från att efterfrågan på vegetarisk mat har ökat inom dagligvaruhandeln och att det i sin tur borde innebära att efterfrågan på vegetarisk mat även ökat på restauranger. Eftersom att det inte genomförts någon systematisk undersökning över huruvida efterfrågan på vegetarisk mat faktiskt ökat på restauranger kan detta antagande ses som studiens svaghet. Samtidigt visar studiens resultat att kockarna upplever att efterfrågan på vegetarisk mat har ökat bland gästerna. Mer om detta finns att läsa i Resultatkapitlet.

7. Teoretisk referensram

Studien utgår i från tre olika teorier för att svara på de forskningsfrågor som formulerats utifrån syftet. De tre teorierna används för att förstå olika delar av undersökningens syfte och tillsammans ska de ge ett sammanfattande svar på forskningsfrågorna. Teorikapitlet ska fungera som en vägledning för läsaren som ska underlätta för dennes förståelse för hur analysen i den senare delen av uppsatsen genomförts.

Syftet med denna studie är att undersöka hur kockars kreativitet påverkas av tidigare erfarenheter och normer och hur det i sin tur påverkar möjligheten för en vegetarisk meny. För att underlätta och möjliggöra för sannolikheten att syftet uppfylls har det delats upp i tre delar. Som tidigare beskrivits under rubriken ”Syfte” har dessa tre delar (kreativitet, erfarenheter och normer) försetts med en teori. Det handlar om kreativitet, habitus och institutionell teori. För att förstå hur tidigare erfarenheter påverkar kockars kreativitet har Bourdieus teori habitus använts som analysverktyg. För att hitta normativa beteenden inom restaurangbranschen har teoriramverket institutionell teori använts. Titeln för denna uppsats utger sig för att undersöka kreativitetens begränsningar. För att förstå vad som menas med kreativitet presenteras även i detta kapitel en förklaring till hur begreppet kreativitet använts.

7.1 Habitus

Den första delen i detta teorikapitel inleds med en genomgång av begreppet habitus. Habitus används för att skapa en förståelse för hur tidigare erfarenheter påverkar kockars kreativitet. Det används också för att förstå hur dessa erfarenheter i sin tur påverkar möjligheterna för en mer vegetarisk meny.

Habitus är ett begrepp som funnits länge inom sociologin. En person som ägnat mycket tid åt begreppet är sociologen Pierre Bourdieu och det är i dennes användning av begreppet som denna studie tar sin utgångspunkt. Enligt Bourdieu innebär habitus socialiserad subjektivitet (Priour & Sestoft, 2006). Habitus är ett system av varaktiga dispositioner av strukturerade mönster som genererar och strukturerar föreställningar och praxis. Det kan förklaras som att föreställningar och praxis fungerar som regelmässiga även om man inte medvetet försöker följa en regel. Det handlar om osynliga regler som människor rättar sig efter. Reglerna kan också vara fullt anpassade till ett ändamål utan att man medvetet satt upp och jobbat mot ett mål (ibid). Habitus är således en uppsättning förvärvade (inlärda) dispositioner som innebär att man handlar på ett visst sätt. Habitus betecknar en socialiserad kropp som har tagit till sig strukturerna i den värld som kroppen lever i. Det innebär att de yttre strukturerna har blivit de inre strukturerna i form av mentala scheman för

hur man uppfattar och delar in världen, med andra ord kroppens perception och klassifikation av omvärlden. Bourdieu menar att det finns ett sammanhang mellan en position i ett socialt rum och ens dispositioner eller smak och livsstil. Prieur & Sestoft (2006) exemplifierar det genom fransmän inom olika samhällsgrupper. De menar att det finns en förklaring till varför franska skollärare tenderar att gilla bergsvandring och att dricka Perrier och varför direktörer gillar ridning och att dricka champagne. Inom de olika grupperna finns det olika habitusformer som innebär att man uppfattar världen på olika sätt och uppskattar olika saker. Samtidigt menar Prieur & Sestoft (2006) att det finns undantag. Habitus hänvisar till det trögrörliga men icke oföränderliga i människan. Habitus-former kommer alltid att förändras av nya erfarenheter, till exempel när en individ går från skola till yrkesliv. Men habitus kommer aldrig ändras radikalt. Det nya utgår alltid från det man tidigare har med sig. Prieur & Sestoft (2006) använder mansdominans som exempel. Mansdominansen överlever i det moderna samhället trots en ideologi om jämlikhet.

Enligt Prieur & Sestoft (2006) går det inte att applicera habitus på till exempel ”det danska folket”, då det innebär att begreppet används på en för generell nivå. I stället kan habitusformer anpassas till ett specifikt fält, en grupp i samhället som till exempel akademiker. Akademiker som vuxit upp i akademikerhem kan ses som en habitusform. Samtidigt påverkas också dessa individer av faktorer som kön, uppväxt samt mer individuella faktorer. I denna studie appliceras habitus på kollektivet kockar som i enlighet med Prieur & Sestofts (2006) resonemang kan ses som ett specifikt fält; en grupp i samhället.

7.2 Institutionell teori

Habitus- begreppet fokuserar på människor i största allmänheten och syftet med denna studie är att undersöka individer (kockar) i deras professionella miljö. Därför utgår studien även från teori-ramverket ”institutionell teori” som lägger fokus på organisationer, i detta fall företag i form av restauranger. Därmed inte sagt att en förståelse för habitus är överflödigt. Genom att redogöra för hur mönster och föreställningar reproduceras och överförs mellan generationer på individ- så väl som företagsnivå möjliggörs en djupare förståelse för fenomenet. Teoriramverket institutionell teori används för att förstå det normativa inom restaurangbranschen.

Institutionell teori belyser hur handlandet i organisationer följer det som tas för givet, hur de påverkas av andra organisationer och ”hur organisationer kommer att följa regler, såväl formella som informella, snarare än att välja rationella sätt att handla” (Eriksson-Zetterquist, 2009:5). Begreppet växte, enligt Eriksson-Zetterquist (2009), fram under slutet av 1800-talet. Det har använts inom flera områden, allt i från forskare inom sociologi till nationalekonomi och

organisationsteori har använt det. Det faktum att begreppet institution använts inom fler olika områden har lett till att begreppet tillskrivits flera olika definitioner. Inom organisationsforskningen förklarade Greenwood, Oliver, Sahlin och Suddaby (2008, i Eriksson-Zetterquist, 2009) att institution innebär att för givet tagna handlingsmönster växer fram ur interaktion mellan olika människor, det blir även de som bygger upp det normativa system som överförs mellan generationer (Eriksson-Zetterquist, 2009:16).

Flera likheter kan urskiljas mellan Bourdieus teori om habitus och det ramverk som Eriksson-Zetterquist (2009) kallar institutionell teori. Hon redogör för Berger och Luckmanns (1966 i Eriksson-Zetterquist, 2009) bild av hur institutioner uppkommer. Berger och Luckmann (1966 i Eriksson-Zetterquist, 2009) använder begreppen ”habitualisering” och ”typifiering” i sin beskrivning där det förstnämnda kortfattat kan beskrivas som ”att utföra handlingar efter ett givet mönster” och det sistnämnda ”sortering eller klassificering av mönster för handlingar och aktörer”. Institutioner växer fram ur det som Berger och Luckmann (1966 i Eriksson-Zetterquist, 2009) kallar habitualisering. Varje handling kan vid upprepning bli ett mönster. Detta mönster kan sedan återanvändas just för att det är effektivt och ekonomiskt. På en arbetsplats skulle det kunna innebära att personalen börjar och avslutar varje arbetsdag på samma sätt. Detta ger en psykologisk lättnad (Eriksson-Zetterquist, 2009:16). Vidare leder habitualisering till en möjlighet att dela in mönster i olika sorter (typer). När flera personer sedan ”klassificerar habitualiserade handlingar och aktörer på gemensamma sätt som är tillgängliga för alla medlemmar i en viss grupp uppstår institutionalisering” (Eriksson-Zetterquist, 2009:17). Det är här typifieringen kommer in då både handlingar och de som utför handlingarna typifieras. De habitualiserade handlingarna som utgör institutioner är gemensamma. Typifieringarna blir tillgängliga för alla de som är medlemmar av institutionen, den sociala gruppen.

För att vi ska kunna tala om institutioner krävs att ytterligare några faktorer är uppfyllda. Institutioner innefattar nämligen även historicitet och kontroll. Det innebär att det krävs en gemensam historia för att bygga upp ömsesidiga typifieringar av handlingar. Med kontroll menar Eriksson-Zetterquist (2009:17) att institutioner bara av sin blotta existens, som innefattar att människor handlar på ett visst sätt, innebär att den kontrollerar mänskliga handlingar. Sist men inte minst kräver en fulländad institutionalisering en ny generation människor. Typifiering av handlingar måste överföras från en generation till en annan. Härmed blir habitualiseringar och typifieringar till historiska institutioner.

7.2.1 Olika former av institutionell teori

Inom ramverket institutionell teori ryms olika varianter. Det handlar om tidig institutionell teori, nyinstitutionell teori och skandinavisk institutionell teori. Den tidiga institutionalismen uppmärksammade hur organisationer förändras, påverkas av moden och tar upp idéer.

Nyinstitutionalismen pekar på hur organisationer inom ett fält blir lika varandra där likheten leder till att de blir stabila. Grundantagandet i nyinstitutionell teori är att för givet tagna antaganden gör att aktörer inte kan agera efter egna intressen då de styrs av en institution, aktören är en produkt av institutionen som då begränsar vad aktören önskar sig, tänker och hittar för alternativa lösningar eller vägar (Eriksson-Zetterquist, 2009:92). Inom nyinstitutionell teori går det att tala om organisationsfält som utgörs av exempelvis industrier inom en och samma bransch. Begreppet visar enligt Eriksson-Zetterquist (2009:73) att organisationer påverkar varandra genom kulturella och normativa processer även om de inte har direkt kontakt med varandra. Tillhörighet i ett fält ger organisationerna legitimitet. Indelningen i fält leder till homogenisering av medlemmarna i fältet. Den kommersiella restaurangbranschen skulle kunna utgöra ett fält. I slutändan leder tillhörigheten i ett fält även till isomorfism som kan förklaras med tre mekanismer: tvingande, mimetisk och normativ isomorfism. Tvingande isomorfism innebär till exempel politiska beslut, mimetisk isomorfism handlar om att företag härmar andra företag i osäkra situationer och normativ isomorfism kommer från inflytandet från professioner och utbildningar, som påverkar vad som är det rätta sättet att göra saker.

Eriksson-Zetterquist (2009:82) menar att isomorfism leder till att organisationer blir mer framgångsrika samtidigt som de får det lättare att överleva. Organisationerna blir belönade för att de är lika varandra, de har lättare att förstå varandra då de utvecklar ett gemensamt vokabulär. Men bara för att organisationerna belönas för att vara lika behöver inte det betyda att de blir mer effektiva (Eriksson-Zetterquist (2009:73).

Skandinavisk institutionalism innebär att man ser på organisering som en kombination av förändring och kvalitet.

Eriksson-Zetterquist (2009:18) menar att institutionalisering bidrar med stabilitet för individuella handlingar samt för interaktionen mellan olika organisationer eller personer. Detta ger i sin tur utrymme för till exempel innovationer som kräver en större del av deras uppmärksamhet. Arbetsfördelningen och innovationerna kommer i sin tur att leda till nya habitualiseringar.

7.3 Kreativitet

Att ge utlopp för fantasi och innovationskraft och att skapa slagkraftiga rätter är en viktig drivkraft för kockar (Tellström, 2006). Till skillnad från målare och musiker ses inte kockar som konstnärer (Peng, Lin & Baum, 2011) men i denna uppsats görs antagandet att kockyrket kräver att yrkesutövaren utför kreativa handlingar. Kulinarisk kreativitet involverar skapandet av nya rätter och idéer som kan implementeras för att presentera bättre och godare maträtter (Peng, Lin & Baum, 2011).

En rad olika definitioner av begreppet kreativitet har föreslagits – ur olika perspektiv – genom åren. Ofta brukar kreativitet definieras som något nytt och originellt (Kaufmann, 2003). Det handlar om en förmåga att se ovanliga samband, att lämna gamla hjulspår och att hitta nya lösningar (Forskning.se, 2010). Csíkszentmihályi (1996) beskriver kreativitet som något kontextbundet. Han menar att kreativitet föds ur interaktionen i ett system bestående av tre element;

- en kultur som innehåller symboliska regler
- en person som bidrar med nya element till den symboliska domänen
- och ett skrå av experter som kan identifiera och utvärdera uppfinningen

Csíkszentmihályi (1996) menar vidare att om vi skall definiera kreativitet i en idé eller handling som ny och värdefull så kan vi inte bara acceptera en persons egen subjektiva uppfattning av huruvida det hon eller han har skapat är nytt. Kreativitet sker inte inuti en persons huvud utan i en sociokulturell kontext. ”Det är ett systematiskt snarare än ett individuellt fenomen” (Csíkszentmihályi, 1996:23). Bara för att en person upplever sitt eget arbete som kreativt behöver inte det automatiskt innebära att produkten av arbetet faktiskt är kreativt. För att någon ska kunna betraktas som kreativ krävs, enligt Csíkszentmihályi (1996), att det finns kompetenta utomstående som kan bedöma huruvida en person är kreativ eller inte. I konstsammanhang skulle dessa utomstående kunna vara konstkritiker och i ett restaurangsammanhang skulle det kunna röra sig om matkritiker eller restauranggäster.

En kreativ person ändrar memorer i kulturen. En memorer är kulturens motsvarighet till gener (Csíkszentmihályi, 1996:7). Memorer kan också förklaras som information som vi måste föra vidare för att kulturen ska överleva, till exempel information i form av ett recept eller en sång. Det kan också vara ett tillvägagångssätt för hur man tillverkar krukor eller ett klädmode i en bestämd tid. Csíkszentmihályi (1996) menar att om tillräckligt många av ”rätt” människor ser förändringarna

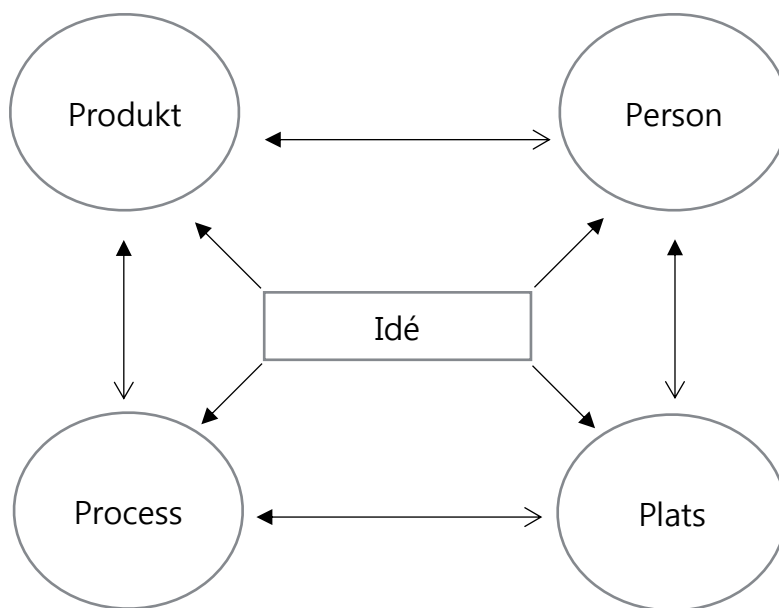
som en förbättring blir det en del av kulturen. Kreativitet kan alltså sägas vara en process där en symbolisk domän i en kultur förändras.

Csikszentmihályis (1996) definition av kreativitet har en elitistisk inriktning. Törnqvist (2009) menar att användandet av kreativitetsbegreppet ökat lavinartat efter andra världskriget vilket lett till att begreppet är svårt att använda utan definitioner. Han menar vidare att oavsett om begreppet används för att beskriva ”småklurighet och trivial problemlösning” eller unik genialitet så går det att spåra tankeprocesser som liknar varandra. I en kreativ process rubbas gamla associationsbanor och vedertagna tankemönster bryts. Kreativa personer besitter förmågan att frångå dessa invanda föreställningar, begrepp och regelverk.

Guilford (1950 i Törnqvist, 2009) diskuterade divergent och konvergent tänkande. Konvergent tänkande innebär att en människa försöker lösa problem med hjälp av traditionella tankebanor medan divergent tänkande innebär att man går på tvärs och väljer andra vägar (Törnqvist, 2009). Divergent tänkande brukar förknippas med kreativitet. En person som tänker divergent kommer med flera möjliga lösningar på ett problem, samtidigt som konvergent tänkande innebär att enbart en lösning ses som den korrekta och möjliga. De båda tankesätten kan användas för att komplettera varandra. Genom att kombinera divergent och konvergent tänkande kan flera möjliga lösningar presenteras samtidigt som en del förkastas för att hitta den lösning som lämpar sig bäst i en specifik situation.

Det går att skilja på huruvida en människa är kreativ eller om denne besitter egenskaper som effektivitet, produktivitet, yrkesskicklighet och intelligens (Törnqvist, 2009: 23). Törnqvist (2009) menar att det går att tala om två ytterligheter. På ena sidan placeras pionjären som är en originell kreatör, en uppfinnare. På andra sidan hamnar entreprenören som skickligt fångar upp idéer och nyheter, förmår kombinera dessa och föra ut dem på marknaden. ”Entreprenören är en skicklig innovatör men sällan en banbrytande uppfinnare” (Törnqvist, 2009:29). I en kapitalistisk miljö spelar entreprenören en viktig roll då denne för ut pionjärens idéer på marknaden. Enligt Törnqvist (2009:197) är därför en genomgripande förnyelseprocess beroende av ett samspel mellan de två ytterligheterna; entreprenören och pionjären.

Inom kreativitetsforskningen diskuteras ofta kreativitetens berömda fyra P: produkt, person, process och plats som alla samspelar med varandra. Personer är kända för de produkter de skapat och en kreativ process leder till en produkt som skapats av en person. Ofta kan också dessa element knytas till en plats, till exempel en stad.



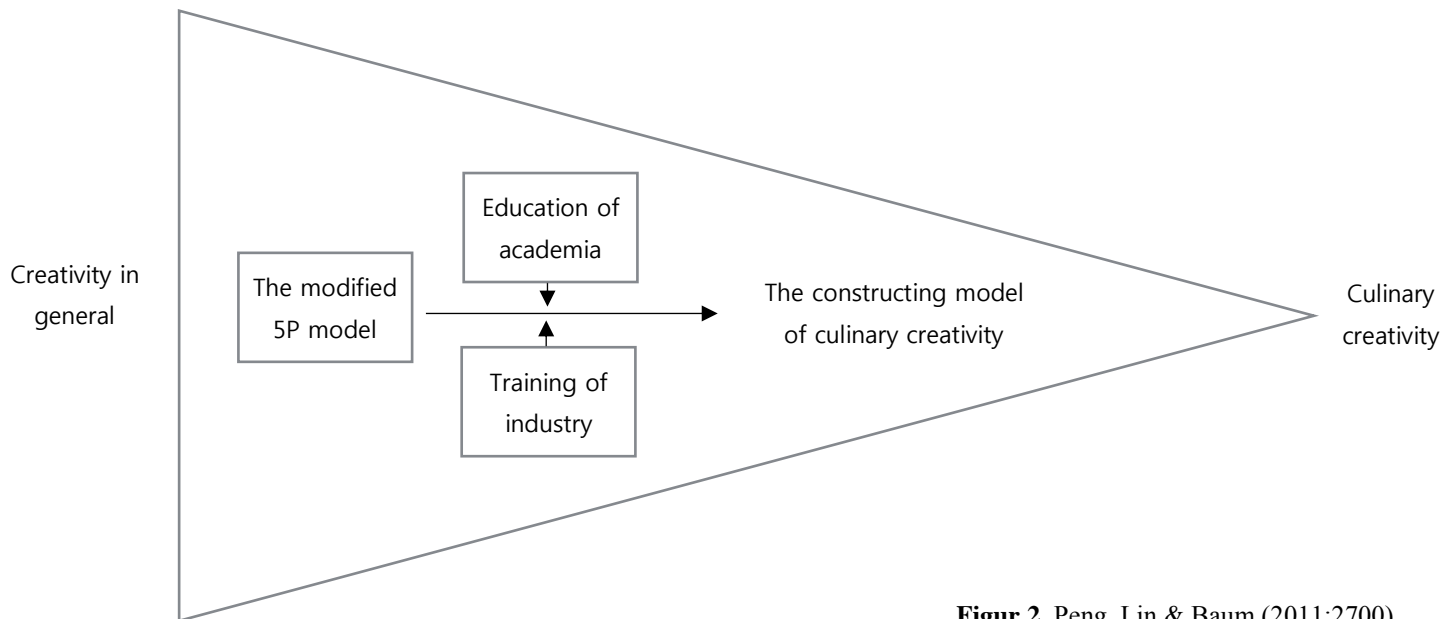
Figur 1. Törnqvist (2009:10)

I en studie utförd av Peng, Lin & Baum (2011) intervjuades kockar i Taiwan om deras syn på kulinarisk kreativitet. Studien visade att kulinarisk kreativitet baseras på traditionell matlagning och att kreativiteten ligger i att kocken adderar element som avviker från traditionen. 4P-modellen används ofta när kreativitet beskrivs på ett generellt plan men när vi talar om kulinarisk kreativitet, det vill säga kockars kreativitet, kan vi modifiera och bygga ut modellen till att innefatta 5P; produkt, process, person, press och princip. Press står i sammanhanget för den kreativa miljön som i sin tur kan analyseras utifrån PEST-modellen (Peng, Lin & Baum, 2011: 2697). PEST står för politiska, ekonomiska, sociala och teknologiska faktorer. Peng, Lin & Baum (2011) identifierar utifrån PEST-modellen en rad faktorer som påverkar kockars kreativitet, bland annat att familjen spelade roll för kockens kreativitet. Princip som är det sista P:et i den kulinariska kreativitetsmodellen innefattar i sin tur fem principer;

- a) tidsbegränsning
- b) professionella talanger
- c) marknad
- d) erfarenhetsackumulation
- e) kultur

Peng, Lin & Baum (2011: 2699) menar att alla dessa principer påverkar kockars kreativitet. Till exempel visade studien att kockarna var överens om att kulinarisk kreativitet drevs av kommersialism och att målet med matlagningen var att bli accepterad av marknaden. Det är viktigt att maten tillfredsställer gästerna och samtidigt genererar vinst och därför kan faktorer som marknad inte förbises vid ett försök att förstå den kulinariska kreativiteten (Peng, Lin & Baum, 2011).

The constructing model of culinary creativity



Figur 2. Peng, Lin & Baum (2011:2700)

Den modell för kulinarisk kreativitet som Peng, Lin & Baum (2011) tagit fram kombinerar de modifierade 5 P:na med branschens utbildning och akademins utbildning. Dessa tre element bildar sedan modellen för kulinarisk kreativitet som kan ses ovan.

8. Metod

I denna del presenteras studiens tillvägagångssätt. Kapitlet inleds med en redogörelse för hur valet av metod gått till för att senare presentera urvalsprocessen, utformning av intervjufrågor, analysförfarande, validitet och etiska överväganden. Kapitlet avslutas med metodkritik.

8.1 Val av metod

Studien önskar undersöka synen på vegetariska livsmedel bland svenska kockar. Det är därmed viktigt att metoden tillåter utvecklade svar som ger en djupare förståelse än vad siffror och statistik kan bidra med. Kvalitativ forskning är mer inriktad på ord än siffror och har en induktiv inriktning vilket innebär att teori genereras utifrån empirin till skillnad från en deduktiv inriktning som innebär att en teori provas på empiri (Bryman & Bell, 2013:49). Tyngden ligger på en förståelse av den sociala verkligheten på grundval av hur deltagarna i en viss miljö tolkar denna verklighet (Bryman & Bell, 2013). I en kvalitativ studie är det deltagarens perspektiv som är utgångspunkten, till skillnad från kvantitativ forskning då undersökningen utgår från forskarens uppfattning. Därför fokuserar studien på en kvalitativ forskningsinriktning.

Kvalitativ forskning kan genomföras på flera olika sätt. Ett av de mest använda är kvalitativa intervjuer. Inom begreppet kvalitativa intervjuer ryms en rad olika intervjutyper (Bryman & Bell, 2013). Kvalitativa intervjuer skiljer sig från kvantitativa intervjuer då de tenderar att vara mindre strukturerade. Det är önskvärt att intervjun rör sig i olika riktningar eftersom det ger en förståelse för vad intervjupersonen tycker är viktigt. I en kvalitativ forskningsstudie kan forskaren i tämligen stor utsträckning också avvika från en förformulerad intervjuguide. De kan ställa följdfrågor och frångå ordningsföljden på frågorna. Friheten att frångå förbestämda intervjuguides ger forskningsmetoden flexibilitet (Bryman & Bell, 2013:482).

Kvalitativa intervjuer kan delas in i två huvudsakliga former; semistrukturerade och ostrukturerade intervjuer. Ostrukturerade intervjuer innebär att forskaren använder sig av lösa minnesanteckningar och att de inte tar så stor plats under intervjun utan låter intervjupersonen prata ostört. Formen kan liknas med ett vanligt samtal. I semistrukturerade intervjuer använder däremot forskaren en lista över förhållandevis specifika teman som ska beröras. Intervjupersonen har samtidigt stor möjlighet att utforma svaren på sitt eget sätt. I stort sett ställs frågorna efter intervjuguidens ordningsföljd men det går att frångå ordningen. Enligt Bryman & Bell (2013) lämpar sig semistrukturerade intervjuer för studier där forskaren inleder undersökningen med ett förhållandevis tydligt fokus. Förarbetet till denna studie har bidragit till att ett tydligt fokus formulerats på förhand och därför genomfördes undersökningen med hjälp av semistrukturerade intervjuer.

8.2 Urval

Det finns olika urvalsmetoder inom kvalitativ forskning. De flesta urval i kvalitativa undersökningar innebär ett målinriktat urval (Bryman & Bell, 2013:452). Teoretiskt urval, även kallad grundad teori är ett sådant urval. Det innebär att man väljer ut intervjupersoner tills de kategorier man utformat uppnår teoretisk mättnad, det vill säga att svaren inte innehåller någon ny information utan att samma svar återkommer i varje intervju. Glaser & Strauss (1967, i Bryman & Bell, 2013:453) menar att denna typ av urval lämpar sig bättre för kvalitativa studier än till exempel sannolikhetsurval då den bygger på teoretiska kriterier och inte statistiska kriterier.

Ett teoretiskt urval utgår från en generell frågeställning, likt den frågeställning som ligger till grund för denna studie, och följer sedan följande mönster:

Generell frågeställning > teoretiskt urval > insamling av data > analys av data > analys av data (begrepp och kategorier) > teoretisk mättnad > generering av hypoteser > teoretiskt urval (Bryman & Bell, 2013:453).

Urvalet till denna studie gjordes utifrån några teoretiska kriterier. Respondenterna skulle ha erfarenhet av ansvar över komponerandet av en meny, det vill säga de skulle ha jobbat som köksmästare eller liknande. Restaurangerna i fråga skulle inte heller erbjuda mer vegetariska varmrätter än varmrätter bestående av fisk och kött på menyn. Anledningen till att inga vegetariska restauranger ingår i studien är att de inte hade kunnat svara på vilka hinder som finns för att servera vegetarisk mat eftersom de redan gör det. Det i kombination med uppsatsens tidsram ledde till att fokus enbart lades på restauranger som serverar majoriteten kött. När man gör anspråk på teoretisk mättnad bör man försöka få till kontrastrika urval inom den grupp man valt att undersöka, det vill säga att intervjupersonerna har olika erfarenheter som kan tänkas inverka på fenomenet i fråga (Esaiasson et al., 2012:168). Därför valdes även kockar utifrån kriteriet att de skulle jobba inom olika typer av restaurangverksamheter. Bland respondenterna finns kockar som jobbar inom allt ifrån en kvarterskrog utan vinstintresse till fine dining och krogshows-kök. Variationen i urvalet begränsas dock av att samtliga respondenter är män, att de är i ungefär samma ålder och att de har liknande kulturella bakgrunder. Detta var inget medvetet val utan ett resultat av slumpen.

8.3 Intervjuguide och genomförande

Namn		Datum	Plats för intervju	Längd
"Peter"	Executive chef för ett större hotell- och restaurangkomplex	15-05-07	Respondentens arbetsplats	00:52:10
"Karl"	Köksmästare i ett "krogshowskök"	15-05-11	Respondentens arbetsplats	01:00:18
"Anton"	Souschef på en restaurang med en stor Jospergrill	15-05-06	Respondentens hem	01:11:49
"Patrik"	Köksmästare på en "fine dining-restaurang"	15-05-07	Respondentens arbetsplats	00:55:16
"Markus"	Köksmästare på en kvarterskrog för Chalmersstudenter	15-05-12	JMG, Göteborgs universitet	01:14:53

Intervjufrågorna utgår från den teori som presenteras i teorikapitlet. Frågorna delades upp i fem olika teman som formulerades efter den kulinariska kreativitetsmodellen som enligt Peng, Lin & Baum (2011) definierar kulinarisk kreativitet samtidigt som mycket fokus låg på vegetarisk mat. Enligt Esaiasson et al (2013:264) bör man tänka på både form och innehåll när man formulerar en intervjuguide. Innehåll innebär att frågorna knyter an till frågeställningen och form innebär att man ser till att "skapa en dynamisk situation där samtalet är levande" (ibid). Det faktum att frågorna utformades efter den modell som Peng, Lin & Baum (2011) formulerat gjorde att målet om att knyta an till frågeställningarna säkerställdes. Innan intervjuerna genomfördes radades frågorna upp efter vilket tema det tillhörde, sedan granskades frågorna kritiskt för att kontrollera att de bidrog till att undersöka det studien ämnar undersöka. När alla frågor var färdiga kastades ordningsföljden om för att säkerställa att den skulle leda till ett flytande samtal som inte hade varit möjligt om frågorna ställts efter den ordning som temana följde. Således lever intervjuguiden upp till både kravet på innehåll och kravet på form.

Eftersom semistrukturerade intervjuer ger intervjuaren flexibilitet frångicks intervjuguiden vid flera tillfällen. Till exempel ställdes följdfrågor som inte ingick i intervjuguiden och ibland avvek ordningsföljden för frågorna. Intervjuerna spelades in och transkriberades några timmar efter intervjutillfället. Inspelning och transkribering är praktiskt taget obligatoriskt vid vetenskapliga intervjuer (Bryman & Bell, 2013:489) då det bland annat underlättar en noggrann analys av vad intervjupersonerna sagt.

Vid samtalsintervjuer är risken för intervjuareffekter nästan oundviklig (Esaïasson et al, 2013:267). För att få respondenterna att slappna av ställdes inledningsvis frågor om personuppgifter som ålder och hur länge de har arbetat som kock. Genom att börja med lättare ”uppvärmningsfrågor” släppte förmodligen känslan av en konstlad intervjusituation vilket förhoppningsvis ledde till att respondenten kunde slappna av. För att respondenterna verkligen skulle ges möjlighet att säga vad de ville få sagt avslutades varje intervju med frågan om de hade något att tillägga.

8.4 Presentation av respondenter

Peter. Arbetar som executive chef på ett större hotell- och restaurangkomplex i Göteborg vilket innebär att han bland annat har hand om frågor som rör miljö, drift och menyer för hotellkomplexets restauranger. Han är 41 år och han har arbetat som kock sedan 1992. Han beskriver konceptet för de restauranger som han ansvarar för som att de ska erbjuda en bredd både vad gäller smak och prisklass. Restaurangernas menyer ska alltid bestå av ett vegetariskt alternativ. Även bland gästerna finns en bredd – en mångfald – då det rör sig om allt från affärsresenärer till barnfamiljer.

Karl. Är köksmästare i ett ”krogshows-kök” vilket innebär att hans arbetsplats anordnar krogshower och erbjuder uthyrning av festvåning. På somrarna bedrivs även en restaurangverksamhet med en á la carte-menü. Karl är 43 år gammal och har jobbat som kock i ”mer eller mindre” 20 år. Gästerna består av män och kvinnor över 30. Menyerna varierar beroende på sällskapet men mest handlar det om ”kött, potatis och sås”. Sommarmenyn brukar innehålla vegetarisk pizza, pasta, sallad och burgare.

Anton. Är 30 år gammal och har arbetat som kock i ungefär 15 år. Anton är souschef på en restaurang med en stor grill. Konceptet är att erbjuda mat från alla världens hörn. Var tredje månad byts menyn ut mot en ny matkultur. Gästerna är i alla åldrar men har gemensamt att de är lite ”nyfikna” på att testa ny mat. Andelen vegetariskt på menyn varierar beroende på vilket land restaurangen anammats men de brukar alltid erbjuda minst ett vegetariskt alternativ.

Patrik. Har arbetat som kock i snart 20 år. Patrik är 36 år gammal och arbetar för närvarande som köksmästare på en ”fine dining- restaurang”. Han beskriver maten som ”modern västsvensk gastronomi” vilket innebär att man ska ”hitta råvaror inom 30 mils radie och presentera det fräscht, modernt och på ett nytt sätt”. Restaurangen har en avsmakningsmeny som kan fås i 3, 5 eller 7 rätter. I den största menyn är en rätt vegetarisk. Helt vegetarisk meny får beställas på förhand.

Markus. Är 33 år gammal och är köksmästare på restaurang som ägs av Chalmers och är till för studenter. Markus arbetsplats skiljer sig från de övriga restaurangerna i denna undersökning på så sätt att vinstintresset är obefintligt. Målet är att verksamheten ska gå break-even. Markus beskriver sin arbetsplats som en kvarterskrog och bar där studenter och utomstående ska känna sig hemma. Tanken är att restaurangen ska passa för olika tillfällen, allt i från när gästen behöver pluggmat till en middag med föräldrarna. Gästerna är ganska medvetna men de har en begränsad plånbok.

8.5 Analysförfarande

Studien har följt ett hermeneutiskt perspektiv i både intervjusituationerna och vid analysen av intervjuerna. Intervjuerna transkriberades ord för ord i nära anslutning till intervjutillfällena. För att fånga upp nyanser i svaren transkriberades även pauser och stakningar i respondenternas svar. Dessa fick dock ingen avgörande roll i analysen då de inte tillförde något till svaren. Efter att intervjuerna transkriberats lästes de igenom noggrant flera gånger. Intressanta svar markerades med olika färger som belyste de tre delar som syftet delats in i. De markerade svaren analyserades sedan tillsammans med den del de tillhörde. Därefter bildades de tre teman som återfinns i uppsatsens resultatkapitel. De citat som ansågs karakteristiska för sitt tema valdes sedan ut och användes i resultatkapitlet.

8.6 Intern validitet

Alla människor har personliga värderingar, så även forskare. Det finns många steg i en vetenskaplig undersökning då dessa förutfattade meningar kan störa forskningsprocessen (Bryman & Bell, 2013:52). En del menar att en forskares egna förutfattade meningar inte får ta plats i en undersökning utan att de måste ”bort” (Bryman & Bell, 2013:52). Men Bryman & Bell (2013:52) menar att en sådan ståndpunkt inte är särskilt trovärdig. De menar att forskaren i stället ska stärka medvetenheten genom att reflektera över vilken påverkan förutfattade meningar kan utöva på forskningsprocessen. Under arbetet med denna uppsats har ett sådant resonemang förts kontinuerligt då författaren av den uppsats själv är vegetarian och själv har erfarenhet av snåla utbud av vegetarisk mat på restauranger. Målet har hela tiden varit att dessa egna erfarenheter inte ska störa forskningsprocessen. Det har till exempel gjorts genom att intervjuer och analys formulerats efter vetenskapliga teorier och inte utifrån egna uppfattningar. Trots att detta resonemang skett medvetet är det omöjligt att utesluta att subjektiva faktorer påverkat studien till exempel med avseende på val av teori och intervjufrågor. Även analysen skulle kunna ha påverkats av uppsatsförfattarens egna föreställningar och förutfattade meningar. Målet har dock varit att genomföra analysen med ”objektiva glasögon”.

För att säkerställa att respondenternas svar återberättats på ett korrekt sätt spelades samtliga intervjuer in och transkriberades i nära anslutning till intervjutillfället.

8.7 Extern validitet och generaliserbarhet

Strategiska eller målinriktade urval är inte representativa för hela populationen i alla dess detaljer men genom att analytiskt generalisera resultaten till en teori kan man lyfta fram allmängiltiga aspekter som ”kan förväntas säga något väsentligt om också övriga närliggande fall i populationen” (Esaiasson et al., 2012: 159). Därmed är det inte sagt att en undersökning har en god extern validitet bara för att man använder en bra teori. Eftersom att undersökningen önskar undersöka människors meningsskapande aktiviteter har den genomförts med hjälp av kvalitativa samtalsintervjuer. Vid en sådan metod kan forskaren aldrig uttala sig om frekvenser (Esaiasson et al., 2012:166). I stället medför metoden att man kan undersöka förekomsten av olika sätt att se på världen snarare än hur många som tolkar världen på det ena eller det andra sättet (ibid). Urvalet till denna studie har, så långt det varit möjligt, gjorts efter metodansatsen grundad teori. En sådan teori innebär enligt Esaiasson et al (2013:167) att empiriskt väl förankrade generaliseringar successivt byggs upp till mer allmängiltiga teorier. För att man ska kunna generalisera ett resultat efter en sådan metodansats krävs att undersökningen uppnått teoretisk mättnad (Esaiasson et al., 2012:168). Det innebär att man anser sig ha fått ut samtliga relevanta svar från respondenterna så att inga nya relevanta svar förekommer när nya respondenter intervjuas. I de samtalsintervjuer som genomförts i denna studie förekom ofta återkommande tankegångar i respondenternas svar. Under den sista intervjun förekom ny information i mindre utsträckning än vid de första intervjuerna. Givet den tidsram som givits studien är det svårt att fullständigt nå teoretisk mättnad. Men det faktum att andelen ny information i svaren mättnades av allt eftersom att intervjuerna fortskred kan tyda på att en viss teoretisk mättnad uppnåddes inom ramen för den population som denna studie valt att fokusera på. Det går dock inte att säkerställa att det inte finns någon person som inte deltagit i studien som är av en annan uppfattning men det är en risk man får ta (ibid).

8.8 Etiska överväganden

Respondenterna som härnäst kommer att benämnas kockarna har i uppsatsen fått fingerade namn. Anledningen till att deras riktiga namn inte används är för att undvika att peka ut någon. Det har även underlättat för uppsatsförfattaren att vara fri i sin analys av resultaten samt i slutdiskussionen. Som tidigare nämnt är uppsatsförfattaren själv vegetarian och har själv erfarenhet av snåla utbud av vegetarisk mat på restauranger. Genom att redovisa för detta hoppas uppsatsförfattaren visa på transparens. Bryman & Bell (2013:52) menar att forskaren ska vara medveten om sina förutfattade meningar och reflektera över vilken påverkan de kan utöva på forskningsprocessen. Ett sådant resonemang har förts genomgående under arbetet med denna

uppsats och förhoppningsvis har det lett till att stärka uppsatsens interna validitet. Därmed inte sagt att subjektiva faktorer inte påverkat studien. Till exempel skulle subjektiva faktorer kunnat påverka analys, val av intervjufrågor och teori.

8.9 Metodkritik

Som tidigare nämnts finns det urvalsrelaterade faktorer som kan ha haft inverkan på studiens resultat till exempel det faktum att urvalet enbart består av män. Anspråk på teoretisk mättnad kombineras ofta med att man behandlar en avgränsad grupp. Inom den gruppen försöker man sedan att få till kontrastrika urval, det vill säga att intervjupersonerna har olika erfarenheter som kan tänkas inverka på fenomenet i fråga (ibid). Denna kombination har i viss mån uppfyllts i denna studie då respondenterna har olika bakgrund inom restaurangbranschen och då de arbetar inom olika former av restaurangverksamheter. Däremot innebär det faktum att samtliga respondenter är av samma kön att urvalets variation begränsas. Gruppen är också relativt homogen när det kommer till ålder och kulturell bakgrund vilket också skulle kunna ses som en begränsning. Vad dessa begränsningar kan ha fått för konsekvenser för resultatet diskuteras i kapitlet som heter ”Slutsatser och rekommendationer”.

Som tidigare nämnt är risken för intervjuareffekter nästan oundviklig vid samtalsintervjuer (Esaiasson et al, 2013:267). Förhoppningsvis gjorde de ”uppvärmande” frågorna som ställdes i början av intervjun att respondenten kände sig bekväm i intervjusituationen. Under de genomförda intervjuerna har vissa intervjuareffekter kunnat urskiljas, till exempel att respondenten återanvänt intervjuarens ordval. Hänsyn har därför tagits till detta i analysförfarandet.

9. Resultat och analys av empirisk studie

I detta kapitel redovisas resultat av de utförda intervjuerna. Resultaten har delats in i teman som döpts till "Föreställningar och erfarenheter av vegetarisk mat", "Möjligheter för kreativitet och innovation" samt "Kreativitetens begränsningar". Varje tema följs av en analys kring studiens utfall.

För att begreppen i syftets tre delar ska kunna analyseras har dessa delar vävts ihop och bildat tre olika teman som analysen består av. Tema 1 och 2 innehåller resultat och analys av de tre begreppen kreativitet, erfarenheter och normer. Tema 3 kommer sedan att besvara hur detta i sin tur påverkar möjligheten för en vegetarisk meny. Bland intervju svaren förekom en rad intressanta ämnen men i analysen har enbart de som har en direkt koppling till studiens syfte valts ut.

9.1 TEMA 1. Föreställningar och erfarenheter av vegetarisk mat

Temat används för att beskriva kockarnas erfarenheter och branschens syn på vegetarisk mat samt vilka normer som identifierats inom branschen. Genom att beskriva branschens och kockarnas föreställningar och erfarenheter av vegetarisk mat besvaras forskningsfråga 1 och 2:

- Vilka erfarenheter har kockar av vegetarisk mat?
- Hur upplever kockar att synen på vegetarisk mat ser ut inom restaurangbranschen?

9.1.1 Förändrad syn inom branschen

Vegetarisk mat beskrivs som en rådande trend inom restaurangbranschen av flera kockar. Denna upplevda trend har i sig inneburit att vegetarisk mat har fått en mer betydande roll i köket.

"Det har väl kommit mer och mer de senaste åren... man har börjat laga mer och mer vegetariskt, även jag, på menyn. Det har varit krav från krögare eller att trenden har varit på väg dit och då får man ju följa trenderna. Eh... det är ju så det är."

Anton

Däremot upplever kockarna att branschen tidigare haft en negativ syn på vegetarisk mat. Fyra av fem har genomgått någon form av kockutbildning och av dessa upplever samtliga att vegetarisk mat tilldelades en mycket liten, eller obefintlig roll under utbildningen. Även de första yrkesmässiga åren beskrivs som att de präglades av en negativ syn på vegetarisk mat.

”Det var ju inte helt ovanligt att kolleger eller köksmästarna sa ”å, vad ska de hit och äta vegetariskt för, vad fan ska vi hitta på till dem”. Och det är ju ett jävla sätt liksom.”

Markus

Samtliga kockar bekräftar köttets traditionellt starka ställning inom den västerländska matkulturen.

”Vi har ju traditionellt haft den synen på grönsaker och rotfrukter och rovor att det är var mans mat och att kött är lite lyxigare. Jag tror att det lever kvar fortfarande även om vi är på väg bort i från det. ”

Markus

”Folk vill liksom gå ut och äta kött och fisk och unna sig lite.”

Anton

I dag hävdar majoriteten av respondenterna att denna syn i någon mån har förändrats och håller på att förändras. Köttets självklara roll ifrågasätts och rätter kan i dag utformas på nya sätt.

”Ja, det känns som att det börjar eh... liksom stärkas om man säger så. Och man börjar liksom gå bort lite i från att det alltid ska vara en kött- eller fisk som ska vara huvudråvara utan att det kanske är fisken som ackompanjerar en grönsakssymfoni och det ska vara mindre mängd av det proteinet på tallriken tillika kött, det känns som att det är på väg lite mer. ”

Markus

Förklaringen till denna förändrade syn varierar. Majoriteten är dock överens om att miljöaspekten spelar en viktig roll. Men även andra fördelar med grönare menyer kan skönjas i svaren. Bland annat en ekonomisk aspekt.

”Jag tror, återigen.... det är det där vinstintresset. För kött och fisk är rätt dyrt att köpa in och grönsaker är billigt. Oftast. Om man har en sexrätters-meny, för det har hänt någonting, gästerna är inte lika villiga att betala som de var förr för en sexrätters-meny. Eller man har inte kunnat följa prisutvecklingen på samma sätt uppåt. Då har man sagt att vi lägger in något vegetariskt, något billigt protein. Då blir det en fördel.”

Anton

”Det är väl prisaspekten. Det är billigare med vegetariska råvaror och du får plats med mer på tallriken. Kött och fisk är dyrt och det påverkar möjligheten för vad du kan servera.”

Markus

Men även om kockarna upplever att synen håller på att ändras sker denna förändring i begränsad utsträckning.

”Jag tror fortfarande att det finns de här avenykockarna som gillar biff och bea som kör på den här grejen och tycker fortfarande... alltså världen förändras ju inte på en dag.”

Patrik

9.1.2 Ökad efterfrågan – men inget brinnande intresse

Samtliga kockar upplever att efterfrågan på vegetarisk mat har ökat bland gästerna vilket lett till att de vegetariska alternativen har ökat i antal på menyerna. Karl, som inte jobbar med en traditionell á la carte-meny, märker det genom vilka preferenser som kunderna lämnar när de presenterar sina menyföreslag.

”Vi har ju... det blir ju mer och mer för varje år. Lite mer önskemål så där. Dels kommer det förfrågningar på mer klimat- och ekologiskt och även djuranpassade rätter. Och dels är det även fler i, inom sällskapen som har speciella önskemål.”

Karl

Även de som jobbar med en traditionell á la carte-meny märker av den ökande efterfrågan.

”Det är vanligare att människor är vegetarianer och veganer. Ehm.. så det tycker jag att man upplever mycket mer.”

Markus

Samtidigt upplevs denna efterfrågan vara begränsad. Flera av kockarna förklarar att möjligheterna för att servera vegetariska rätter bestäms efter kundernas preferenser vilket följer logiken för utbud-efterfrågan. I detta sammanhang nämns i ett fall återigen känslan av att kött är ett lyxigare livsmedel.

”När det är krogshower och folk köper en krogbiljett så det ingår en middag då kommer man inte undan... vill man sälja biljetter och få nöjda gäster så ska man erbjuda kött till varmrätt.”

Karl

Även om efterfrågan ökar anses mängden gäster som vill äta vegetariskt inte vara tillräckligt stor för att restaurangen skulle kunna erbjuda en större andel vegetarisk mat på menyn än vad de gör i dag.

”Ja, man skulle säkert kunna göra ett koncept, att den här restaurangen är helvegetarisk liksom men då blir det en väldigt smal grupp man vänder sig till.”

Peter

9.1.3 Vem äter vegetariskt?

När kockarna talar om de gäster som beställer icke-animaliska maträtter beskrivs de ofta som vegetarianer eller veganer. Som redan konstaterats anser samtliga att andelen som är veganer eller vegetarianer ökat. Framför allt menar de flesta att det då rör sig om en yngre publik. Karl menar att hans målgrupp är 30 år och över vilket innebär att han inte kan servera vegetarisk mat i så stor utsträckning. Även Peter som jobbar med ett liknande koncept, det vill säga att han ibland jobbar

med banketter för företag, upplever att ålder påverkar vad människor vill äta. Andra faktor som kan vara avgörande är vilket företag man jobbar för, enligt både Peter och Karl.

”Kommer till exempel Psykologförbundet eller Lärarfacket eller något sådant här. Då kan det mycket väl vara så att man har ett vegetariskt menyalternativ för det är väldigt speciella människor det. A men de... det går att se linjer vad det är de jobbar med. Man kan luska ut sådant där rätt bra. Men är det ett byggföretag med 95 procent herrar som ska hitta och ragga en kväll så nej då erbjuder vi inte vegetariskt alternativ, inte mer än de som har allergier eller någonting får det dem vill ha.”

Karl

”Det ser vi ju väldigt mycket när det är, vilket typ av företag som har en större kongress eller något sådant. Tar du något äldre företag där det är mycket män eller den typen. Då är det nästan inga allergier eller något sådant liksom. Det kan vara någon som går på en LCHF-diet eller något sådant liksom men får du in något säg exempel sjukvård eller där du har en större blandning människor, eller skolan där har du en helt annan... där kan det vara upp till 30 procent med specialkost liksom.”

Peter

Även om det är företagen som beskrivs tyder svaren på att gästernas kön kan ha en avgörande roll för vad de vill äta, vilket Karl även bekräftar.

”Kvinnor är generellt mer fisk, kyckling, veg. Det funkar... I stora grupper så finns det en större andel som är nöjda med det än män.”

Karl

Gästerna som beställer vegetarisk mat beskrivs ofta som vegetarianer och veganer men när kockarna får frågan om det bara är vegetarianer och veganer som inte vill äta kött anser flera att så inte behöver vara fallet.

”Jag tror inte det längre... Det tror jag inte alls. Alltså om du ska skriva en meny där det står kött, fisk och vegetariskt så kanske man säljer lite dåligt men om man skriver som vi gör bara rätter så tror jag att man väljer det som verkar gott. Jag tror att det finns, långt i från alla, men att det finns folk med öppnare sinnen nu.”

Patrik

Karl däremot menar att han aldrig varit med om att en ”allätare” beställt vegetariskt.

”Jag har ju aldrig varit med om att någon som gillar kött vill ha vegetariskt i stället. Fast än en gång det är ingenting som vi i så fall får reda på i köket.”

Karl

Samtliga respondenter anser att gästen som äter vegetariskt har förändrats genom åren. Från att ha varit en stereotyp till att röra sig om lite mer ”vem som helst”. Samtliga respondenter har varit unga under 80- och 90-talen. Den syn på människor som åt vegetarisk kost under tidsepoken då de växte upp beskrivs på liknande sätt. Det rör sig om en stereotyp bild av någon som avviker från normen.

”Det var inte så roligt man kopplade i hop den med hälsokosten och det stod någon grå, dammig gammal tant där och sålde frö och så skulle man bli sjukt pigg så såg det ut som att hon skulle dö. Det kopplades inte i hop med nytt och fräscht för 20 år sedan.”

Patrik

”Det har blivit lite mer mainstream det är ju inte bara liksom skogsmullar som sitter och tuggar gräs. Det är något mer accepterat att kunna äta en varm vegetarisk måltid (...) att gå på restaurang och äta en vegetarisk trerätters, det fanns ju inte ens när jag var barn, på 80-talet. Jag tror inte ens att det gick.”

Karl

Bland svaren går det även att urskilja en upplevelse av att vegetarisk mat fått en förändrad ställning i samhället i stort. Patrik beskriver det som att vegetarisk mat ses som någonting fräscht i stället för något en ”grå hälsokost-dam” säljer. Han menar samtidigt att vegetarisk mat fortfarande har dåligt rykte och att det i bland till och med kan vara provocerande att tala om vegetarisk mat. En förutsättning för att få fler att välja vegetariskt tror han är att undvika att använda just ordet vegetariskt.

”Det blir ju bara problem att man ska använda det. Typ som när man skulle använda det i skolor att man skulle införa en vegetarisk dag eller på Way out west och det är folk som står utanför och protesterar och delar ut hamburgare liksom. Det är ju helt.. alltså.. jag vet inte. Det är nästan som om att det är ett provocerande ord för vissa.”

Patrik

9.1.4 Positiv eller neutral inställning till vegetarisk mat

Alla utom en av kockarna talar om vegetarisk mat som något positivt. Anledningen till denna syn kan återkopplas till de positiva miljöeffekter som följer av en minskad köttkonsumtion. Tre av kockarna talar om vegetarisk mat som en trend och att denna trend bör tolkas som någonting positivt.

”Det finns ju bra och dåliga trender. Vegetarisk mattrend, jätteviktigt och bra.”

Patrik

Samtliga kockar tar upp miljöaspekter av deras arbete utan att någon sådan fråga ingick i intervjuguiden. Hänsyn till miljö ses som en viktig aspekt i deras arbete framför allt när det kommer till val av råvaror. Det faktum att vegetarisk mat fått en plats på branschens agenda ses som någonting positivt.

”Nä men jag tror att det är bra för branschen att det överhuvudtaget har kommit upp sådant fokus på vegetarisk mat för det behövs.”

Anton

”Det är ju positivt att det blivit så för det tvingar ju fram en utveckling hos krogar och restauranger att de ska ha vegetariska alternativ som är bra.”

Markus

En av kockarna håller en mer neutral inställning till vegetarisk mat.

”Nä men jag är helt liksom... Det är inget fel på det (vegetarisk mat).”

Karl

Tre av fem beskriver vegetarisk matlagning som en större utmaning än tillagning av rätter där kött eller fisk agerar huvudråvara. Markus menar att han känner sig trygg i att laga kött- och fiskrätter men när han ska laga en vegetarisk rätt får han tänka till lite.

”Men det kräver kanske lite mer arbete för att ta fram den rätten. Om du ska göra något snabbt och enkelt då kanske det inte är jättemånga vegetariska alternativ på rak arm som jag vet att jag själv gör bra (...) Nu är jag så här lika bunden av de här traditionerna som jag pratade om innan som andra i det här fallet.”

Markus

Även Peter och Anton pekar på att vegetarisk matlagning är en större utmaning.

”Att få med de här extra smakerna som man kanske får från en kycklingbuljong eller någon sådan smagivare. En stekt köttbit... att man får saften därifrån...”

Peter

”Vi har så jänkla bra grönsaker i Sverige och vi har så bra säsonger så det är inga konstigheter. Det är bara att man måste tänka till lite.”

Anton

Patrik kan däremot inte komma på någon anledning till varför vegetarisk mat skulle vara svårare att tillaga.

”Nej, det tycker jag inte. Vi brukar ju utgå från en vegetarisk rätt och lägga till (kött eller fisk) som sagt. Det är lättare att hålla det fräscht.”

Patrik

Alla kockar är däremot eniga om att det inte finns några hinder för att en vegetarisk rätt inte skulle kunna hålla samma kvalitet som en fisk- eller köttträtt.

”Det är inga problem. Nej, nej.”

Karl

”Inga som helst problem. Det är bara lathet tycker jag om man eh... skyller på att det är svårt på grund av kvaliteten.”

Anton

”Det är ingen begränsning. Det är bara... nej... det spelar inte så stor roll.”

Patrik

”Egentligen skulle jag nog säga att man har bättre möjligheter att göra bra vegetariska rätter än vad man har att göra det på en kött- eller fiskrätt.”

Markus

9.1.5 Begränsade privata erfarenheter av vegetarisk mat

Privat äter samtliga kockar kött. Majoriteten uppger att de äter mer kött än vegetariskt. Patrik är den enda respondenten som uppger att han äter mycket vegetariskt. Markus tycker att han äter ”för lite” vegetarisk mat. Han beskriver till skillnad från Patrik att han inte fått med sig någon erfarenhet av vegetarisk mat från uppväxten.

”Nej, jag kommer från en kött-och-potatis-familj. Kanske fisk en gång i veckan, kanske möjligen då ärtsoppa men då var det ju säkert någon form av fläsk i det. Det var det närmsta vegetariska jag kom. Så jag är ju... jag är ju stöpt i den formen sedan barnsben så jag har ju själv fått hitta utanför den när man blivit lite äldre.”

Markus

Anton äter sällan vegetarisk mat privat. Han fick upp ögonen för den gröna kosten först när han arbetade för en krögare som anammat icke-animalisk mat.

”Det är bara att se hur det har varit för mig, för fem år sedan tyckte jag själv att det var tråkigt och kasst. Det handlar bara om okunskap och att man inte lagade tillräckligt mycket vegetariskt.”

Anton

Markus beskriver också att det är först på senare år som han fått upp ögonen för vegetarisk mat och att det till stor del skett genom ett eget intresse. Det är inget han har fått med sig under utbildningen eller yrkeslivet.

”Fast jag tror även att yngre generationer formas väldigt mycket av de äldre generationer som de lär av. Så bara för att du är yngre så innebär det inte att du har en bättre inställning utan du formas ju av din omgivning i restaurangköken. Börjar du som 19-åring i en restaurang och det står en köksmästare som står och svär varje gång det kommer in en vegetarisk beställning så tror jag du blir så också, det är så man lär sig.”

Markus

Patrik är den som säger sig äta mest vegetariskt. Han menar, likt Markus, att det är på senare år som han börjat arbeta mer med vegetarisk mat då han själv fått bestämma över menyn, i jobbet som köksmästare.

”Alltså många av mina vänner var vegetarianer och veganer, vi växte ju upp i den... jag är ju från Trollhättan så det var ju mycket sådan hardcorescen och sådant. Så det var ju ganska stort där. Så det blev ju en del så. Och de har ju inte börjat jobba på restaurang så de är ju kvar i den vevan liksom. Kanske inte med hardcore men de äter inte så mycket kött många av dem. Så därför så kändes det väl ganska naturligt att falla tillbaka på det (vegetarisk mat) när man får bestämma själv.”

Patrik

9.2 Analys av TEMA 1

9.2.1 Kockens habitus och institutionens normer

Det är tydligt att kockarna upplever att synen på vegetarisk mat är under förändring. Alla utom en beskriver det som att synen på vegetarisk mat länge har varit negativ inom branschen men att den nu är under förändring. Karl menar till skillnad från de andra att han aldrig upplevt att en kock haft en negativ inställning till icke-animaliska maträtter. Det förekommer flera olika förklaringar till denna trend bland svaren. Hänsyn till miljön är en tydlig förklaring men också ekonomiska aspekter och det faktum att gästernas efterfrågan har ökat. Den typiska gästen som beställer vegetarisk mat är inte längre en stereotyp som avviker från normen utan i dag kan det röra sig lite mer om ”vem som helst”. I intervju svaren beskrivs dock gästen ofta som vegetarian eller vegan. Först när respondenterna får frågan om det bara är vegetarianer eller veganer som beställer mat utan animaliskt protein konstaterar respondenterna att så inte behöver vara fallet. Samtliga pekar på att behovet av vegetariska rätter på menyn har ökat men att det behovet stannar vid en viss gräns. Alla kockar anser att menyn bör bestå av mer kött och fisk än vegetariskt. Förklaringen är att det inte efterfrågas tillräckligt av gästerna. Det finns alltså en samlad upplevelse av att andelen vegetarisk mat bör vara begränsad. Anledningen till att denna samsyn benämns som en ”upplevelse” är att den grundar sig på en känsla hos kockarna. Ingen av dem har till exempel hänvisat till en marknadsundersökning över vad gästerna faktiskt vill ha. Denna samsyn skulle kunna tolkas som en habitualisering. Med habitualisering menas att de handlar och tänker efter ett mönster som tas för givet. Detta för givet tagna mönster skulle kunna ses som en norm inom en institution som i detta

fall är restaurangbranschen. Upplevelsen av att män som jobbar inom traditionellt mansdominerade företag inte vill äta vegetariskt, kan ses som både Karl och Peters habitus. Deras upplevelse behöver inte vara felaktig men det är fortfarande en föreställning som finns hos dem - männen vill ha kött.

Det finns också en föreställning om att det främst är vegetarianer och veganer som vill äta vegetariskt. Karl uttrycker det tydligt då han säger att han aldrig varit med om att en ”allätare” beställt vegetarisk mat. Samtidigt tillägger han att det inte är någonting som han säkert kan veta eftersom att han inte får reda på skälet till varför gästen beställer det hon eller han beställer. Alla respondenter menar att det inte är lönt att erbjuda mer vegetariskt på menyn än vad de redan gör. Markus beskriver hur han försökt introducera vegetariskt på menyn men att de då fått ge vika för kött- och fiskrätter. Samtidigt menar han att han lyckats introducera rätter som lockat människor som inte är vegetarianer. Det skulle kunna tyda på att förutsättningarna för att restaurangerna ska kunna servera mer vegetariskt inte bara beror på hur många av restaurangens gäster som är vegetarianer utan att det också/ snarare handlar om rättens utformning/ innehåll/ presentation eller någon annan faktor. Markus menar att han känner sig trygg i att laga kött- och fiskrätter men när han ska laga en vegetarisk rätt får han tänka till lite. Även Peter och Anton pekar på att vegetarisk matlagning är en större utmaning. Det skulle kunna härledas till bristen på utbildning i vegetarisk matlagning som respondenterna pekar på. Även den negativa syn på vegetarisk mat som existerat inom restaurangbranschen kan ha påverkat respondenternas erfarenhet och därmed kunskap av vegetarisk matlagning. Det är ingen av kockarna som i ifrågasätter sin egen förmåga att skapa vegetariska rätter och i fall det skulle kunna påverka huruvida de vegetariska rätterna tilltalar en bredare massa. Det finns i stället en samsyn om att vegetarisk mat inte är tillräckligt ekonomiskt gångbart. Denna samsyn kan ses som en habitualisering inom institutionen som kockarna är en del av vilket föranleder att de, som individer inom institutionen, följer mönstret.

Synen på vegetariskt som någonting negativt skulle kunna ses som en habitualisering och typifiering som råder inom en institution. Både Patrik och Markus beskriver rätt ut hur unga kockar stöps i en form när de påbörjar sina karriärer inom restaurangbranschen, vilket innebär att de anammar den syn på vegetarisk mat som råder inom branschen.

Patrik beskriver att flera utav hans barndomsvänner var vegetarianer och veganer och att han själv inte var främmande för vegetarisk mat under sin uppväxt. Men när han började arbeta inom restaurangbranschen fick köttet en central roll i hans yrkesliv. Det är först nu när han får bestämma själv, det vill säga då han började arbeta som köksmästare, som vegetarisk mat kunnat få ta mer

plats. Även Markus och Anton är inne på samma spår. De har själva anammat vegetarisk mat i yrket som kock. Det är inte någonting som kommer automatiskt med yrket.

9.2.2 Habitus befäster eller avviker från institutionens normer

Kockens eget habitus, det vill säga dennes egna erfarenheter och strukturella föreställningar kan alltså påverka huruvida hon eller han är benägen att servera mer vegetarisk mat. Patrik ger ett tydligt exempel då han berättar att eftersom att hans vänner länge ätit vegetariskt eller veganskt tycker han att det känns naturligt att falla tillbaka på vegetarisk mat nu när han kan bestämma över maten själv. Även Markus och Anton förklarar att det är egna erfarenheter som gjort att de fått upp ögonen för vegetarisk mat. Kockens habitus kan således befästa normerna inom institutionen, som i detta fall innebär att kött och fisk dominerar, men det kan också vara det som gör att institutionen förändras. Habitus hos den enskilde kocken kan ge utrymme för innovation när inte institutionen står för det. Flera av kockarna menar att det är lönlöst att presentera ett vegetariskt menyföreslag till ett företag som består till 95 procent män. Det innebär att de rättar sig och anpassar sig efter en fördomsfull bild av samhället – efter habitus. Denna anpassning leder i sin tur till ett vidmakthållande av den rådande matkulturen i samhället.

9.2.3 ”Gästerna vill inte äta vegetariskt så vi serverar inte det”

Ingen av kockarna stärker argumentet att gästerna inte vill äta vegetariskt med statistik eller någon typ av kundundersökning. Därför har denna syn kallats för en upplevelse. De frågar inte vad kunden vill ha utan serverar det dem tror att de vill ha. Restaurangen utgår således från en köttnorm när de utgår från vad de tror att gästen vill ha. Erfarenheter och normer reproducerar således matkulturen.

9.3 TEMA 2. Möjligheter för kreativitet och innovation

Temat beskriver kockarnas möjligheter att vara kreativ och hur kreativitet värderas. Det beskriver också huruvida det går att tala om kockarnas arbete som kreativt. Temat ska svara på forskningsfråga 5.

- Hur värderar kockar kreativitet?

9.3.1 Positivt med kreativitet

Samtliga kockar tycker att kreativitet är en positiv egenskap hos en kock. Kreativiteten äger rum i skapandet av en rätt. Patrik beskriver det som att han vill att gästerna ska få någonting som de inte förväntat sig. Något som skapats genom den kreativa processen ska lämna gästen med en ”aha-upplevelse”. Till exempel att det går att servera rabarber till rå fisk.

”De ska känna igen sig lite i det dem får på tallriken men så ska de också känna att ”fan, har de gjort så med den”, det ska vara någon form av finess på tallriken som gör att de känner... som gör att de får en wow-upplevelse.”

Patrik

Tre av fem beskriver kreativitet som något som är viktigt för dem i deras yrke. De andra två menar att det inte skadar att vara kreativ eller att det ”är ganska viktigt” att vara kreativ. Samtidigt menar kockarna att andra kockar inte nödvändigtvis behöver vara kreativa.

”Det finns ju olika nivåer. Köksmästaren är ju ansvarig och då är det ju viktigt för du ska leda en grupp och så finns det ju kockar som är nöjda med att bara stå och producera liksom. Det är inget fel med det.”

Peter

Kreativitet beskrivs av en del kockar som ett konkurrensmedel gentemot andra kockar. Markus menar att det är en fördel att vara kreativ om du vill göra karriär.

”Men det beror på vilken yrkesroll man har också. Det måste vara lov att bara vara en krigare också och att bara gå dit och inte behöva vara kreativ (...). Vill man ta sig framåt och klättra på karriärstegen så måste du ha en kreativitet.”

Markus

9.3.2 Innovation innebär inte att du behöver uppfinna hjulet varje dag

Flera av kockarna tycker att det är viktigt att prova nya saker och att tänka utanför invanda mönster, i intervjusituationen kallades denna aktivitet för att ”tänka utanför boxen”. Det anses vara viktigt för den egna stimulansen i jobbet och den personliga utvecklingen. Kockarna beskriver det som att det värsta som kan hända när man testar någonting nytt är att det inte blir gott.

”Om man inte testar saker så lär man sig inte någonting, och man utvecklas inte... åå man måste ju testa nya grejer.”

Anton

Flera av kockarna pekar också på att kreativitet inte är något självändamål. Det vill säga kreativitet i sig är bra men det behöver inte ske något kreativt hela tiden bara för att. Det får till exempel inte ske på bekostnad av råvaran.

”Man vill ju inte sitta och göra samma meny varje dag. Men man måste ju inte vara kreativ... eller det är som jag säger, man behöver ju inte byta något för bytandes skull.”

Anton

Samtidigt som det går att konstatera att kockarna anser att kreativitet är viktigt i deras yrkesutövande så är det inget självändamål att vara kreativ. De menar också att kreativitet i mångt och mycket är en definitionsfråga och att innovationsriikedomen i resultatet av en kreativ process kan diskuteras. Patrik och Karl diskuterar huruvida det går att skapa någonting helt nytt i matväg inom restaurangbranschen.

”Det är lite svårt att hitta en egen trend. Då får man vara jävligt vass...”

Patrik

”Nya rätter... alltså som inte har gjorts förut? Det skapar vi inte. Eh... i ärlighetens namn är det nog väldigt få som verkligen skapar...”

Karl

9.3.3 Samarbete

En faktor som kan spela in för kockens möjlighet till kreativitet anses av flera kockar vara kolleger. Markus beskriver det som att det i bland kan vara svårt att hitta utanför invanda mönster och att det då kan vara till hjälp att ha en kollega som ser saker på ett annat sätt. Då kan de tillsammans hitta nya lösningar på problemet.

”Det är inte alltid så lätt (att tänka i nya banor). Det är därför det är bra att ha människor omkring sig som hjälper en att se utanför sin egen komfortzon.”

Markus

Patrik är inne på samma spår.

”Det kan ju också vara bromsande om alla tänker på samma sätt liksom (...). Och är det ett stabilt kök som vi har nu när alla har jobbat här i tre-fyra år så kan du ju lägga mer energi på den kreativa processen än att hålla på att leta personal.”

Patrik

9.3.4 Syn på menyn och maten

Som tidigare nämnts finns det en samsyn mellan kockarna om att möjligheterna för en meny som dominerar i antalet vegetariska rätter till förmån för kött eller fisk är små. Alla kockar är överens om att menyn enbart har plats för ett litet antal vegetariska rätter. När de blir frågade om hur en bra komponerad meny ser ut förekommer svar som:

”Den får ju gärna innehålla både fisk- skaldjur och kött. Ideala är väl att börja med en förrätt som är fisk och skaldjur sedan köttprotein eller fågel till varmrätt och en ganska liten dessert.”

Karl

”Varmrätter kanske man gör två fisk, två kött och en vegetarisk och sedan kanske tre desserter någonstans.”

Anton

Det finns också andra likheter i svaren om vad som är en bra meny. Till exempel att den inte ska vara för stor och att smakerna ska följa ett visst mönster.

”En bra meny är väl en stegrad meny, att det kanske är lite mildare härliga toner i förrätten eh... varmrätten kanske sticker ut lite i tydligheten, lite kraftigare smaker eh... desserten är pricken över i:et, avslutningen, elegansen kanske.”

Peter

De är också överens om att det ska finnas ett ”fullvärdigt” vegetariskt alternativ vilket innebär att det är en utarbetad, förutbestämd rätt. Ingen tycker att gäster som beställer vegetariskt ska få någonting som uppfinns i stunden.

”Om vi bara tar till oss själva, att man verkligen har det på menyn, att det är utsatt att man har en förrätt och en varmrätt och även dessert som är vegetarisk.”

Peter

Även i synen på maträtters komposition förekommer liknande tankegångar. Peter, Anton och Karl beskriver på liknande sätt vilka komponenter som bör ingå i en maträtt. De talar om konsistenser och olika smaksinnen.

”Det ska ju finnas en balans i den. Det ska ju finnas sötma, sälta, syrlighet. Det ska finnas olika strukturer.”

Karl

”Nä, men det är väl att smaken, konsistenserna, lite olika konsistensgivare i rätterna. Det kanske inte bara får vara en mjuk fisk med en puré och en sås, då blir det bara mjukt liksom. Du kanske vill få in någon krispig grönsak eller något stekt eller något sådant så du får olika explosioner eller vad man ska säga.”

Peter

”Finns det mjukare grejer måste det finnas något krispigt med. Eh... man måste ha något surt... eh... man måste tänka att allt inte är lika utan att det finns något som sticker ut någonstans.”

Anton

9.3.5 Inspiration

Innan en rätt blir till måste en idé uppstå. Därför ställdes frågan vart kockarna fick inspiration i från. Fler av dem nämnde tidskrifter, kockböcker och andra skriftliga källor. För flera utav kockarna kom också mycket inspiration från andra aktörer inom branschen. Det kan röra sig om allt i från att äta på andra restauranger till att bolla idéer med kolleger.

”Inspiration, det är ju mycket kolleger. Att man står och bollar idéer, att man gör restaurangbesök själv, man tittar i tidningar och kockböcker, man tittar och läser man ser någonting som kanske sätter om till någonting annat.”

Peter

För Markus var andra restauranger en stor inspirationskälla. Patrik hade en mer försiktig inställning till att äta på andra restauranger i Göteborg. Däremot får han inspiration från vistelser utomlands. Till exempel genom att äta på krogar i Paris och Köpenhamn.

”Jag är ju aldrig ute och äter i den här stan för att få inspiration(...). Men Köpenhamn och Paris har det varit mycket den sista tiden... Eller Barcelona eller London eller någonting. Det är väl inte så att man kollar på vad de gör på grannkrogen. Det gör bara det väldigt ointressant för personal och gäster.”

Patrik

Att ”umgås” med bra råvaror var också ett sätt att finna inspiration för flera av kockarna.

9.3.6 Frihet och möjlighet att påverka

För att kunna vara kreativ i sitt yrkesliv torde yrket innebära att yrkesutövaren har en frihet och ett utrymme där kreativiteten kan gro. Samtliga kockar anser att de har en stor frihet i sitt arbete framför allt i momentet med att komponera en meny. Friheten beskrivs vara allt i från ”stor” till ”hundra procent”.

”Så länge allting fungerar och alla gäster är nöjda så gör jag precis vad jag vill.”

Karl

För att ha möjlighet att utöva sin kreativitet borde det också innebära att yrkesutövaren sitter på makten att styra över vad denna kan göra. Därför ställdes vid intervjutillfällena frågan huruvida kockarna upplevde att de kunde påverka vad gästerna ville äta och vilken makt de satt på.

Gemensamt i alla svaren var att restaurangbranschen och kockarna hade en makt att påverka vad gäster och konsumenter efterfrågar. Tre av kockarna ansåg att tv-kockar hade en stor makt att påverka konsumenternas preferenser.

”Men om man tittar lite mer på de här större typ Leif Mannerström, Tommy Myllymäki, Stefano Catenacci, de som syns i tv, om de börjar med en sak då brukar det ofta bli att andra kockar i branschen göra samma sak och så helt plötsligt börjar konsumenterna märka att det är fler som gör det. Så säger dem ”fasen, jag såg i går på tv att Tommy Myllynäki gjorde en helt vegetarisk rätt, den var rätt god” och så vet man att han har varit med och tävlat i Bocuse d’Or och han har vunnit årets kock då ser man, han vet ju, han måste ju veta vad han pratar om.”

Anton

Anton menar att matlagningsprogrammen har bidragit till att kockars ställning har förändrats. De har i dag fått en högre status. Denna status har inneburit att människor ser upp till kockar och att det i sin tur innebär att kockar har ett ansvar i att påverka konsumenter att göra medvetna val.

”Om alla kockar i hela Sverige hade bestämt sig för att vi serverar inte tomater och gurka i januari/februari för då finns det inte i Sverige. Då hade ju konsumenterna snart fattat ”nä men det är inte bra”.”

Anton

Även Peter identifierar kockars ansvar i att styra konsumenter mot hållbar konsumtion av mat. Det kan till exempel röra sig om att belysa vikten av att motverka svinn.

”Den kan ju vara viktig också för att nå ut till gemene man med vikten av lokalproducerat. Sedan kan det vara viktigt att få ut vikten av att ta vara på alla råvaror man köper. Det slängs ju otroligt mycket råvaror i Sverige.”

Peter

En del menar att det också kan vara någon annan som sitter på makt. Till exempel Markus, som jobbar på vad han beskriver som en ”kvarterskorg”, anser att kockar som jobbar med fine dining har en makt att påverka gästernas preferenser.

”Ett ställe som är inriktat på fine dining där har man ju det konceptet att man kan servera hur många rätter som helst, då kanske gästerna mer lägger upplevelsen i deras händer. Då är det kanske större chans att man äter saker som man inte skulle valt själv.”

Markus

Även om respondenterna upplever att kockar har en möjlighet att påverka vad konsumenter och deras gäster efterfrågar så upplever ändå samtliga att deras frihet begränsas av vad just gästerna efterfrågar. De anser att det är bra att vara kreativ och nyskapande och att kockar borde söka sig bortom invanda tankemönster. Men till syvende och sist sitter gästerna på en stor makt.

”Om det är en restaurang som kräver femtio gäster varje dag i Göteborg så får man ändå hålla sig ganska nära boxen, tror jag.”

Patrik

Detta resonemang för oss in på nästa analysystema; kreativitetens begränsningar (se s. 47).

9.4 Analys av TEMA 2

9.4.1 Kocken som entreprenör

I denna uppsats har kreativitet definierats som någonting nytt och originellt (Kauffman, 2013). Det handlar om en förmåga att se ovanliga samband, att lämna gamla hjulspår och att hitta nya lösningar (Forskning.se, 2010). Resultatet av denna studie visar att kockarna värderar kreativitet högt i sina arbeten. Flera av dem ifrågasätter samtidigt huruvida det är möjligt att skapa någonting helt nytt i matväg. Enligt Csíkszentmihályis (1996) är det inte upp till individen i fråga att bestämma huruvida det hon eller han skapat är kreativt. Det sker genom att utomstående personer bedömer produkten som någonting kreativt. Csíkszentmihályis (1996) menar också att en kreativ person ändrar memorer i kulturen. I detta fall skulle det kunna gå att tala om att memorer faktiskt upprätthålls inom restaurangbranschen genom att synen på menyers komposition är likartad bland kockarna. Ett upprätthållande av en memorer skulle kunna ses som ett upprätthållande av informella regler inom en institution. Habitualisering innebär att man utför handlingar efter ett givet mönster. Detta ger en psykologisk lättnad då det är lättare att klassificera verkligheten efter ett invariant mönster. Det skulle kunna vara så att ett mönster för hur en meny och en maträtt konstrueras vuxit fram inom restaurangbranschen som institution.

Den kreativitet som belyses i resultatet av denna studie kan inte tolkas som att den bryter memorer inom kulturen. Törnqvist (2009) menar likt Csíkszentmihályis (1996) att begreppet kreativitet fått en bred betydelse och att det går att göra skillnad på kreativitet och i fall en person besitter egenskaper som effektivitet, produktivitet, yrkesskicklighet och intelligens. Törnqvist menar samtidigt att det går att placera kreativa personer i olika ytterligheter som han kallar pionjären och entreprenören. I likhet med kockarnas egen uppfattning går det inte att tala om respondenterna som kreativa personer per Csíkszentmihályis (1996) definition. Flera av dem beskriver hur de försöker ge gästen något som de inte förväntat sig. Det kan röra sig om att servera rabarber till rå fisk vilket

skulle kunna ses som en kreativ produkt per definitionen att det ska vara någonting nytt och att personen i fråga ser ovanliga samband. Samtidigt uppger kockarna att de hämtar mycket inspiration från andra aktörer inom branschen till exempel genom att äta på andra restauranger eller genom att läsa mattidskrifter och liknande. Ingen beskriver innovation som något helt eget utan att deras idéer snarare härstammar från ackumulerad kunskap genom andra aktörer inom branschen. Utifrån intervjuvaren kan det tolkas som att kockarna utövar yrkesskicklighet och att de är entreprenörer som är duktiga på att kombinera och föra ut idéer på marknaden.

I teorikapitlet sammanfattas Csikszentmihályis (1996) teori om konvergent och divergent tänkande där det sistnämnda är det tankesätt som en kreativ person anammar. En majoritet av kockarna lyfter fram samarbete som en viktig ingrediens i deras arbete som möjliggör en kreativ process. Markus uttrycker hur det i bland kan vara svårt att gå i från invanda tankemönster och att det därför är bra att ta hjälp av kolleger som utgår från andra erfarenheter och därför ser saker ur andra perspektiv. I samarbete med andra kockar skulle då ett så kallat divergent tankesätt kunna uppstå. Tillsammans hittar de flera möjliga lösningar på ett problem och det innebär i sin tur att de kan komma på den bästa lösningen. Som redan nämnts kan divergent och konvergent tänkande kombineras för att den bästa lösningen ska kunna identifieras. Eftersom att intervjuvaren tyder på att restaurangbranschen kan ses som en institution skulle dock de perspektiv som ryms inom branschen kunna vara begränsade. Inom institutionen råder redan uppfattningar om vad som är rätt och fel sätt att utföra handlingar på.

9.4.2 "Någon annan kan påverka men inte jag"

Ett antagande som gjorts i denna uppsats är att förutsättningarna för att kreativitet ska kunna uppstå innebär att yrkesutövaren är fri att göra det hon eller han vill. Därför ställdes frågan huruvida kockarna upplevde att de hade makt att påverka gästernas preferenser. I resultatdelen framgår att kockarna upplever att branschen sitter på en makt men att den enskilde kocken inte upplever sig ha någon direkt makt. Flera av respondenterna menar att det är kockarna som syns i tv som har makten att påverka gästerna och konsumenterna. En respondent anser att det är kockarna som arbetar inom fine dining som har makt att påverka. Oavsett hur kockarna i denna studie valt att svara på denna fråga går det att urskilja en gemensam upplevelse i svaren, de ser alla makten som förskjuten från dem själva. Någon annan kan påverka men inte jag. Vad som också är tydligt är att det institutionella tänket, som diskuterades under föregående analytiska systemet, om att gästerna inte efterfrågar vegetarisk mat är en begränsning i deras kreativa svängrum. Begränsningen handlar om möjligheterna för att servera vegetarisk mat. Detta resonemang förs vidare under nästa analytiska systemet.

9.5 TEMA 3. Kreativitetens begränsningar

Det sista temat innehåller resultat och analys av vad som begränsar kockarnas kreativitet och hur det i sin tur påverkar möjligheterna för en grönare meny. Temat besvarar forskningsfråga 4, 5 och 6.

- Hur påverkar dessa erfarenheter kockars kreativitet vid skapandet av en meny?
- Vilka normer påverkar kockars kreativitet vid skapandet av en meny?
- Hur påverkar detta möjligheterna för en större andel vegetarisk mat på restaurangernas menyer?

Under intervjuerna förekom flera olika upplevelser av vad som kan begränsa en kocks kreativitet och frihet. De mest frekvent har benämnts enligt följande:

- Gäster
- Ekonomi
- Koncept
- Säsong
- Kunskap

9.5.1 Krögaren, gästen och vinstintresset

I det dagliga arbetet är ekonomin ständigt närvarande för de kommersiella restaurangerna. Även Markus som jobbar på en restaurang var syfte inte är att generera vinst måste ständigt förhålla sig till en rad aspekter som går att koppla till ekonomi. Även om det inte finns något vinstintresse på den arbetsplats där han arbetar så måste restaurangen nå break-even. Dessa ekonomiska faktorer rör sig om allt i från kökets fysiska utformning till exempel vilka maskiner som finns att tillgå, till antalet anställda i köket och pris på råvaror. Ägaren tillika krögaren ses som en avgörande faktor för hur verksamheten kan bedrivas och att detta i sin tur påverkar det kreativa svängrummet.

”(...) Alla restauranger finns ju av en anledning och det är att tjäna pengar åt krögaren.”

Anton

Vinstintresset som samtliga kockar tar upp som en begränsning i deras frihet på arbetsplatsen hör i hop med resonemanget om gästernas inflytande. Alla identifierar ekonomi som något ofrånkomligt och förutsättningen för att restaurangen ska ha en god ekonomi är att de har gäster.

”Gästerna kan begränsa en jättemycket. Det spelar ingen roll hur bra mat du lagar, har du inga gäster på din restaurang så spelar det ingen roll.”

Anton

Som tidigare nämnt ses vegetarisk mat inte som särskilt lukrativ på kockarnas arbetsplatser. Det är inte där det finns stora pengar att tjäna. Restaurangbranschen har en möjlighet att påverka gästernas preferenser enligt flera utav kockarna. Patrik menar att en förutsättning för att gästerna ska kunna ta till sig nya former av mat är deras medvetenhetsnivå.

”Om det är någon som är sjukt intresserad av mat och får en fantastisk upplevelse och sedan kommer nästa som är så här a de ska gå på någon teater någonstans och så har de läst att det ska vara väldigt bra mat här så kommer de hit och tänker ”Oj, vad var det här för någonting konstigt” ... kommer man inte hit med öppna sinnen så kanske det inte är... jag vet inte.. Det får ju vara... Det är ju lättare att sälja den här produkten till folk som är intresserade av att äta den här produkten. De som är intresserade, nyfikna.”

Patrik

9.5.2 Trender och koncept

Men det är inte bara krögarens förmåga att investera i maskiner och utrustning eller förmåga att ta ut svängarna som anses påverka kockens frihet att vara kreativ. Det styrs också av vilken inriktning som denne valt för restaurangen. Peter som är executive chef menar att han uppmuntrar sina köksmästare att vara kreativa men den friheten begränsas av konceptet för restaurangen.

”Mina köksmästare har en otrolig stor frihet om det rör sig inom deras bild (...). På en av våra restauranger jobbar vi bara med svenska råvaror. Då kanske de inte kan sätta upp en brasiliansk biff eller smaksättning med mycket curry.”

Peter

Konceptet sätter ramarna för vad kockarna anser sig kunna sätta på menyn. Koncept kan i sin tur styras av trender. Flera av kockarna lyfter fram hamburgare som en trend som varit på kartan de senaste åren i Sverige. Markus jobbar på en restaurang som anammat trenden. En sådan trend innebär, enligt Markus, ett koncept som minskar möjligheterna för vad han kan sätta på menyn. Trenderna i sig behöver inte nödvändigtvis komma från Sverige. Patrik menar att många trender kommer från New York där köttet har spelat en central roll. Dessa trender menar han har anammats i större utsträckning i Stockholm än i Göteborg. I Göteborg tycker han sig se att många restauranger influeras av städer som Köpenhamn och Paris där man anammat en vegetarisk mattrend. Anton som jobbar på en restaurang där matens inriktningen byts ut var tredje månad påverkas av konceptet på ett annat sätt. I och med att det ser olika ut under årets månader finns det ett större svängrum för kreativitet och möjligheterna för att servera vegetariskt skiftar.

”Men sedan kanske vi kommer till ett land där de äter mycket vegetarisk mat och då kanske det blir tre vegetariska varmrätter.”

Anton

9.5.3 Säsong

Ytterligare en faktor som kan begränsa kreativiteten är säsongen. Samtliga kockar uppger säsong som något avgörande i deras val av råvaror. Säsongen för en råvara påverkar dess pris men också dess kvalitet. Det finns en samlad syn bland kockarna att en råvara helst ska vara närproducerad.

”Ja, du kan ju få allting uppodlat. Du har ju sparris året runt men det smakar ju inte lika bra året om som när den svenska sparris kommer eller den tyska sparris. Eller jordgubbarna, visst, det finns jordgubbar året runt men det är ju framodlat och påskyndat.”

Peter

Samtidigt talar de om att säsongerna i dag är utsuddade då det går att importera till exempel grönsaker som inte är i säsong i Sverige från andra länder. Det går också att odla grönsaker i växthus. Här kommer dock miljöperspektivet och konceptet åter in i bilden. Flera av kockarna jobbar på restauranger där det finns en uttalad målsättning om att servera råvaror som är inom en begränsad geografisk radie. Andra aspekter som tas upp är att kockarna inte vill använda fisk som riskerar att bli utfiskad eller dylikt och på så sätt är rödlistad. Även tillgång på kött kan påverka vad man kan servera. Patrik menar att det finns stora brister i grossistledet i Sverige i dag.

”Kött... alldeles för svajigt i kvaliteten, skitsvårt att jobba med. Därför är väl också en sak... det bästa hade väl varit att ta bort kött överhuvudtaget, slippa jobba med det. Men det är ju ingenting man säljer en krog med i den här stan, tyvärr.”

Patrik

Möjligheterna för vegetarisk mat i samband med säsongen som begränsning påverkas av att grönsaker och andra vegetabiliska råvaror inte växer i Sverige på vintern. I kombination med att konceptet är att servera närodlade råvaror är detta faktum till viss del en begränsning enligt flera av kockarna. Men flera av dem menar samtidig att det inte behöver vara ett problem utan att det snarare är en utmaning.

”Man lägger in bär och picklar morötter och gör grejer med saker som är i säsong då. Sedan kan man ju förlänga säsongen lite på det, saltar och syrar och fryser i viss mån då.”

Patrik

Anton beskriver hur de tacklade utmaningen när han var köksmästare på en restaurang som serverade en vegansk avsmakningsmeny.

”Man fick tänka till. Vi gjorde massa vinäger på våren som fick stå på hösten och vintern som man tog hand om och det börjar komma mycket, mycket mer att man plockar in och konserverar och gör mer som man gjorde förr och använde sedan.”

Anton

9.5.4 Kompetens

Den egna kunskapen och kunskapen hos kolleger ses också som en förutsättning eller begränsning av friheten som i sin tur möjliggör kreativitet.

”Alltså även om jag har kunskap så kanske mina kolleger inte har den kunskapen för att hålla den nivån som jag vill. Då är det ingen idé att lägga sig på den nivån då kanske man får lägga sig på en lägre nivå och kanske visa och förklara så att man kan vidareutveckla dem då.”

Anton

Den egna kunskapen kan begränsas av åldern då man av bekvämlighet inte är lika benägen att lära sig, enligt Markus.

”(...) det är svårare att lära sig saker när man blir äldre. Men alltså, det krävs lite mer ansträngning, man är inte lika svampartad, man är inte lika formbar. Har man väldigt stöpts i en form på vägen till en viss ålder kanske det är lite svårare att ändra formen.”

Markus

9.6 Analys av TEMA 3

9.6.1 Trögrörlig institution

Samtliga begränsningar som beskrivs av kockarna går att koppla samman med det normativa inom institutionen. Kompetensen påverkas av den riktning för matlagning som institutionen styr. Det kan härledas till Eriksson-Zetterquists (2009:82) resonemang om normativ isomorfism där inflytande från professioner och utbildningar påverkar vad som anses vara det rätta sättet att göra saker på. Trender anammats av institutionen som i sin tur leder till en begränsning av vilka råvaror som serveras. Upplevelsen av vad kunderna vill ha reproducerar köttnormen.

Det har vid upprepade tillfällen konstaterats att kreativitet ses som något positivt inom institutionen. Men denna kreativitet rör sig inom förhållandevis snäva ramar. Det främsta målet är att tjäna pengar och ingen kreativ idé kan styra detta mål i någon annan riktning. Gästerna beskrivs som de som sitter på en stor makt över vad som kan serveras. I dag har till exempel kinesisk mat anammats av flera restauranger i Göteborg. Det faktum att maten ofta innehåller koriander – ett livsmedel som inte gillas av alla – jämfört med argumentet att restauranger inte kan servera mer vegetariska mat för att konsumenterna inte vill ha det gör att det framstår som att det snarare inte är tillräckligt

trendigt att servera vegetarisk mat. En mer vegetarisk meny på restaurangerna skulle bli möjlig först då vegetarisk mat blir lika trendigt som andra typer av matkulturer.

Vad vi tycker är gott påverkas av den tid vi lever i. På 20-talet var inälvor ett populärt livsmedel i Sverige men det har idag ingen utbredd stark ställning. Däremot är kött i form av till exempel filéer desto mer populärt. Restaurangbranschen som institution reproducerar denna dominerande smakpreferens som råder i samhället och befäster således köttet som norm. Även om kockarna är en del av en institution är de också en del av samhället. Cirkeln sluts då köttnormen upprätthålls av gästerna som i sin tur leder till att den reproduceras inom restaurangbranschen. Kockarna upplever att de själva inte har tillräcklig makt att påverka utan en vegetarisk trend måste komma någonstans utifrån för att ”köttcirkeln” ska brytas. De identifierar behovet av hållbar matkonsumtion men att det inte är genomförbart i någon större utsträckning när det kommer till vegetarisk mat. De talar snarare om att motverka svinn och att minska mängden kött på tallriken.

Utifrån resultaten av denna studie går det att konstatera att kockars kreativitet påverkas av tidigare erfarenheter. Erfarenheterna kan innebära möjligheter för kreativitet men de kan också vara hämmande. Kombinationen av kockars tidigare erfarenheter och institutionens föreställningar bildar ramarna för kreativiteten. Som nämnts i analysen av det första temat kan kockars habitus avvika från institutionens normer och stå för innovation även om inte institutionen gör det, vilket borde påverka skapandet av en meny. I resultaten framstår det däremot som att erfarenheter och institutionens föreställningar verkar hämmande för kreativiteten. Kockarna rättar sig efter de ramar som skapats av institutionen. Det tyder på att även om kockars habitus kan förändra menyn så tycks institutionens habitualisering vara starkare. Ett annat exempel på vad som hämmar kreativiteten är kockarnas upplevelse av att de inte kan påverka. Det är någon annan som befinner sig högre upp i ”kockhierarkin” som kan påverka, vare sig det rör sig om kocken som jobbar på en kvarterskorg eller kocken som jobbar med fine dining så ses makten och möjligheten att påverka som förskjuten från dem själva.

Normerna i institutionen och dess habitualisering verkar hämmande för kreativiteten vid skapandet av en meny genom de konkreta faktorerna som diskuterats ovan; gäster, ekonomi, koncept, säsong och kunskap. Institutionen styr synen på dessa faktorer och att handla efter detta mönster tas för givet. Mönstren har blivit habitualiseringar som individer inom institutionen restaurangbranschen rättar sig efter. Eriksson-Zetterquist (2009:92) förklarar detta genom att aktören är en produkt av institutionen som då begränsar vad aktören önskar sig, tänker och hittar för alternativa lösningar eller vägar. Institutionens makt råder och det tycks krävas en förändring i de konkreta faktorerna

gäster, ekonomi, koncept, säsong och kunskap för att institutionen ska förändras och skapa nya habituerade mönster för att en grönare meny ska kunna bli norm.

En av de mest konkreta faktorerna som verkar hämmande för kreativiteten vid skapandet av en meny och dess inverkan på möjligheterna att införa en grönare meny är den köttnorm som råder både inom institutionen och inom samhället. Som tidigare nämnts upprätthålls denna norm av restaurangbranschen. Initiativet till att införa mer vegetariskt på restaurangmenyerna tycks behöva komma någon annanstans ifrån. Till exempel genom konsumenternas makt eller från någon som står högre upp i "kockhierarkin".

10. Slutsatser och rekommendationer

I detta avsnitt summeras resultaten och det mest intressanta lyfts fram genom återkoppling till frågeställningarna som presenterades i bakgrundskapitlet (kapitel 1). Kapitlet avslutas med ytterligare reflektioner och förslag till vidare forskning i ämnet.

10.1 Svar på frågeställningar

Alla människor verkar inom en kontext. Denna kontext påverkar människors habitus. Detta gäller även för kockar som både har med sig erfarenheter från privatlivet och yrkeslivet. Kockarna i denna studie har olika erfarenheter till exempel när det kommer till matvanor, uppväxt och arbetsliv. Dessa erfarenheter har påverkat hur kockarna uppfattar och klassificerar världen, det vill säga deras habitus. Privat varierar kockarnas erfarenhet av vegetarisk mat. Ingen utger sig för att enbart äta vegetarisk föda men en del uppger att de äter mer vegetariskt än andra. I yrkeslivet har kockarna liknande erfarenheter av vegetarisk mat. De anser att de i början av sin karriär sällan sysslade med vegetarisk matlagning men att det i dag har blivit mer. I resultaten av denna studie har det framkommit att kockarnas egna erfarenheter av vegetariskt har påverkat hur benägna de är att laga vegetarisk mat. Intresset för vegetarisk matlagning har kommit från dem själva snarare än från branschen. Det har också framkommit att kockarna har en positiv eller neutral inställning till vegetarisk mat.

Alla kockar utom en är överens om att branschen har haft en negativ inställning till vegetarisk mat. De beskriver vegetarisk matlagning som nästintill obefintlig i början av deras karriärer. Samtliga kockar tycker att vegetarisk mat fått en mer accepterad ställning i dag, både i samhället i stort och inom restaurangbranschen. Den har helt enkelt fått en mer naturlig plats. De talar om vegetarisk mat som en rådande trend som härstammar från åsikten att man vid matlagning bör ta hänsyn till miljön. De menar däremot att denna vegetariska trend inte är tillräckligt stark för att den ska tilldelas mer än en begränsad roll.

Kreativitet beskrivs som någonting positivt eller som en egenskap som ”inte skadar” inom kockyrket. Flera av kockarna anser dock att det går att i ifrågasätta om det verkligen går att skapa någonting helt nytt. Även om kockarna i sitt yrke måste utöva kreativitet är det inte kreativitet i den bemärkelse att de skapar någonting banbrytande. I denna studie har de kallats entreprenörer. Törnqvist (2009) menar att det går att skilja på pionjären (som är en originell kreatör) och entreprenören. I stället för att vara pionjärer är de snarare entreprenörer, som är duktiga på att kombinera och föra ut pionjärens idéer på marknaden.

Kockarna anser att synen på vegetarisk mat tidigare har varit negativ inom restaurangbranschen men att den idag är mer positiv. Den vegetariska matens roll är fortfarande begränsad och alla inom institutionen är inte beredda att anamma den, om man ska tro kockarnas egna upplevelser. Det kan ses som att det hänger på den enskilde kocken att gå i från institutionens normer. Det ligger hos den enskilde kocken då institutionen inte tagit något markant steg i den riktningen. De tidigare erfarenheterna, som formar kockarnas habitus, kan således begränsa eller skapa möjligheter för en mer vegetarisk meny. Det skulle innebära en frihet att vara kreativ utanför institutionens snäva ramar. Studiens resultat har dock visat att institutionens föreställningar verkar hämmande för kreativiteten. Kockarna rättar sig efter de ramar som skapats av institutionen. Det tyder på att även om kockars habitus kan förändra menyn så tycks institutionens habitualisering vara starkare. Köttet har en stark ställning inom västerländsk matkultur och därför har den även det inom institutionen som rättar sig efter upplevelsen av vad gästerna vill ha. De befäster således matkulturen. Således kan alltså normerna ses som en begränsning förutsatt att en vegetarisk mattrend inte anammas av institutionen. Institutionens makt råder och det tycks krävas en förändring i de konkreta faktorerna gäster, ekonomi, koncept, säsong och kunskap för att institutionen ska förändras och skapa nya habitualiserade mönster för att en grönare meny ska kunna bli norm. En annan faktor som tycks begränsa kreativiteten är att kockarna upplever att möjligheten och makten att påverka vad gästerna vill äta är förskjuten från dem själva. Den ligger i stället hos någon som står över dem i ”kockhierarkin”. För att vegetarisk mat ska få en större plats på restaurangernas menyer krävs att ett initiativ kommer från någon utomstående. Konsumenterna verkar här ha en stor makt att påverka men också aktörer inom branschen som befinner sig högre upp i ”kockhierarkin”.

10.2 Reflektioner och förslag till vidare forskning

En del av de faktorer som identifierats som hämmande för kreativiteten och dess inverkan på möjligheterna för en grönare meny kan ses ligga utanför institutionens möjligheter att påverka. Det finns en rad aktörer som är kopplade till restaurangbranschen som till exempel leverantörer. Det kan också vara en faktor som bidrar till att institutionen är trögrörlig. En annan reflektion som gjorts under arbetet med denna studie är att institutionen inte bara påverkas av vad som händer inom Sveriges gränser utan att andra länder influerar den svenska restaurangbranschen. Patrik uttrycker det tydligt när han talar om att krogar i Sverige i allmänhet och i Stockholm i synnerhet influeras av mattrender i New York. Han menar att kött har varit en stor del av de trender som importerats från andra sidan Atlanten och att det också påverkar möjligheterna för en grönare meny. Det kanske inte bara handlar om att förhålla sig till den svenska restaurangbranschen som institution utan att man måste inkludera influenser från andra länder och kontinenter.

Som tidigare nämnts i metodkapitlet består urvalet i denna studie enbart av män. De är alla mellan 30-43 år gamla och har en liknande kulturell bakgrund. Dessa faktorer gör att gruppen är relativt homogen vilket väcker frågor om hur resultatet hade påverkats om kockarna hade skiljt sig åt på punkter som kön, ålder och kulturell bakgrund. 2014 var könsfördelningen inom kockyrket ganska jämnt fördelad (Statistiska centralbyrån, 2014). Därför hade det varit intressant att undersöka huruvida resultatet påverkats av att söka upp enbart kvinnliga kockar och intervjua dem om samma sak. Det hade också varit intressant att fånga upp kockar med en annan kulturell bakgrund än svensk för att se huruvida det skulle påverka resultatet. Som tidigare nämnt har denna studie riktat in sig på ett ”kockperspektiv” och konsumenternas reflektioner har inte fångats upp. Det hade också vara intressant att undersöka.

Ytterligare en intressant aspekt har dykt upp i intervjuerna. Patrik pratar om att ordet ”vegetarisk” har ett dåligt rykte och att det till och med kan provocera en del människor. Det skulle kunna ses som en aspekt som bör tas hänsyn till för att öka möjligheterna för att människor ska äta mer vegetariskt. Inte minst i marknadsföringssammanhang. Det hade varit intressant att undersöka hur marknadskommunikation av vegetarisk mat kan anpassas för att få bästa möjliga resultat. Det handlar kanske inte främst om att hitta ett annat ord för att ersätta ordet vegetariskt utan att istället förändra sättet för hur vi kommunicerar maträtters innehåll.

11. Källförteckning

Bryman, A. & Bell, E. (2013). Företagsekonomiska forskningsmetoder. Patrikeshov: MTM.

Csikszentmihályi, M. (1996). Creativity: flow and the psychology of discovery and invention. (1. ed.) New York: Harper Collins.

Dagens nyheter. (2014, 17 juni). Statens kostråd: Ät mindre kött. Dagens nyheter. Hämtad 2015-04-10 från <http://www.dn.se/nyheter/vetenskap/statens-kostrad-at-mindre-kott/>

Ekonomifakta.se. (2014). Hushållens konsumtionsutgifter efter ändamål. Hämtad 2015-04-08, från <http://www.ekonomifakta.se/sv/Fakta/Ekonomi/Hushallens-ekonomi/Hushallens-konsumtionsutgifter-efter-andamal/>

Ekström, M. (1990). Kost, klass och kön. Diss. Umeå : Umeå universitet, 1990. Umeå.

Eriksson-Zetterquist, U. (2009). Institutionell teori: idéer, moden, förändring. (1. uppl.) Malmö: Liber.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (red.) (2012). Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad. (4., [rev.] uppl.) Stockholm: Norstedts juridik.

Forskning.se (2010). Vad är kreativitet?. Hämtad 2015-04-10, från <http://www.forskning.se/nyheterfakta/teman/kreativitet/tiofragorochsvar/vadarkreativitet.5.34a8543912bbe474e1f80005257.html>

Holm, L & Møhl, M. (2000), 'The role of meat in everyday food culture: an analysis of an interview study in Copenhagen' *Appetite*, vol 34, pp. 277-283. doi: 10.1006/appe.2000.0314

Hornig, J-S & Hu, M-L. (2008). The mystery in the kitchen: Culinary creativity. *Creativity Research Journal*, 20 (2), pp. 221-230. doi: 10.1080/10400410802060166

Johansson, J. Menyplanering – en komposition med variation och rytm. I: Gustafsson, I. & Strömberg, U. (red.) (2004). *Tid för måltidskunskap: en vänbok till Birgitta Ulmander*. (s. 183-194). Örebro: Örebro universitet.

Jordbruksverket. (2014). Köttkonsumtionen. Hämtad 2015-04-10 från <http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/konsument/livsmedelskonsumtion/kottkonsumtionen.4.465e4964142dbfe44705198.html>

Jordbruksverket. (2013). Vår köttkonsumtion har ökat med 40 procent sedan 1990-talet. Hämtad 2015-04-10 från <http://www.jordbruksverket.se/pressochmedia/nyheter/nyheter2013/varkottkonsumtionharokatmed40procentsedan1990talet.5.39da9f0113cb389bda880001105.html>

Kaufmann, G. (2003) What to Measure? A new look at the concept of creativity, *Scandinavian Journal of Educational Research*, vol 47 (3), pp. 235-251, DOI: 10.1080/00313830308604

Kihlberg, J & Löfgren, E. (2014, 28 september). Fler svenskar äter vegetariskt. *Dagens nyheter*. Hämtad 2015-04-10 från <http://www.dn.se/ekonomi/fler-svenskar-ater-vegetariskt/>

Klein, Ö. Den medvetna kokkonsten 2. I: Gustafsson, I. & Strömberg, U. (red.) (2004). *Tid för måltidskunskap: en vänbok till Birgitta Ulmander*. (s.175-181). Örebro: Örebro universitet.

Larsson, S. C. and Wolk, A. (2006), Meat consumption and risk of colorectal cancer: A meta-analysis of prospective studies. *International Journal of Cancer*, vol 119 (11), pp. 2657–2664. doi: 10.1002/ijc.22170

Norat T, Bingham S, Ferrari P, Slimani N, Jenab M, Mazuir M, et al. (2005). Meat, fish, and colorectal cancer risk: the European Prospective Investigation into cancer and nutrition. *Journal of the National Cancer Institute*, Vol. 97 (12), pp. 906-916. doi: 10.1093/jnci/dji164

Peng, K-L., Lin, M-C & Baum, T. (2012). The constructing model of culinary creativity: an approach of mixed methods. *Quality & Quantity*, vol 47 (5), pp. 2687- 2707 .doi: 10.1007/s11135-012-9680-9

Priour, A., Sestoft, C., Esmark, K. & Rosenlund, L. (2006). *Pierre Bourdieu: en introduktion*. (1. udgave, 1. oplag.) København: Hans Reitzel.

Rydhmer, L. (2014). *Inspel till en svensk livsmedelsstrategi [Elektronisk resurs]*. Uppsala: Framtidens lantbruk - djur, växter och markanvändning, Sveriges lantbruksuniversitet.

Statistiska centralbyrån. (2014). I och utanför arbetskraften. Hämtad 2015-05-23 från http://www.scb.se/sv/_Hitta-statistik/Temaomraden/Jamstalldhet/Fordjupningar/Excel---I-och-utanfor-arbetskraften/

Tellström, R. *Knyt tallriken till marken*. I: Burstedt, A., Fredriksson, C. & Jönsson, H. (red.) (2006). *Mat: genealogi och gestaltning*. (s. 55-69). Lund: Studentlitteratur.

Törnqvist, G. (2009). Kreativitet i tid och rum: processer, personer och platser. (1. uppl.)
Stockholm: SNS förlag.

Visita. (2014). Ett nytt rekordår för restaurangbranschen. Hämtad 2015-04-08, från
[www.visita.se/PageFiles/11532/Visita rapport Rekordår restaurang 2014.pdf](http://www.visita.se/PageFiles/11532/Visita_rapport_Rekordår_restaurang_2014.pdf)

12. Bilagor

Intervjufrågor

Vad har du för titel?

Hur gammal är du?

Hur länge har du arbetet som kock?

Hur kom det sig att du ville bli kock?

Vad tycker du om ditt yrke nu när du jobbar som det? Lagar du mat på fritiden också?

Vad är en bra maträtt?

Hur ser en bra komponerad meny ut?

Om man tänker fördelning vegetariskt, kött, fisk?

Vad vill du att gästerna ska få för upplevelse av din mat? Vad vill du uppnå när du komponerar en meny?

Hur stor frihet har du att komponera en meny själv?

Vad skulle kunna begränsa din frihet?

Hur går det till när du vill skapa en ny rätt? Vad är det som styr dina val av råvaror? Vart får du inspiration i från?

Vad spelar dina kolleger för roll i ditt arbete?

Vad har du för erfarenhet av vegetarisk mat? Privat och professionellt? Har du ätit och äter du vegetariskt själv?

Vad innebär vegetarisk mat för dig?

Hur stor del av menyn kan vara vegetarisk?

Hur skulle du beskriva den restaurang där du jobbar?

Hur ser möjligheterna ut för att göra en vegetarisk rätt av samma kvalitet som en köträtt?

Är det svårare att laga vegetarisk mat? Varför? Varför inte?

Vad skiljer vegetariska rätter från köträtter?

Har du märkt en ökad efterfrågan på vegetarisk mat?

Hur har synen på vegetarisk mat ändrats bland konsumenter tycker du?

Hur har synen på vegetarisk mat ändrats inom restaurangbranschen tycker du?

Hur tror du att utbudet av vegetarisk mat ser ut på svenska restauranger? Varför tror du att det är så?

Vem äter vegetarisk mat på restaurang?

Vad har du för utbildning?

När gick du den?

Hur mycket fokus upplevde du att det lades på vegetarisk mat under din utbildning? Hur påverkar din utbildning ditt vardagliga arbete?

Deltar du i någon utbildning under tiden du jobbar?

Ge exempel?

Hur har i så fall fokuset på vegetariskt varit där?

Hur påverkas ditt arbete av konkurrens med andra?

Hur påverkas du av trender?

Vad skulle din chef säga om du introducerade en helt vegetarisk meny, tror du? Hur mycket makt har konsumenterna/ gästerna över menyn tycker du?

Hur ser du på trender?

Hur värderar du kreativitet i ditt yrke?

Hur värderar du innovationer i ditt yrke?

Hur viktigt eller oviktigt är det för en kock att tänka i nya banor? – Att tänka ”utanför boxen”?

Hur tror du att vegetarisk mat kommer att utvecklas inom restaurangbranschen i framtiden?

Hur skulle du beskriva era gäster?

Hur skulle du beskriva er restaurang, den kulinariska biten?

Är det något annat som jag inte frågat om som du tycker är intressant när man diskuterar vegetarisk mat inom restaurangbranschen?

Intervju med "Markus"

Datum: 150512

Längd: 01:14:53

Ehm... vart är det du jobbar någonstans?

Nu jobbar jag på Chalmers, Chalmers restaurang och konferens och det är ju mestadels, Chalmers i stort är ju lunchservering i olika former och det är ju specifikt med studenter så det är ju inte så där traditionell krogdrift på det sättet. Så det är ju inte heller.. det finns ingen ägare som sitter i toppen och jamar på för att det ska tjäna mer pengar för överskott så att säga för det går tillbaka in i verksamheten direkt. Så att det är ju inte som om du går och frågar valfri krögare på stan eller valfri kock där liksom, det skiljer ju sig lite så åt.

Vart är det någonstans du jobbar?

Jag jobbar på [REDACTED] men jag har... i huvudsak jobbar jag på ett litet ställe som är bar, restaurang som är kvällsöppen. [REDACTED] heter den. Så den är ju inte så traditionellt chalmeristisk eller så där utan den är ju lite mer som en traditionell krog i den bemärkelsen även om driften inte är det.

Du menar det att det inte finns något vinstintresse?

Nja, men allt man gör är ju för studenternas skull. Sedan får vi gärna in gäster extern också för det ökar ju möjligheterna att presentera bra produkter givetvis men i huvudsak lyckas man inte göra studenterna nöjda så att de inte kommer dit då finns det ingen anledning att göra det. Det är deras intresse som spelar störst roll.

Så det kan komma andra gäster också?

Ja, och det gör det ju, även om det är ganska få, ta exemplet på Lindholmen där Chalmers driver lunchverksamhet där är det ju nästan uteslutande externa gäster för det är ju så mycket kontor som ligger runt omkring, Volvo, Ericsson tror jag har kontor där och det är ju flera tusen anställda.

Vad tror du att det beror på att ni har mest uteslutande studenter då?

Det är nästan bara studenter som bor där i närområdet. Så hade vi, hade krogen legat i stan eller på Linné så hade det kanske två, tre, fyra procent så allt handlar ju om läget.

Vad har du för titel eller vad man ska säga?

A, jag är köksmästare.

Köksmästare. Ehm.. hur länge har du varit det?

Där eller?

Ja, där.

Jag började i augusti.

Och innan då, hur länge har du jobbat i kök eller som kock?

Hela mitt liv höll jag på och säga. Men när jag.. a... jag började ju jobba extra på restaurang redan innan jag gick gymnasiet så jag har hållit på att jobba extra redan innan och under i skolan och sedan gick jag hotell- och restaurang. Så vi får väl backa lite då... då måste det väl bli 18 år. Men alla år är ju inte fulltidsarbete då.

Okej. Ehm... hur gammal är du?

33.

Just det. Hur kom det sig att du kom in i den här branschen då?

Det var nog så att min mamma ledsnade på att ha mig gåendes hemma utan att göra någonting vettigt så hon ordnade extrajobb åt mig i disken på ett ställa och det var ju restaurang. Alltså det var en restaurang i ett köpcentrum med brickservering, det var inget speciellt med det men det var ett jobb och jag fick nästa helg efter det och så höll det på så och jag fick göra mer intressanta saker och det var ju spännande att tjäna pengar, det var ju lätt att fortsätta och även välja och gå hotell- och restaurang. Man hade ju redan en halv fot i branschen liksom.

Det känns som att det är många som börjar på det sättet eller är det bara...

Ja, det är ju en språngbräda eller så kan det vara en slags mellanlandning även om an vill göra någonting annat senare så är det ju lätt att få ett jobb inom restaurangbranschen och så kan man ju fundera på om man vill göra någonting annat sedan om man inte vill plugga med en gång. Så det... det är många som hamnar där av en slump tror jag.

Lättaste jobbet är nog att få inom restaurang än som... vad det kan tänkas vara.. handel... jag vet inte det känns som om att det är svårt att kanske hamna på en ICA-butik jämfört med en restaurang. Det är mycket enklare sysslor och sedan är det väl en fråga om löner och sådant där. Tänker jag.

Aa. Precis. Ehm.. vad tycker du om ditt yrke då, nu när du har jobbat med det så länge?

Jo, men jag trivs ju fortfarande även om det är toppar och dalar, det är det väl med alla yrken. Ehm.. men det handlar väl om stimulansnivå i mångt och mycket. Så länge man inte känner sig stimulerad och får göra för tråkiga arbetsuppgifter eller för få arbetsuppgifter, det kan vara sådana saker som gör att man liksom inte... det är inget roligt att jobba på ett ställe och ha en tom restaurang man vill ju alltid ha mycket att göra. Det vill jag i alla fall. Sedan ska det ju inte vara så mycket att man bli överlupen med jobb, man ska ju klara av sitt jobb... men alltså det är därför man är där och då ska

det vara att göra hela tiden. Och sedan så måste man ju tackla arbetsuppgifter som man inte kan som man kan lära sig, som tar sig vidare. Även om man kanske med åren blir lite mer bekväm. Jag menar är man 22 då kan man ingenting, då ställs man inför nya situationer hela tiden. Det blir mer sällan ju äldre man blir och då blir man lite obekvämare inför det. Ehm.. men.. vill man fortsätta jobba inom branschen och tycker att det är roligt så måste man tackla det också.

Så det är svårare att göra det när man blir äldre?

Det är en rent personlig reflektion. Det händer så mycket, det är en bransch i konstant utveckling och det är svårt att hänga med i bland. Kanske... om man vill ha koll på allt som händer. Trender och sådant. Det kräver ju lika mycket research utanför jobbet som faktiskt arbete för att hänga med på sådant där. I dag är det ju bloggar och mycket mattidningar.

Är det någonting du gör utanför jobbet?

Ja, lite grand. Inte jättemycket men jag försöker att gå ut och äta mycket för att hämta influenser. Det känns mer påtagligt för då får man uppleva den faktiska produkten.

Just det. Vad kan det vara som ändrar sig då till exempel?

Ehm... det är mycket trendiga råvaror, ursprung på råvaran. Som nu är det mycket ekologiskt, krav, närodlat etcetera, etcetera. Och det är ju väldigt snårigt det här. Och alltså ett annat exempel fisk och skaldjur, det kommer ju konstanta förändringar på vad som man ska äta och bör äta. Man måste ju inte följa rekommendationerna som Världsnaturfonden ger men... det kan ju... vara så att gästerna är väldigt medvetna och väljer att inte gå till dig om du har mycket rödlistad fisk eller ens gullistad. Jag ser det som en positiv sak att kunna visa upp det att du tänker på det, att du är medveten. Sedan är det ju inte alltid säkert... Typexemplet Kravodlad apelsin eller ekologisk apelsin är ju absolut inte bättre i miljöpåverkan än ett äpple från Skåne för den har ju åkt mycket längre så man kan ju inte bara stirra sig blind på den där stämpeln liksom. Man får ju liksom tänka var finns jag geografiskt och vad finns i mitt närområde och det där mer närodlat eller härodlat kanske är viktigare än krav och ekologiskt och sedan är det var går gränsen för vad som är nära. I Skåne är det närmre till Polen än vad det är till Stockholm när det till exempel, ”vart är svampen köpt”. Så det är snårigt det där tycker jag.

Mm. Men hur pass medvetna är era gäster då?

Ehm... Jag skulle nog säga att de är relativt medvetna ändå. Sedan finns det alltid människor som urskiljer sig och är mer medvetna som gärna sätter en på prov och testar en, det händer inte jätteofta men det förekommer... och vill veta mer. Men där jag jobbar är det kanske inte jättemycket av den varan, vi är ganska nischade och då... vi har vår grej vi kör och vissa saker blir inte aktuella då att sätta på en meny och handla in en råvara som är från ett visst ställe, märkt med en speciell stämpel eller ett visst märke.

Mm. Men ... vad tänkte jag på. Jo du sa ju att det kanske blir svårare att när man utsätts för nya grejer när man blir äldre, vad tror du att det beror på?

Frågan om det inte är lite bekvämlighet som ligger bakom det. Sedan vet jag inte, det är svårare att lära sig saker när man blir äldre. Men alltså, det krävs lite mer ansträngning, man är inte lika svampartad, man är inte lika formbar. Har man väldigt stöpts i en form på vägen till en viss ålder kanske det är lite svårare att ändra formen. Det är väl hur man är som person i mångt och mycket, det är klart man måste ju vara benägen att ändra sig och lära sig nya saker anar sår det ju lönlöst. Men även om man är det så kan det vara lite svårt. Det handlar ju om pedagogik när man ska lära sig en sak, det är svårt att lära sig en sak när man läser om det i en blogg när man inte har någon som kan hjälpa till och lära en rent praktiskt i bland. Det handlar ju också om att söka kunskapen genom att söka kurser och sådant, det underlättar ju. Låta sig inspireras av kolleger underlättar ju också. Ju mer duktiga människor man har runt omkring sig som man samarbetar med, ju lättare är ju det att lära sig nya saker också. Ska man göra det för egen maskin hela tiden utan någon input eller förslag så blir det ju svårare för det begränsar ju, man ser inte utanför boxen.

Men, alltså att man i interaktion med andra människor så kanske man släpper lite på den boxen?

Man får nog hjälp att se utanför överhuvudtaget och se en möjlighet som man själv inte hade gjort, på ett helt annat sätt. Det handlar väl både om kunskap och okunskap. Jag tänker att vissa människor begränsar sig utifrån egna erfarenheter och kunskaper så tänker jag att "nä, det här brukar inte kunna bli bra". En person som inte har dem kanske tänker på ett helt annat sätt och begränsas inte av det. Och sedan så "jag har inte ens den tanken" och så kombinationen det är ofta det som leder till det bra.

Just det.

Det är ju teamwork väldigt mycket att jobba i kök eller restaurangkök i stort måste man ju kunna samarbeta. Utan fungerande samarbete blir det inte så roligt heller.

Nej. Men hur kan det samarbetet se ut eller vad innebär det samarbetet?

Tänkte du specifikt kockar emellan?

Mm.

Jo, men det är just det kreativa arbetet då när man står och jobbar med någonting och under tiden man jobbar kommer det ofta fram nya idéer ur den här idéen som man hade från start. Ehm.. och den... och visst man kan få idéer själv men ju mer det är som kommer med idéer ju mer möjligheter har man ju att utveckla. Inga idéer är ju egentligen för dåliga för att testas sedan kanske den inte håller hela vägen men om man provar... det är förts när man provar som man faktiskt vet.

Just det. Ehm.. men alltså du pratade lite om KRAV-märkt och sådant hur stort behov har ni av att liksom använda sådant?

Ehm.. man försöker ju att välja... rimliga produkter så att säga. Vi har så mycket basvaror som man

lika gärna kan köpa kravmärkt... grönsaker och frukt och sådant, absolut. Sedan kött och sådant då är det inte så vanligt med de märkningarna upplever jag. Utan där försöker jag hitta... istället för att gå efter statens krav... eller nu vet jag inte om det är staten som bestämt vad krav ska innehålla... men då är det bättre att hitta en lokal producent så att man vet att ursprunget är från den här gården och den ligger tio mil bort och den går till slakt där... det kanske är viktigare då än att kunna säga att det är en kravmärkt tomat i salladen. Sedan är det ju i syvende och sist en fråga om kvalitet också. En kravmärkt produkt behöver ju inte vara så bra som en icke-karvmärkt produkt så det beror lite vilka råvaror det rör sig och så där.

Aa. Men hur viktigt eller oviktigt är det då för er att varorna är miljövänliga?

Just Chalmers jobbar ju ganska hårt med det. Har ju ett långt framskridit arbete och det är ju hela vägen det handlar inte bara om råvaror utan det är miljöpåverkan på take away-material och liknande va... så det är väldigt långt framskridit. Vi har uttalad policy om vad som ska köpas in för det är kontrollerat. Och i höst nu har vi faktiskt en forskare som håller på att forska på ett gäng olika materialval när det kommer till take away. Sedan så när det kommer till krav och sådant kan jag inte redogöra för Chalmers i stort.. liksom.. man försöker i den mån det går men vi kan inte betala tre gånger så mycket för då blir det för dyrt liksom. Och även om syftet här inte är att tjäna några pengar så blir det ändå... En student kan inte betala så mycket som kanske... en student är benägen att betala.

Nä just det. Vad är en bra maträtt... för dig?

Oj. Det kan ju vara allt mellan himmel och jord. Det finns ingen bra mall för hur en bra maträtt är men det ska ju smaka gott. Det får gärna se gott ut, det är ju.. jag föredrar att maten ser mindre trevlig ut men smakar bra än tvärtom. Då känns det som att man blir lite lurad. Är det en varmrätt ska den vara varm när den serveras. Och vad den ska innehålla det kan vara vad som helst, det beror ju på från vilket perspektiv man äter... går man ut och äter en huvudrätt på ett ställe och förväntar sig att bli mätt, då är det viktigt att man får tillräckligt med mat på tallriken. Går du ut och äter en femrätters servering där är det ju lite annorlunda, där kan man lägga mindre mättnadsfokus på rätterna eftersom att du äter många rätter, då upplever jag att man tänker inte så mycket på det. Då kan man göra... eh man göra vad som helst. I bland kan äggröra och bacon vara en jättebra rätt det beror på när man äter den. Tillfället gör mycket också. I bland är bannemej en Big Mac en bra måltid även om det rent per definition inte är det men det känns som en bra måltid just då. Ehm... sedan kan det ju diskuteras näringsvärdesmässigt, ekologi och påverkan på det... men a... så länge man inte serverar utrotningshotade arter och liksom... använda sitt sunda förnuft när man aktivt sätter en meny och som gäst att man aktivt väljer att äta saker som är okej.

Mm. men är det några komponenter som bör finnas?

Nej, det skulle jag inte säga. Det är som sagt också beroende på tillfället men givetvis, du måste ju ha kolhydrater och protein på tallriken så att du får en mättnadskänsla efter att du har ätit om det så är sju serveringar eller en servering men i stort så kan det vara vad som helst. Tycker jag... det är inte så.. vi är ganska traditionsbundna till att det ska vara kött och potatis eller fisk och potatis eller i viss mån andra kolhydratskällor som pasta eller ris. Om man backar då till början då när jag började

i den här branschen så kändes det som att det alltid var potatis eller ris, det skulle vara där och det skulle vara en huvudråvara som kött eller fisk. Och att man komponerade tallriken utifrån 180 gram rå fisk eller 180 g rått kött... som efter tillagning blir lite mindre då... men man behöver inte komponera några rätter så man kan ha fler ingredienser på tallrikarna, mindre kött eller fler sorters kött, det behöver ju inte vara filéfrossa för det är vi också ganska upptagna av att det ska vara fint kött eller... Lite så att vi tittar inte gärna på det som kräver lite mer tillagningstid. Nu har det ju kommit en trend de senaste åren så det har slagit igenom lite mer.

Vad då för någonting?

Nä men att det inte behöver vara just filé utan vi intresserar oss mer för mat och vi äter mer styckningsdetaljer på djuret som man förr kanske bara gjorde fårs av och serverade som pannbiff.

När du säger vi så tänker du...?

Då tänker jag generellt. Människor i stort. Men det är också väldigt blandat. Också i egenskap av vart man jobbar. Vissa ställen är det nog jättesvårt att få folk till att äta något där det inte är en 180 grams köttbit på.

Mm. vad tror du att det beror på?

Det beror på koncept liksom. Just nu är det hamburgare är ju hetaste trenden höll jag på att säga. Det öppnar hamburgerställen överallt. Går man till ett sådant ställe så vill man ju ha det då kan det ju vara svårt att servera en 80 grams hamburgare och sedan fyller ut det med massa annat runt omkring. Då funkar ju inte det med det restaurangmässiga konceptet.

Mm. Men vad har ni för koncept på den restaurang där du jobbar?

Vi har... det är väl hamburgare i stort... american junk food. Diverserätter... vi växlar liksom lite men hamburgarna är basen, och så lite pizza och lite pasta inemellan varven och... och i bland dyker det upp blåmusslor, moules frites så det finns lite spelutrymme att göra nästan lite vad som helst men konceptet... daglinnen var väl american junk food with a twist som de tryckte upp inför öppningen då. PR-maskineriet inför.

Aa. Men så det finns lite spelutrymme då för dig som köksmästare att gå utanför den här...

Ja, absolut, absolut även om det inte är, jag kan inte riktigt skapa vad som helst, eller det är klart att jag kan det men säljer det inte så har jag ju ingenting för det. Det är ju ingen idé att sätta upp massa rätter som ingen vill ha. Och det är också... går man till ett ställe som är bra på hamburgare så tar ju 70-80 procent hamburgare även om det finns saker vid sidan av som kanske jag anser vara en mycket bättre rätt men om gästerna ändå inte intresserar sig för den.

Nej, just det. Hur ser en bra komponerad meny ut då?

Eh.. en bra komponerad meny måste ju ha.. en bra meny ska vara ganska liten för att upprätthålla

kvalitet en meny med 15 rätter... det beror på hur många kockar man är givetvis men generellt sett ju fler rätter desto svårare är det att bibehålla kvalitet... det går inte att upprätthålla kvaliteten på tillagningen. Det spelar ingen roll om råvaran är världens bästa om du inte hinner med att lägga den tid och energi som krävs på den. Sedan tycker jag att... man ska anpassa menyn efter säsongen givetvis så att man följer med på när det finns god tillgång på vissa typer av fiskar, på hösten när det är viltsäsong för då finns det och då är det naturligt att ha det på menyn. Höst, jag menar svamp och hela den bärbiten som kommer i början på hösten... sommaren och våren jag menar då har man ju nästan tillgång till allt i grönsaksväg. Generellt sett har du ju tillgång till allting hela året runt du kan få tag på det någon stans i världen och servera det men det är ju inte gott och inte hållbart heller. Då är det bättre att vänta med jordgubbarna tills när de finns här, då smakar de bra, de är billigare och det är mindre miljöpåverkan.

Om man tänker fördelning, fisk, kött och vegetariskt?

Jag tycker att det ska finnas lite av varje. Givetvis. Sedan så... som sagt det är så styrt av koncept lite också. Men alla ställen bör ju kunna erbjuda något alternativ även om det är en kött- eller fiskrestaurang. Ehm.. Och a.. sedan så... vad ska jag säga mer om det? A, nej lite av varje utan att det blir en ofantligt stor meny. Du har ingen glädje... jag menar säg att du har fem vegetariska rätter så kanske det bara är två av dem som går. Då har du tre stycken som förmodligen bara står och får massa svinn på som du... som inte blir lika bra då helt enkelt. Och det gäller även fisk och kött då. Alltså du kan bara ha så många rätter på menyn det är alltid någon som kommer gå mindre, eller ett par. Jag jobba på ett ställe som hade fyra huvudrätter på de fyra huvudrätterna var det alltid en som gick mycket mindre. Tänk då om man har femton huvudrätter, procentuellt sett borde det ju vara tre stycken då... som går mycket mindre.

Vad innebär det då att man ska kunna erbjuda vegetariskt? Är det på menyn eller.. för det kan ju vara lite olika i hur restauranger gör...

Ja, jag tycker att man ska ha en utarbetad vegetarisk rätt som man har ansträngt sig med och gjort fullvärdig. Har man bara så att man kan erbjuda någonting är ju risken att det kommer en vegetarian så står kockarna och bara "aj, jäklar, vad ska vi hitta på då, vad har vi". Eh.. och så blir det något hopplock som kanske inte alls är lika bra som en traditionell huvudrätt som redan är på menyn. Att det finns en tanke och planering bakom. Sedan kan man givetvis göra så i händelse av att om det kommer någon och den inte vill ha den vegetariska rätten, visst vi kan lösa något annat om personen i fråga nöjer sig med det så kan vi göra det men då ligger det hos gästen. Men då har man i alla fall sett till att ha en fungerande bra rätt på menyn.

Just det. Hur mycket vegetariskt har ni på eran meny?

Mmm... tre-fyra rätter.

Är det varmrätter?

Ja, det är varmrätter. Sedan finns det lite smått också som är vegetariskt. Som sideorders och något sådant där. Det beror lite på ibland är det något fler och i bland är det något mindre... ehm... och

det är... tyvärr är det ju ganska ovanligt att personer som inte är vegetarianer eller veganer väljer vegetariska alternativ. Hade det varit större underlag, att fler medvetet vegetariska alternativ då hade man ju kunnat sätta upp fler vegetariska rätter som är utarbetade och som man tar fram och som går. Det handlar ju om det hela tiden, även om man inte har för avsikt att tjäna pengar utan att det bara ska gå break even så gör det ju inte det om du tvingas slänga massa mat. Så de bästa vegetariska upplevelserna man har är väl om man går på.. det finns ju vegetariska ställen givetvis men om man går på en riktigt bra krog, nu vet ju inte jag vilka du pratat med men om du går på Koka eller Törnströms så brukar det ju säkert vara en minst en vegetarisk servering på en fem- eller sjurätters. Eh. och den brukar ju ofta vara vansinnigt bra med mycket tanke och energi bakom den. Det är min filosofi i alla fall. Eh.. sedan kan man givetvis gå på nischade vegetariska ställen och få fantastiska smakupplevelser också. Jag har aldrig varit på ställen.. om jag går på ett random ställe då tar jag sällan det vegetariska alternativet, det händer någon gång men det är sällan jag har fått en sådan fantastisk upplevelse där och då utan då är det de ställen som nischer sig som levererar.

Alltså som är vegetariska?

Ja, precis. Där det är en del av konceptet.

Men hur mycket vegetariskt äter du själv?

För lite. Nä, men jag försöker att äta vegetariskt en till två dagar i veckan. Det är inte så hela dagen vegetariskt utan då blir det en måltid den dagen. Jag anstränger mig för att laga ett vegetariskt mål hemma varje vecka och sedan ett vegetariskt på jobbet som personalmaten. Försöker ha det. Det går ju att göra väldigt goda vegetariska grejer men att försöker att det inte blir så inne i den här kött- och fiskkarusellen.

Mm. Men är det svårare att laga vegetarisk mat?

Egentligen inte. Skulle jag inte säga. Men det kräver kanske lite mer arbete för att ta fram den rätten. Om du ska göra något snabbt och enkelt då kanske det inte är jättemånga vegetariska alternativ på rak arm som jag vet att jag själv gör bra... ehm.. medan om det är kött så är det.. ta en bra köttråvara så har vi en bra kolhydratkälla vid sidan av och så gör vi en god sås... nu är jag så här lika bunden av de här traditionerna som jag pratade om innan som andra är i det här fallet. Jag får i alla fall tänka lite... anstränga mig mer för att få fram bra idéer på vegetariskt.

Vad tror du att det beror på då?

Oerfarenhet i mångt och mycket. Jag har aldrig jobbat med vegetarisk mat i den utsträckningen. Hade jag jobbat på ett ställe där de hade haft mer vegetarisk inriktning eller att man hade sålt mer vegetariska rätter... a... jag hade önskat att jag hade gjort det. Jag har försökt att sätta det på menyn också på andra ställen där jag har varit på men det är också sådär att det kanske väljs bort till förmån för någon annan intressantare förrätt med en intressantare råvara, traditionsenligt fisk till förrätt och kött till huvudrätt eller vice versa. Jag tycker att sätter man upp vegetariska rätter så får de ofta rycka lite på foten så får de ofta rycka lite på foten till förmån för de mer traditionella.

Just det. ehm.. du sa att du försöker att äta... eller att du äter kanske för lite vegetariskt, varför äter du för lite, eller vad menar du med det?

Nä man jag tror. eller jag äter alldeles för mycket kött och mer specifikt nötkött då som ju har en hemsk miljöpåverkan egentligen. Det säger jag i egenskap av att jag kommer från landet och min pappa är bonde och har haft nötdjur så jag borde ju inte säga det, jag borde ju stötta hans sak. Nä men jag tänker, tänker jag väl på den stora mängden kött som importeras. Jag tänker inte specifikt på det som produceras på nära håll även om en ko anses bidra till klimatuppvärmningen eftersom den skapar så mycket metangas... jag vet inte... det ser jag inte som en anledning i sig till att äta mindre nötkött. Men just det här importbiten framförallt.

Men är det just då miljö?

Ja, jag tänker nog mer miljö, men visst... sedan är det ju också hälsoaspekten av det hela... är klart... även om jag inte personligen bryr mig så mycket om den biten än... jag vet inte om jag inte blivit tillräckligt skrämmd av det eller om informationen inte kommit fram ordentligt till mig eller så... men jag tänker inte min egen hälsas skull. Så sett. Jag tror att äter man saker som man tycker är gott så tror jag att man mår bra i stort förutsatt att man inte tar absurda proportioner och att man lever på snabbmat sju dagar i veckan liksom. Sedan om man äter nötkött fem dagar i veckan så länge du varierar det du äter ändå. Det är ju nötkött men du kan ju tillaga det på massa olika sätt och du kan ha massa olika saker till.

Just det... men du sa att din pappa var han köttbonde?

Nej, han var mjölkbonde. Men mjölkkor blir ju också kött när de går till slakt. Det blir ju också.. det blir oxfilé och det blir köttfärs liksom. Och de har ju lika mycket miljöpåverkan som ett nötdjur egentligen. Kanske mer till och med.. det vet jag inte... det vågar jag inte redogöra för.

Nä.. men hur såg det ut när du var mindre då, när du inte lagade mat själv, åt du mycket vegetariskt då?

Nej. jag kommer från en kött-och-potatis-familj. Kanske fisk en gång i veckan, kanske möjligen då ärtsoppa men då var det ju säkert någon form av fläsk i det. Det var det närmsta vegetariska jag kom. Så jag är ju... jag är ju stöpt i den formen sedan barnsben så jag har ju själv fått hitta utanför den när man blivit lite äldre. För de är ju fortfarande så, de äter ju efter de traditionerna som vi gjorde när jag var liten.

Vad vill du att gästerna ska få för upplevelse av maten som de äter hos er?

Eh.. tycka att det är jättegott givetvis och att de är nöjda och glada och att de känner att det fått allra minst det de har förväntat sig och i de flesta fall hoppas jag att de har fått mer än vad de förväntar sig. Eh... och att det ska vara så kvalitativt att man väljer att komma tillbaka. Man lockas tillbaka. a... vad vill jag mer...

Men jag tänker att om man vill att de ska få mer utöver de man förväntar sig hur vet man

hur kan man säkerställa eller hur vet man att man gör det?

Det kan man ju egentligen inte... på något sätt veta. Det handlar ju om att... göra sitt bästa hela tiden och hoppas att gästens förväntningar är lägre än vad dina egna är... på något sätt... Att man alltid anstränger sig till sitt yttersta för att det ska vara bra... även om det är en tråkig kväll och livet är skit i stort ska inte gästen behöva lida för det. Även om det bara är fem gäster i restaurangen ska banne mig de gästerna ha helt fantastisk mat oavsett om du är på taskigt humör, sådant där ska inte påverka utan det handlar om att det ska vara roligt det man gör, även om man inte tycker det för stunden får man bortse från det. Man måste prestera.

Hur stor frihet har du när du komponerar en meny?

Nästan total skulle jag säga. Utifrån konceptet givetvis... jag menar jag kan ju inte göra om konceptet på stället. Jag äger ju inte stället. Det har ju sin nisch och då får man förhålla sig till det. Vissa saker.. jag kan inte ta bort hamburgarna från menyn, vi har två stycken så det är inga jättemängder hamburgarna men dem kan jag ju inte ta bort, dem två hamburgarna som folk kommer för ofta. De byts ju ut med jämna mellanrum och så där men.. utöver det... men givetvis den ekonomiska aspekten... jag kan ju inte sätta upp rysk kaviar eller löjrom på menyn för det... vi kommer... ska vi ta betalt utan att vi tappar pengar på det.. det handlar ju om sunt förnuft utifrån min kunskapsbas liksom. Sedan så kan man ju givetvis sätta något lite dyrare på menyn och inte tjäna några pengar på det som någon slag service och hoppas att folk kanske köper något annat runt omkring som kanske kompenserar det ekonomiska. Ehm.. men i stort sett gör jag väl vad jag har lust till.

Mm.. men förutom de grejerna då som du nämnde med ekonomi och konceptet finns det något annat som liksom begränsar den friheten?

Njae.. eller det är väl praktiska detaljer, materiella ting, det måste ju fungera i praktiken. Jag kan ju inte sätta upp något på menyn som jag inte klarar av att laga när det blir mycket att göra. Jag måste ju kunna klara av det när som helst oavsett om det är full restaurang eller om det är fem gäster. Planerar man för att få fem gäster per kväll då... så kan man ju inte tänka. Man måste ju klara av en full kväll oavsett om det är 100 eller 150 gäster. Så det är ju en begränsning i sig. Absolut. Man kan inte stå och göra vad som helst om man inte är tillräckligt med personal eller yta eller massa sådana förutsättningar också givetvis.

Du var ju inne lite på det förut men vad är det som styr val av råvaror?

Eh.. säsongen i första hand. Sedan så är det i viss mån trender. Å... eh... givetvis pris, det hänger ofta i hop med säsongen. Men.. så är det ju trots allt och kvalitet på råvara. Hur man än vill se på det så är säsongen den viktigaste aspekten för allt annat styrs ju lite av det.

Hur då tänker du?

Nä men både kvaliteten på en råvara som inte är i säsong, priset på en råvara som inte är i säsong är ju högre.. säsongen är det viktigaste.

Var får du inspiration i från?

Ehm.. i från andra kockar, andra restauranger, som sagt jag brukar försöka gå ut och äta på andra restauranger och hämta inspiration från andra ställen. Det kan vara vilka ställen som helst, det finns alltid någon idé som man kan ta från ett ställe och använda i sin egna verksamhet även om det stället inte alls är likt det du själv jobbar på. Sedan så läser man väl en hel del tidningar och i viss mån kokböcker, det känns som att det har blivit något mindre eftersom att flödet på sociala medier har blivit så stort och även i traditionell media är det ju väldigt mycket mat. Matlagingsprogram, dokumentärer eh.. a.. det har vuxit så... matlagningstävlingar, det vet jag inte om jag inspireras så mycket av Sveriges mästarkock liksom... men det är väldigt mycket i tv i stort så man blir nästan lite trött på informationsflödet... så sätt. Så då är det lättare att gå ut och äta, då får man mer handgripliga idéer... tycker jag. Det är att upptäcka nya råvaror, det finns så mycket intressant att laga och äta som man inte vet om så det handlar ju om att upptäcka nya sorters mat så ofta så är det... nu hamnar vi ofta på importerade saker men det finns mycket som vi kan gå ut och plocka i vår natur som traditionsenligt inte setts som mat tidigare, eller vi har gjort det för 200 år sedan kanske men sedan har bekvämlighetsfaktorn gjort att vi behöver inte gå ut och plocka våra egna sallader längre, örter, svamp utan man kan köpa allt i butik, Och först nu på senare år har medvetet ökat igen då framför allt bland kockar som intresserar sig då.

Vad kan det vara för något då?

Ae.. jag är inte så bra på det här själv... jag skulle säga grönsorter liksom men mycket grönsaker liksom, svamp är inte ett lysande exempel men det finns en del svampar som jag har varit ute och ätit någon gång och fått saker som jag aldrig hört talas om så ”det kommer i från Skåne” a, där ser man. End el vilda örter och lite sådant där. Sedan finns det ju givetvis saker som vi redan känner till som vi plockar lingon och bär, det finns redan, det känner man ju till.

Mm. Men skulle det kunna vara så då att du själv och plockar saker som du skulle kunna sätta på menyn?

Naej... det skulle aldrig gå här inte här och nu. Runt Göteborg vet jag inte ens vart jag ska ta vägen för att plocka det.. om vi säger så. Visst, om jag se fläder så skulle jag väl kunna plocka fläderblommor va.. för det kan ju växa vilt. Men jag skulle aldrig.. jag skulle inte ha den kunskapen. Granskott kan jag lista mig till också men alltså jag skulle inte klara av det. Hade det varit så att jag bedrivit restaurangverksamhet där jag kommer i från hade jag säkert kunna gör det för där vet jag vart jag ska vända mig. Där har jag mer en geografisk kunskap om området.

Just det. Ehm... nu är det kanske lite random att ta den här frågan nu men vad innebär vegetarisk mat för dig?

.... Ehm... vegetarisk mat för mig... vad det innebär... vilken svår fråga... nä men avsaknad av animalisk huvudråvara... det... skulle jag väl säga att man inte serverar ett kött eller fisk eller skaldjur, man bortser från det men sedan så kanske man har mejeriprodukter runt omkring. Det är vegetariskt för mig. Ehm... a... det definierar det nog. Jag har nog inte så mycket mer att utveckla

utifrån den frågan när du ställde den på det sättet...

Nej. Absolut. Ehm.. Hur ser på möjligheterna att göra en vegetarisk rätt av samma kvalitet som en vegetarisk rätt?

Egentligen skulle jag nog säga att man har bättre möjligheter att göra bra vegetariska rätter än vad man har att göra det på en kött- eller fiskrätt. Det finns så otroligt mycket bra grönsaker och det finns eh... vi har ju... tradition och bondesamhälle det finns ofta lokalt och närproducerat, det finns månat olika komponenter som man kan få fram till en bra rätt till skillnad från... köttet eller fisken tar oftast den självklara huvudrollen på en tallrik när man lägger den där men gör man en vegetarisk så kan man ha fler olika huvudrollsinnehavare på det sättet. Ävensom jag inte så jobbar så praktiskt med detta så tycker jag verkligen det men det kräver mer planering och prova sig fram. Du kan ju inte bara lägga ett antal vegetariska komponenter på en tallrik och tro att det ska bli gott utan måste prova sig fram man kan inte gör det med en kötträtt heller men man jobbar mycket mer med det så det handlar väl om erfarenhet och som sagt hade det varit så att intresset för vegetarisk mat hade varit större på krogar generellt så hade man ju haft möjligheten att jobba mer med det också om man vet att grejerna går lika mycket som en fiskrätt eller kötträtt.

A.. just det men du sa det att vegetarisk mat och dess ställning inom restaurangbranschen kanske hade ändrats lite?

Ja det känns som att det börjar eh... liksom stärkas om man säger så. Och man börjar liksom gå bort lite i från att det alltid ska vara en kött- eller fisk som huvudvara utan att det kanske är fisken som ackompanjerar en grönaskssymfoni och det ska vara mindre mängd av det proteinet på tallriken tillika kött, det känns som att det är på väg lite mer.

Mm. Vad tror du att det beror på?

I viss mån medvetenhet och klimatpåverkan från nötköttsproduktion och det här att fiskar blir rödlistade och att vi håller på att fiska ut vissa arter. Till syvende och sist så ligger det ju hos konsumenten att sätta krav på butiker och grossister och krögare. Då måste de vilja det också. För att som krögare kan du aldrig tvinga en gäst att äta vegetariskt. Är det så att de vill ha kött så kommer de ju inte komma om liksom du bara sätter vegetariskt på menyn. Det finns ju exempel på ställen som bara har det men det är ju ganska få ställen som nischer sig om du nu kollar på hur månat restauranger det finns i Göteborg. Jag vet inte hur många hundra det kan vara, ännu fler kanske. Så kan inte jag räkna upp speciellt många, men det fungerar ju uppenbarligen.

Mm. Men har synen.. eller har du märkt en ökad efterfrågan på vegetarisk mat bland konsumenter?

Inte personligen, inte där jag har jobbat. Det kan jag inte säga.

Inte på de 18 åren du har jobbat?

Jo så sett, alltså när jag började kändes det knappt som att vegetariskt fanns. Då var det väldigt

dåliga produkter, prefabricerade produkter som fanns bara för att det skulle finnas någonting och gick väldigt sällan. Men sedan om man kollar där jag jobbade på 15 år sedan och var jag står nu i min yrkesmässiga karriär, det har ju hänt väldigt mycket med min syn på det. Jag menar jag kanske inte var medveten om det, alla aspekter av det, man var ju mycket yngre och oerfarnare. Men så som jag minns det var det aldrig prioriterat på något sätt liksom. Det var något som fanns i periferin någonstans. Det var ju inte helt ovanligt att kolleger eller köksmästarna sa ”å, vad ska de hit och äta vegetariskt för, vad fan ska vi hitta på till dem?”. Och det är ju ett jävla sätt liksom att gästerna kommer till dig och vill äta, du borde ju vara glad över att de kommer till dig istället och har tänkt på det och att det har förekommit dig med god planering och satt upp ett vegetariskt alternativ. Sedan jag menar om du ska gå på ett julbord och äta vegetariskt kan du kanske inte ersätta alla rätter på ett julbord med ett vegetariskt alternativ men du kan i alla fall se till att ha det så pass bra att gästen får tillräckligt. Jag menar har du 15 sorters sill så kan du ju inte göra 15 inläggningar av vegetariska grejer för det kommer att smaka ganska likadant eller åtta sorters rökt lax eller rökt fisk eller sådär... Man kan ju inte ersätt varje enstaka pryl på en sådan grej men man kan göra tillräckligt mycket för att en vegetarian också känner sig välkommen och att en vegetarian känner sig välkommen och tycker att det ser gott ut.

Mm. Men om man tänker då att man tittar på efterfrågan hos konsumenter har den ändrats någonting?

Ja, det tycker jag. Det är ju vanligare att människor är vegetarianer och veganer. Ehm.. så det tycker jag ju att man upplever mycket mer. Och det är ju positivt att det blivit så för det tvingar ju fram en utveckling hos krogar och restauranger att de ska ha vegetariska alternativ som är bra.

Varför tänker du att det är positivt?

Eh.. nä men det är så återkommande att det är gäster som vill äta vegetariskt och har du lite yrkesheder så tycker jag ju att du ska sätta upp rätter som är likvärdiga som är bra som du själv skulle kunna tänka dig att äta som är av lika bra kvalitet, bara för att man är vegetarian ska man inte behöva förpassas till någon slags skamvrå. Och töa något som ingen vill laga egentligen. Jag har varit med och satt upp vegetariska rätter på menyn som faktiskt sålt i för sig hyfsat bra och det var inte bara vegetarianer som tog den och då har kockarna i bland stått och svurit lite åt att de fått laga så mycket vegetariskt ungefär som att det var mindre roligt. Vilket jag inte kan försått egentligen. Det är ju mat som vilken annan mat som helst. Det är också mat, är det bara för att du vet att du inte står och steker en köttbit som kostar 300 kronor kilot? Jag vet inte... jag ställde aldrig fråga men jag menar vad fan det är väl roligt att du har en vegetarisk mat som det faktiskt går mycket av istället för att du står och slänger massa grejer som du gjort till den i stället för att den inte går.

Just det så du vet inte varför de reagerade på det sättet?

Nej, det kan jag inte... okej, den kanske var lite jobbig att laga eller... den ska upplevas lika arbetad som en köträtt så gör man den kanske lite krångligare, det krävs kanske lite mer av kocken. I det här fallet kanske det var så, jag vet inte om det är så generellt. Men det kändes som det. Att det var anledningen kanske. I stället för att stå och röra i en kastrull kanske det krävdes att du rörde i tre kastruller till den här rätten.

Ehm.. ... men tror du att det skiljer sig, synen på vegetarisk mat mellan olika generationer av kockar?

Ja, det tror jag definitivt. Fast jag tror även att yngre generationer formas väldigt mycket av de äldre generationer som de lär av. Så bara för att du är yngre så innebär det inte att du har en bättre inställning utan du formas ju av din omgivning i restaurangköken. Börjar du som 19-åring i en restaurang och det står en köksmästare som står och svär varje gång det kommer in en vegetarisk beställning så tror jag du blir så också, det är så man lär sig. Och sedan vet man kanske inte alla gånger om det är fel.. eller... om det man lär sig är fel... eller fel och fel det är ju en tolkningsfråga men.. men att det inte är så på alla ställen rättare sagt. Men jag tror nog generellt att det är så att yngre har större förståelse för, mer medvetenhet för det. Men jag ska inte säga så att alla äldre har.. tycker att vegetariskt är pest och pina utan det handlar ju om hur man är driven som yrkesutövare. Som jag... återkommer det till med yrkesstolthet om man tycker att sitt yrke är roligt och tar det på fullaste allvar då anstränger man sig där också. Det är ju ganska oproffsig att göra skillnad på gäst och gäst också beroende på vad de äter.

Mm. men vem är det som äter vegetarisk mat då på restaurang?

Jag skulle säga att det är ganska bland annat. Jag upplever att både äldre och yngre äter det.. nu har ju generellt sett där jag jobbar nu där är det ju mest studenter och de är ju då per definition yngre gäster så där blir det ju det men annars upplever jag att det är ganska blandat.

Men jag tänker... är det bara vegetarianer?

Nej, det kommer veganer också.

Nej men jag tänker att man måste man ha valt bort kött helt och hållet eller kan det vara någon som är "allätare" så att säga som äter vegetariskt också?

Ja, men det händer också och det handlar ju i mångt mycket om du faktiskt kan göra en bra vegetarisk rätt som lockar så pass så att "jag tar den, det lät faktiskt väldigt gott" och hoppar över fisk- eller kötträtten. Det är ju jättebra så för egen del om man lyckas med det. Alltså egentligen ska man ju inte... i... man skulle ju inte behöva skapa en meny där det faktiskt är övervikt på kött och sedan lite fiskrätter och sedan är det någon vegetarisk utan att du ska kunna ha en jämn fördelning i de bästa av världar och att det skulle vara lika attraktivt att ta vilken som helst men det är inte riktigt så utan.. jag vet inte riktigt vad det kommer av heller faktiskt.

Hur är det då tänker du? Om det inte är så, hur är det då?

Nä.. men alltså det går ju klart mycket mer kött- och fiskbaserade rätter och fågel också och nu har jag ändå tre vegetariska rätter och försäljningsbevisning är ju att de går ju klart mindre. Som sagt det ibland går det ju mycket vegetariska och då är det ju inte vegetarianer som äter dem utan det är någon som inte är vegetarian som tycker att det ser gott ut som tar det då.

Aa. Just det. Men du sa att du gick hotell- och restaurang, har du gått någon annan utbildning?

Nej, det är bara gymnasial som räknas. Sedan är det lite kurser runt omkring som man har gått i jobb. Men inget skolbaserat så.

Vad har det varit för kurser?

Det har varit lite dessertkurser och teknik kring.. mest dessert för det tycker jag personligen är väldigt roligt. Sedan så... a det har varit mer påbyggnadskurser med hela krögarbiten med dryckeskurser och a.. som man vari så det är inte så matlagningsbaserat alla gånger.

Nä.. men hur mycket fokus lades på vegetarisk mat under din utbildning?

Ganska lite som jag minns det. Men det är så länge sedan så jag kan faktiskt inte eh.. komma ihåg så väldigt bra. Det var säkert så att det var en del så det flyter ihop. Det fanns säkert någon tillvalskurs som man kunde välja som säkert var vegetarisk men den valde inte jag i alla fall.

Men andelsmässigt skulle du säga att det var lite eller mycket?

A.. jag skulle nog säga att det var lite.. jag försöker tänka tillbaka man hade ju utbildningsdagar då man var i skolans restaurang där man serverade mat till gäster i skolan och där var det nog i för sig alltid en eller två vegetariska rätter dagligen men då var det säkert också två kött och två fisk. OM inte mer. Så det var ändå i klar minoritet.

Hur viktigt är det att vara kreativ som kock?

Jätteviktigt skulle jag säga. Men det beror på vilken yrkesroll man har också. Det måste vara lov att bara vara en krigare också och bara gå dit och inte behöva vara kreativ. Eh.. men vill man ha... det beror ju på.. vill man ta sig framåt och klättra på karriärstegen så måste du ha en kreativitet. Jag tror att det är ganska svårt att göra det om man bara går till jobbet och tänker att nu gör jag det jag ska göra mellan två givna klockslag, utan man måste nog ha kreativiteten för att ta sig vidare.

Så man kan ändå jobba som kock och inte vara kreativ?

Ja, det skulle jag nog kunna säga att man kan. Absolut.

Men om man säger för dig då?

För mig är det väldigt viktigt. Och det är väl... om man inte får utlopp för kreativiteten blir jobbet ganska tråkigt. Tycker jag. Det är ju end el av yrket. När jag var yngre... så... då var ju allt nytt, man lärde ju sig nya saker hela tiden och det var ju kreativt. Man lär sig ju saker hela tiden och det gör man väl nu med men inte i samma takt, inte varje dag som för 15 år sedan. Man får ju jaga sitt egna lärande och sin egna kreativitet. Eftersom... nu när man är så gammal som jag är de som är runt omkring mig är generellt sett yngre. Så var det inte för 15 år sedan. Då var man själv yngst och

var den som var längst ner i näringskedjan om man säger så och var den som blev satt på skitjobben Och nu har man helt plötsligt hamnat på toppen och det gick väldigt fort kändes det som, det var en given gräns, det var inte sakta men säkert... utan helt plötsligt äldst. Man gick från de yngsta till de äldsta.

Aa.. men har du jobbat som köksmästare innan?

Ja, jag har jobbat som köksmästare de senaste sex-sju åren, något sådant där. Jag har varit det sporadiskt innan också på små ställen men jag var ganska ung och oerfaren men det kanske inte var så mycket att skryta med som titel. Det jag gjorde där var inte så märkvärdigt kanske.

Hur viktigt eller oviktigt är det att tänka i nya banor eller utanför boxen?

Det är också viktigt. Det är inte alltid så lätt det är därför det är bra att ha människor omkring sig som hjälper en att se utanför sin egen komfortzon.

Mm.. hur stor makt har restaurangbranschen att påverka va människor äter?

Större än man tror. Det är ju väldigt spekulativt. Det beror lite på vad man jobbar på fö ställe om det till exempel är ett ställe som är inriktat på fine dining där har man ju det konceptet att man kan servera hur många rätter som helst, då kanske gästerna mer lägger upplevelsen i deras händer då är det kanske större chans att man äter saker som man inte skulle valt själv. Men jobbar man på en kvarterskorg där testar de flesta inte så mycket. Det kanske är mycket män som inte utmanar sig själva så mycket. Det handlar ju också mycket om servitörerna lyckas sälja in någonting, man kan sätta upp någonting och då kan de i bland påverka vad gästerna väljer. De har ganska goda möjligheter att påverka.

Mm.. Hur tro du att vegetarisk mat kommer att utvecklas inom restaurangbranschen i framtiden?

Jag tror att det kommer att fortsätta utvecklas och bli vanligare i stort. Vi har ju traditionellt haft den synen på grönsaker och rotfrukter och rovor att det är var mans mat och att kött är lite lyxigare. Jag tror att det lever kvar fortfarande även om vi är på väg bort i från det. Jag tror att vi i större utsträckning kommer inse värdet av en bra grönsak. Jag tror att det kommer att fortsätta stärkas.

Hur skulle du beskriva restaurangen där du jobbar?

En kvarterskorg/ bar. Gästen ska känna sig hemma. Det ska vara enkelt och tillgängligt. Du ska kunna gå dit och äta medan du pluggar eller om föräldrarna är på besök ska du kunna ta med dem. Det ska passa alla tillfällen. Samtidigt försöker vi inte vara mer än vad vi är. Vårt mål är inte att vara mest innovation och ligga i bräsch.

Och gästerna då?

Studenter mestadels. Ganska intresserade och medvetna. De har gjort ett aktivt val att gå till oss.

Okej... just det. Är det någonting annat som jag inte frågat om som du tycker är intressant att ta upp när man pratar om vegetarisk mat inom restaurangbranschen?

Det är väl prisaspekten. Det är billigare med vegetariska råvaror och du får plats med mer på tallriken. Kött och fisk är dyrt och det påverkar möjligheten för vad du kan servera.

Okej, då var det alla frågor jag hade.
