



Torsk som råvara

Köksmästares resonemang kring inköp, samt torskdebattens påverkan.

**Madeleine Hedenlo
Tomas Szyszkiewicz**

Examensarbete 10 poäng
Restaurangmanagerprogrammet 120 p
Handledare: Helena Åberg
Examinator: Christina Berg
Datum: 2006-06-09



Titel: Torsk som råvara: Köksmästares resonemang kring inköp, samt torskdebattens påverkan.

Författare: Madeleine Hedenlo och Tomas Szyszkiewicz

Typ av arbete: Examensarbete

Handledare: Helena Åberg

Examinator: Christina Berg

Program: Restaurangmanagerprogrammet, 120 p

Antal sidor: 45 inkl Bilaga

Datum: 2006-06-01

Sammanfattning

Denna undersökning hade som syfte att undersöka vilka faktorer som påverkar köksmästare på restauranger när de köper fisk i allmänhet och torsk specifikt. Vi ville fånga dessa personers resonemang kring inköp och servering av torsk, samt hur torskdebatten påverkat dem. Med undersökningen ville vi också undersöka hur de ser restaurangers roll som samhällspåverkare.

För att besvara våra frågor använde vi oss av öppna intervjuer med fyra köksmästare på fisk- och skaldjursdominerade restauranger. Frågorna behandlade deras resonemang omkring fiskinköp, samarbete med leverantörer, torsk som råvara, torskdebattens påverkan på dem och deras syn på miljömärkning av fisk och restauranger.

En del av vad vi fann stämde väl överens med tidigare modeller och undersökningar. Vid fiskinköp var kvalitet och pris de faktorer som påverkade köksmästarna mest, men även moral och miljö spelade in. Torsken såg man som en mycket bra råvara som var omtyckt bland gäster och lättarbetad. Torskdebatten hade vid något tillfälle påverkat dem så pass att de slutat servera torsk, men som det såg ut idag krävdes tydliga direktiv från enade källor för att de skulle sluta med torsken igen.

Nyckelord: Torsk, inköp, restaurang, köksmästare, miljödebatt.

1. Bakgrund

Det här kapitlet ska förklara våra tankar bakom arbetet och valet av ämne. Här ska vi också ge en inblick i problemet och beskriva rapportens syfte och de frågor vi vill ha svar på.

1.1 Inledning

Under 2002 var torskens utrotningshot belyst i media och som resultat tog flera restauranger avstånd från att servera torsk. Restaurangägarna hade lite dåligt samvete då de arbetat mycket med den svenska torsken och marknadsfört den hårt (Hirsch, 2002). Torsken var en storsäljare på restaurangerna men nu var det dags att servera andra fiskar, med lika god kvalitet, istället och på så sätt skulle även nästa generation få äta torsk.

Med tiden började man servera torsk igen och idag ser vi den på menyer över allt. Hur kommer det sig att man återgick till att servera torsken och finns det än idag en torskdebatt som påverkar restaurangbranschen?

Det finns inte så mycket forskning om hur inköpen på restaurang går till och vilka faktorer som påverkar dessa, istället är den mesta forskningen endast inriktad på restaurangens konsumenter (på fackspråk gästerna) och vad de tycker, tänker och gör. Det här, och vår uppfattning att torsken är en av landets vanligaste och viktigaste matfiskar, gör oss intresserade av att gräva djupare i ämnet.

Vi tror att få livsmedel i Sverige just nu väcker så många åsikter som torsken och vi tycker också att fisk är det livsmedel som mest kan förknippas med den stad vi lever i, Göteborg. För att fånga så många faktorer som möjligt och ta del utav ett intressant resonemang, valde vi att undersöka hur köksmästare (kökschefer på restaurang) i vår stad ser på torsken som råvara och inköpet av fisk som process. Då vi också känner att torskdebatten åter är mycket aktuell, valde vi även att se hur köksmästarna ser på miljödebatten samt på sin egen roll som samhällspåverkare i frågan.

1.2 Litteraturgenomgång

För att bättre förstå hur man ser på torsken som livsmedel och resonerar kring servering av den på restauranger måste vi öka vår kunskap om torsken som fisk, hur fisket av den utförs och hur inköpen av torsk och fisk sköts på restaurangen. Här presenteras en del om vad som skrivits om torskdebatten och torskens levnadssituation i våra hav. Vidare om vilka alternativ som finns till torsken som matfisk och hur omfattande miljömärkningen är bland fisk som livsmedel. För ökad förståelse av den inköparroll som kökmästare på restaurangen har, beskrivs modeller och tidigare forskning om köpbeteende, livsmedelsköp och servering av fisk på restaurang. I det här avsnittet presenteras litteratur och forskning inom dessa områden och visar på den förkunskap vi hade vid undersökningstillfället.

1.2.1 Torsken

Art

Torskens vetenskapliga namn är *Gadus morhua* (Fiskeriverket, 2006). I ”Torsk – en biografi om fisken som förändrade världen” (Kurlansky, 1999) hävdas det att torskens ursprungliga liv går etthundratjugo miljoner år tillbaka i Thethyshavet, som var ett tropiskt hav. Torsken har med tiden hittat sin plats och finns idag i Nordatlanten, Östersjön och Stilla havet.

Liv och existens

Torsken är en av Sveriges vanligaste och viktigaste matfiskar enligt Wikipedia. Kurlansky (1999) skriver att torsken är skapt som överlevare. Han menar att fisken är mycket motståndskraftig mot sjukdomar, trivs i kallt vatten och äter vad som hamnar i gapet (inkl småtorsk) då torsken simmar med öppen mun.



Figur 1. Karta där det svartmarkerade området visar torskens spridning i våra vatten. Hämtad ur Svensk Fisks broschyr ”Fakta om fick och skaldjur” (2006).

Torsken tillhör bottenfiskarna och brukar enligt Kurlansky (1999) påträffas mellan ytvattnet och 600 meters djup. Kartan ovan (Se Figur 1) ger en övergripande bild om torskens existens omkring vårt land. Längst upp i Bottenviken är den dock mindre förekommande hävdar Fiskeriverket (Torsk – *Gadus morhua*, 2006). De menar också att eftersom fiskarna grupperar sig i så kallade bestånd; ”En eller flera populationer (grupper av individer) av en art fisk/skaldjur som kan avgränsas geografiskt och vars medlemmar antas ha större likhet sinsemellan (vad gäller till exempel lekogråden, vandringsmönster, tillväxt) än med individ i andra bestånd av arten”. (Fiskeriverket) kan man ha någorlunda kontroll på hur mycket fisk som fiskas och hur mycket som finns kvar i

haven.

På svenska naturskyddsföreningens (SNF) informationssida om torsk (Torsk, 2006) kan man läsa att torskfiskarna i Atlanten och Nordsjön i regel blir betydligt större (uppemot 1-1,5 meter) än fiskarna i Östersjön (40-60 cm), detta beroende på djupet i havet. SNF beskriver också att lekperioden för Östersjötorskarna sker under sommaren medan den för torsken på västkusten sker under våren.

Fångstmetoder

Kurlansky (1999) visar att det finns dokumentation om att långrev kanske brukats som fiskemetod redan tidigare än 1480-talet. Långrev kan enkelt förklaras som en lång lina, på vilken man i änden fäster en krok, ibland även två. Som agn på krokarna fästes småfisk som torsken kunde tänkas nappa på. Fransmännen utvecklade efter några hundra år långrevsmetoden från två till en stor mängd krokar, nu fästa med ca en meters avstånd på en lina vars längd låg mellan åttahundra meter och åtta kilometer. Vidare beskriver Kurlansky (1999) hur fiskare i en jolle drog upp torsk efter torsk och agnade om och agnade om allteftersom de följde långreven. Detta var ett ofantligt arbete och krävde många män och arbetstimmar och kunde bidra med fångster på uppemot tio tusen fiskar. Det här, skriver han, fick människor att på 1800-talet tro att naturens tillgångar var outtömliga.

Utvecklingen av fångstmetoderna skedde i rask takt och runt sekelskiftet började bottentrålningen sin frammarsch. Denna nya metod var mer effektiv då bland annat ingen agnfisk längre behövdes, förklarar Kurlansky (1999).

När torsk ska säljas på marknaden, säljs den i klasser mellan 1 och 5, där de stora torskarna på 7 kg och över räknas som klass 1 och där de små torskarna mellan 0,3 och 1 kg hör till klass 5. Detta, kan man läsa på Göteborgs Fiskeauktions hemsida (GFA, 2006), är EU:s sorteringsbestämmelser, och skall underlätta kommunikationen mellan köpare och säljare.

1.2.2 Torskdebatten och dess effekt på livsmedelsbranschen.

I mars 2002 sändes ett debattprogram i SVT 2 om den utdöende torsken och de utfiskade vattnen i vår närhet. Det här var inga nyheter för de insatta men fick stor uppmärksamhet bland allmänheten, skriver tidningen Sportfiske Väst (Sportfiskarna-gbg, 2002). Sedan dess har frågan gällande torskfiskets vara och inte vara återkommit i media med jämna mellanrum. Frågan har också diskuterats flitigt på riksdagsnivå och redan 2001 hade man debatter i riksdagen (Riksdagen, 2001) om hur man skulle komma åt problemet med utfiske av våra vatten med främst Östersjön och torsken som exempel.

Det är dock inte bara i Östersjön som torskbestånden minskat och arten är hotad. År 2001 gick fiskeriverket ut med en artikel om allvarligt hotat torskbestånd på västkusten (Fiskeriverket, 2001). Det Internationella Havsforskningsrådet (ICES) är en organisation som beskriver (ICES, 2006) att de samordnar marin forskning i Nordatlanten, liksom Östersjön och Nordsjön, och fungerar som mötesplats för mer än 1600 forskare från 19 länder. Varje år ger de rekommendationer åt regeringar liksom internationella organ gällande marina ekosystem. I oktober 2005 (ICES, 2006) gav de rekommendationer för kommande års torskfiske. I Skagerack, Kattegatt, Engelska kanalen och Grönland ska torskfisket stoppas helt och fisket i Barents hav, Nordkap och kring Norges kust ska anta långsiktiga strategier för att minska dödligheten hos fisken och förbättra bestånden. ICES

rekommenderar även östersjöfisket av torsk att sänkas till en lägre nivå än nuvarande och att återhämtningsplaner sätts i verksamhet.

ICES råd följs dock inte av fiskarna, då dessa råd just fungerar som råd och inte krav. Fiskekvoterna, de satta mängder av fisk som får fiskas under ett år av ett lands fiskeflotta, sätts av politiska organ som måste ta fler aspekter i hänsyn. Hur det kommer sig att Nordeuropas regeringar inte följer biologernas råd, då en vetenskaplig enighet gällande torskfiskestop råder, och hur den politiska beslutsprocessen går tillväga, sammanfattar Johanna Eriksson i en c-uppsats (Eriksson, 2002). Bland skälen nämner hon det faktum att åsikterna om torskbestånden är så många och kommer från så många håll, och att torsk finns i haven liksom i handeln, precis som alltid. Ett exempel på tillgången är att Svenska fiskare fångade över 15 400 ton torsk under 2004 varav klar majoritet från Östersjön, enligt rapporter på ICES hemsida (ICES, 2006).

De delade åsikterna finner vi också då torsken listas som hotad av Världsnaturfonden, berättar Sportfiskarna i Göteborg på sin hemsida (Sportfiskarna-gbg, 2002). Det här skriver de har kritiserats av svenska Fiskeriverket då de inte anser att torsken ska klassas som en hotad art eftersom det globalt finns gott om den. Hotet gäller just fisk som vi konsumerar i Sverige och arten behöver inte vara globalt hotad för att stå med i listan, förklarar Världsnaturfonden (WWF:s konsumentguiden, 2004).

En del av debatten har också handlat om vilken storlek på torsken som ska få fiskas. Minimått finns för fisket liksom regler om vilka redskap som ska användas, allt för att den minsta torsken, som ännu inte fått leka, inte ska hamna i fångsterna. I en artikel från Ny Teknik (Sempler, 2004) presenteras flera forskares åsikt om att det även är viktigt att inte fiska den största torsken då den har ett bättre och ursprungligt genetiskt material, som ger större fiskar vilka senare blir köns mogna. Forskarna i artikeln säger att de stora torskarna får en kraftigare avkomma och är viktiga för artens fortlevnad.

Debatten har tidigare visat sig påverka handeln liksom restuarangerna till att sluta sälja torsk, vanligtvis den fiskad i Östersjön. Under 2003 gick flera restauranger ut med att de slutat servera torsk, bland annat en av göteborgs och landets mest erkända, skriver branschtidningen Restauratören (Hirsch, 2003). Den stora livsmedelskedja ICA slutade även de använda Östersjötorsk, i sina egna märkesvaror, enligt en av sina pressreleaser (ICA, 2004). Debatten hade stor påverkan på konsumenter och branschen var rädd för att folk inte skulle köpa någon torsk alls. I en artikel från Göteborgsposten (Eriksson & Larsson, 2004) skrev man att ”ingen längre tors köpa svensk torsk”.

Ett problem som kommit upp i torskdebatten är bristen på ekologiskt märkta fiskar. En restaurangchef som är med i ett pilotprojekt för Svanenmärkta krogar berättar i Restauratören (Alexandersson, 2006), en branschtidning ägd av Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare (SHR), att vissa ekologiska råvaror är väldigt svåra att få tag på. Bland annat nämner han saknaden av ekologiskt märkt fisk och utgår istället från Världsnaturfondens ”Gröna lista”, mer om den nedan.

1.2.3 Hållbara livsmedel

En viktig del i miljödebatten är behovet av ett hållbart fiske, men vad menas med hållbart? Konceptet med hållbarhet i allmänhet och hållbara livsmedel i synnerhet, omfattar många olika aspekter. I en bok om hållbara livsmedel (Griffith, 2004) beskrivs ämnet beröra ekologin liksom ekonomin och samhället. Sveriges konsumenter i samverkan förklarar på sin hemsida (Konsumentensamverkan, 2004) hur ekologiskt val och en hållbar väg mot framtiden, innebär bättre miljö, resursbevarande produktion, respekt för livet, god fysisk och mental hälsa, social rättvisa, rättvis fördelning, fredlig samlevnad, m.m.

Att finna den slutgiltiga definitionen på hållbarhet är svårt. När regeringen tillsatte en arbetsgrupp för att ta fram ett material för ekologiskt hållbar upphandling, använde de i sin slutrapport (EKU - Delegationen, 2001) denna danska definition av ”gröna inköp”:

Med gröna inköp menas inköp, där det tillmäts betydelse att hänsyn tas till det kretslopp som råvaror och material genomgår med målsättningen att minska miljöbelastningen och begränsa slöseri av naturresurser i mesta möjliga mån.

Vidare sades att inköparen ska välja varor som:

...under råvaruutvinning, framställning, transport och distribution i alla led under användning ger upphov till minst förorening eller slöseri med material och energimässiga resurser. (EKU - Delegationen, 2001).

1.2.4 Miljömärkning av fisk & restauranger

Det går att miljömärka företag efter ISO 14000, som är ett ledningssystem för miljö som går att läsa mer om på Swedish Standard Institutes hemsida (ISO14000, 2006). Det finns dock inte så mycket miljömärkning som ser till just tillverkningskedjan i restaurang och inte heller väldigt mycket miljömärkning eller miljöråd gällande inköp och hantering av fisk. Det vi funnit är bland annat de svenska med KRAV och Svanmärkt, samt några internationella från Marine Stewardship Council (MSC), Marine Conservation Society (MCS) och Världsnaturfonden (WWF). Här nedan presenterar vi dem lite kort.

KRAV

På KRAVs hemsida (Fredriksson, 2004) kan man läsa om att det i februrari 2004 antogs regler för hur fiske och fiskerier skulle skötas för att kunna bli KRAV-märkta. Vem som helst kan sen dess söka tillstånd för att få sälja KRAV-märkt fisk. Vidare förklarar man hur reglerna bland annat handlar om att fisket ska utföras på långsiktigt hållbara bestånd, att redskapen som används inte gör skada på miljön och gör det möjligt att fånga fisk av rätt storlek samt att den fångade fiskens ursprung dokumenteras tydligt.

Det är brist på fiskprodukter och färsk fisk som är miljömärkt av KRAV, som ändå är ett av våra största miljömärken. Än så länge finns bara lax och räkor i sortimentet när man ser på deras hemsida (KRAV, 2006). I dagarna har dock även en notis på Svensk Fisks hemsida presenterat det

första KRAV-märkta sillfisket i Sverige (KRAV, 2006).

Svanen

Det officiella nordiska miljömärket Svanen arbetar för tillfället med ett projekt som ska leda till miljömärkning av restauranger. Kriterierna för restaurangerna är ännu inte offentliggjorda men vid märkning av övriga produkter granskas produktens hela miljöpåverkan, från produktion till användning och slutligen kassering, står det på deras hemsida (Svanen, 2006).

MSC

Marine Stewardship Council (MSC) beskriver sig på sin hemsida (MSC, 2006) som ”en oberoende, global, icke-vinstgivande organisation som startats för att finna en lösning på problemet med överfiskning” och starades i samarbete mellan Unilever och WWF. De arbetar med att vända på trenden med överfiskade bestånd, skapa trygga marina naturområden och förbättra marin naturvård runt världen. Vidare skriver de hur alla fiskerier kan söka att bli märkta av MSC och de som blir godkända får en blå märkning på produkter och fiskar, som garanterar att fisket sköts på ett bra sätt och inte bidragit i överfisket av haven. Idag finns det väldigt få produkter i Sverige som är märkta utav MSC, kan man läsa på deras hemsida (MSC, 2006), inom storhushåll levererar Findus Foodservice och ICA dessa.

MCS

Marine Conservation Society (MCS) är en nationell välgörenhetsorganisation från Storbritanien, vars uppgift är att skydda den marina miljön och dess arter, visar deras hemsida (MCS, 2006). De har givit ut en guide som ska hjälpa den som vill veta vilka fiskbestånd som är hotade och säkra, och vilka fiskar som fiskas med miljömässigt bästa möjliga metoder. Bland annat kan man på guidens hemsida (Fish online, 2006) läsa listor över fiskar att äta och inte äta och dessa ska gälla för konsumenter såväl i Storbritannien som resten av EU-länderna. Atlanttorsk har rankats som mycket hotad i majoritet av bestånden och guiden ger som råd att man generellt låter bli att äta den.

Världsnaturfondens konsumentguide

I sitt arbete med att bevara den biologiska mångfalden på jorden har Världsnaturfonden (WWF:s Konsumentguide, 2004) givit ut en konsumentguide i köp av fisk. De berättar att vi nu måste sluta äta vissa fiskarter för vi inte i framtiden ska vara utan dessa som matfisk och för att vi inte ska rubba den ekologiska balansen i haven. Guiden graderar de vanligaste matfiskar och skaldjur som finns i svensk handel efter en färgskala på grön, gul och röd. De fiskar som är gröna räknas som fritt fram att äta, de gula bör ätas med försiktighet, då antingen informationen om fiskens situation är för dålig eller fisket av den kan påverka andra arter, och de röda ska man låta bli att äta då fiskens existens är allvarligt hotad.

1.2.5 Alternativa fiskarter och fiskemetoder

Torskfamiljen är ganska stor och innehåller flera populära matfiskar, de mest kända, skriver Andersson (2006), är sej, kolja, kummel, lubb, lake, långa, vitling, blåvitling och bleka. Dessa

fiskar har dock olika starkt rykte inom restaurangbransch liksom bland konsumenter och ingen av dem har slagit igenom lika kraftigt hos gemene man som torsken.

Inte heller alternativens bestånd är alltid i säkerhet beskriver Andersson. Två av de vanligaste alternativen till torsk; kolja och långa, är också hotade som arter, liksom blekan. Vitling och sej finns det däremot bra tillgång av och de förekommer rikligt på västkusten (Andersson, 2006). Många av de andra torskfiskarna har däremot inte gjorts lika mycket forskning på, men listas för tillfället inte som hotade arter, går det att läsa på WWF:s Konsumentguide (2004).

Ett annat alternativ till vildfångad torsk är odlad torsk. En rapport (Kura, Revenga, Hoshino & Mock, 2004) från World Resource Institute (WRI) visar att fisk & skaldjursodling är den starkast växande livsmedelsproduktionsformen i världen och att 40 % av världens matfisk var av odlad form år 2001. Vidare nämner rapporten att odlingen av fisk och skaldjur är enklare att miljöcertifiera än fisket är och att det idag sköts internationellt av bland andra Marine Aquarium Council, the Global Aquaculture Alliance och the Marine Stewardship Council (Kura, Revenga, Hoshino & Mock, 2004).

Öresundsfondens (en intresseorganisation för Öresundsregionens miljö) medlemstidning "Under ytan" berättar i en notis (Samuelsson, 2003) om det första svenska försöket att odla torsk, som påbörjades 2003 på Öckerö utanför Göteborg. Här försökte man ta fram torskkyngel som sedan skulle sättas ut i havet, så kallad kompensationsutsättning. Notisen förklarar att odla fram fisk inte är något nytt och att odling av lax är till exempel en mycket stor industri. Man säger också att torsk på sätt och vis ska vara enklare att odla än lax, då torsken inte har lika stort behov av att röra på sig och inte heller är lika mottaglig för parasiter.

I en holländsk konsumentundersökning, som publicerats av norska fiskeriforskningsinstitutet (Fiskeriforskning, 2002), gjord på över 400 hushåll, visade det sig också att de flesta ansåg den odlade torsken vara av lika god kvalitet som den vilda och i vissa aspekter av bättre kvalitet. Undersökningen gjordes både blint och inte blint, och först när de tillfrågade fick veta vilken fisk som var vilken fann de att den vilda torsken vara av något bättre kvalitet. I en nyhetsnotis från Sveriges Radios hemsida (2005) säger PO Larsson på fiskeriverkets havsfiskelaboratorium, att torskfisket kan komma att konkurreras ut av torskodlingen och även han påstår att den odlade torsken har konkurrensfördelar gentemot den vilda, bland annat då dess kött är helt vitt och avblodat.

Inte heller fiskodlingen sköts alltid idag på ett sätt som anses hållbart och bra ur miljöhänsyn. Det finns många problem med fiskodlingen, men det starkaste argumentet för den är att man med hjälp av odling kan tillgodose den ökande efterfrågan som finns på fisk (Kura, Revenga, Hoshino & Mock, 2004)

1.2.6 Modeller över köpbeteende och livsmedelsval

När restauranger köper in fisk gör de ofta det genom grossister. Forskning om dessa köpsituationer är inte så vanlig men däremot finns en hel del modeller och teorier om vad som påverkar i köpet

mellan företag.

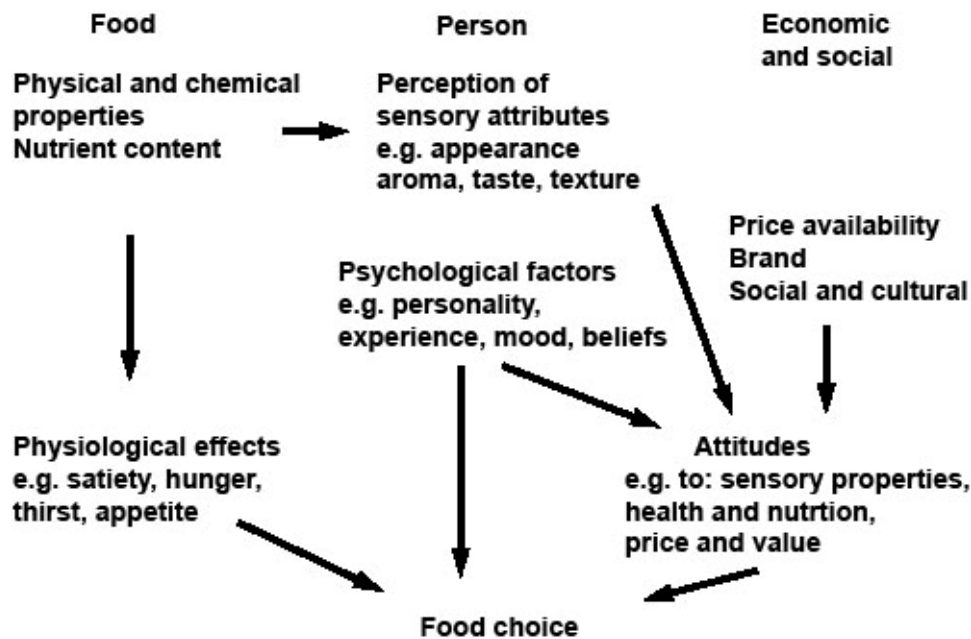
En modell (Kotler et al., 2001) som behandlar köpbeteenden mellan företag visar på olika faktorer som påverkar vid köpbeslutet. Den visar att det inte bara är produktens egenskaper och pris som påverkar, utan också hur den presenteras, på vilken plats och i vilken situation den framförs och av vem. Vidare beskriver modellen hur beslut påverkas av miljön omkring köparen i form av ekonomisk situation, teknologisk utveckling, politiskt klimat, kulturella normer m.m. Köparen påverkas också utav de influenser som finns inom och utanför företaget, samt sina egna värderingar och normer (Kotler et al., 2001).

En annan modell (Barough & Fattahi, 2005) talar om hur köp mellan två företag är mer komplicerade än mellan företag och konsument. Bland annat för att köpen oftast handlar om större summor och där hänsyn tas till en mer komplex ekonomisk och teknologisk situation. Vidare beskriver Barough & Fattahi (2005), att det oftast är fler personer inblandade i beslutet och förhandlingarna är av mer formell karaktär. Modellen talar också om hur köpare och säljare i dessa situationer oftast är mer beroende av varandra än i en situation mellan företag och privatperson. Med det här i åtanke får vi uppfattningen att vi inte enbart kan se till forskning om konsumentbeteende för att förstå de frågor vi ställer.

Vid en undersökning utförd av forskare på Aarhus School of Business (Esbjerg & Skytte, 1999), om köpbeteende hos detaljhandel i Östeuropa, var de viktigaste kriterierna vid val av fiskprodukter och fiskleverantörer; pris, kvalitet, leverantörens ekonomiska situation, samt leverantörens sortimentsbredd. Pris och kvalitet är däremot inte så viktiga kriterier för västeuropeiska detaljhandlare vid inköp av fisk, säger forskarna. Istället prioriteras samarbetet med leverantörer, leverantörernas sortiment samt närhet och service (Esbjerg & Skytte, 1999). Vidare skriver Esbjerg och Skytte (1999) att spårbarhet av ursprung är ett av de viktigaste attributen vid västeuropeiska detaljhandlares köp av fisk.

Vi söker också en modell för att förstå vad som påverkar människor när de väljer mat eller livsmedel. I en modell av professor R. Shepard (1999) om olika faktorer som påverkar människor när de väljer mat, visas hur vi påverkas av livsmedlets fysiska och kemiska egenskaper, samt dess näringsvärden, individens inställning och personlighet samt den ekonomiska och sociala miljön.

Vidare visar modellen (Shepherd, 1999) att de fysiska och kemiska egenskaperna påverkar genom att individen vet hur pass livsmedlet påverkar ens aptit, hunger, törst osv. Men de är i sig inte jätteviktiga utan beslutet påverkas mer av hur individens attityder till dessa är, så som hur personen uppfattar smak, utseende, lukt och konsistens. Modellen förklarar också hur individens personlighet, humör, erfarenheter och värderingar spelar stor roll i beslutet och tillsammans med pris, märke och omgivning bildar individen attityder vid varje enskilt tillfälle och till varje enskild produkt (Shepherd, 1999). För en bild över modellen se Figur 2.



Figur 2. Modell över faktorer som påverkar människors matval. Social Determinants of Food Choice (Shepherd, 1999).

1.2.7 Köpbeteende på restaurang

Efter att ha fått en bild över köpbeteendepåverkande faktorer i allmänhet och faktorer som påverkar människors matval ska vi presentera forskning som är mer ämnesspecifik och passande vårt arbete. Vad är det som påverkar restauranger när de köper råvaror och vad är viktigt när det gäller köp av fisk?

En uppsats från Sveriges Lantbruksuniversitet (Lindberg & Petersson, 2005) behandlar restaurangers, grossisters och offentligupphandlares inställning till livsmedel från Sverige. Den visar att restauranger och storhushåll lägger mindre vikt vid råvarornas ursprung och det de framförallt värdesätter av leverantörerna är hög kvalitet, hög servicegrad med täta leveranser, bekvämlighet och ett konkurrenskraftigt pris på varan.

I en artikel skriven av Inga-Britt Gustafsson (2004) från Grythyttan (Örebro Universitet), som förklarar fundamentet till "Gastronomi och Måltidsvetenskap" som forskningsgren, menar hon att det finns flertalet faktorer som påverkar gästerna på en restaurang gällande hur och vad de äter. Näringsmässiga aspekter var viktiga men likaså kultur, religion, pris, märke, erfarenhet och personlighet. Artikeln beskriver också att smak och personliga preferenser påverkar beslutet, medan helhet och säkerhet, dvs. mat som inte påverkar kroppen negativt, spelar mindre roll.

Vad gäller faktorer som påverkar restauranger i inköpsfasen visar en amerikansk undersökning (Rosscup Riepe, 1999), som behandlar marknadsföring av fisk & skaldjur, att det kan variera mycket beroende på företagets karaktär, t ex dess årliga försäljning, geografiska läge, kundkategori, osv.

I en annan undersökning (Neira & Engle, 2003), från University of Arkansas, där fiskarten

”Tilapias” potential på restauranger i Nicaragua behandlades, svarade restaurangchefer på frågan vilka faktorer som påverkade deras inköp av fisk. Svaren rangordnades och viktigaste faktorn var fiskens kvalitet, tillgång kom på andra plats och storlek som trea.

1.2.8 Sammanfattning litteraturgenomgång

Vi har nu sett att torsken finns i alla hav omkring Sverige, så väl i Östersjön som Öresund, Kattegatt och Skagerack. Torsken förekommer också i Nordsjön liksom kring hela Norges kust och i övriga Nordatlanten. Mark Kurlansky skriver i sin bok ”Torsk – En biografi om fisken som förändrade världen” (1999) att torsken lever mellan ytläge och 600 meters djup och till storlek är den generellt större i Nordsjön och Nordatlanten än i Östersjön. Han beskriver vidare hur den förr i tiden fiskats med långrev och krok, en arbetsam metod som gav förhållandevis små fångster, medan den idag fiskas med bottentrål, vilket lett till att fångsterna har ökat markant.

Torskdebatten har blivit ett känt uttryck som behandlar torskens hotade livssituation i våra hav, liksom omkring hela världen. Överfiske m.m. har lett till att arten börjar bli utrotningshotad och det Internationella havsforskningsrådet (ICES, 2006) har rekommenderat Nordeuropas regeringar att sätta stop för torskfisket i flera hav och minska det i de andra. Än så länge har dock råden inte följts och det här liksom det politiska spelet bakom fiskekvoterna (den mängd fisk som ett lands fiskflotta får fiska under ett år) beskriver Johanna Eriksson i sin C-uppsats (Eriksson, 2002). Bland skälen nämner hon de många olika åsikter som finns om både vad som är problemet och hur lösningen ser ut.

En lösning på problemet är att börja använda hållbara fiskemetoder och sälja fisk som kommer från hållbara fisken. Vad som menas med hållbarhet är däremot inte tydligt då definitionerna är många. En definition som regeringen använt sig av (Arbetsgrupp J, 2000) förklarar hållbarhet som hänsynstagande till miljön och naturens kretslopp samt att handlingar ska belasta miljön så lite som möjligt och inte slösa på naturens resurser.

Några organisationer både i Sverige och internationellt arbetar med att miljömärka fiske som bedrivs på ett hållbart och miljömässigt bra sätt och en del produkter har kommit att bära dessa märken. KRAV och Svanen är de största organisationerna på hemmaplan och internationellt går Världsnaturfonden och Marine Stewardship Council i utvecklingens front. Antalet fiskar och produkter som finns tillgängliga i Sverige upptäcker vi dock är få när vi besöker organisationernas hemsidor, ett par guider finner vi dock som hjälper oss att förstå vilka arter som är hotade eller inte (WWF, 2004 & Fishonline, 2006).

För att förstå köpbeslutet som process och vilka faktorer som kan påverka vid köp av livsmedel generellt och fisk specifikt, har vi sett på modeller och undersökningar om det. I köpbeteendemodeller från Kotler et al. (2001) och Barough & Fattahi (2005) ser vi hur pris och produktens egenskaper påverkar köpbeslutet mellan företag, men också omgivningen med politiskt och ekonomisk situation, kulturella normer och teknologisk utveckling. Relationer köpare och säljare emellan är också viktiga liksom av vem och var som produkten presenteras (Barough & Fattahi, 2005).

I modeller om faktorer som påverkar vid val av mat och livsmedel nämner Shepherd (1999) hur livsmedlets egenskaper spelar in men också, och till viss del ännu mer, individen och dens förutfattade meningar om livsmedlet. Modellen visar också hur omgivningen påverkar beslutet både

vad gäller personer i ens omgivning och hur samhället ser ut. Enligt Gustafsson (2004) spelar liknande faktorer in även i valet av mat på restaurang, men att risker med maten spelar mindre roll i denna kontext.

I ett par undersökningar vi läst om fiskinköp på restaurang (Rosscup Riepe, 1999) och vad restaurangchefer anser viktigt när de köper fisk (Neira & Engle, 2003), visar det sig att besluten beror mycket på var restaurangen ligger och vilka kunder den har, samt att kvalitét   r det som påverkar mest och därefter priset och tillgången.

2. Syfte

Arbetets syfte är att undersöka hur köksmästare, på några à la carte restauranger i Göteborg, resonerar kring servering och inköp av fisk i allmänhet och specifikt torsk. Vi vill fånga dessa personers uppfattningar kring inköp av torsk, samarbete med leverantörer och torskdebattens påverkan på deras yrkesroll, samt hur de känner för att vara med och påverka samhället i frågorna. Arbetet kan bidra med ökad kunskap om vilka faktorer som påverkar restaurangers beslut att servera eller inte servera torsk.

2.1 Frågeställningar

Vilka faktorer påverkar restauranger vid inköp av fisk?

Hur ser köksmästare på torsk som råvara?

Vad anser köksmästare, är viktiga egenskaper hos en fiskleverantör?

Hur påverkar torskdebatten köksmästare i sin yrkesroll?

Hur ser köksmästare på möjligheten eller nyttan av att använda servering av "miljömässigt godkända" fiskarter i marknadsföringssyfte?

3. Metod

Vår undersökning utfördes i form av öppna personliga intervjuer med fyra köksmästare. Med köksmästare menar vi de personer som är chefer för köket på restauranger och som vanligtvis beslutar vilka rätter som ska serveras.

3.1 Urval

I boken "Kvalitativ metod och forskningsteori" (Starrin & Svensson, 1994) beskrivs hur man istället för att följa principer om att få ett representativt urval ska använda ett strategiskt urval inom en del kvalitativ forskning. Författarna säger att intresset inte ligger i att ge en generaliserad bild av hur en population uppfattar något utan istället vill man visa på den variation av uppfattningar som finns. Genom att välja undersökningsdeltagare som man vet har kunskap inom den specifika frågan och genom att försöka fånga personer som har olika, men för arbetet relevanta, erfarenheter kan man se till att få ett så bra material som möjligt ifrån dessa (Starrin & Svensson, 1994).

Urvalet skedde på grunden att vi ville fånga personer som borde ha kunskap i det ämne vi undersöker och som även har erfarenhet av det och arbetar med det dagligen. Köksmästaren är den person i restaurangen som vanligtvis har mest ansvar för inköp och framställning av mat på en restaurang. Det är köksmästarens uppgift att se över menyutformning och bestämma vad som ska serveras och inte serveras, det är också hon eller han som i en vanlig restaurangorganisation av oss förväntas ha svaren på frågor gällande råvarorna i restaurangen.

Vi valde köksmästare på restauranger som arbetade med fisk, till stor eller största del. De köksmästare vi valde att intervjua har arbetat fram menyer där majoriteten av rätterna på menyn innehåller fisk och (eller) skaldjur, dessa menyer har vi läst på restaurangernas hemsidor som vi funnit via krogguiderna i Göteborgsposten (GP, 2006) och på Restaurangguiden (Restaurangguiden, 2006). För att försöka fånga personer med god kunskap men ändå olika erfarenheter inom området valde vi att intervjua köksmästare från restauranger med olika prisklass. Prisklass, typ av mat och betyg är vanliga aspekter att dela in restauranger efter. Vi har använt Göteborgspostens (GP, 2006) lista över krogar i Göteborg och sett till deras indelning efter prisklass, för att kunna välja restauranger som skiljer sig inom vår första sortering. Vi har även valt undersökningsdeltagare från både restauranger som serverar lunch och som serverar middag, eller både och, även detta gjorde vi genom att läsa menyer på nätet. Vår förförståelse är att luncher skapas inom mycket snävare ekonomiska ramar och på så vis kan råvaruval för luncher skilja sig ganska mycket från middagarna.

Våra undersökningsdeltagare visade sig alla vara män och vi uppskattade deras åldrar mellan 30 och 45 år. Samtidigt som det kunde ha gett ännu fler åsikter om vi funnit kvinnliga köksmästare eller någon som är från en äldre generation, uppfattar vi samtidigt med vår erfarenhet att de flesta köksmästare idag är män och födda under 60- och 70-talet. Uppgifter om köksmästaren var ytterst ovanligt på restaurangernas hemsidor och det skulle försvåra vårt urvalsarbete om vi valt att ta med ålder och kön bland våra urvalskriterier.

3.2 Genomförande - Datainsamling

Vid kontakten med våra undersökningsdeltagare presenterade vi oss själva liksom arbetet övergripande och frågade sedan om de kunde tänka sig att hjälpa oss i frågan. Vi ville på så sätt se till att vi inte skulle intervjua någon som personligen inte kände att de hade några uppfattningar om ämnet, men samtidigt var vi noga med att ingen uppfattning är mer rätt än en annan.

Intervjuerna utfördes på de svarandes arbetsplatser under tider de själva kände passade. Vi presenterade kort arbetets syfte och de ämnen vi skulle fråga om. Vi ville på så sätt se till att inga överraskningar dök upp gällande typ av frågor men samtidigt ville vi inte berätta för mycket om intervjun så att den blev låst till en viss struktur.

Starrin och Svensson (1994) förklarar att en viktig aspekt på den kvalitativa intervjun, är att frågorna inte ska vara utformade så att den svarande kan ge ett rätt eller lämpligt svar. De vill istället att man ska söka en intervjuform där alltid den svarandes upplevelse fångas och den svarande själv ska definiera innehållet i intervjun. Forskaren ska sträva efter att identifiera uppfattningar och innerbörder istället för att få svar på redan bestämda uppfattningar (Starrin & Svensson, 1994).

De frågor vi ställde var av öppen karaktär och vi försökte öppet och nyfiket lyssna till de uppfattningar och resonemang som kom fram, även om vi hade mer styrda frågor som vi skulle använda ifall ämnet inte kom upp så kom respondenterna ofta fram till de ämnen, och även andra, som vi ville beröra. Intervjun spelades in och det inspelade materialet skrevs ut samma dag för att bäst klara ut vissa missförstånd och oklarheter som kunde finnas med.

3.3 Intervjuguide

De frågor vi ställde behandlade fem områden som hade anknytning till varandra, se Bilaga för den intervjuguide vi hade, för oss själva, under intervjuerna. Frågorna var konstruerade så att vi först behandlade en mer övergripande fråga för att sedan ta något specifika exempel. De kategorier som vi behandlade var:

- Faktorer som påverkar vid inköp av fisk – hur köksmästaren utför sina inköp.
- Torskens som matfisk och köksmästarnas uppfattningar om deras kunders attityd till den.
- Köksmästarens samarbete med leverantörer.
- Torskdebatten och hur den påverkar köksmästaren privat och i sin yrkesroll.
- Miljömärkning av restauranger och matfisk samt märkningens marknadsföringsvärde.

3.4 Bearbetning och analys av data

Datamaterialet har behandlats på så sätt att vi först sammanfattat respektive respondents resonemang för att göra materialet mer övergripligt och lättläst, eftersom intervjuerna utfördes i ett vardagligt språk och de flesta pauserna och lätena fanns med i det utskrivna materialet. Det sammanfattade materialet har sedan kategoriserats så att respektive resonemang kring de ämnen vi behandlat, se 2.23, lades samman. Med det här materialet kunde vi få en helhetsbild av uppfattningarna kring våra frågor och det materialet i sig kan användas för analysen.

Uppfattningarna har på så här sätt lyfts upp från individnivå till en mer kollektiv form, det här för att lägga tonvikt på de ämnen som behandlats istället för individerna. När resonemangen i redovisningen sammankopplats med individerna, har respondenterna givits namnen Q, X, Y och Z. De behåller då fortfarande en anonym karaktär men förenklar för läsaren att finna mönster i undersökningens data.

Den kvalitativa analysen har som mål att identifiera egenskaper och företeelser med avseende på variationer, strukturer och processer, visar Starrin & Svensson (1994).

Då intervjuerna i sin ursprungliga form avslöjar så mycket att vi inte kände det vara möjligt att hålla materialet konfidentiellt om vi redovisade dem i sin helhet, var sammanfattningen nödvändig.

Genom sammanfattningen har inte bara materialet fått en mer lättillgänglig form utan också påverkats lite av oss författare. På så vis började analysen redan i det här skedet och fortsatte med kategorisering där vi tolkat svaren och fördelat dem inom olika fack.

Med hjälp av kategoriseringen ville vi inte bara göra en tydlig redovisning av resultatet, vi använde den också för att leta efter sammanhang och mönster i materialet. Enligt Starrin & Svensson (1994) handlar den kvalitativa metoden om att karaktärisera något och vi har försökt karaktärisera de grundfaktorer, eller som vi kallat utgångspunkter, som i olika grad finns med och påverkar i alla de resonemang som finns i vårt material.

4. Resultat

Här redovisas våra data, hur de såg ut efter att vi sammanfattat materialet och sammanställt de tydliga och olika uppfattningar vi fått i respektive kategori. Resultatet redovisas i den följd vi anser vara mest lämplig för att fånga arbetets syfte, istället för den följd i vilken frågorna ställts. Med kategoriseringen visas också hur vi tolkat intervjuerna, med vilka ämnen som uppkommit i dem samt likheter och olikheter i uppfattningarna kring ämnena. Här vill vi också påpeka att det ibland är svårt att kategorisera en del resonemang då de berör flera ämnen.

4.1 Köksmästares allmänna uppfattningar om torsken

Torsken anses vara en utmärkt och väl etablerad matfisk, både bland köksmästare och restauranggäster. Fisken anses generellt som en lyxvara och uppskattas av många gäster, den äldre generationen ser dock fisken som ganska alldaglig säger en av köksmästarna. En av undersökningsdeltagarna, X, menar att den förr så lättsålda torsken tenderar att bli mer svårsåld bland restauranggäster idag.

Trots att köksmästare och gäster uppskattar torsken, är det inte alltid den presenteras på menyn bland restaurangerna. Det här säger Q, vars meny då inte bestod av någon torsk, bland annat bero på att priset på torsk ökat de senaste åren med ca 20 %, men också för att torskdebatten har satt sina spår då han helst inte vill sättas i samband med att sälja utrotningshotade arter. I stället resonerar han kring att det finns andra bra fiskar han kan servera, som exempel gös, vilket var aktuellt vid intervjutillfället.

Samtliga tillfrågade är överens om att det idag inte är någon större svårighet att få tag i torsk. I allfall inte svårare, snarare lättare, än att få tag i andra alternativa fiskarter till torsken som exempelvis kolja, bleka, långa, lubb, kummel, sej m.fl. X tycker att koljan fungerar bra som alternativ till torsken och kanske till och med lite bättre, medan Z menar på att ingen annan fisk direkt kan ersätta torsken men att kolja och bleka skulle fungera som bra komplement. Det nämns utav Y att även koljan är utrotningshotad och på så sätt inget alternativ av miljöhänsyn, men att restauranggästerna inte känner till detta lika väl som med torsken.

Kunskapen och erfarenheten av att jobba med odlad torsk, som också kan fungera som ett alternativ till den vilda, ser vi som liten då det endast är en, Z, av fyra som hanterar och serverar en hel del odlad torsk. Han säger att det beror på period, i och med att det är viss säsong på den vilda torsken. Han menar också att den odlade torsken är något fastare i konsistensen, något mindre i storlek och något billigare, men att priserna varierar. Åsikterna går dock isär gällande priset på odlad torsk. Y, som säger sig ha liten erfarenhet av odlad torsk, försvarar sin ringare kännedom inom området med att den odlade torsken är för dyr för att köpa in. Alla är dock överens om att det är en sensorisk skillnad på vild och odlad torsk, men att den är svårdefinierad, och att den odlade torsken är en jättefin råvara.

Även om respondenterna verkar positiva till odlad torsk fanns det även problem med den. X berättar om några av de mörka sidorna med odlad fisk:

Jag vet inte hur man ska kunna kravmärka odlad fisk. [...] Bli ju den vilda fisken lidande, om du inte har slutna system, med dom här sjukdomarna och parasiterna. Sen har jag hört sådana spökhistorier om att

man fångar. Det går ungefär åt, laxen då, det går ungefär åt tio kilo vild lax för att odla ett kilo odlad lax. Man tar alltså upp vild lax ur haven som dom säljer för några ören i stort sätt, sådana här jättestora fiskefartyg. Och sen mal dom ner och gör pellets av det som dom matar den odlade laxen med.

Även köksmästares val av storlek på torsk varierar. En köksmästare köper nästan endast det han kallar jumbotorsk (8-12 kg). Vidare betraktar han den inte bara som en lyxvara utan även som en bra fisk ur ekonomisk syn, då den kan erbjuda många olika delar att tillaga. Resterande kökschefer varierar sina inköp i storlekar från klass 1 (> 7 kg) till mindre torskar. De mindre används främst till lunchrätter, i och med att de ofta ligger på en lägre prisnivå och då priset främst är avgörande vid val av lunchråvaror. Vi citerar Y: ”Jag köper inte de som är de absolut minsta, för det tycker jag inte man ska göra.” Som vi förstår menar Y att det är på grund av miljöskäl, då han ur ett kvalitetsmässigt perspektiv skulle kunna tänka sig att använda de små så kallade 5:orna.

Åsikterna är blandade i frågan om de tänker mycket på torskens ursprung. Majoriteten av respondenterna hävdar att det tänker mycket på var torsken kommer ifrån, dels på grund av att de prioriterar torsk från kallt vatten, då den har färre parasiter i köttet än torsk från varmt vatten (mer parasiter bidrar till en sämre kvalitet), men också, och kanske framförallt, för att det är mycket i media om olika torskbestånd och deras hotade situation. En av respondenterna berättar hur han som köksmästare med gott samvete vill kunna informera sina, ibland nyfikna och frågande matgäster, om var fisken han serverar har sitt ursprung och att han till exempel inte serverar någon Östersjö- eller Kattegattorsk med hänsyn till miljön och torsken som art. Köksmästare Z talar om hur det är möjligt att servera laglig torsk från Östersjön men att det kanske inte är så klokt: ”Om jag vill kan jag handla torsk från östersjön som är moraliskt riktigt, men sen kanske det inte ser så bra ut på menyn att den är därifrån.”

Z och Q väljer medvetet att köpa sin fisk mest från Norge eller Nordsjön, en annan, X, väljer torsk från Nordsjön eller Skagerack, medan Y berättar hur han värnar om torskens situation men nöjer sig med att rätta sig efter de regler och förordningar som finns och kan köpa all torsk som är lagligt fångad. Han förklarar: ”Till syvende och sist så [...] gör jag det ju för att tjäna pengar, det är ju så, det är ett arbete [...] och jag har som sagt var inga större ambitioner och vara politiskt korrekt i alla led [...] men man måste ju ändå ta sitt ansvar.”

4.2 Hur torskdebatten påverkat köksmästarna i sin yrkesroll och hur de uppfattar dess påverkan på sina kunder

När torskdebatten var som hetast och det rapporterades mycket i media valde samtliga köksmästare att under någon tid inte servera torsk. Beslutet respekterades av matgästerna som också uppfattades ha lyssnat till debatten och tappat intresset för att äta torsk.

Efter hand som debatten ebbade ut ökade dock efterfrågan och gästerna ville åter börja äta torsk. Samtidigt visade sig tillgången på torsk vara bra hos leverantörerna och priset vara rätt. Y berättar hur grannrestaurangerna återinförde torsk på menyn och som köksmästare ansåg han då att det inte fanns någon anledning till att inte servera torsk utan valde då själv att börja servera torsk igen.

En av våra tillfrågade har fortfarande torsk borttaget från menyn. Under sin tid på restaurangen har den aldrig varit en fast rätt, men han vill inte säga att han ej serverar torsk. Det händer att han serverar den till gäster som efterfrågar den och viljan till att jobba med torsk finns hos honom. Hans val att inte ha torsk på menyn har påverkats både av ett högt pris och den uppfattning han har

gällande torskens miljösituation.

Samtliga uppfattar de att gästerna idag är mer eller mindre medvetna om torskens hotade situation. X menar att: "Folk är väldigt medvetna att den är på gränsen till utrotning i vissa områden." och att han märker av det speciellt vid skrivelser om torskdebatten i tidningarna. Z fortsätter på samma tema, men har en annan uppfattning om debattens påverkan, med att säga: "Det är väldigt få som inte äter torsk på grund av debatten." En tredje uppfattning vi fått instämmer lite med X:s då Y anser att kunder har relativt bra kunskap om torskens situation men gällande de andra hotade arterna är inte insikten så stor.

Ingen av respondenterna ser det som ett problem att sluta med torsk den dagen då myndigheterna samordnat säger att man inte ska äta och sälja den. Men i dagens läge uppfattas det som svårt att veta hur det egentligen ligger till med torsken och dess utrotningsshot. Några av våra intervjupersoner köper därför torsk så länge det är lagligt, och då med gott samvete, med argument om att fiskarna säger att det finns jättemycket torsk. Även den goda tillgången av torsk hos leverantörer ger en motsäggande bild mot utrotningsshotet, säger några. Y berättar:

Hade det varit så att jag hade fått det klart, svart på vitt att torsk, fortsätter ni att äta torsk nu så kommer den att ta slut, det kommer bli som det var på Newfoundlands [...] där var det förr alltså vatten som kokade av torsk och du kunde se torsken och sen blev det tvärdött och var i tjugo år och det finns ingen torsk överhuvud taget, det är alltså helt dött [...] 200-300 år räknar forskarna med att det ska ta innan de återhämtar sig igen. Skulle man få det svart på vitt att så är det. Men det får man inte utan [...] fiskarna säger en sak, den ena marinbiologen säger en sak, naturdepartementet säger en sak, och Svensk Fisk, intresseorganisationen för fiskhandlarföreningen säger en fjärde sak. Då tröttnar jag. [...] får man inte reda på något kan man ju inte ta ställning, man kan ju inte ta ställning till lösa rykten, världen snurrar ju vidare va. Bara för att jag säger att näe nu ska vi inte servera torsk för att det låter såhär, då kommer grannen här och så säljer han torsk istället, då tycker jag det känns helt meningslöst.

4.3 Inköp av fisk och samarbetet med leverantörer

Här redovisar vi hur köksmästarna resonerar kring inköp av fisk/torsk samt hur de uppfattar sitt samarbete med leverantör(er).

Vid fiskköp är pris och kvalitet de faktorer som mest påverkar beslutet om vilken fisk som ska köpas. För någon kommer kvalitet som nummer ett och pris i andra hand, för någon annan var det tvärtom. Inköpet av fisk kan variera beroende på när fisken ska serveras. Lunchfisk är hos alla tillfrågade något billigare och vid köp av denna råvara måste köksmästarna ta större hänsyn till pris som beslutspåverkande faktor. Vid köp av lunchfisk sätter de tillfrågade alltså pris som mest påverkade faktor, däremot finns alltid kvalitetsaspekten med även här.

Kvalitet är i första hand färskhet berättar en av de tillfrågade. Klara ögon och fräsch doft av hav (inte fisk) är tecken på färsk fisk och god kvalitet. X talar om hur kvaliteten bäst kan ses först när filén är synlig och att det på sätt och vis är bra att köpa färdigfiléad fisk av det skälet. Storlek är enligt Z ett kvalitetsmått då stor fisk är enklare att arbeta med och ger fler möjligheter i matlagningen.

I sin yrkesroll ser undersökningspersonerna ingen fiskart som direkt bättre än de andra. De flesta

fiskar går att laga mat på och vissa ställer mer krav på kocken vilket bara kan ses som en positiv utmaning, tycker X. Samtidigt berättar respondenterna att vissa fiskar är mer populära än andra, liksom olika delar på fisken uppskattas mer eller mindre.

Respondenterna har däremot personliga favoritfiskar som de gärna tillagar och vill sälja till sina gäster. Två av de tillfrågade nämner gösen som en av sina favoritfiskar och berättar också hur god tillgång på denna fiskart också talar för den. Fjärsing och havskatt är andra personliga favoriter som däremot inte blir serverade på restaurangerna så ofta. Z talar mycket om hur det beror på vilken sorts rätt man ska laga, men talar ändå extra varmt om torsk liksom strömming. Ur kvalitetshänsyn nämns vid tre tillfällen laxen som en sämre fisk som däremot är både populär och efterfrågad bland lunchgäster, samt alltid i god tillgång. Vid flertalet gånger under intervjuerna återkommer de svarande till att priser och/eller kvalitén styr väldigt mycket i valet av fisk och i viss mån även tillgången. X skiljer sig något från de andra med att vid ett par tillfällen understryka hur det är viktigt att kunna prata för sin fisk och varför man väljer den, även de andra tillfrågade nämner dock hur viktigt det är att kunna stå för den mat de serverar.

De flesta av köksmästarna vi intervjuade väljer att arbeta med två eller flera olika fiskleverantörer på grund av att fisk och skaldjur säljs till ett dagspris, som skiftar dag för dag och mellan olika leverantörer beroende på den kvantitet de får in av respektive fiskart. Ibland händer det också att respondenterna själva tar sig till fiskeauktionen i Göteborgs hamn, för att direkt köpa den färska fisken.

Som första prioritet ser köksmästarna att de har en bra, ärlig och kontinuerlig dialog med sina fiskleverantörer. Andra viktiga egenskaper är att fiskleverantörer ger en god service och kan erbjuda råvaror av hög kvalitet till ett bra pris, samt att leverantören har en god ekonomi. Flexibilitet är viktigt hos både leverantör och restaurang då man måste kunna anpassa sin meny efter fiskarnas fångster som varierar dag från dag, gällande både mängd och sort.

För att minska den biokemiska nedbrytningsprocessen i fisken så mycket som möjligt krävs mycket god hygien genom hela transportledet fram till restaurangen, förklarar Q. Han kräver att leveransen håller rätt temperatur, att de är korrekt förpackade i helt, rent och väl slutet emballage och att fisken levereras in i köket och inte utanför dörren.

Respondenterna ger en bild av att leverantörer verkar lyssna mycket på vad de vill ha. Q och Y berättar att deras leverantörer vet vad de vill ha och försöker därför inte sälja några nya fisksorter till dem medan en av de andra deltagarnas leverantörer ständigt ger förslag på nya spännande fiskar och i vissa fall ger de även förslag på tillredning, vilket han som kökschef anser sig klara av ganska bra själv.

Z litar nästan blint på leverantörens ord och ger dem ofta fria händer gällande fisksort bara den levereras med toppkvalité och till ett bra pris. Han berättat att fiskleverantörer naturligt försöker sälja de fiskar/skaldjur de får in för dagen.

Informationen från leverantörer till restauranger om torskdebatten verkar hållas låg. I något fall brukar leverantören leta efter alternativ till torsk, men det ser vi inte som vanligt förekommande. Z tror att leverantörerna kommer att fortsätta sälja torsk så länge de får och X är osäker på hur leverantörer ser på debatten då deras jobb ändå är att sälja fisken och han uppfattar det som om kanske inte alla bryr sig om bestånden.

Resonemang kring varför man över huvud taget fiskar torsk har också kommit upp i våra intervjuer. X berättar att enorma bifångster, av framförallt småtorsk, bara mals ner i en kvarn på fiskebåtar och ut i havet igen, då fiskarna vill fylla sina fiskekvoter med den mest värdefulla fisken istället. Vidare poängterar han att man måste värna om arterna och hävdar därmed att det krävs ett totalt fiskestopp på torsk för att arten ska överleva långsiktigt. Han menar dock att ett totalt fiskestopp av en art skulle komma att leda till att man snart måste sluta fiska en annan art, och att det till slut kanske bara skulle finnas odlade fiskar kvar i handeln.

4.4 Miljömärkt fisk och miljömärkning utav restaurang

En del av våra frågor handlade om hur tillgången på miljömärkt fisk upplevdes och hur den var som råvara. Vi frågade också hur de såg på miljömärkning av restaurang i marknadsföringssyfte och om det kunde vara en bra idé att gå ut med att man inte säljer hotade arter.

Någon tillgång på miljömärkt fisk upplever inte respondenterna. ”Kravfisk, finns det?”, säger Y och berättar att han inte känner till någon miljömärkning när det gäller fisk. På frågan om han stött på miljömärkt fisk svarade X att han inte sett mycket av det och inte kan ge något exempel på det och Q svarar på samma fråga att han inte jobbar med det alls. Som ett bättre miljöval nämner några av de tillfrågade odlad fisk, men inte heller den upplevs som perfekt. X berättar:

Jag vet inte hur man skulle kunna kravmärka odlad fisk, för det är ju ändå någonstans i någon ände som någon/något blir lidande. Det måste ju vara en odlad art som äter sådan föda att den inte påverkar någon annan art.

De erfarenheter som ändå nämns om miljömärkt fisk och miljömärkta råvaror, visar en viss skepsis mot dessa. Respondenterna tror inte heller på en stark marknadsföringsmässig nytta av miljömärkningen. Bland annat är det alldeles för dyrt med många miljömärkta råvaror. Q berättar:

Det är ungefär som att köpa grönsaker, skulle du köpa en KRAV-märkt morot så är den dubbelt så dyr, det är ju löjligt det funkar inte. Jag vet att det är vissa restauranger som jobbar med en kravmärkt rätt eller så, jag har själv jobbat på en sådan restaurang och den säljer inte mer den här rätten, den är ju snarare dyrare den här rätten bara. Men du känner ju ingen skillnad på smaken.

Samtidigt visar mycket av respondenternas resonemang på en öppenhet och förhoppning om ett bättre utbud av ekologisk fisk med bra kvalitet och pris, för enligt en av köksmästarna finns det en efterfrågan på kravmärkta/ekologiska råvaror. Men som det ser ut i dag, då de upplever en sämre kvalitet och ett högre pris på de ekologiska än icke ekologiska råvarorna så har respondenterna varken viljan eller ekonomin att köpa de miljömärkta alternativen. Så här uttrycker sig Y: ”Du kan inte ta ut 50-70 eller 100 % mer av en sådan produkt, det går inte ens med bilar.”

Vi vill påpeka för läsaren att vi känner en viss osäkerhet ifall resonemangen kring miljömärkta råvaror ibland handlade om endast fisk eller alla livsmedel.

Det fanns en viss tro på möjligheterna med att marknadsföra sig med att man endast serverar fisk som är bra ur miljöhänsyn. Däremot tror respondenterna inte att det räcker med det. För att fungera som restaurang måste man vara bra på det man gör och laga god mat tyckte respondenterna. Y nämner hur man även måste konkurrera med kvalitet och pris, även om man är miljömärkt. Z säger rätt ut att han inte vet vad som krävs för att bli miljömärkt och inte vet ifall det skulle vara till någon nytta när det gäller marknadsföring.

4.5 Restauranger som samhällspåverkare

Som ett led i frågorna kring torskdebatten frågade vi också respondenterna hur de såg på restaurangers roll som samhällspåverkare. De rådde skilda meningar i frågan och de svarande kunde inte alltid själva riktigt svara vad de tyckte i frågan. Köksmästarna trodde ändå att man kan påverka samhället. Q nämnde angående torsk att det ändå var restaurangerna som serverade den och att eventuellt efterfrågan skulle gå ner om de slutade servera. Y svarade efter en del fundering att det inte ligger i restaurangers roll och fortsätter: ”Hade jag velat bli opinionsbildare så hade jag inte varit kock då hade jag varit politiker.”

X känner att det till viss del ligger i restaurangernas roll, men är osäker. Han säger: ”Jag tycker ändå att man bör värna om arterna då, och då får man ju uppfostra sina gäster som jag har gjort i alla år, lära dom att äta rätt.” Z känner inte att det riktigt ligger i deras ansvar att påverka samhället men berättar hur de diskuterar dessa frågor internt och när torskdebatten var som starkast lät man bli att servera torsk och på så sätt lyssnar man till samhällsklimatet mer än att försöka påverka det. Han avslutar resonemanget med att säga: ”Som restaurang måste man ju anpassa sig efter efterfrågan eller gästernas önskemål.”

5. Diskussion

Här presenteras den analys vi gjort av resultatet och ser hur vårt resultat stämmer överens med de modeller och undersökningar som presenterats i litteraturgenomgången.

När vi kategoriserat de olika svaren kan vi även se på vad som ligger bakom de olika resonemangen. Vi fann hur respondenterna utgick från några återkommande aspekter i sina resonemang. Även om de olika resonemangen hänger samman finner vi hur en utgångspunkt påverkar mer än en annan och på så vis ger skilda resonemang olika tyngd, det vill säga att respondenterna ställer vissa utgångspunkter högre än andra från fall till fall. De utgångspunkter vi fann i resonemangen var:

- Ekonomi
- Kvalitet – Funktionell kvalitet och ätkvalitet (tekniska och sensoriska egenskaper)
- Moral och miljö

Respondenterna nämnde alla hur viktigt det är med en god kundomsättning för att överleva som restaurang, hur priser påverkar dem starkt vid inköpsbeslut och hur de i sin yrkesroll, när allt kommer till kritan, måste tjäna pengar. Ekonomiska aspekter finns med i resonemang kring miljöfrågor liksom val av råvara. Miljömärkta varor används inte så länge de kostar mer än icke miljömärkta med likartad kvalitet. Torsk av mindre storlek, som anses något tråkigare att arbeta med och uppfattas som sämre ur miljöhänsyn, används till luncher eftersom priset på råvaran är bra.

Samtidigt ställs moral högre än kvalitet och ekonomi, som när en av respondenterna väljer att inte arbeta med torsk även om den är mycket god, enkel att arbeta med och omtyckt av gäster. Respondenterna väljer också att inte köpa Östersjötorsk även om den finns att tillgå, detta för att de tycker det känns fel. I den här frågan spelar kvaliteten också roll då storleken på torsken från Östersjön uppfattas som genomgående mindre, men det är moralen som väger starkast i beslutet.

Även kvalité väger starkast i en del resonemang. Vid inköp är kvalitén viktig för alla svarande. Bland annat nämner en hur han ger leverantören ganska fria händer att välja fisk åt dagens lunch, så länge de fortsätter leverera fisk av högsta kvalitet.

Han nämnde i intervjun hur kvalitet är högsta prioritering för vilken fisk som ska väljas och därför varierar utbudet på restaurangen med kvalitén på de fångster som kommer in till leverantören. En annan nämnde hur han mest valde att servera torsk under en viss period på året då kvalitén på fisken var högre och lät bli att köpa torsk ibland även om priset var bra.

Samtidigt som vi tydligt fann dessa olika utgångspunkter i resonemangen, kan en rangordning inte genomföras. Bland annat då frågorna inte är ställda av kvantitativ karaktär, men också eftersom det skiljer sig från resonemang till resonemang.

Skulle vi jämföra resultatet med de modeller vi läst upptäcker vi en del likheter. Både Gustafsson (2004) och Shepherd (1999) nämner hur priset påverkar oss när vi väljer livsmedel och Shepherd visar även på hur den sensoriska kvalitén, eller i hans modell den av individen uppfattade sensoriska kvalitén, påverkar oss.

Även Kotler (2001) och Barough & Fattahi (2005) visar på en del lika likheter med det vi funnit. I deras modeller visas hur omgivningen påverkar i form av politiskt klimat, samhällsklimat, kulturella normer m.m. Det här ser vi som samma sak som när respondenterna i vår undersökning berättar om hur skriverier i media och torskdebattens intensitet påverkar dem i beslutet att sätta eller inte sätta torsk på menyn. En annan likhet mellan modellerna och vår undersökning är att relationen mellan köpare och säljare är viktig. Några av köksmästarna resonerade kring vad som var viktigt hos en bra leverantör och nämnde då bland annat pålitlighet men också god kommunikation i form av möjligheten till dialog och flexibilitet gällande vad som ska köpas för dagen. Köksmästaren är beroende av sin leverantör och genom att lita på denne förenklas mycket av det dagliga inköpsarbetet, inte minst när det gäller fiskleverantörer vars sortiment ofta kan skilja sig från dag till dag.

När respondenterna nämnde vad som var viktigt med leverantörer nämnde de just service och liknande faktorer som viktiga, mer än priset. Det här stämmer överens med vad Esbjerg och Skytte (1999) skriver om hur västeuropeiska livsmedelskedjor anser dessa faktorer vara mer viktiga hos sina fiskleverantörer än vad priset är. En av våra respondenter skiljer sig både från modellerna och de andra svarande, genom att poängtera hur viktig hygien är hos leverantören. Det här kan bero på att han har speciella personliga erfarenheter i just den frågan, men det visar också på frågans bredd och svårigheten att göra en precis bild av vad som gör en bra fiskleverantör.

Näring och hälsa nämner Shepherd (1999) och Gustafsson (2004) vara påverkande faktorer när människor väljer livsmedel. Dessa aspekter kom aldrig upp i någon av våra intervjuer. Det här är intressant och frågan är om dessa aspekter endast är viktiga när den som köper in livsmedlet också är den som ska tillaga det och äta den färdiga produkten. I Shepherds modell finner vi ingen förklaring till det här, och inte heller Neira och Engles (2003) undersökningar, av vad restaurangchefer ser som viktigt vid fiskköp, visar på näringsaspekterna som viktiga. Kanske är det endast i konsumentled som det är viktigt, men det kan också bero på vilken typ av restaurang man undersöker, eller så finns det här med i köksmästarnas resonemang, men är inga hjärtefrågor.

Esbjerg och Skytte (1999) visade i sin rapport att västeuropeiska detaljhandlare såg ursprung som mycket viktigt när de valde fisk. I vår undersökning ser vi att ursprunget är viktigt på sätt och vis. Det som vi fick fram var att ursprunget, eller ursprungsmärkning, är viktig eftersom det finns vissa fiskar köksmästarna inte vill ha. Torsk från Östersjön var något som ingen serverade och torsk från Kattegatt lät någon bli. Samtidigt var ursprunget inte något starkt argument på så vis att det var just torsk från en plats som man helst ville ha. Z nämnde i och för sig hur nästan all deras torsk köptes in från Norge, men varför kom inte upp i resonemanget. Det skulle väl vara för att det endast var därifrån som han fick så stor torsk som han ville ha, tänker vi.

En intressant fråga gällande ursprunget är hur just Östersjötorsken fått så dåligt rykte. Mycket beror nog på att det rapporterades kraftigt om just Östersjötorskens hotade situation, samt att det är därifrån majoriteten av svensk torsk fångas. Det som vi sett i litteraturen är hur torsken är nära utrotningshot i de flesta hav och båda de guider som vi läste rekommenderade människor att inte äta torsk generellt, inte bara den ifrån Östersjön. Här kan vi fråga oss om vi endast bryr oss om att torsken i framtiden ska finnas i våra svenska vatten, eller om vi inte får tillräckligt med information om den hotade situationen i helhet. I en av intervjuerna nämndes om hur torsken försvunnit i haven utanför Kanada och att den inte återvänt. Som vi förstår är det något sånt som ingen av köksmästarna vill ska hända Östersjötorsken. Men frågan är om det inte också är lätt att låta bli Östersjötorsk eftersom den ändå inte är lika stor, och på så vis inte lika enkel att arbeta med, som den från Nordsjön och Nordatlanten.

Ett annat urvalskriterium för köksmästarna när de köper torsk är storleken. De flesta använder endast stor torsk och de ser den mindre torsken som sämre, bland annat på grund av att den skulle vara sämre av miljöhänsyn. Som bland annat artikeln skriven av Sempler (2004) visar, så är det dock inte bra att fiska den största torsken heller. Under det här arbetets gång har vi vid flera tillfällen stött på uppfattningen att liten fisk är mindre bra och att vi bör äta fisk av större storlek, det här står bland annat i WWF:s konsumentguiden (2004). Vi vet inte vad som är rätt och fel, men istället för att ställa källor mot varandra konstaterar vi bara en osäkerhet i frågan och uppfattar det ändå som om de flesta går efter mottot: ”större är bättre”.

Även om både ursprung, storlek och andra faktorer påverkar torsken som livsmedel ur såväl ekonomisk som kvalitetshänsyn, slutar många resonemang i frågan om miljö. Några av de intressantaste resultaten i vår undersökning är gällande miljödebatten och hur den påverkat köksmästarna liksom restauranger. Vid något tillfälle hade var och en av respondenterna stopp på torsksservering. Idag serverar alla den även om en inte hade den utskrivna på menyn. När vi ser till vårt resultat och frågar oss varför, så får vi flera svar.

En intressant aspekt är hur debatten inte slutar i konkreta svar eller lösningar. En av respondenterna gav ett tydligt utlägg om hur han var osäker på hur det egentligen ligger till med torskens utrotningshot. För många olika åsikter från olika håll, samt en egen upplevelse om att det ändå finns gott om torsk, gjorde att han till slut bestämt sig för att servera torsk. Skulle det väl sägas svart på vitt, från enade källor, att vi måste sluta äta torsk, så skulle han inte servera den. Det här problemet nämnde även de andra respondenterna liksom Erikssons (2002) C-uppsats, och tendensen är att man än så länge fortsätter som vanligt. Kanske var det en överdriven reaktion att under en period låta bli att servera torsk och frågan vi ska ställa oss är varför man lät bli. Det här hänger också ihop med frågan om restauranger som samhällspåverkare. Vi får känslan av att det tillfälliga serveringsstoppet mer var en följd av debatten än en del utav den. Vid den intensiva mediarapporteringen passade det bra att vara en av dom som inte serverar torsk, men serveringsstoppet var inget man med glädje gått och väntat på. När sen efterfrågan från konsumenterna åter fanns så hade man inga problem att återgå till servering av torsk. Är det då pengarna som till sist avgör, eller osäkerheten om vad som är rätt eller fel? Respondenterna trodde de hade en viss påverkan på samhället men att nog opinionsbildning ändå ska skötas av andra. En viss ansvarskänsla kunde de ändå inte låta bli att känna och lika svår som frågan är för dem blir det för oss att säga vad som till sist fick dem att sluta servera torsk.

Torskdebattens påverkan på gäster idag, uppfattas något olika av respondenterna. Det här kan ha att göra med hur olika restauranger kan ha olika slags gäster. Rosscup Riepe (1999) skriver om hur restaurangers inköpsbeteende påverkas av bland annat kundkategori och inköpsbeteendet i sig uppfattar vi påverkas av kökmästarnas uppfattning om kundernas åsikter. Vad som ändå kommit

fram i undersökningen var hur en restaurangs gäster var intresserade av att veta vilken torsk de fick serverad, i alla fall när debatten kommer upp i media. Däremot så lät de inte bli att äta torsk på grund av det. I en annan restaurang var också gästerna intresserade och där var det mycket svårt att sälja torsk om det samma dag stått något dåligt i tidningarna. Det här kan bero på att restaurangerna har olika slags gäster, men vi tror också det beror på hur personalen agerar. Köksmästaren i det första exemplet informerar gästerna om den torsk han serverar, vilka han uppfattat ändå kommit dit för att äta den. Köksmästaren i det andra exemplet har också en dialog med gästerna, men har redan en uppfattning om hur de tycker och försöker istället få dem till att prova andra fiskar. Här kan man alltså fråga sig om de skiljda uppfattningarna om gästers vilja att äta torsk, inte mest beror på köksmästarnas egna viljor att servera andra fiskar.

Även om debatten inte påverkar köksmästarna lika kraftigt idag som för några år sedan, märker vi ändå hur den hela tiden finns med i resonemangen. Som det ser ut nu tror vi det behövs en starkare debatt än förr eller några tydliga svar på frågorna, för att restauranger ska ändra sitt beteende gällande torsksservering. En sak till, som drastiskt kan ändra på torsksserveringen, är ifall fisken plötsligt inte längre finns att tillgå, men den situationen hoppas vi inte uppstår.

6. Metoddiskussion

För att svara på undersökningens syfte var intervjuer den bästa metoden. Att fånga uppfattningar och resonemang gör man enklast med öppna frågor och frågornas följd liksom form måste kunna ändras under intervjuens gång. Vi kan inte tänka oss att utföra intervjuerna i större grupper, då ämnet är något känsligt och deltagarna är konkurrenter. Med de personliga intervjuerna där varje respondent fått vara med och styra intervjuens takt, tror vi att vi uppnått en bekväm miljö som skapat ett förtroende till varandra så att åsikterna varit ärliga.

Under urvalsprocessen fanns funderingar på att välja fler restauranger som inte serverar torsk eller fisk eller endast serverar lite av dem. Vi tänkte också att vi skulle intervju restauranger av ännu lägre prisklass (enkla lunchrestauranger). Men med tiden kom vi på att vi inom dessa inte kunde vara säkra på att finna kunniga personer i just de frågor vi ställer och att vi på så sätt fått vara mindre specifika i ämnesvalet. Genom att välja fisk och skaldjursdominerade restauranger, av mellan- och hög prisklass, trodde vi att vi skulle minska risken för intervjuer där respondenten inte hade åsikter eller erfarenheter i ämnet.

Vi har också funderat på mängden restauranger att intervju. Till början hade vi planer på att intervju sex restauranger. Men efter tre intervjuer kände vi, att även om svaren skiljde sig åt i karaktär så var de oftast samma saker som kom upp. När vi sen också hade svårt att få tag i personer som ville delta, bland annat på grund av ämnet, så kände vi att fyra intervjuer var tillräckligt. Efter läsning av metodlitteratur (Trost, 1997), där antalet intervjuer i en liknande kvalitativ undersökning rekommenderades till ca 4-5, så var beslutet gjort.

Med den öppna formen har intervjuguiden inte följts allt för noga, varken till frågornas följd eller formulering. Den fungerade mer som hjälp för oss under intervjun och gav oss möjlighet att se till så vi fick med det som var tänkt. Den öppna formen gjorde också att vi kom in på frågor som vi inte hade tänkt oss, något som i det här fallet var mycket positivt.

Det var ett bra val att vi båda var med och utförde varje intervju. Själva utförandet hade nog varit likadant om endast en av oss intervjuade, men det hade varit risk för väldigt olika intervjuer ifall vi utfört hälften var. Analysen hade sen också blivit sämre, då vi i analysfasen hade i åtanke hur personerna sagt saker och vilket kroppsspråk de använde.

Det finns för- och nackdelar med att utföra intervjuerna på respondenternas arbetsplats. De mesta ser vi dock som fördelar. På så vis fick vi en bättre bild av hur det är att vara gäst på restaurangerna och då kan vi lite enklare förstå köksmästarnas resonemang i vissa frågor. Eftersom restauranger har sina kunder hos sig känns det just som en bra idé att utföra intervjun där, för att få en bättre helhetsbild. Hade vi intervjuat en person på ett kontor någonstans hade det inte varit lika viktigt av det skälet. De svarande kändes också trygga i miljön och det hade varit mycket svårare att få dem till intervju om vi varit på annan plats.

Vi valde att inte presentera respondenterna djupare i arbetet då det hade givit oss problem med att hålla materialet konfidentiellt. Även om vi inte använt namn finns vissa detaljer om dem och deras arbetsplatser som kan vara unika. Det här är ett av de etiska ställningstaganden vi tagit under

arbets gång. Vi har också varit tydliga vid intervjutillfället att de ska säga till om frågorna vi ställt känns fel och att de inte behöver svara på dem. Vi kände att ämnet var av något känslig karaktär och kanske hade vi fått fram mer information om vi pressat respondenterna något mer vid intervjun. Samtidigt gjorde vi inte det av det skälet att vi ville vara ärliga mot dem med att intervjun inte skulle vara av stötande karaktär.

Att spegla en så stor fråga som torskdebatten är inte lätt. Vi har försökt belysa de delar av debatten som uppkommit vid flera tillfällen och på fler olika håll. När vi speglar en debatt känner vi också att det är bra att använda oss av både vetenskapliga och mindre vetenskapliga källor, eftersom det troligen är en blandning av dessa som påverkar köksmästare.

Det har också varit svårt att finna exempel på analysmetoder att använda i arbetet. Även om Trost (1997) liksom Starrin och Svensson (1994) skriver att den kvalitativa analysens form är mycket upp till forskaren själv, kände vi viss osäkerhet i den hur vi skulle göra. Vi tror att vi med erfarenheten blir visare och skulle i framtiden kunna utföra ett bättre kvalitativt arbete. Våra problem med analysen kan också bero på att vi genom skolan fostrats i ett mer kvantitativt tänkande med klarare metoder och tydliga regler för vad som är rätt och fel.

Ämnet i sig har också visat sig vara av känslig karaktär, bland annat ville en del personer inte delta i undersökningen på grund av risken att ta ställning i debatten och bli beskylld för att vara mot fiskarna eller mot miljön. Eftersom frågorna är känsliga tror vi också att svaren blir något lidande. Även om respondenterna var öppna med sina åsikter och inte ansåg frågorna vara stötande, kan det ändå tänkas att vi fått en del friserade svar. Vi var övertygliga med hur inga åsikter är fel och hur det just är de personliga resonemangen som är mest intressanta. Kanske ville köksmästarna ändå ge oss de ”rätta” svaren för att inte förstöra sitt rykte, de kanske helt enkelt inte kunde kliva ur rollen som representanter för en restaurang.

undersöka

7. Referenser

Alexandersson, K. (2006). *Vi kan inte stå utanför*. [www] Hämtad 12/4 2006.
<http://www.restauratoren.se/zino.aspx?articleID=12641>

Andersson, K. (2006) *Fisk & Fiske: Svenska Fiskarter*. [www] Hämtad 20/3 2006.
<http://hem.passagen.se/kent.andersson/>

Barough, M. & Fattahi, M. (2005) *Retail and wholesale buying behaviour for two different food product in six eastern european countries*. Luleå: Luleå University of Technology, Department of Business Administration and Social Sciences.

EKU – Delegationen (2001) *Arbetsgrupp J Slutrapport*. [www] Hämtad 2006.
<http://www.eku.nu/doc/ekuDel/ekudel-livsmedel.pdf>

Eriksson, J. (2002). *Så bereds en torsk inför förhandlingsbordet, från vetenskap till politik*. Lindköping: Lindköpings Universitet, Institutionen för tematisk utbildning och forskning.

Eriksson & Larsson. (2004). *Oönskad effekt av torskdebatten*. [www] Hämtad 12/4 2006.
<http://www.gp.se>

Esbjerg, L & Skytte, H. (1999). *Retail and wholesale buying for two different food products in six eastern european countries*. (Working paper no. 66) Aarhus: The Aarhus School Of Business.

Fish online. (2006) *Welcome to Fish Online*. [www] Hämtad 30/3 2006. <http://www.fishonline.org>

Fiskeriforskning. (2002). Evaluation of wild cod versus wild caught, farmed raised cod from Norway by Dutch consumers. *Økonomisk fiskeriforskning*, 02, 44-60.

Fiskeriverket. (2006). *Torsk – Gaudus morhua*. [www]
<http://aktuellt.fiskeriverket.se/konsument/Article.asp?ArticleId=68>

Fiskeriverket. (2001). *Pressinformation: Allvarligt hot mot torskbestånden på västkusten*. [www] Hämtad 18/3 2006. http://www.fiskeriverket.se/pressrelease/filer/torskprojekt_steg2.pdf

Fredriksson, P. (2004). *Miljömärkning som fiskeredskap*. [www] Hämtad 30/3 2006.
<http://arkiv.krav.se/arkiv/vildfisk/miljomarkningsomfiskeredskap.PDF>

GFA. (2006) *Göteborgs fiskeauktion*. [www] Hämtad 30/3 2006.
<http://www.gfa.se>

GP. (2006) *Göteborgsposten – Mat & Dryck – Uteätarna*. [www] Hämtad 18/3 2006.
<http://www.gp.se/gp/jsp/Crosslink.jsp?d=242&a=142482>

Griffith, C. (2004) *Food Sustainability: Diverging Implications*. Bradford, UK: Emerald Group Publishing Limited.

Gustafsson, I-B. (2004). Culinary arts and meal science – a new scientific research discipline. *Food Service Technology*, 04, 9–20.

Hirsch, D. (2002). *Krogen torskar inte på torskfritt*. [www] Hämtad 1/6 2006.
<http://www.restauratoren.se/zino.aspx?articleID=8733>

Hirsch, D. (2003). *Mannerström i Hall of Fame* . [www] Hämtad 20/4 2006.
<http://www.restauratoren.se/zino.aspx?articleID=4238>

ICA. (2002). *ICA skärper inköpskraven för torsk*. [www] Hämtad 30/3 2006
<http://www.waymaker.net/bitonline/2002/04/15/20020415BIT00210/wkr0002.pdf>

ICES. (2006) *International council for the exploration of seas*. [www] Hämtad 18/3 2006
<http://www.ices.dk/indexfla.asp>

ISO14000. (2006) *ISO 14000*. [www] Hämtad 1/6 2006
<http://www.sis.se/DesktopDefault.aspx?tabname=@iso14000>

Konsumenternas. (2004). *Kunskap om Behov och val*. [www] Hämtad 20/3 2006.
<http://www.konsumenternas.se/11verk/kampanj/ekolivsstil/kunskapvalbeh.html>

Kotler et al. (2001) *Principles of marketing*. London: Prentice Hall.

KRAV. (2006). *KRAV Ekonomisk Förening – Livsmedel för konsument*. [www] Hämtad 30/3 2006.
<http://www.krav.se/produktlista/produkter.asp?strCatSpec=1801>

Kura, Revenga, Hoshino & Mock (2004) *Fishing for Answers: Making Sense of the Global Fish Crisis*. Washington: World Resource Institute

Kurlansky, M. (1999) *Torsk – En biografi över fisken som förändrade världen*. Sthlm: Ordfront förlag.

Lindberg, A. & Petersson, R. (2005). *Svenska livsmedel – Varför?* Alnarp: Sveriges Lantbruks Universitet, Institutionen för jordbrukets biosystem och teknologi.

MCS. (2006). *About MCS*. [www] Hämtad 30/3 2006.
http://www.mcsuk.org/contact_us/about_mcs.htm

MSC. (2006) *About MSC*. [www] Hämtad 30/3 2006.
http://www.msc.org/html/content_462.htm

Neire, I. & Engle, C. (2003). *Potential for Restaurant Markets for Tilapia in Nicaragua*. (Aquaculture CRSP research report 03-192) Pine Bluff: University of Arkansas

Riksdagen. (2006). *Riksdagen – Kammarprotokoll*. [www] Hämtad 30/3 2006.
http://www.riksdagen.se/webbnav/index.aspx?nid=101&dok_id=GP0915&bet=2001/02:88

Restaurangguiden. (2006) *Restaurangguiden Göteborg*. [www] Hämtad 18/3 2006.
<http://www.restaurangguiden.com/rg.asp?gd=gbg&sprak=>

Rosscup Riepe, J. (1999). *Marketing Seafood to Restaurants in the North Central Region*. (North Central Regional Aquaculture Center Fact Sheet Series #110) West Lafayette: Purdue University, Department of Agricultural Economics.

Samuelsson, A. (2003). *Torsknytt*. [www] Hämtad 30/3 2006.
http://www.oresundsfonden.m.se/under_ytan/UYmar03.pdf

Sempler, K. (2004) *Överfiskning har förändrat torskens gener*. [www] Hämtad 30/3 2006.
<http://www.nyteknik.se/art/36067>

Shepherd, R. (1999) *Social determinants of food choice*. (Nutrition Society volume 58) [www] Hämtad 30/3 2006. <http://www.ingentaconnect.com>

SNF. (2006). *Torsk*. [www]. Hämtad 30/3 2006.
<http://www.snf.se/verksamhet/kust-hav/fiskarter/livet-fiskar-torsk.htm>

Sportfiskarna-Gbg. (2002). *Nyheter och notiser – Arkiv 2002*. [www] Hämtad 20/3 2006.
<http://www.sportfiskarna-gbg.o.se/sp.vast/sportfiskenyheter02.htm>

Starrin, B. & Svensson, P-G. (1994). *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur.

Svanen. (2006). *Nordic Swan – Ecolabelling for Restaurants*. [www] Hämtad 30/3 2006.
<http://66.45.250.141/swanportal.html>

Svensk Fisk. (2006). *Svenskt sillfiske godkänt för KRAV-märkning*. [www] Hämtad 11/5 2006.
<http://www.svenskfisk.se/servlet/news?action=view&id=291>

Svensk Fisk. (okänt). *Fakta om fisk och skaldjur*. Göteborg: Svensk Fisk.

Sveriges Radio (2005) *Svartfiske största hotet mot Östersjöns torsk*. . [www] Hämtad 1/6 2006

<http://www.sr.se/ekot/arkiv.asp?DagensDatum=2002-12-05&Artikel=155948>

Trost, J. (1997) *Kvalitativa intervjuer*. (2:a uppl.) Lund: Studentlitteratur

Världsnaturfonden. (2004). *Fisk till middag?: WWF:s konsumentguiden för miljövänligare köp av fisk- och skaldjursprodukter*. (3:e uppl.). Solna: Världsnaturfonden

Bilaga

Intervjuguide

Servering /Gäst + allmänt/fakta

- Vilken slags mat inriktar sig er restaurang på?
Har ni mycket fisk på menyn?
Hur viktigt anser ni det är med fisk som alternativ på menyn?
- Hur tänker ni när ni väljer vilka fiskar som ska köpas?
Vilka olika fiskarter serverar ni?
Föredrar ni några fisksorter före andra?
Vilka kriterier är viktiga?
- Serverar ni torsk? (EVENTUELLT)
Hur ofta serverar ni torsk?

Allmänt/fakta

- Vad tycker Ni om torsken som fisk och som ”råvara”?
Lyxvara – enkel fisk?
Smak – Kvalitet?
Skillnad på torsk och torsk, storlek, ursprung och säsong?
Skillnad på torsk från östersjön, osv, odlad torsk?
Lätta att arbeta med?
Är den lätt att få tag på?
Vilka för och nackdelar finns det med att servera / inte servera torsk?
- Hur ser ni på torsk som råvara ur ett ekonomiskt perspektiv?
Hur står torsken i kvalitét och pris i förhållande till andra fiskarter?
Hur tycker ni torskens prisläge har ändrats?
- Hur känner ni för alternativa fiskar specifikt till torsken?
Om det finns alternativ, vad väljer ni då? Vad föredrar ni? Hur prioriterar ni?
Vilka faktorer är det som avgör ert beslut?

Leverantörer

- Hur köper ni er fisk/torsk?
- Vilka egenskaper anser ni är viktiga för en fiskleverantör?
- Hur arbetar leverantörer med att sälja och informera er om fiskar?
Försöker de sälja in andra fiskar till er än vad ni frågar efter?
Hur marknadsför han torsken för Er?
Hur ser utbudet ut hos er leverantör av torsk?

Miljö & Märkning

- Vad känner ni angående torskdebatten och hur den påverkat dig samt

restaurangen?

Har ni upplevt att gästers attityder ändrats?

Kunskap om hotade arter?

- Hur ser du på restauranger / er restaurang som samhällspåverkare?

- Säg att ni kraftigt marknadsför er som en miljö-restaurang (tex Svanmärkt) hur tror ni det skulle "slå igenom" hos gästerna?

Vad tror ni skulle hända om ni gick ut (marknadsförning) med att ni inte alls serverar torsk?

- Hur upplever du tillgången till KRAV, Eko, Miljömärkta fiskar?

Övrigt

- Är det något mer angående servering av fisk, torsk som råvara eller miljödebatten som ni känner att vi bör ta upp?

Innehållsförteckning

1. BAKGRUND	4
1.1 INLEDNING	6
1.2 LITTERATURGENOMGÅNG	7
1.2.1 Torsken.....	7
1.2.2 Torskdebatten och dess effekt på livsmedelsbranschen.....	8
1.2.3 Hållbara livsmedel.....	10
1.2.4 Miljömärkning av fisk & restauranger	10
1.2.5 Alternativa fiskarter och fiskemetoder.....	11
1.2.6 Modeller över köpbeteende och livsmedelsval.....	12
1.2.7 Köpbeteende på restaurang	14
1.2.8 Sammanfattning litteraturgenomgång	15
2. SYFTE.....	17
2.1 FRÅGESTÄLLNINGAR.....	17
3. METOD	18
3.1 URVAL	18
3.2 GENOMFÖRANDE - DATAINSAMLING.....	19
3.3 INTERVJUGUIDE.....	19
3.4 BEARBETNING OCH ANALYS AV DATA	20
4. RESULTAT	21
4.1 KÖKSMÄSTARES ALLMÄNNA UPPFATTNINGAR OM TORSKEN.....	21
4.2 HUR TORSKDEBATTEN PÅVERKAT KÖKSMÄSTARNA I SIN YRKESROLL OCH HUR DE UPPFATTAR DESS PÅVERKAN PÅ SINA KUNDER.....	22
4.3 INKÖP AV FISK OCH SAMARBETET MED LEVERANTÖRER.....	23
4.4 MILJÖMÄRKT FISK OCH MILJÖMÄRKNING UTAV RESTAURANG	25
4.5 RESTAURANGER SOM SAMHÄLLSPÅVERKARE	26
5. DISKUSSION.....	27
6. METODDISKUSSION.....	31
7. REFERENSER.....	33
BILAGA.....	37