



**Examensarbete inom Lantmästarprogrammet  
5 poäng**

**02/04:50**

# **NÖTKÖTT – kriterier vid inköp av nötkött i restaurangbranschen**

**BEEF – market research in the restaurant line of  
business**

**Daniel Edvinsson**

**Ämne: Ekonomi**

**Handledare: Thomas Björklund**

**Examinator: Thomas Björklund**

**Sveriges lantbruksuniversitet**

**Institutionen för jordbrukets biosystem och teknologi**

**Alnarp 2004**

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING .....	3
SUMMARY .....	4
1. INLEDNING .....	5
1.1 Bakgrund .....	5
1.2 Syfte .....	5
1.3 Mål .....	5
1.4 Metod .....	5
1.5 Avgränsningar .....	6
2. KÖTTKVALITÉ .....	7
2.1 Vad är kött? .....	7
2.2 Mörning .....	7
2.2.1 Innan slakt .....	7
2.2.2 Efter slakt .....	8
2.3 Marmorering .....	9
3. MARKNADSSTRATEGI .....	10
3.1 Café Opera modellen .....	10
4. INTERVJU MED JAN BUSBOOM .....	12
5. NÖTKÖTTSPRODUKTIONEN I SVERIGE .....	13
6. UNDERSÖKNING AV RESTAURANGER .....	14
6.1 Intervjuernas innehåll .....	14
6.1.1 Restaurang A .....	14
6.1.2 Restaurang B .....	14
6.1.3 Restaurang C .....	15
6.1.4 Restaurang D .....	15
6.1.5 Restaurang E .....	15
6.1.6 Restaurang F .....	16
6.1.7 Restaurang G .....	16
6.1.8 Restaurang H .....	16
6.1.9 Restaurang I .....	17
6.1.10 Restaurang J .....	17
6.2 Resultat .....	18
6.3 Slutsatser .....	19
7. DISKUSSION .....	20
8. KÄLLFÖRTECKNING .....	22

## SAMMANFATTNING

Svensk nötköttsproduktion har under de senaste åren minskat samtidigt som konsumtionen ökat. Det är import av nötkött som tar marknadsandelar. Syftet med mitt arbete är att undersöka om restaurangbranschen använder importerat eller svenskt nötkött och orsaken eller orsakerna till deras val. Målet med arbetet är att ta reda på om det finns något vi kan ändra på inom svensk nötköttsproduktion. Min förhoppning är att efterfrågan på svenskt nötkött i steg 1 ska öka bland restauranger och i steg 2 bland slutkonsumenter.

Jag har tagit kontakt med tio restauranger och ställt följande frågor:

Är det priset, kvaliteten eller något annat som påverkar?

Spelar det någon roll för kunder om restauranger serverar svenskt nötkött eller importerat nötkött?

Hur sker marknadsföringen av svenskt nötkött till restauranger?

Marknadsundersökningen visar att det finns både svenskt och importerat nötkött bland restaurangerna. Den allmänna uppfattningen var att svenskt nötkött är för dåligt marmorerat och smakfattigt. Men det fanns svenskt nötkött som var bra, fast tillgången på det var dålig. Det var framförallt kvaliteten som avgjorde deras val och inte priset. 5 av 10 ansåg inte att det finns mervärde för kunden om man serverade svenskt nötkött. 2 av 10 hävdade bestämt att det var ett mervärde för kunden om man serverade svenskt nötkött. 3 trodde eventuellt att det var ett mervärde för kunden om man serverade svenskt nötkött.

Marknadsföringen av svenskt nötkött skedde vanligtvis genom grossister, restaurangerna saknade marknadsföring från svenska leverantörer.

Köttet som restauranger köper kommer från lätta raser som fötts upp på bete och grovfoder. Därför bör kor av lätta raser och korsningar med dessa öka i Sverige, eftersom köttet från dessa djur är av den kvalitet som efterfrågas av restaurangerna. Dessutom måste tillgången på svenskt nötkött förbättras för att leverans ska kunna ske året om.

## SUMMARY

Swedish beef production has during the past year decreased while the consumption has increased. It's imported beef that takes market shares. The purpose with this degreeproject is to investigate if the restaurants in Sweden are using imported or Swedish beef and the reason for their choice.

The purpose is to find out if there is something the Swedish beef producers can change to increase Swedish beef in restaurants. My expectation is that the demand for Swedish beef will increase in restaurant and later even among consumers.

I have interviewed ten chiefs in different restaurants and asked them the following questions:  
Is it the price, quality or something else that influences your choice?  
Does it matter to their customers if they serve Swedish or imported beef?  
How is the marketing of Swedish beef?

It appeared both Swedish and imported beef on the restaurants. The general opinion was that Swedish beef was bad marbled and tasteless. But there was Swedish beef that is good but the supply of it is poor. It was the quality of the beef and not the price that affect their choice.

The marketing of Swedish beef was usually done by wholesalers, not by the producers.

The beef that the restaurants bought came from light breeds that was grown on pastureland and pasture. That's why the cows of light breeds and mixes with them must increase in Sweden, as the meat from these animals has the quality that the restaurants demand. The supply of Swedish beef must improve so the restaurants can access it the whole year.

# 1. INLEDNING

## 1.1 Bakgrund

Konsumtionen av nötkött har de senaste åren ökat samtidigt som den svenska produktionen minskat. Svensk nötköttsproduktion utsätts för hård konkurrens från andra länder, det är alltså importen av nötkött som tar marknadsandelar.

## 1.2 Syfte

Syftet med mitt arbete är att undersöka om restaurangbranschen använder importerat eller svenskt nötkött och orsaken eller orsakerna till deras val. Detta medför följande frågeställningar.

Är det priset, kvaliteten eller något annat som påverkar? Spelar det någon roll för kunder om restauranger serverar svenskt nötkött eller utländskt nötkött? Hur sker marknadsföringen av svenskt nötkött till restauranger?

## 1.3 Mål

Mitt mål är att få reda på om det finns något vi kan ändra på när det gäller svenskt nötköttsproduktion. Samt att ge nötköttsproducenter del av arbetet så att de kan använda det som underlag för framtida satsningar. Min förhoppning är att efterfrågan på svenskt nötkött i steg ett ska öka bland restauranger och i steg 2 bland slutkonsumenter.

## 1.4 Metod

Jag ska ta kontakt med ett tiotal restauranger och intervjua köksmästare och höra deras åsikter. Orsaken till att jag väljer restauranger är att dom har erfarenhet av nötkött samt att de kommer i kontakt med både slutkonsumenter och marknadsföringen av svenskt nötkött. Detta sker genom intervju eftersom det är lättare att diskutera under en intervju än under till exempel ett utskick. Dessutom tror jag inte responsen skulle vara tillfredsällande om jag skulle göra ett utskick.

## 1.5 Avgränsningar

Eftersom detta endast är ett 5-poängs arbete begränsar jag mig till att undersöka restaurangbranschen. Förekommer det importerat nötkött kommer jag inte att undersöka spårbarheten, utan helt och hållet hålla mig till kvalitetsaspekterna på köttet.

Jag har inte intervjuat lunchrestauranger, pizzerior eller liknande, utan endast restauranger med á la carte.

## 2. KÖTTKVALITÉ

Kvaliteten på kött påverkas av flera faktorer bland annat ras, kön, uppfödningmodell, ålder vid slakt, mörning och marmorering. (Månsson, 1999)

Köttvävnadens egenskaper har stor betydelse för det som ingår i begreppet kvalitet. Kött består till ca 75 % av vatten medan mängden protein uppgår till ca 20%. Det är också en betydande variation mellan olika muskler, vilket till väsentlig del är orsaken till skillnaden i ätkvaliteten mellan olika kött detaljer. (Hansson, 2003)

### 2.1 Vad är kött?

Skelettmuskulatur med vidhängande fett och bindväv där större senor har tagits bort och max 25 % fettinnehåll. Det som på levande djur kallas muskel är enligt svenskt definition efter slakt kött.

Kött har bra näringsvärden. Förutom högvärdigt protein ger kött ett tillskott av mineralämnen som järn, zink och selen samt B-vitaminer. Fetthalten varierar något beroende på djurart och styckningsdetalj, men renskuret magert kött innehåller inte mer än 2 – 3 % fett. (Månsson, 1999)

### 2.2 Mörning

Med mörning menas att köttet ska brytas ned utan att bli dåligt, det innebär att köttet luckras upp och blir därmed mjukare. Graden av mörning är ett mått på hur mycket lösligt kväve det finns i köttet. (Månsson, 1999)

Många faktorer påverkar köttets mörhet från uppfödning till tallriken.

#### 2.2.1 Innan slakt

Typ av djur och ras har stor betydelse för köttets mörhet. Genetiska variationer påverkar och det är därför viktigt att man avlar på rätt djur som ger rätt köttsammansättning kött/fett, bra tillväxt och möra stora muskler. (Månsson, 1999)

Kött från kastrerade djur blir mörare på grund av lägre halt könshormoner som lägre intramuskulärt bindvävshalt. Mörningsenzymerna i kött från kastrerade djur är mer aktiva än från övriga. (Månsson, 1999)

Stress är negativt för mörheten, därför är det viktigt att djuren föds upp i en stressfri miljö och att transport till slakteriet blir så kort och skonsam som möjligt. (Månsson, 1999)

Hög slaktålder kan leda till segt kött. Orsaken är att kollagenet i bindväven med ökande ålder utvecklar värmestabila bindningar som inte bryts ner under stekning av köttet. Fenomenet blir tydligt först vid 2 ½ -3 års ålder. (Månsson, 1999)

Vitaminberikning av fodret görs ibland eftersom nyare forskning tyder på att tillsats av vitamin D i fodret sista veckan före slakt leder till att köttets mörningsenzymer aktiveras. (Månsson, 1999)

Djur som äter mycket gräsbaserat foder tenderar att få ett mer marmorerat kött. Moderna utredningar tyder på att den för människan viktiga Omega-3 fettsyran är 4 gånger så stor i köttet hos djur som bara ätit naturligt gräsfoder utan spannmål. Samtidigt är andelen onyttiga fettsyror betydligt lägre. (Wilsson, 2003)

Ett marmorerat kött blir dessutom mörare, saftigare och smakfullare efter tillagning.

### 2.2.2 Efter slakt

Hängmörning var förr den vanligaste metoden att mör köttet. Mörning skall ske vid låg temperatur men går snabbare vid högre temperatur. Nackdelen med hög temperatur är att risken för hygienproblem ökar. Hängmörning sker numera i kylrum med kontrollerad och låg temperatur. Denna sker i en temperatur mellan +2 och +4 grader vid 85 % relativ fuktighet. Vattnet i köttet förångas vilket ur ekonomiska aspekter är positivt för konsumenten men negativt för producenten. (Månsson, 1999)

Vakuummörning är den vanligaste metoden idag. Styckningsdetaljer vakuumpackas och mörningen sker med hjälp av köttets egna enzymer under 1-4 veckors kylagring. Inga viktförluster inträffar på grund av vattenavgång. (Månsson, 1999)

Marinering förstärker den naturliga mörningsprocessen. Köttet läggs i en lake med olja, kryddor och salt. Om enzym från kiwi, ananas (bromelin) eller papaya (papain) tillsätts ökar mörningseffekt. Det är dock svårt att bedöma jämnheten av mörningen i köttet vid denna typ av mörning. (Månsson, 1999)

Bankning är en mekanisk mörningsprocess där man med köttklubba slår sönder köttstrukturen. En speciell tenderizer (tätt placerade knivar) kan också användas. Köttet blir dock torrare då köttsafterna försvinner. (Månsson, 1999)

Mörning med  $\text{CaCl}_2$  En ny och mycket intressant mörningsprocess består i att injicera kalciumklorid (E 509). Kalcium aktiverar köttets egna mörningsenzymer, calpain. (Månsson, 1999)

Hydrodyne process innebär att köttet vakuumpackas och placeras i en metalltank med vatten tillsammans med en sprängladdning. Chockvågorna från sprängladdningen mörar sedan köttet under en tiondels sekund. (Månsson, 1999)



Impulsmörning innebär att slaktkropparna utsätts för korta elektriska spänningsimpulser. (Månsson, 1999)

## **2.3 Marmorering**

Med marmorering menas intramuskulärt fett, dvs. insprängt fett i muskeln/köttet. Inom grisaveln har man länge jobbat med att få fram grisar som har bra marmorering, eftersom detta ger ett saftigare och smakligare kött.

Olika nötdjursraser har olika mycket marmorerat kött, men även foderstaten har stor betydelse. Djur som går på bete och som äter mycket grovfoder anses ha mer marmorerat kött än djur som äter mycket kraftfoder. Dessutom får djur som äter mycket grovfoder större andel fleromättade fettsyror av dom sorter som är livsnödvändiga för människan. (Wilsson, 2003)

### 3. MARKNADSSTRATEGI

Svensk nötköttsproduktion befinner sig på en marknad som utsätts för hög konkurrens från importerat nötkött. Importen har ökat de senaste åren. Importen 2003 var ca 45 % av totala konsumtionen, alltså en självförsörjandegrad på 55 %. Trenden ser ut att fortsätta eftersom totala antalet nötkreatur minskade 2003 med 1,5 %, till ca 1 600 000st i juni 2003. (Jordbruksverket. 2004)

I och med att vi befinner oss på en fri marknad är det viktigt att veta hur man ska marknadsföra sig gentemot sina konkurrenter. Och mot en starkare konkurrent som importen är så är det fel att försöka vinna över den genom att slå på samma marknadssegment och ge samma erbjudande. Det är bättre att erbjuda andra saker, t ex bättre kvalitet och service. (T.Björklund)

#### 3.1 Café Opera modellen

Ett exempel från verkligheten är fallet Spendrups mot Pripps. 1977 förbjuds mellanölet och ölförsäljningen minskar kraftigt. Bryggerier går i konkurs eller köps upp av Pripps. Ett bryggeri som kämpar med konkurshot över sig är Grängesberg-bryggerierna (nuvarande Spendrups).

Företaget var mycket underlägset Pripps som var 13 gånger större, och företaget hade i princip två alternativ, förutom konkurs.

1. Förbättra kostnadspositionen och från sin geografiska bas i Bergslagen attackera Pripps i Stockholmsområdet med samma prisnivå, eller snarare lägre prisnivå, eftersom marknadsledaren ofta är prisledare.
2. Att attackera Pripps där dom inte kunde dra nytta av sin enorma storlek.

Spendrups valde alternativ 2.

Spendrups satsade på att tillverka ett kvalitetsöl, och till hjälp hade man Löwenbräu. De tillverkade ett premium folköl. Även Pripps gjorde premium folköl genom agenturerna Tuborg och Carlsberg, men de satsade inte aktivt på att marknadsföra dessa.

Spendrups bytte namn från Grängesbergs bryggerierna till just släktnamnet Spendrups, det låter danskt och danskarna är kända för sitt goda öl.

I och med att det var ett kvalitetsöl skulle det förpackas snyggt, så i stället för att tappa det på burk tappades det på flaska med champagneliknande etikett.

Det var en kvalitetsprodukt och därför skulle det vara trovärdigt, så man ett högre pris än Pripps.

Lanseringen skedde genom stegvis marknadsutveckling. Detta för att man inte hade tillräcklig produktionskapacitet och så ville man se hur deras marknadserbjudande togs emot av respektive målgrupp. Så här gjordes marknads lanseringen tidsmässigt:

1/10 1979	Operakällaren
1/1 1980	Stockholms restauranger
1/4 1980	Restauranger hela riket
1/6 1980	Metro Stockholm
1/8 1980	Livsmedelsbutiker hela riket
1/3 1981	Livsmedelsbutiker hela riket, burk 45cl
1/10 1981	Starköl

Genom smart marknadsintroduktion bland restauranger lyckades man nå slutkonsumenter i hela Sverige.

## 4. INTERVJU MED JAN BUSBOOM

Dr. Jan R. Busboom, Ph.D. är professor och köttspecialist på Department of Animal Sciences på Washington State University. Jag har haft kontakt med honom via e-post, och ställt frågor om kött och nötköttsproduktionen i USA.

Huvuddelen av nötköttet i USA kommer från korsningsdjur. I majoritet så är det Angus-korsningar samt även en hel del Herefordkorsningar som används som kor. Detta för att dessa två raser har en klar fördel i slaktkroppsegenskaper och köttkvalité, med hänsyn till form, smak och marmorering.

Vad det är för tjurar som till dessa kor beror helt och hållet på marknaden och vad som efterfrågas. Är det brist på kött och det är mängd man vill åt används ofta Charolais, Simmental eller Gelbviehtjurar. Är det däremot kvalitet som efterfrågas är det vanligast att man använder Angustjurar.

Det förekommer även en hel del planerade korsningsprogram och ”syntetiska” raser. Till exempel i de varmare delarna korsar man ofta in Brahma eftersom dessa är mindre värmekänsliga. Korsningsaveln utnyttjas mycket för att man ska få kor som passar bra in i miljön man befinner sig. Även korsningstjurar används för att få fram kalvar med bra tillväxt och den köttkvalité som marknaden vill ha.

Enligt Jan ger korsningsavel definitivt många fördelar, med tanke på heterosiseffekter, och möjligheter att skräddarsy djur som passar både marknad och miljö.

## 5. NÖTKÖTTSPRODUKTIONEN I SVERIGE

Av nötslakten i Sverige kommer ca 65-70 % av djuren från mjölkkrasdjuren i form av utslagskor, kvigor, tjurar och stutar. (Lindahl, 2003)

Svensk Mjök bedriver KAP (Kött Avel Produktion) som är ett datasystem för uppföljning av produktionsresultaten i besättningar med nötköttproduktion. Totalt deltar cirka 1 500 svenska besättningar med köttjur. De flesta har dikor men de senaste åren har allt fler specialiserade nötköttsproducenter gått med i KAP. Antalet djur i KAP är cirka 25 000 kor, varav 15 000 är renrasiga, och 50 000 ungnöt. (Svensk Mjök, 2003)

Enligt KAP registrerades det nästan 20 000 kalvningar i avelsbesättningar från 1 september, 2002 – 31 augusti, 2003. Av dessa var:

6 757st Charolais  
2 786st Hereford  
2 457st Simmental  
1 143st Limousin  
930st Aberdeen Angus  
488st Blonde d'Aquitaine  
(Svensk Mjök, 2003)

Man kan se en klar majoritet av de tunga raserna, dvs. Charolais, Simmental, Blonde och Limousin, 10 845st. De lätta raserna Hereford och Angus är endast representerade med 3 716st.

De tyngre raserna har högt underhållsbehov och hög tillväxtförmåga och föds oftast upp intensivt, med en foderstat baserat på mycket kraftfoder. Angus och Hereford som räknas till de lättare raserna, har lägre tillväxtförmåga och lägre underhållsbehov. De växer därför tillfredställande på en mer vallfoder baserad foderstat. (Utdrag ur kompendium Nöt och Fjäderfä, Lantmästarprogrammet 2003)

## 6. UNDERSÖKNING AV RESTAURANGER

### 6.1 Intervjuernas innehåll

Jag har ringt till 10 restauranger, alla i prisklassen 150kr till 300kr per varmrätt, och försökt få svar på följande frågor:

Från vilka länder kommer nötköttet de serverar?

Varför de väljer just detta köttet?

Hur ofta frågar deras kunder efter svenskt nötkött?

Finns något mervärde för kunden om dom serverar svenskt nötkött?

Har svenska leverantörer marknadsfört svenskt nötkött till dom?

#### 6.1.1 Restaurang A

Denna restaurang är med i ett speciellt koncept som endast serverar lokalt producerade produkter, så även nötköttet. Dessa kunde själv välja ut köttet hos sin leverantör och tyckte att de fick tag i bra kvalitet. Skulle det vara så att de inte fick tag i rätt kvalité, serverade de helt enkelt något annat till rätt kvalité dök upp.

De trodde inte längre att det alltid var ett mervärde för kunden att man serverade svenskt, viktigast var att man kunde erbjuda god mat med råvaror av hög kvalitet. Eftersom deras kunder förmodligen visste att de bara serverade lokalproducerade produkter frågade det aldrig varifrån deras nötkött kom ifrån. Däremot tyckte ägaren för sin egen del att det kändes rätt att servera svenskt.

#### 6.1.2 Restaurang B

Restaurang B köpte nötkött från Brasilien och Australien. De upplevde det svenska nötköttet som alldeles för magert och smaklöst. Nötköttet de köper ska vara välmarorerat och smakrikt. Det importerade oftast billigare men inte alltid, men det var ändå till slut deras krav som var avgörande för vad de köpte.

För vissa kunder trodde man att det kunde vara ett mervärde för kunden om man hade serverat svenskt nötkött, men ingen frågade efter det.

Inga svenska leverantörer hade försökt att marknadsföra sig.

### 6.1.3 Restaurang C

Från Sverige och Brasilien kom restaurang C:s nötkött. Deras kommentar var att svenskt var fastare än brasilianskt. Det berodde på att det brasilianska hade legat vakuumpförpackat längre än det svenska. Annars tyckte man inte att det var så stor skillnad, men de serverade bara oxfilé och på den märkte man inte så stor skillnad som på övriga detaljer enligt denna kocken.

Denna restaurang hade prövat att endast servera svensk nötkött men utan respons från kunderna. Ingen frågade efter det så man trodde inte att det var något mervärde för kunden.

De tyckte det var dåligt med marknadsföringen av svenskt nötkött. Och detta upplevde dom som mycket tråkigt, de hade upplevt det som positivt om man hade marknadsfört det mer. Nu var det grossister som sålde både importerat och svensk och dessa bryr sig inte vad dom säljer utan bara att dom säljer.

### 6.1.4 Restaurang D

Restaurang D:s ägare var mycket insatt i svenskt lantbruk och svenskt nötköttsproduktion. Han visste att det mesta kom från mjölkrasdjur och att det som kom från kötraser ofta var ungtjurar som växt upp på spannmålsbaserad foderstat. Därför klarade det svenska nötköttet inte hans kvalitetskrav som var välmarmorerade jämnstora detaljer. Deras nötkött kom från Uruguay och Brasilien.

Kunder frågade emellanåt varifrån deras kött kom ifrån, men det minskade hela tiden. Inte heller trodde man att det var något mervärde för kunden om man serverade svenskt nötkött, utan det var viktigare att man kunde erbjuda en matupplevelse.

Inga svenska leverantörer försökte marknadsföra sig till denna restaurang, utan det var grossister som då och då erbjöd svensk nötkött.

### 6.1.5 Restaurang E

Även restaurang E:s ägare var mycket kunnig, och tyckte att det var kul att diskutera svensk nötköttsproduktion. Dessa serverade alltid svenskt och endast oxfilé, han hade som mål att endast servera svenska produkter. Det importerade köttet var generellt bättre än svenskt, men det kunde vara ganska varierande i kvaliteten, sa han. Minst skillnad på importerat och svenskt nötkött märker man på oxfilé, enligt denna kock.

Deras kunder frågade ofta om det var svenskt nötkött och även var övriga produkter kom från, därför trodde de att svenskt var ett mervärde för kunden.

Det hände att svenska leverantörer marknadsförde sina produkter till dom, men oftast var det grossister som gjorde det.

### 6.1.6 Restaurang F

Restaurang F köpte sitt nötkött från Australien och Sverige, kocken upplevde att svenskt nötkött kunde vara jättebra men man fick verkligen leta, det australiensiska var mer marmorerat och fastare än det svenska. Och just marmoreringen tyckte han var viktig.

Kunderna frågade ofta om de serverade svenskt nötkött och de tyckte det var viktigt att kunna erbjuda det och för övrigt kunna stå för sina råvaror. De trodde absolut att det var ett mervärde för kunden om man serverade svenskt nötkött och svenska råvaror.

Att svenska leverantörer marknadsförde sig hände ganska ofta, men det kunde vara bättre.

### 6.1.7 Restaurang G

Denna restaurang serverar sina gäster nötkött främst från Sverige men även från Brasilien. Kocken på denna restaurang upplever smaken på det svenska köttet som för dåligt. Däremot är smaken på det brasilianska mycket god. Smaken, marmoreringen och de välformade detaljer är faktorer som gör det brasilianska bättre än det svenska.

Trots han främst serverade svensk nötkött, så frågade kunderna aldrig varifrån det kom. Han trodde inte heller att det var ett mervärde för kunden att serverade svenskt, utan han gjorde det främst för att gynna svenska producenter och företag.

Marknadsföring från svenska leverantörer var inte vanligt.

### 6.1.8 Restaurang H

Restaurang H valde sitt nötkött med stor omsorg, De valde kött från Sverige, Brasilien och Argentina. Det argentinska var absolut bäst och det var dyrare än svenskt enligt denna köksmästare. Visst fanns det bra svenskt nötkött att få tag på, men det var väldigt svårt och leveranserna var ojämna. Men när det fanns så köpte dom gärna.

Det som skiljde sig mest mellan det svenska och det sydamerikanska var smak och marmorering.

Kunderna hade aldrig frågat efter svenskt nötkött, men man trodde att det kunde vara ett mervärde för vissa kunder om man serverade det.

Många svenska leverantörer marknadsförde svenskt nötkött till dom.



### **6.1.9 Restaurang I**

Denna restaurang köpte nötkött från Sverige och Brasilien, man upplevde hållbarheten på det svenska som bättre. Men för övrigt var det brasilianska mycket bra, speciellt med hänsyn till priset.

Det hände aldrig att någon kund frågade efter svenskt nötkött och de trodde inte längre att det var något mervärde för kunden om de serverade det.

Inga svenska leverantörer hade försökt marknadsföra svenskt nötkött till dom.

### **6.1.10 Restaurang J**

Restaurang J köper nötkött från Sverige och Brasilien. Den största skillnaden dessa upplevde var smak och marmorering till det brasilianska köttets fördel. Tillgången på svenskt nötkött av hög kvalité upplevde dessa som väldigt ojämn.

De hade även provat tyskt nötkött, men det hade varit dåligt i jämförelse med det svenska.

Inga kunder frågade längre efter varifrån nötköttet kom. Därför trodde de inte det var något mervärde om man serverade svenskt.

Det hände att svenska leverantörer marknadsförde sig till dom.

## 6.2 Resultat

2 av 10 köpte endast svenskt nötkött  
2 av 10 köpte enbart importerat  
6 av 10 köpte både svensk och importerat

Endast 1 av 10 hävdade att svenskt nötkött var bättre än importerat från Sydamerika och Australien, det var den restaurangen som serverade lokala råvaror.

Sydamerikansk kött var representerat hos alla som köpte importerat utom hos en som enbart tog importerat från Australien.

3 av 10 hävdade att kunder ofta frågade efter var nötköttet kom ifrån, två av dessa serverade enbart svenskt.

1 av 10 sa att det händer då och då att kunderna frågade efter svenskt nötkött. Denna restaurang serverade endast importerat nötkött.

6 av 10 hävdade att kunderna aldrig frågade efter svenskt nötkött. Fem stycken av dessa kunde erbjuda kunderna det.

5 av 10 trodde inte att det var något mervärde för kunden om man serverade svenskt nötkött.

2 av 10 hävdade bestämt att det var ett mervärde för kunden, 1 av dessa serverade enbart svenskt.

3 av 10 trodde eventuellt att det kunde vara ett mervärde för kunden om man kunde servera svenskt nötkött. En av dessa serverade enbart svenskt, en endast importerat. Hos två av dem frågade inte kunderna efter svenskt nötkött.

3 av 10 upplevde det som vanligt att svenska leverantörer marknadsförde sig till dom.

2 av 10 tyckte det hände sällan svenska leverantörer marknadsförde sig till dom.

5 av 10 upplevde ingen marknadsföring av svenskt nötkött från svenska leverantörer.

Det enda skillnaden jag kan se på om de ligger i det högre eller lägre prisspannet är om deras kunder frågar var köttet kommer ifrån.

### 6.3 Slutsatser

Ingen av restaurangerna som serverade importerat nötkött sa direkt att det var priset som avgjorde, utan att kvaliteten avgjorde vad man köpte. Det alla ville ha var ett välmarmorat kött, detaljerna skulle vara välformade och jämnstora. Det var också positivt om köttet hade smak av örter och gräs.

Den detalj som de tyckte svenskt nötkött var bra på var filén, den skulle gärna vara lite magrare. Annars tyckte kockar och köksmästare att svensk nötkött generellt var dåligt marmorat, smaklöst och magert.

## 7. DISKUSSION

Kvalitén på nötkött och andra produkter inom restaurangbranschen är viktig. En väl tillagad måltid är något som kunden sent glömmar. Dessutom berättar kunden gärna för sina vänner hon varit på restaurang, bland det första han påtalar är om det smakade bra. En rekommendation från en nöjd kund är den billigaste och kanske bästa reklamen en restaurang kan få.

I restaurangbranschen finns det stora möjligheter att lyckas med en marknadsintroduktion till konsumenten. I arbetet har jag nämnt Spendrups som genom intressant marknadsintroduktion på de finaste restaurangerna nådde konsumenter även utanför restaurangbranschen. Och genom detta lyckades de ur underläge etablera sig långvarigt på marknaden.

Svensk nötkött befinner sig också i ett underläge jämfört med importen som hela tiden ökar. Visst finns det redan restauranger som endast serverar svenskt kött, men dessa borde vara fler. Kunde svenskt nötkött komma in på flera fina restauranger skulle detta kunna utnyttjas positivt i marknadsföringssyfte för att nå den vanliga konsumenten. Men detta kräver att vi levererar riktigt bra kvalitet, så att vi slipper sådana här tidningsuppslag.

Utdrag ur tidningen Villa Magasinet, nr 2/2004.

”Först och främst måste man ha bra råvaror. Det är med kött som med alla andra saker: bra kvalitet ger bra slutresultat. Det finns olika saker att välja mellan, men enligt min mening är sydamerikansk nötkött bland det bästa att grilla.”

”Det bästa nötköttet som importeras till Sverige kommer från Sydamerika där djuren går fria ute på gräsvidderna hela sitt liv i ett tempererat klimat. Där finns ingen BSE och eftersom djuren går fritt i ett varmt klimat behöver man inte ge antibiotika eller tillskottsfoder. Därifrån kommer även kalv som hela sitt liv gått med mamma och haft fri tillgång till vatten och bete. Djur som mår bra tenderar att ge ett gott och välsmakande kött”

Eftersom importen hela tiden tar marknadsandelar från det svenska nötköttet samtidigt som antalet kor minskar, befinner sig den svenska produktionen i ett svårt läge. I en allt mer globaliserad värld verkar det som den svenska konsumenten bryr sig mindre och mindre om varifrån maten kommer. Inte ens när han kommer till en restaurang och är beredd att betala mer för en måltid bryr han sig varifrån produkterna kommer.

Visst finns det svenskt nötkött av bra kvalitet, men långt ifrån allt. Det går inte längre att marknadsföra svenskt nötkött genom att bara föra fram vår svenska modell. Restaurangerna vill ha kvalitet och många av dem är beredda att betala för det. I en intervju fick jag reda på att det Argentinska nötköttet inte alltid är billigare än det svenska, men det är överlägset i kvalitet.

Hur ska vi då förbättra kvaliteten på det svenska nötköttet? I nuläget har vi störst andel tunga raser bland våra köttjur, vilket är bra när vi ska producera stora mängder kött. Dessa passar också bra in i kraftfoderbaserade uppfödningens modeller, men detta kött håller inte den bästa kvaliteten.

Efter att varit i kontakt med köttspecialisten Jan Busboom är jag övertygad om att vi behöver öka vår andel av de lätta raserna, Angus och Hereford, eftersom dessa är överlägsna när det gäller köttkvalité. Dessutom borde vi lära oss mer om korsningsavel och hur vi ska utnyttja denna på bästa sätt. Vi ska inte vara så bundna av att använda renrasiga tjurar i våra besättningar, utan använda tjurar som ger bra tillväxt men framförallt bra köttegenskaper.

Ett sätt att stimulera till detta är att avräkningssystemet ändras så att det är kvaliteten som är prisstyrande istället för vikt, form och fettklass. Detta skulle bli ett incitament för avelsbesättningar att avla på djur som ger kalvar med rätt kvalitet på köttet, d v s det som marknaden vill ha.

Urvalet av avelstjurar borde kanske genomföras på ett nytt sätt. Det kan exempelvis baseras på hur tjurar växer på grovfoder, eftersom detta ger bättre köttkvalité. En sak man absolut borde mäta är tjurens andel intramuskulärt fett eftersom detta är en viktig kvalitetsfaktor. Det går med hjälp av ultraljud att mäta marmoreringsgrad hos ett djur. Detta görs i USA på ettåriga tjurar för rätt avelsurval. Ultraljud tas vid 12-13 revbenet och upprepas några gånger för att få ett representativt värde, detta anses som den bästa metoden.(Arnesson et al, 2004) Kanske är detta något att fundera på, eftersom marmorerat kött är det som efterfrågas.

Mjölproduktionen, som står för den största delen av nötslakten i Sverige, måste utnyttjas bättre. En sänkning av inkalvningsåldern gör att det behövs färre rekryteringsdjur och därmed kunde fler mjölkkor ha inseminerats med köttrastjurar. Även könssorterad sperma inom mjölproduktionen är en möjlighet. Som skulle göra att fler kor kan insemineras med köttrastjurar, samtidigt som mjölkrasernas avelsarbete kan gå fortare framåt.

Jag har fått reda på att det bästa köttet, marmorerat, kommer från djur som går mycket på bete och äter mycket grovfoder. Detta är ytterligare en anledning till att öka antalet Angus och Hereford. Visserligen gäller det alla raser att köttet blir mer marmorerat av bete och grovfoder, men speciellt Angus och Hereford har bra egenskaper.(Busboom, 2004)

Även i Sydamerika är det Hereford och Angus som är de dominerande raserna, och det är ofta kött från stut och kviga som det bästa köttet. Kanske skulle det kastreras fler tjurkalvar än vad det görs nu.

Tillgången på svenskt nötkött av bra kvalitet är ett stort problem enligt restaurangerna. Detta borde slakterierna kunna ordna med prisstyrning och kontrakt med lantbrukarna. En förutsättning för att få kunder är definitivt kontinuerliga leveranser.

Det skulle vara betydligt roligare med en sådan här tidnings artikel:

-Svensk stjärnkock ”Nötkött producerat i Sverige är absolut i världsklass”

## 8. KÄLLFÖRTECKNING

Månsson, Jenny. *Köttkvalité*. 1 September 1999.

[http://www.anka.livstek.lth.se/distans/modull/ uppsatser99/jenny/Uppsats\\_Koett.htm](http://www.anka.livstek.lth.se/distans/modull/ uppsatser99/jenny/Uppsats_Koett.htm) (4 april 2004)

Wilsson, Lars. *Är allt kött lika nyttigt?*. 2004

<http://www.gronagardar.se/artikel-wilsson.html> (6maj 2004)

Jordbruksverket, 2004

[http://www.sjv.se/download/SJV/%c4mnesomr%e5den/Statistik%2C+fakta/Husdjur/JO20/JO20SM0301/JO20SM0301\\_tabeller1.htm](http://www.sjv.se/download/SJV/%c4mnesomr%e5den/Statistik%2C+fakta/Husdjur/JO20/JO20SM0301/JO20SM0301_tabeller1.htm) (10april 2004)

Dr. Jan R. Busboom, Ph.D. Professor och köttspecialist på Department of Animal Sciences, Washington State

Svensk Mjölk, 2004

<http://www.kunskapsbonden.svenskmjolk.se> (6maj 2004)

Arnesson et al. *Studieresa till USA, mars år 2000*. 2000

<http://www.jvsk.slu.se/svin/rapport/Usarapport.html> (6maj 2004)

Moller, Steven (2004), Grilltid. Villa Magasinet, nr 2, sida 29-30

Kompendium, Nöt och Fjäderfä, Lantmästarprogrammet 2002