



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Representation av det nordiska köket i London

Maria Mårdsäter
Anna Stokuca

| | |
|------------------|-------------------------------------|
| Kandidatuppsats: | 15 hp |
| Program: | Restaurangmanagerprogrammet, 180 hp |
| Nivå: | Grundnivå |
| Termin/år: | Vt 2011 |
| Handledare: | Lena Jonsson |
| Examinator: | Helena Åberg |



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

| | |
|------------------|---|
| Titel: | Representation av det nordiska köket i London |
| Författare: | Maria Mårdsäter & Anna Stokuca |
| Kandidatuppsats: | 15 hp |
| Program: | Restaurangmanagerprogrammet |
| Nivå: | Grundnivå |
| Handledare: | Lena Jonsson |
| Examinator: | Helena Åberg |
| Antal sidor: | 28 |
| Termin/år: | Vt 2011 |
| Nyckelord: | Norden, matkultur, Ny nordisk mat |

Sammanfattning

När man tänker på nordisk mat går tankarna oftast till rustik husmanskost. Den bilden håller nu på att ändras. År 2004 gick några av Nordens mest framstående kockar samman och skrev *Manifest för det nya nordiska köket* för att uppmärksamma Norden som matregion. Manifestet låg sedan till grund för programmet *Ny nordisk mat* som startades av Nordiska Ministerrådet år 2007. Manifestet och programmets mål är att återinföra traditionella tillagningsmetoder samt öka användningen av de fina råvaror som finns i Norden. Det nordiska köket ska presenteras genom innovativ skaparglädje där smakerna ska vara rena, fräscha och okomplicerade. Programmet *Ny nordisk mat* har visionen att göra det nordiska köket mer internationellt konkurrenskraftigt. Syftet med studien var att undersöka hur det nordiska köket representeras i London. För detta användes två metoder; dokumentanalys och öppen riktad intervju. I dokumentanalysen analyserades menyerna från fyra nordiskt profilerade restauranger. För att öka förståelsen ytterligare inom för ämnet intervjuades tre restaurangägare. Resultatet av studien visar att det nordiska köket representeras av samtliga restauranger i någon form. Representationen sker genom användningen av nordiska råvaror, tillagningsmetoder och smaker. Restaurangerna i studien är alla av olika karaktär. I London representeras allt från enklare lunchrestauranger till mer exklusiva. Studien visar att representationen av det nordiska köket uttrycker sig på olika sätt, beroende på vilken karaktär restaurangen har. Slutligen redogörs för restaurangägarnas framtidssyn, som visar på en tudelad inställning till det nordiska kökets framtid.

Innehållsförteckning

| | |
|---|-----------|
| Förord | 4 |
| 1 Inledning | 5 |
| 2 Bakgrund | 5 |
| 2.1 Norden..... | 5 |
| 2.2 Det nordiska köket och nordisk matkultur | 6 |
| 2.3 Manifest för det nya nordiska köket | 8 |
| 2.4 Programmet Ny nordisk mat | 9 |
| 2.5 Det nordiska köket internationellt..... | 10 |
| 2.6 Representation genom mat..... | 10 |
| 2.7 Sammanfattning av bakgrund samt problematisering..... | 11 |
| 3 Syfte | 11 |
| 3.1 Frågeställningar..... | 11 |
| 4 Metod | 12 |
| 4.1 Metodval | 12 |
| 4.2 Urval | 12 |
| 4.3 Genomförande..... | 12 |
| 4.4 Analys | 14 |
| 4.5 Etiska regler | 14 |
| 4.6 Reliabilitet och validitet..... | 14 |
| 5 Resultat | 15 |
| 5.1 Deltagande restauranger..... | 15 |
| 5.2 Dokumentanalys | 16 |
| 5.3 Intervjuresultat | 18 |
| 6 Diskussion | 21 |
| 6.1 Metoddiskussion | 21 |
| 6.2 Resultatdiskussion..... | 22 |
| 6.3 Förslag på fortsatt forskning | 25 |
| 7 Slutsats | 25 |
| Referenslista | 26 |
| Bilagor | |

Förord

Som två blivande restaurangmanagers är alla möten med branschen givande för oss. Vi vill tacka de restaurangägare som ställt upp på intervjuer och så givmilt delat med sig av den kunskap de besitter. Det har varit en mycket positiv och inspirerande upplevelse att få träffa er, Christoffer Hruskova på North Road och Charlotte Kruse Madsen på Madsen. Tack också restaurangägaren på Fika som tog sig tid att träffa oss trots en hektisk dag på arbetet.

Vi vill dessutom tacka vår handledare som ställt upp och pushat oss i den berg-och-dalbana som studier av denna karaktär innebär. Tack Lena Jonsson, för dina värdefulla råd och den hjälp vi fått under arbetets gång.

Vi vill också rikta ett stort tack till stiftelsen Praktiska Hushållsskolans Donationsfond som möjliggjorde vår resa till London. Utan det bidraget hade denna uppsats varit svår att genomföra.

Slutligen vill vi tacka alla de som på något sätt bidragit till att göra denna uppsats möjligt och tagit sig tid att lyssna och stötta oss på färden.

Göteborg den 13 maj 2011

Maria Mårdsäter & Anna Stokuca

1 Inledning

När man talar om det *nya nordiska köket*, vad menar man då? Det är, i sig, inget nytt restaurangfenomen. Restaurang Aquavit i New York öppnades 1987 och har sedan dess strävat efter att lansera nordisk mat internationellt. Det man menar när man talar om det nordiska köket idag är; fräscha smaker, fina råvaror och typiska tillagningsmetoder för regionen (Aquavit, 2011).

Manifestet *Manifest för det nya nordiska köket* kom till 2004 för att förstärka, förankra och modernisera det nordiska köket - något som många inom restaurangbranschen strävat länge för. Innan manifestet skapades fanns ingen tydlig struktur för hur man inom restaurangbranschen bör arbeta för att främja det nordiska köket, både på ett nationellt och internationellt plan.

Programmet *Ny nordisk mat* och manifestet är ett samarbete mellan de nordiska länderna tillsammans med nordiska kockar. För att kunna skapa ett nordiskt kök som är internationellt konkurrenskraftigt måste en tydlig plan och struktur finnas. Därför har 12 nordiska kockar gått samman och skrivit *Manifest för det nya nordiska köket*. I och med att manifestet fick en sådan genomslagskraft, startade det Nordiska Ministerrådet programmet *Ny nordisk mat* som varit verksamt sedan 2007.

Manifestet och programmet har varit verksamma i flera år. Det är därför intressant att se hur detta har mottagits utomlands, närmare bestämt i London, Storbritannien. I detta arbete undersöks vilka likheter som finns gällande smaker, tillagningsmetoder och råvaror i det nordiska köket i London, och det som förespråkas i *Manifest för det nya nordiska köket* och programmet *Ny nordisk mat*.

2 Bakgrund

I denna bakgrund klarläggas och tydliggörs begrepp som det nordiska köket, programmet *Ny nordisk mat* samt runt *Manifest för det nya nordiska köket*. Inom Norden ser matkulturen visserligen annorlunda ut, men man kan ändå hitta många råvaror och tillagningsmetoder som binder nationerna samman. En av anledningarna är att klimatet är likt över landsgränserna. Vidare klargörs också för de råvaror och tillagningsmetoder som är typiska för de nordiska länderna.

2.1 Norden

Samlingsnamnet Norden används för att benämna fem länder som ligger i norra Europa, dessa är Norge, Sverige, Danmark, Island och Finland. Det som är unikt för Norden är det starka samarbetet som pågår mellan nationerna och det sker inom många olika föreningar och organisationer. (Norden, 2011a) Det politiskt officiella samarbetet mellan nationernas regeringar startades 1971 och kallas för det Nordiska Ministerrådet och dess uppgift är att få länderna att samarbeta för att skapa bra förutsättningar. Dessa förutsättningar handlar om att det ska gynna länderna som enskilda nationer och inte Norden som region (Norden, 2011b, 2011c). Ett av de många samarbetsområden som finns handlar om näringslivet, syftet med området är att främja förutsättningarna att driva företag (Norden, 2011d). Det Nordiska Ministerrådet startade 2007 programmet *Ny nordisk mat* vars målsättning är bland annat att stärka Nordens näringslivsutveckling samt matkultur och värderingar genom gastronomi, turism och råvaror. (Norden, 2011e)

2.2 Det nordiska köket och nordisk matkultur

Laurin (2010) skriver i tillväxtverkets rapport *Den svenska turistmåltiden*, att Norden på många sätt är exotiskt och har som region flera klimatzoner från norr till söder, vilket medför en stor variation av råvaror. Vidare beskrivs även årstidsvariationernas betydelse för den unika råvarukvaliteten som finns i Norden som bidrar till extra kraft till utvecklingen av aromämnen (Laurin, 2010). De grödor som odlas och växer vilt får en lång mognadsperiod vilket bidrar till en friskhet och sprödhet. (Välimäki m.fl. 2004)). Tack vare de aromrika växterna, menar Laurin (2010), att kött från fribetande djur får en rikligare smak. Detta gäller inte enbart det som växer eller djur som lever på land. Det nordliga klimatet bidrar även till svala sjöar, hav och vattendrag som ger fiskar med fastare kött då, de växer långsammare. Fiskarna får också en aromrikare smak som anses vara av extra hög kvalitet. (Laurin, 2010). Haven och sjöarna runt om och i de nordiska länderna har allt från söta och bräckta till salta vatten, vilket innebär att Norden har stor tillgång av många olika fisksorter (Välimäki m.fl., 2004). Viltkött har sedan urminnes tider varit en tillgång i Norden och ses idag som attraktiv och relativt exklusiv föda för nordbor. I de nordiska skogarna kan man hitta bl.a. ren, älg, rådjur, hjort, vildsvin, tjäder, järpe och orre (Välimäki m.fl., 2004).

2.2.1 Nordiska råvaror

I Tabell 1 redogörs för ett flertal nordiska råvaror som är indelade efter livsmedelsgrupper med liknande innehåll (Livsmedelsverket, 2010). *Manifest för ny nordisk mat* beskriver nordisk mat som; de råvaror som går att odla eller finna ute i naturen samt de djur vi har tillgång till; fisk, vilt och boskap (Välimäki m.fl., 2004). Denna lista ska inte ses som en komplett lista över samtliga nordiska råvaror, utan som ett urval från fyra separata källor där syftet varit att få en övergripande bild över vanligt förekommande nordiska råvaror.

Tabell 1. Nordiska råvaror enligt Ingmanson (2003), Swahn (2009), Augustinussen, (1999) och Välimäki m. fl. (2004).

| Frukt & bär | Grönsaker | Fisk & skaldjur | Kött ^a | Mejeriprodukter | Cerealier | Övrigt |
|-------------|---------------|----------------------|-------------------|-----------------|-----------|-----------|
| Fläderbär | Fänkål | Gös | Fläsk | Färskost | Gryn | Rosenblad |
| Hjortron | Färskpotatis | Marulk | Nöt | Ost | Havre | Hö |
| Päron | Pepparrot | Hummer | Kalv | Mesvaror | Råg | Ängssyra |
| Äpple | Kastanj | Löjrom | Oxe | Skyr | Vete | Sirap |
| Jordgubbar | Kål | Bläckfisk | Får | Färska | | Senap |
| Rabarber | Rotselleri | Flodkräfta | Höns | mjölksprodukter | | Anis |
| Nypon | Rödbeta | Havskräfta | Kyckling | Syrade | | Dill |
| Blåbär | Selleri | Ostron | Hjort | mjölksprodukter | | Ekollon |
| Lingon | Svartrot | Räkor | Ren | | | Rapsolja |
| Hallon | Tryffel | Krabba | Älg | | | Valnöt |
| Krusbär | (Gotländsk) | Musslor | Rådjur | | | |
| Tranbär | Tång | Hälleflundra | Vildsvin | | | |
| Havtorn | Blomkål | Gädda | Tjäder | | | |
| Enbär | Purjolök | Sill | Järpe | | | |
| Vinbär | Rädisa | Strömming | Orre | | | |
| Smultron | Saltgurka | Lax | Inälvor | | | |
| Körsbär | Skogssvamp | Sikrom | Blod | | | |
| Rönnbär | Ramslök | Torsk | Lamm | | | |
| Slånbär | Jordärtskocka | Makrill | Får | | | |
| | Gurka | Multe ^b | | | | |
| | Morot | Slätvar ^c | | | | |
| | Palsternacka | | | | | |
| | Bondbönor | | | | | |
| | Sparris | | | | | |
| | Ärter | | | | | |

^a Eventuella charkuterier och styckningsdetaljer av respektive köttslag räknas med i tabellen.

^b Fisken förekommer i svenska vatten enligt Nationalencyklopedin. (Multe, u. å.)

^c Fisken förekommer, enligt Nationalencyklopedin, i Nordiska vatten. (Slätvar, u.å.)

2.2.2 Nordiska tillagningsmetoder

De tillagningsmetoder som speglar det nordiska köket kommer från en tid då råvarorna behövde bevaras för att kunna ätas under vinterhalvåret. Mjölken från korna konserverades till livsmedel som smör, ost och mesprodukter. De vildplockade bären, lingon och hjortron, kunde kokas in utan att tillföras extra socker som andra bär krävde. Detta var en fördel då socker förr var en dyr råvara som alla inte hade råd med. Både kött och fiskar saltades och röktes. Andra fiskar lämpade sig bättre till jäsning, gravning eller torkning (Swahn, 2009). Att lägga in grönsaker och fisk har blivit som en tradition i Norden, den syran som förekommer mest är ättikan. Den enklaste lagen till inläggningar är 1-2-3-lag, den görs på 1 del ättiksprit (12 %), 2 delar socker och 3 delar vatten och kan användas till de flesta inläggningar (Förster, 2009).

2.2.3 Nordiska smakkombinationer, maträtter och märkesvaror

Nordiska maträtter kännetecknas av att de är tillagade på ett, för Norden, unikt sätt samt av hur smakkombinationer sätts ihop (Tellström, 2009). Dahlgren (2009) menar att den nordiska smaken idag karakteriseras, förutom av de råvarorna som finns i området, av smaker från gamla tillagningsmetoder som till exempel konservering. Vidare förklarar Malmin (2009) att man inom Norden gärna använder sig av tillagningsmetoder som rökning, samt torkning och saltning av kött och fisk.

Kombinationerna mellan sött, salt och syrligt är unikt för Norden. Det är något som har hållit i sig från tiden då människor i Norden var tvungna att konservera råvaror för att bevara maten (Söderström, 2009). Trots att denna smakkombination är så förknippad med Norden berättar Söderström (2009) att det förekommer även i andra delar av världen. Även i Asien är sötsurt en populär smakkombination. Det som skiljer den asiatiska smaken från den nordiska är att våra smaker är mer konkreta och direkta. Ett exempel på en nordisk smakkombination är maträtten dillkött. Det är en klassisk maträtt, som serveras med potatis, och har en syrlig smak tack vare tillsatsen av ättika (Swahn, 2009).

Kalles Kaviar är exempel på en typisk märkesvara. Det är en oerhört populär produkt och 2005 åts 2 600 ton Kalles Kaviar av den svenska befolkningen (Kalles, 2011; Swahn, 2009).

2.2.4 Nordisk matkultur

Varför är det viktigt att ha ett starkt gemensamt nationellt kök? Metzger (2005) behandlar detta i sin avhandling *I köttbullelandet: Konstruktion av svenskt och utländskt på det kulinariska fältet*. En teori som författaren tar upp är, att ett nationellt kök stärker och markerar nationens plats på världskartan, att man på så sätt identifierar sig själv och andra (Metzger, 2005).

Då länderna i Norden å ena sidan har sina egna nationella kök, finns å andra sidan sådana likheter köken mellan att man ändå kan tala om ett samlat kök (Metzger, 2005). Det som förenar kökskulturer är enligt Tellström (2009) hur smaker, kryddningar tillagningsätt och även råvaror komponeras. Matkulturen i Norden har utvecklats i de enskilda länderna men också inom regionen i stort. Detta har skett genom olika samarbeten, fejder angående landsgränser och förflyttningar av dessa samt det gemensamma klimatet. De råvaror som finns är mer bundna till regionen Norden än de specifika nordiska länderna.

Den mest kända maträtten från Norden är gravlaxen som funnits sedan 1300-talet i norra delarna av Norden och har under åren moderniserats. Gravlaxen har fått sitt namn och sin karaktär från tiden då nordborna fångade laxen när den vandrade upp för fjordar och älvar för att leka. Den fångade laxen saltades och grävdes ner i marken i en djup grav, klädd i bark och näver, för att bevaras under sommarhalvåret. När snön och isen åter lade sig framåt vintern, återvände nordborna för att gräva upp laxen, som då hunnit jäsa. Gravlaxen har fortfarande en viktig roll inom nordisk matkultur och är en populär maträtt än idag (Swahn, 2009).

Dansk matkultur.

Danmark är det sydligaste landet i Norden och dess matkultur har bland annat präglats av de fiskerika haven som omger landet. Dessutom har de bördiga jordarna främjat ett rikt jordbruk och en framgångsrik köttproduktion. Danmarks matkultur präglas dessutom av influenser från andra nordiska länder. Det som idag är mest känt som dansk mat är smørrebrød. Det är en slags rågrödmörgås som kan kombineras på många sätt med många olika pålägg. Andra klassiker från den danska maten är bland annat äppelfläsk, fläskstek med rödkål och puddingen rødgrød som tillagas på röda sommarbär (Swahn, 2003 s.61).

Finländsk matkultur.

Finland har en komplex matkultur som influerats av Ryssland och dess religion i öst och av Sverige i väst. Innan influenserna kom från öst och väst präglades hela den finska matkulturen av tillgången till fisk, skogens bär och vilt. I Östfinland åt man mycket piroger i olika former med olika fyllningar som var öppna. Dessutom finns den berömda pirogen kalakukko, som betyder fisktupp, där fyllningen är helt täckt. Sydvästra Finlands motsvarighet till piroger blev deras strömmingskaka. Den efterrätt som traditionsenligt serveras på påsken är Memma den har spridits sig över hela Finland, samt även till den finlandssvenska kulturen (Swahn, 2003 s.87).

Norsk matkultur.

Den norska matkulturen har formats efter landets närhet till havet med rika fiskemöjligheter samt fäbodslandskapet som på norska kallas för säterbruk. Ett karaktäristiskt drag är viljan att bevara de gamla, traditionella smakerna och rätterna från förr. Den jästa fisken, rakefisk, som går att likna vid vår lutfisk och rakørret påminner om Sveriges surströmming. Fäbolandskapen har bidragit med rømme som är en tjock surgrädda. Norge liksom Sverige har en välutvecklad mjölkhantering som har bidragit med många olika ostar och andra mejeriprodukter Några karaktäristiska ostar är mysost (norska motsvarigheten till den svenska mesosten), gammelost och pultost (som är ystad utan löpe) (Swahn, 2003 s.211).

Svensk matkultur.

Det som förmodligen karaktäriserar den svenska matkulturen mest är smörgåsbordet. Det serverades till resenärer på järnvägsrestaurangerna. Resenärer från andra länder som reste i Sverige fick då intrycket att smörgåsbordet var en svensk specialitet (Swahn, 2009 s.299-300). Det största och mest kulturrika smörgåsbordet i dag är julbordet som dukas upp med gamla, traditionsrika maträtter (Augustinussen, 1999; Swahn, 2009). Till de svenska klassikerna hör falukorv, dillkött och palt (Swahn, 2003).

2.3 Manifest för det nya nordiska köket

Det nya nordiska köket ska enligt, Välimäki m.fl. (2004) spegla smaker och tillvägagångssätt som är representativt för Norden. Smaker och tillvägagångssätt som man inom Norden vill framhäva är;

- **Renhet** d.v.s. rätter utan konstgjorda färger och onaturliga ingredienser samt där förädlingsgraden varit minimal.
- **Friskhet** är en viktig del i det nordiska köket då det speglar råvarors intensitet, saftighet och sprödhet (i t ex bär) tack vare ett kyligt klimat.
- **Enkelhet i maten** ska betonas genom att låta råvaror framhäva den egna smaken, utan onödiga tillvägagångssätt och komplikationer.
- **Säsongsbetonade måltider** som utgår från de fyra årstiderna.
- **Säkra en större plats i köket** för råvaror som har särskilt goda smakförutsättningar i Norden (tack vare klimat) samt,
- **Öka kunskapen** om dessa råvaror. Ex: bär, frukt, olika sädessorter, svampar, fisk och skaldjur.

Genom att behålla och lyfta fram typiska råvaror, tillagningsmetoder och smakkombinationer som är karakteristiska för regionen, har man skapat en tydlig nordisk profil men med en ny approach. Man återskapar traditionella smaker och rätter samtidigt som man uppfinner nya genom att t.ex. använda sig av traditionella tillagningsmetoder på otraditionella råvaror. Med råvaror menas de produkter man kan finna i de nordiska länderna, dvs. de grödor som går att odla eller finna ute i naturen samt de djur som vi har tillgång till; fisk, vilt och boskap. De traditionella tillagningsmetoderna som särskilt lyfts fram i manifestet är saltning, rökning, torkning, syltning och inläggning (Välimäki m.fl., 2004).

2.4 Programmet Ny nordisk mat

Programmet *Ny nordisk mat* startades år 2007 av det Nordiska Ministerrådet efter att 12 kockar från de nordiska länderna skrivit under ett manifest år 2004, programmet var verksamt under åren 2007-2009 och år 2010 lanserades *Ny nordisk mat II* som kommer att avslutas 2014 (Ny nordisk mat, 2011a). I uppsatsen kommer programmen *Ny nordisk mat* och *Ny nordisk mat II* enbart benämnas som programmet *Ny nordisk mat*.

Genom en rad olika kampanjer är programmet *Ny nordisk mat* en satsning som ska hjälpa Norden att utmärka sig på den gastronomiska världskartan. (Ny nordisk mat, 2011a, 2011b). Nordiska Ministerrådet vill genom *Ny nordisk mat* utveckla och stärka den nordiska identiteten, detta bygger på de kvaliteter som finns i vår region: renhet, enkelhet, säkerhet och etik. Dessutom ska programmet hjälpa till att stärka regionens konkurrenskraft på den globala livsmedelsmarknaden (Ny nordisk mat, 2011a, 2011b). *Ny nordisk mat* innefattar inte bara matverksamheter utan även kultur, turism och näringsliv. Programmet ska verka över och mellan dessa olika sektioner för att nå grundsyftet vilket är att skapa kommunikation och medvetenhet om arbetet med att förstärka det nya nordiska köket (Ny nordisk mat, 2011c). Visionen för programmet *Ny nordisk mat* citeras enligt följande:

Den bakomliggande visionen för programmet är att det nordiska köket skapar och inspirerar till matglädje, smak och mångfald – både nationellt och internationellt. Det ska vara ett kök som:

Har sina rötter i natur och tradition, men styrka i innovation

Bidrar till att kombinera smak och näringslära

Hjälper till att stärka en matkultur som är både baserat på det estetiska och sinnliga liksom behovet av en hållbar användning av naturresurser.

(Ny nordisk mat, 2011d)

2.5 Det nordiska köket internationellt

Laurin (2010) skriver i tillväxtverkets rapport *Den svenska turistmåltiden*, att det var först på 1960-talet som den svenska matkulturen lyftes fram. Det var Tore Wretman som bland annat bidrog till detta genom att tillsammans med andra framstående kockar resa runt i världen och gästspela på stora hotell (Laurin, 2010). Andra internationella erkännande för svensk mat samt det nordiska köket i helhet är framgångar i internationella tävlingar, så som Culinary Olympics och Bocuse d'Or. Även programmet ny nordisk mat (broschyr) lyfter fram framgångarna i tävlingen Bocuse d'Or som något stärkande för det nordiska köket. Den mest uppmärksammade nordiska restaurangen i dagsläget är Noma som ligger i Köpenhamn. Restaurangen har blivit utnämnd till världens bästa restaurang två år i rad, år 2010 och 2011, av *the S.Pellegrino World's 50 Best Restaurants* (Johnsson, 2011, 22 april). Nomas filosofi är att utforska Nordens naturliga skafferier och väljer att arbeta uteslutande med nordiska råvaror. Grundstenarna i nomas kök är att ta tillvara på traditionella tillagningsmetoder, råvaror och på ett innovativt arbetssätt sätta sin personliga prägel på rätterna (Noma, 2011). Ägaren Rene Redzepi var en av kockarna som år 2004 skrev under *Manifest för det nya nordiska köket*. (Välimäki m.fl., 2004).

2.6 Representation genom mat

Många platser och regioner representeras genom mat, det är så vi känner till de internationella köken, exempelvis det franska, italienska och asiatiska. Cassel (2003) lyfter fram "unik" som ett nyckelord när det kommer till att representera en region genom mat. Den mat som serveras behöver vara tillräckligt unik för att kunna associeras till en specifik region. Förutom att vara unik krävs också en tydlig förklaring till hur och varför maten är en representation av regionen (Cassel, 2003).

När mat används för att representera en region är det inte bara maten - den materiella produkten som har betydelse, utan det finns även ett symboliskt värde som utgörs av den natur och kultur som finns i regionen. Det symboliska värdet som finns i maten kan vissa gånger vara viktigare än den materiella produkten i sig, när det kommer till upplevelser. Vid många tillfällen kan en måltid ha syftet att skapa eller förmedla en upplevelse, det innebär att måltiden har ett mervärde utöver att bara mätta (Cassel, 2003).

Att det bland annat är naturen som gör maten unik innebär att råvarorna är kopplade till regionen genom odling, uppfödning eller går att finna ute i naturen. Cassel (2003) menar att de specifika råvarorna man använder inte måste vara från en specifik plats. Det räcker med att råvarorna har en symbolisk koppling till platsen. En annan del som utgör det symboliska värdet i måltiden är kulturen som finns i regionen. Ett exempel på kopplingen mellan kultur och mat är den svenska kräftsivan. På en kräftsiva äter man kräftor vilket i sig inte är unikt för Sverige, utan det är sättet man äter kräftorna på som förknippas med landet (Nordiska museet, 2011; Swahn, 2009).

När det kommer till att utveckla regioner menar Cassel (2003) att man försöker skapa, utveckla eller förstärka en identitet för regionen. Identitetsskapandet sker ofta genom att lyfta fram den kultur och matkultur som finns och är typisk för just den regionen. För att kunna representera en region genom mat räcker det inte alltid att bara tillaga och servera regionens mat, man kan behöva uppmärksamma kopplingen till regionens natur och kultur. En sådan koppling kan bland annat tydliggöras genom en lokals inredning och konst (Cassel, 2003).

De matentusiaster som besöker Norden betonar det positiva i att det nordiska köket har kommit så långt inom miljö och hållbarhet. Man ser det som mycket positivt att kockar i

Norden i så hög utsträckning använder sig av regionala och närproducerade råvaror idag (Laurin, 2010). Även om Tellström (2006) i sin avhandling *The construction of food and meal culture for political and commercial ends: EU-summits and, rural businesses and World Exhibitions*, beskriver hur man utvecklar det svenska köket ur ett landsortsmässigt perspektiv, är den också till stor del applicerbar på det nordiska köket i stort, och vad det står för enligt Ny nordisk mat. Han redogör för hur man som restaurangägare och kock kan utveckla Sveriges lantliga regioner genom att optimera representationen av maten. Han beskriver också hur produktens kommunikativa värden måste stämma överens med gästens förväntningar. Optimala värden att sträva efter är enligt Tellström (2006); att produkten bör överträffa gästens förväntningar, maten ska gå fort att tillaga och serveras nytillagad, traditionella råvaror kan omtolkas till nya rätter och ändå betraktas som en regional specialitet, råvara och maträtt som produkt bör betraktas som en exklusiv specialitet samt att råvaror man använder bör vara odlade i närområdet och helst ekologiska.

2.7 Sammanfattning av bakgrund samt problematisering

Restaurangen Noma har blivit utnämnd till världens bästa restaurang två år i rad, år 2010 och 2011, av *the S.Pellegrino World's 50 Best Restaurant*. Detta har ökat uppmärksamheten och nyfikenheten på det nordiska köket (Johnsson, 2011, 22 april). Enligt Tellström (2009) kännetecknas en specifik matkultur av kombinationer mellan användningen av råvaror, tillagningsmetoder och smaksättningar. Utifrån detta har det nordiska köket samt den nordiska matkulturen beskrivits i bakgrunden och detta är grunden för studien. I visionen för programmet *Ny nordisk mat* (Ny nordisk mat, 2011d) står; att arbetet med att förstärka det nordiska köket ska ske både nationellt och internationellt. De officiella satsningarna på det nordiska köket är fortfarande unga men vi vill ändå undersöka hur det nordiska köket representeras på utvalda restauranger med nordisk profil i London. I vilken utsträckning känner restaurangägare, som driver nordiskt profilerade restauranger, till programmet *Ny nordisk mat*? Det nordiska köket ska enligt Manifestet gå tillbaka till regionens rötter gällande råvaror och tillagningsmetoder men på ett innovativt sätt (Ny nordisk mat, 2011d; Välimäki m.fl., 2004).

3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur det nordiska köket representeras på utvalda restauranger med nordisk profil i London samt om det finns en koppling till programmet *Ny nordisk mat*.

3.1 Frågeställningar

De frågor denna uppsats ska ge svar på är följande;

- På vilket sätt kommer det nordiska köket till uttryck, med tyngdpunkt på typiskt nordiska råvaror, smaker och tillagningsmetoder, på de olika restaurangerna?
- Känner restaurangägarna på de utvalda restaurangerna i London till satsningen på det nordiska köket och programmet *Ny nordisk mat*, samt hur visar det sig?
- Vilken målgrupp riktar sig restaurangerna till?
- Hur ser restaurangägare på det nordiska köket och dess framtid i London?

4 Metod

Nedan redogörs för den metod och det material som använts i uppsatsen.

4.1 Metodval

Uppsatsen är av kvalitativ karaktär där två metoder för analys av data har använts, dokumentanalys och intervjumetod. Då enskilda metoder, i sig, har både möjligheter och begränsningar kan det vara nödvändigt att kombinera flera metoder för att kunna besvara frågeställningarna. När man väljer vilka metoder man ska använda till sin studie utgår man alltid från vad det är man vill ha svar på (Patel & Davidsson, 2003). Dokumentanalysen användes för att ge svar på om nordiska råvaror, tillagningsmetoder, märkesvaror och rätter förekommer på restaurangernas menyer och i vilken utsträckning. För att få svar på hur restaurangägarna resonerar kring det nordiska köket genomfördes riktade öppna intervjuer. Stukát (2005) menar att det största målet med kvalitativ forskning är att ge uttryck åt och beskriva någonting genom att tolka och analysera sitt resultat. Den kvalitativa ansatsen i denna uppsats är nödvändig för att kunna besvara frågeställningarna där huvudsyftet är att förstå och beskriva hur nordiska köket representeras i London.

Vi valde att använda oss av dokumentanalys som metod. Enligt Bergström och Boréus (2005), är det en bra metod att använda då man vill göra en komparativ studie, där olika texter jämförs med varandra utifrån frågeställningen. En dokumentanalys kan vara av både kvalitativ och kvantitativ karaktär (Bergström & Boréus, 2005). Vi ansåg att det skulle bli svårt att greppa helhetsbilden av resultatet, genom att bara använda en kvantitativ ansats i dokumentanalysen. I detta fall tyckte vi att det var lämpligt att blanda analysmetoder och göra analysen mer kvalitativ.

För att få en klarare bild och djupare förståelse för hur nordisk mat profileras av de verksamma inom restaurangbranschen i London, har vi använt en öppen riktad intervjumetod. Genom denna metod fick vi en inblick i den intervjuade personens syn på det som ska undersökas, men även användbar information till vårt undersökningsområde (Lantz, 2007).

4.2 Urval

En restaurangsökning gjordes på två restaurangguider på internet (<http://www.viewlondon.co.uk>, <http://www.london-eating.co.uk>) där målet var att hitta restauranger med tydligt nordiskt klingande namn, i centrala London. På grund av för få sökträffar utökades sökningen till restauranger med nordisk profilering. Detta bidrog till att sex restauranger kunde identifieras; North Road, Madsen, Fika, Scandinavian Kitchen samt Texture och Garbo's. Garbo's och Texture föll dock bort från analysen i ett tidigt skede. Garbo's verksamhet upphörde kort efter att de kontaktades för första gången. Texture kontaktades i samband med första urvalet men föll bort, då det visade sig att restaurangen inte hade så stark nordisk profil att den kunde användas i studien.

4.3 Genomförande

4.3.1 Genomförande av dokumentanalys

Dokumentanalyser gjordes av menyer på restaurangerna North Road, Madsen, Fika och Scandinavian Kitchen. Menyerna som vi använde i dokumentanalysen hämtades in från samtliga restaurangers hemsidor. Därefter gjordes en avgränsning av menyerna för att få en hanterbar mängd rådata. När man gör denna typ av analys gäller det att vara på det klara med

vad det är man vill belysa. Detta för att försäkra sig om att det man plockar ut från dokumentanalysen ger relevant information (Bergström & Boréus, 2005).

4.3.2 Genomförande av intervjuer

Vi valde att etablera den första kontakten med restaurangägarna på North Road, Madsen, Fika och Scandinavian Kitchen via e-post. Enligt Lantz (2007) är det viktigt att göra respondenterna insatta i intervjuens syfte för att intervjun ska bli tillförlitlig. Därför informerades restaurangägarna kort om studiens bakgrund och dess syfte, samt fick en förfrågan om att ställa upp på en kortare intervju (se Bilaga 1). Anledningen till att restaurangägare intervjuades var att, som Lantz (2007) skriver; ”en riktad öppen intervju förutsätter att respondenten är insatt i ämnet som berörs”. Vi förutsatte att restaurangägarna var de som var mest insatta i hur de, rent företagsmässigt, tänker kring nordisk mat och matkultur samt nordiska råvaror. Tre av de fyra restaurangägare valde att medverka och vi kunde fastställa tid för möte med respektive restaurangägare. De restauranger som ställde upp på intervju var Madsen, North Road och Fika.

Inför intervjuerna utformade vi en intervjuplan i form av en checklista (se Bilaga 2) med övergripande frågeområden som byggde på uppsatsens syfte och frågeställningar. Då intervjun hölls på engelska valde vi att utforma ett antal stödfrågor för att försäkra oss om att uttryck och termer användes på ett korrekt sätt under intervjuerna (se Bilaga 3). Enligt Lantz (2007) bör man inte strukturera upp en öppen riktad intervju för mycket, utan hålla sig till vida frågeområden. De övergripande frågeområden som vi ansett vara relevanta att vidröra i intervjuerna är: allmänt kring nordisk mat, nordiska tillagningsmetoder, nordiska råvaror, målgrupp, ny nordisk mat, nordiska kökets framtid samt representation av nordisk mat i London.

Stukát (2005) skriver att intervjuer oftast sker genom fältbesök, på en plats där respondenten kan känna sig trygg. Därför gav vi respondenterna möjlighet att själva bestämma var intervjuerna skulle äga rum. Samtliga valde att bli intervjuade på respektive restaurang.

Innan intervjun påbörjades påmindes restaurangägaren om syftet för vår studie, detta för att säkra intervjuernas tillförlitlighet (Lantz, 2007). Vid det stadiet tog vi även upp forskningsetiska frågor som bland annat berörde anonymitet och ljudinspelning. Vi valde att spela in intervjuerna, som enligt Lantz (2007), är en bra metod som minskar risken att viktig data går förlorad. En av restaurangägarna godkände inte en ljudinspelning. Istället fick vi använda papper och penna, som enligt Lantz (2007), är en godkänd lösning då ljudinspelning inte är möjlig. Enligt Stukát (2005) kan det vara fördelaktigt att låta två personer vara delaktiga under intervjuer, men att de fokuserar på olika delar. Vi valde därför båda att delta under intervjuerna, dock skötte vi separata delar. Då den ena intervjupersonen ställde frågor och skötte ljudinspelningen förde den andra intervjupersonen anteckningar och svarade för att alla punkter på checklistan blev berörda. Båda ställde dock stödfrågor om det ansågs behövas.

Lantz (2007) anser att strukturen i intervjufrågorna påverkar hur fritt respondenten kan tala och uttrycka sig och att det är respondenterna själva som bestämmer hur frågeområdena ska tolkas. Därför lät vi respondenterna tala fritt kring de ämnen som fanns på checklistan och avbröt endast för att be dem förtydliga uttryck, ord eller formuleringar ytterligare. På grund av intervjuernas kvalitativa ansats valdes tidtagning bort och intervjutiderna anpassades efter respondenterna. När respondenten berört alla frågeområden gjordes slutligen en kontroll av checklistan för att försäkra att alla områden behandlats.

4.4 Analys

I dokumentanalysen valde vi att analysera huvudrätter och desserter från à la carte-menyerna. Då Scandinavian Kitchen inte hade en à la carte- meny och då den meny som fanns var liten, valde vi hela meny som underlag för rådata. Enligt Patel och Davidsson (2003) bör man välja analysdokument med stor omsorg för att få en så övergripande bild som möjligt och kunna analysera data utifrån olika synvinklar. Vi valde att analysera huvudrätter och desserter för att få ett så brett råvaruspektra som möjligt. Dock valde vi bort förrätter för att analysmaterialet inte skulle bli för omfattande. För att kunna genomföra analysen översatte vi de utvalda delarna av menyerna från engelska till svenska. I nästa steg analyserade vi menyerna var för sig där alla råvaror, tillagningsmetoder, maträtter och märkesvaror antecknades i en tabell. När resultattablerna utformades och sammanställdes använde vi bakgrunden som ett analysverktyg. Enligt Stukát (2005), kan man genom att jämföra dokument med varandra identifiera hur texterna liknar varandra, vilka skillnader som finns samt varför man tror att skillnaderna finns. Därför ställde vi sedan resultaten från de olika restaurangerna i relation till varandra och jämförde deras användning av nordiska råvaror, tillagningsmetoder, maträtter och märkesvaror.

Lantz (2007) skriver att analys av öppna intervjuer kan göras på olika sätt beroende på vad det är man vill undersöka. Först och främst handlar det om att transkribera den insamlade data och få ner det på papper. Detta gjorde vi efter intervjuerna, samt nästa steg, som innebar att minska insamlad data och att plocka ut det som besvarade våra frågeställningar, med checklisten som analysverktyg. Stukát (2005) skriver att man på så sätt redogör för det som är av störst vikt i intervjuerna samt preciserar och klargör enskilda, viktiga åsikter. När vi plockat ut det viktigaste från intervjuerna sammanställdes resultatet utifrån checklistans frågeområden. För att förstärka och bekräfta vår tolkning av intervjuresultatet kompletterades det med betydelsefulla citat.

4.5 Etiska regler

Då vår studie var riktad mot restaurangbranschen, ville vi höra restaurangägarnas professionella åsikt inom ämnet det nordiska köket. Det är viktigt att poängtera att restaurangägarna deltog som professionella aktörer inom branschen och inte som privatpersoner. Vi har i vår studie tagit hänsyn till de krav som ställs på oss som undersökare. Enligt Hermerén m.fl. (2011) är det viktigt att informera de potentiella deltagarna om deras eventuella uppgift samt studiens syfte och mål innan intervjuerna påbörjas. I vår första e-post kontakt med respondenterna informerades de om syftet med underökningen samt vad deras medverkan kunde tillföra studien. Vi gav respondenterna tillfälle att, redan där, neka en intervju. Vidare förklarar Hermerén m.fl. (2011) att det är viktigt att ta upp frågan om samtycke gällande anonymitet och ljudinspelning. Vi tog upp frågan med respondenterna. Samtliga respondenter godkände att restaurangens namn fick användas, däremot godkändes inte användningen av personnamn i ett av fallen. Vidare tillfrågade vi respondenterna om de samtyckte till ljudinspelning av intervju. En av respondenterna medgav inte sitt godkännande till ljudinspelning.

4.6 Reliabilitet och validitet

Patel och Davidsson (2003) förklarar att den kvalitativa forskaren sällan använder begreppet reliabilitet i en studie. Detta beror på att validitet och reliabilitet är så starkt sammankopplade inom kvalitativforskning. För att bedöma kvaliteten på en kvalitativ forskning används således enbart begreppet validitet. Vi kommer därför att använda oss av begreppet validitet för att bedöma studiens kvalitet. Vi diskuterande kring huruvida antalet intervjuade

restaurangägare räckte för att validiteten i studien skulle vara tillräcklig. Men enligt Ahrne och Svensson (2011) bestäms inte en kvalitativ studie av antalet intervjuer. Man brukar istället prata om att uppnå en mättnad, det vill säga om det svar man får är samstämmiga. Vi kan nu i efterhand se att intervjuerna räckte som underlag då respondenterna resonerade på liknande sätt inom många frågeområden. Vi har i vår studie använt oss av två datainsamlingsmetoder, intervjuer och dokument. Enligt Patel och Davidsson (2003) talar detta för god validitet då användningen av olika metoder för insamling av data bidrar till en djupare bild av resultatet. Vidare analyserade vi intervjuerna genom att sammanföra de delar ur varje intervju som berör samma frågeområde, för att tydliggöra våra tolkningar. Då intervjuresultatet framställdes var vi noga med att klargöra och skilja på vem som sagt vad i de olika intervjuerna. Genom att bryta upp intervjuer på detta sätt och sammanfoga dem i resultatet ökar validiteten på studien och den egna tolkningen förstärks (Patel & Davidsson, 2003).

5 Resultat

Resultatet kommer att redovisas som två delar. Dokumentanalysen redovisas med hjälp av tabeller och förklarande text. Intervjuresultatet redovisas utifrån de teman som låg till grund för intervjun. Allra först kommer de restauranger som ingått i studien att presenteras.

5.1 Deltagande restauranger

Nedan presenteras de restauranger och respondenter som berör vår studie. Presentationerna har som syfte att bidra med en förståelse om hur restaurangerna själva profilerar sig. Utgångspunkten i presentationerna ligger i den filosofi som restaurangerna själva säger sig arbeta utifrån. Informationen om restaurangerna är hämtad från respektive hemsida.

North Road

North Road erbjuder en innovativ meny med tydliga influenser från Norden som resulterar i meny som känns både lätt, enkel och modern på samma gång. Förmågan att kombinera texturer med smaker gör restaurangen originell. När det kommer till råvaror och tillagningsmetoder röker de mycket själva, vilda örter plockas i naturen. Köttet kommer enbart från Storbritannien, alltså närproducerade, och fisken är dagsfångad. Menyn ändras efter säsong och tillgång. Man är också medveten om miljö och hållbarhet vilket speglar hela verksamheten, från råvaror och meny till driften av restaurangen. Man förstärker de nordiska influenserna genom att inreda matsalen med nordisk design (North Road, 2011). *Christoffer Hruskova*, restaurangägare, intervjuades i denna studie.

Madsen

Restaurangen erbjuder fräsch, enkel och säsongsbetonad mat utan onödiga tillsatser och knepiga tillagningsmetoder. På menyn kan man hitta både traditionella rätter och mer modern mat. Man arbetar med den nordiska filosofin att servera nyttig mat lagad från grunden. Råvarorna kommer i största möjliga mån från lokala producenter (Madsen, 2011). *Charlotte Kruse Madsen*, restaurangägare, intervjuades i denna studie.

Fika

Fikas filosofi handlar om rena och enkla smaker där matens råvaror får tala för sig själv på tallriken. Fika framhåller vikten av det naturliga i det nordiska köket där våra sjöar, hav, skogar och jordar producerar de unika råvarorna från regionen. Den fisk man använder på restaurangen handplockas på Billingsgate fish market. På samma sätt görs inköp av kött där man åker till Smithfield's market. De producenter man handlar från varierar från gång till gång då man är noga med att köttkvaliteten är den bästa (Fika, 2011).

Restaurangägaren på Fika intervjuades i denna studie.

Scandinavian Kitchen

Scandinavian Kitchen började som ett litet lunchställe och har växt till sig till en restaurang och mötesplats för alla slags människor. Idag kan man hitta allt från nordisk frukost, som gröt, till smörrebröd och inlagd sill till lunch. De kombinerar restaurangen med catering och försäljning av nordiska livsmedel (Scandinavian Kitchen, 2011).

5.2 Dokumentanalys

Här redovisas de resultat som undersökningen frambringt. Det som demonstreras nedan är det resultat som framkommit genom analys av restaurangerna menyer (se Bilaga 4). Resultaten redovisas i form av tabeller och text.

Resultatet av dokumentanalysen (se Tabell 2) visar vilka nordiska råvaror som förekommer på North Roads meny enligt Ingmanson (2003), Swahn (2009), Augustinussen, (1999) och Välimäki m.fl. (2004) (se Tabell 1). Råvaror från samtliga livsmedelsgrupper som använts i analysen förekommer på menyn.

Tabell 2. Nordiska råvaror som används i North Roads meny, grundat på Tabell 1

| Frukt & Bär | Grönsaker, örter & Svamp | Rotfrukter | Fisk & Skaldjur | Kött | Mejeri-produkter | Cerealier | Övrigt |
|-------------|--------------------------|------------|-----------------|---------|------------------|-----------|--------------|
| Äpple | Gurka | Morötter | Havskräftor | Kalv | Ost | Råg | Hö |
| | Selleri | Rödbetor | Marulk | Får | Kärnmjök | Havre | Senap |
| | Purjolök | Rotselleri | Hälleflundra | Nöt | Mjök | | Hasselnötter |
| | Tryffel | | | Benmärg | Färmjök | | |
| | Svamp | | | | | | |

Som framkommer av Tabell 3 har Madsen typiskt nordiska råvaror på sin meny. Råvarorna i menyns huvud- och efterrätter täcker alla livsmedelsgrupper dock med tyngdpunkt på grönsaker, örter och svamp.

Tabell 3. Nordiska råvaror som används i Madsens meny, grundat på Tabell.1.

| Frukt & Bär | Grönsaker, örter & Svamp | Rotfrukter | Fisk & Skaldjur | Kött | Mejeri-produkter | Cerealier | Övrigt |
|---------------|--------------------------|--------------|-----------------|----------|------------------|-----------|--------|
| Rabarber | Vårlök | Potatis | Sill/strömning | Lamm | Brunost från get | Råg | Honung |
| Svarta vinbär | Gul lök | Palsternacka | Lax | Kalv | Kärnmjök | Pärlgryn | |
| | Blomkål | Morot | Multe | Fläsk | Västerbottenost | | |
| | Rödkål | Rödbeta | | Sidfläsk | | | |
| | Fänkål | Rotselleri | | Kyckling | | | |
| | Sparris | | | Nöt | | | |
| | Gröna ärter | | | | | | |
| | Bondböner | | | | | | |
| | Anis | | | | | | |

Tabell 4 visar de typiskt nordiska råvaror som används i Fikas huvud- och efterrätter. De flesta typiskt nordiska livsmedelsgrupper täcks, dock inte livsmedelsgruppen cerealier.

Tabell 4. Nordiska råvaror som används på Fikas meny, grundat på Tabell 1.

| Frukt & Bär | Grönsaker, örter & Svamp | Rotfrukter | Fisk & Skaldjur | Kött | Mejeri-produkter | Cerealier | Övrigt |
|-----------------|--------------------------|------------|-----------------|------------------------|------------------|-----------|--------|
| Lingon Enbär | Svamp | Potatis | Lax | Nöt Ren Kyckling | Vispgrädde | | |

I tabell 5 redogörs för de nordiska råvaror som används på restaurangen Scandinavian Kitchen. Man kan utläsa en variation av olika råvaror med tyngdpunkt på frukt och bär samt kött.

Tabell 5. Nordiska råvaror som används på Scandinavian Kitchens meny, grundat på Tabell 1.

| Frukt & Bär | Grönsaker, örter & Svamp | Rotfrukter | Fisk & Skaldjur | Kött | Mejeri-produkter | Cerealier | Övrigt |
|-------------|--------------------------|------------|-----------------|--------------|------------------|-----------|--------|
| Äpple | Rödkål | Rödbeta | Makrill | Nöt | Greveost | Råg | |
| Päron | Gul lök | Potatis | Lax | Lever | Crème fraiche | | |
| Lingon | Rödlök | Morot | Sill | Rostbiff | | | |
| Jordgubb | | | | Dansk salami | | | |
| Rabarber | | | | | | | |
| Hallon | | | | | | | |

Dokumentanalysen visade att tillagningsmetoder, maträtter och märkesvaror finns representerade på de utvalda restaurangerna i London, dock i olika utsträckning. Som Tabell 6 visar används en variation av tillagningsmetoder, enligt restaurangernas menyer. Den tillagningsmetod som flest restauranger använder sig av är rökning. Men även inläggningar och saltning förekommer på flera restauranger.

Tabell 6. Nordiska tillagningsmetoder, det som framkommer från menyerna, på de fyra restaurangerna i London.

| North Road | Madsen | Fika | Scandinavian Kitchen |
|------------|---------|------------|----------------------|
| Saltning | Långkok | Inläggning | Inläggning |
| Rökning | Rökning | | Rökning |
| Torkning | | | Gravning |
| Bränt hö | | | |

I Tabell 7 kan man utläsa att på Scandinavian Kitchen meny domineras av nordiska maträtter i jämförelse med Madsen och Fika. På North Roads meny kunde inga klassiska nordiska maträtter och efterrätter identifieras utifrån menyn.

Tabell 7. Typiska nordiska maträtter på respektive meny.

| North Road | Madsen | Fika | Scandinavian Kitchen |
|------------|-----------------------------|------------|----------------------|
| | Stekt fläsk med persiljesås | Köttbullar | Gravad lax |
| | Dillkött | Renkorv | Varmrökt lax |
| | Frikadeller | Våfflor | Rökt makrill |
| | Tjälknöl | | Senapssill |
| | Kladdkaka | | Skagenröra |
| | | | Ägg och kaviar |
| | | | Köttbullar |
| | | | Rostbiff |
| | | | Dansk salami |
| | | | Dansk leverpastej |
| | | | Kalles Kaviar |
| | | | Inlagd rödbeta |

5.3 Intervjuresultat

Intervjuresultatet har tolkats och bearbetats med hjälp av checklistan som användes vid intervjuerna för att kunna kontrollera att intervjuerna behandlat de ämnen som vi ansett relevanta för denna uppsats. De olika ämnena eller teman som vi ansett vara relevanta att vidröra i intervjuerna är: *Allmänt kring nordisk mat*, *Nordiska tillagningsmetoder*, *Nordiska råvaror*, *Målgrupp*, *Ny nordisk mat*, *Nordiska kökets framtid* samt *Representation av nordisk mat i London*. Då alla respondenter inte godkände användningen av personnamn har restaurangnamnen valts som benämning för samtliga respondenter.

5.3.1 Allmänt kring nordisk mat

Två av respondenterna, Madsen och North Road, var eniga om att nordiska köket styrs mycket av säsongerna som råder. De arbetar efter dessa när det kommer till menyer och användningen av råvaror. North Road påpekade att det inte alltid är enkelt att utgå från säsong då vintermånaderna inte erbjuder lika stor variation av råvaror som det resterande året. Då använder man sig av flera typiskt nordiska tillagningsmetoder som underlättar bevarandet av råvaror för senare användning.

December, januari och februari är månader då det inte finns så mycket färska råvaror, därför försöker vi lägga in många olika råvaror för att förvara dessa. Vi saltar även sommarråvaror så vi kan använda dessa under vintern. Ett bra exempel – i augusti får vi gröna fläderbär som vi lägger in. Och efter tre månader börjar vi använda dem i vår mat och de påminner lite om kapis. (Christoffer Hruskova, North Road)

Fika pratade om enkelheten som speglar den nordiska maten genom tillagningsmetoder och hur den presenteras på tallriken. North Road lyfte fram hur nordisk mat ofta associeras med hög råvarukvalitet och att maten på tallriken känns naturlig och enkel med rena, fräscha och okomplicerade smakkombinationer. Samtliga respondenter var eniga om att briter uppfattar den nordiska maten som nyttig. Både Madsen och North Road poängterade att, även om nordisk mat kan vara förhållandevis nyttig, beror det helt på hur den tillagas. De berättade vidare att deras gäster ofta efter ett restaurangbesök framhåller att måltiden gav dem en lättare mättnadskänsla än de väntat sig, till skillnad från exempelvis fransk mat.

Men jag har många gäster som säger att även om de ätit en tre rätters middag känner dem sig ändå ganska lätta i magen. Inte att de fortfarande är hungriga, men det inte är som att äta gåslever till förrätt och sån typ av mat. Jag tror att om man vill att maten ska vara nyttig så kan man göra den det. (Charlotte Kruse Madsen, Madsen)

5.3.2 Nordiska tillagningsmetoder

Samtliga respondenter ansåg att gravning var den tillagningsmetod med starkast association till Norden och att regionen är starkt förknippad med gravad lax. Både Madsen och Fika erbjuder gravad lax på sina menyer. North Road har valt att avstå från lax och väljer att grava annan fisk, bland annat havsöring.

Vi gör egna inläggningar, vi lägger in vår egen sill. Vi har gravlax på menyn som vi tillrett själva. För tillfället röker vi själva; lax och rökt dansk ost. (Charlotte Kruse Madsen, Madsen)

North Road arbetar mycket med traditionella tillagningsmetoder som inläggning, rökning och saltning. Ibland kombineras tillagningsmetoderna. Ett exempel är då rödbetor först lakas på vätska med hjälp av salt och sedan läggs in. Trots tillagningsmetodernas konserveringsförmåga används de också enbart för att ge råvarorna smak.

Rökningsmetoder – vi röker en hel del fisk, benmärg och kött, så det är i stort sett överallt. Vi röker pilgrimsmusslor, inte för att de ska hålla längre utan det är mer för att vi gillar att experimentera med smaken som rökning ger. (Christoffer Hruskova, North Road)

På North Road använder man ibland hö och björk när man vill röka och konservera råvaror. Inspirationen kommer från vikingatiden då man först brände björken och lade sedan ner den i vatten tillsammans med fisk. Denna process bildar en kemisk reaktion som konserverar fisken.

5.3.3 Nordiska råvaror

Samtliga respondenter lyfte fram vikten av att arbeta med bra råvaror. Fika pratade om att man i början försökte introducera nya råvaror som representerar det fräscha och lätta från Norden. Dock gick det inte alltid hem hos Londonborna och man fick anpassa menyn mer efter marknaden. Madsen upplyste om att man på restaurangen arbetar med närproducerade råvaror och att man tydligt tar avstånd från alla produkter som kommer från andra regioner än Norden.

Det är alltid skandinavisk fisk och typiskt skandinaviskt kött, grönsaker och frukter. Du hittar aldrig mango på vår meny som exempel eller passionsfrukt och liknande. (Charlotte Kruse Madsen, Madsen)

North Road använder sig av råvaror som finns i Storbritannien men som motsvarar de råvaror som finns i Norden. På North Road samarbetar man i hög grad med småproducenter. Respondenten berättat att han försöker besöka dem så ofta han kan för att se hur de arbetar och för att låta sig inspireras.

Jag försöker besöka mina producenter för att se vad de gör. Det är även en stor inspirationskälla för mig, att se hur de arbetar. (Christoffer Hruskova, North Road)

North Road ger också exempel på några nordiska råvaror man gärna använder sig av på menyn. Respondenten lyfter bland annat fram växter som fläderbär och nyponrosblad, skaldjur som havskräftor, pilgrimsmusslor och kräftor. Den rika mejerikulturen som finns i Norden representerar North Road genom att använda ostar från Storbritannien, detta för att kunna arbeta nära med sina producenter. Dessutom utesluter man till stor del grädde och smör i för- och huvudrätterna.

5.3.4 Målgrupp

Madsen berättar att deras gäster ofta härstammar från Norden, svenskar och danskar som bor i London och vill äta mat de känner igen. I maj får restaurangen besök av många norrmän i samband med den norska nationaldagen. Restaurangen har då en speciell meny utformad för denna dag. Även restauranggäster som inte kommer från Norden har oftast någon form av koppling dit antingen via jobb, släktingar eller vänner, berättar respondenten. Madsen förklarar hur nyfikna matintresserade personer, tillsammans med turister, också besöker restaurangen för att testa på det nordiska köket.

Det är många affärsmän samt människor som arbetar inom till exempel: bank, PR och media som besöker North Road. Åldersgruppen ligger mellan 30-50 år. Det är restaurangens läge som till stor del är grunden till North Roads målgrupp då lokalen ligger i ett så kallat business district. Enligt respondenten är gästerna i huvudsak engelsmän men även många skandinaver och japaner hittar dit.

På Fika riktar man sig främst till lokalbefolkningen men det kommer även många svenskar dit. Ett av målen med restaurangen var att introducera den mat som respondenten växte upp med för londonborna.

5.3.5 Programmet Ny nordisk mat

Under intervjun med Madsen och North Road framgick det att programmet *Ny nordisk mat* likställdes med *Manifest för det nya nordiska köket*. Respondenterna förklarade att, trots att manifestet är ett bra initiativ för att förstärka det nordiska köket, kan det tolkas som enbart en uppsättning regler. I stort anser dock både Madsen och North Road att manifestet förespråkar ett bra sätt att tänka kring mat.

Men jag tror att så länge man försöker att hålla sig till säsongerna och närproducerade råvaror, så har man redan kommit en bra bit på vägen. (Charlotte Kruse Madsen, Madsen)

Vi följer inte manifestet fullt ut, utan vi arbetar efter samma principer som manifestet förespråkar, men med brittiska förutsättningar. (Christoffer Hruskova, North Road)

Madsen resonerar att de kockar och restauranger som försöker följa manifestet är en tillgång för det nordiska köket. Hon menar att de har möjlighet att influera recept och promota det nordiska köket då de uppmärksammas av media. Att Noma är en pionjär för det nya nordiska köket är de båda överens om. De berömmar Nomas förmåga att arbeta innovativt med de nordiska råvaror som finns inom regionen. North Road anser att Noma har öppnat många ögon för de fina råvaror Norden har att erbjuda.

Varför ska vi köpa in tomater från Paris när vi har underbara råvaror själva? (Christoffer Hruskova, North Road)

Under intervjun framkom att restaurangägaren på Fika hade mycket begränsad kunskap om programmet *Ny nordisk mat* samt *Manifest för det nya nordiska köket*. Detta medförde ett begränsat resultat, där ingen ytterligare inblick i ämnet kunde skaffas.

5.3.6 Det nordiska kökets framtid

Respondenten på North Road är positiv inför det nordiska kökets framtid och tror att det kommer att kunna konkurrera med de mer etablerade köken i framtiden.

Även om det redan är bra så tror jag att det kommer att bli ännu bättre. Och jag tror att det är här för att stanna för att det har blivit ett kök för sig själv nu. (Christoffer Hruskova, North Road)

Respondenten tror att det nordiska köket kommer att fortsätta utvecklas, men är osäker på hur det kommer att ske. Han ser en möjlig utveckling där kockar och restauranger arbetar ännu närmare lokala producenter för att ytterligare förfinas de nordiska råvarorna. Madsen anser att det nordiska köket är ett hett samtalsämne idag. Dock vet respondenten inte om det kommer att fortsätta vara populärt eller om det nordiska köket bara är en tillfällig trend. Att det kommer att kunna bli ett konkurrenskraftigt kök är inte självklart, anser hon. Det nordiska köket är enligt Madsen inte tillräckligt unikt eller populärt för att kunna konkurrera med andra populära kök. Det som krävs för att stärka det nordiska köket är att göra det mer tilltalande för allmänheten. Enligt respondenten gör man detta bäst genom att utforma ett kök som är lättlagat, med enkla men karaktäristiska smaker. Dessutom berör hon vikten av att marknadsföra det nordiska köket som hälsosamt.

Jag vet inte om det kommer bli ett nytt världskök men jag är övertygad om att det kommer visas mer intresse för det, vi har definitivt något att erbjuda världen. Men i vilken skala det kommer ske, vet jag inte. (Charlotte Kruse Madsen, Madsen)

Fika ser inte lika ljusst på det nordiska kökets framtid då andra länder förmodligen inte kommer att kunna ta till sig den nordiska maten. Respondenten anser att det nordiska köket inte kommer att kunna konkurrera med andra internationellt erkända kök.

5.3.7 Representation av nordiska köket i London

Madsen anser att det finns utrymme för mer representation för nordisk mat i London. De restauranger som finns idag är relativt olika och riktar sig till olika gäster.

(...) jag tror definitivt att det finns rum för mer tillväxt, dessutom tror att ju fler vi är ju mer fokus hamnar på det nordiska köket. (Charlotte Kruse Madsen, Madsen)

Fika resonerar på liknande sätt. Så länge det finns en viss variation bland restaurangerna med nordisk profil anser respondenten på Fika att det finns utrymme för mer representation. Beträffande det moderna och innovativa nordiska köket anser North Road att de själva ligger i framkant i London. Däremot finns det ett flertal restauranger som representerar det mer traditionella nordiska köket. På senare tid har North Road uppmärksammats i media av bland annat de brittiska tidningarna *The Times* och *The Guardian*. Madsen påpekar att uppmärksamheten inte bara gynnar North Road utan även andra nordiska restauranger i London. North Road berättar att några av svårigheterna med att promota den nordiska maten är de speciella smaker som förknippas med nordisk mat. Dessutom nämner respondenten det faktum att gästerna ibland känner en lättare mättnadskänsla inte alltid innebär något positivt. Många briter fick vänja sig vid denna känsla, enligt respondenten.

6 Diskussion

Uppsatsen bygger på en underökning som beskriver; hur det nordiska köket representeras på utvalda nordiskt profilerade restauranger i London, samt om det finns någon koppling till programmet *Ny nordisk mat*. Genomförandet av undersökningen gjordes genom kvalitativa intervjuer och kvantitativa dokumentanalyser. Detta gav ett resultat som visar på att det nordiska köket representeras på olika sätt; genom råvaror, tillagningsmetoder, märkesvaror eller maträtter men kanske främst genom att kombinera dessa.

I diskussionen resoneras och värderas metoden och resultatet separat. Därefter kopplas de ihop och binds till den teoretiska bakgrunden.

6.1 Metoddiskussion

Utifrån studiens syfte och frågeställningar valde vi att kombinera dokumentanalys och intervjuer. Kombinationen av metoderna har varit nödvändig för att kunna besvara de frågeställningar vi har haft. Patel och Davidsson (2003) menar att det ibland krävs mer än en metod för att besvara frågeställningarna. Hade bara en metod använts hade inte resultatet blivit tillräckligt utförligt, däremot hade studien fått ytterligare djup om vi även använt oss av observationer som kunde grundats på FAMM, *Five aspects meal model*. Detta för att studien visar att representation av en region kan förstärkas genom bland annat inredning och hur maten presenteras på tallriken.

Det har varit en relativt svår process att identifiera nordiska råvaror då det inte funnits någon litteratur eller dokument som tydligt identifierat samtliga typiskt nordiska råvaror. Vi har fått plocka ut råvaror från löpande text från flera källor (se Tabell 1). Det var förstås omöjligt att identifiera samtliga nordiska råvaror utifrån de källor vi hade. Därför kan den listan kompletteras ytterligare, med fler råvaror från andra källor. Då studien sträcker sig över en begränsad tidsperiod och flera av restaurangerna arbetar efter säsong, har vi endast kunnat analysera menyer från den säsongen. Detta påverkar utbudet av råvaror och ger inte någon helhetsbild över användningen av nordiska råvaror på restaurangerna. Det skulle vara av intresse att analysera menyer från samtliga säsonger under ett helt år för att kunna få en omfattande bild av användningen av nordiska råvaror.

Vid utformningen av vår intervju gjorde vi en intervjuplan i form av en checklista. Den användes som stöd under intervjuerna. När man utformar öppen riktad intervju behöver man, enligt Lantz (2007), bara bestämma vilka frågeområden man ska beröra och inte strukturera upp det ytterligare. Då vi båda var lika delaktiga i utformningen av intervjuplanen kunde vi skifta intervjuledare. Dock var vi noga med att på förhand bestämma vem som skulle leda vilken intervju och vem som skulle sköta inspelning samt kontrollera att alla ämnen på checklistan berördes. Dock ställde båda följdfrågor under intervjuerna, om det ansågs finnas behov. Detta gjorde att vi båda mycket väl visste vilka ämnen som skulle behandlas och på så sätt kunde vi komplettera varandra under intervjuerna.

I ett tidigt skede gjorde vi valet att göra ljudinspelningar på intervjuerna. Detta för att underlätta och inte riskera att mista viktig information. Vi valde att fråga respondenterna om intervjun fick spelas in. I alla fall utom ett, godkändes inspelning. Restaurangägaren på Fika avböjde en inspelning. Vi valde då att anteckna intervjun med penna och papper, vilket enligt Lantz (2007), är en godkänd metod då ljudupptagning inte är möjlig. Avsaknaden av en ljudinspelning begränsade vårt intervjuresultat på flera sätt. Bland annat kunde vi inte använda oss av stärkande citat. Vi fick inte heller någon exakt bild av vad det var som sades då anteckningar inte är lika detaljerade som en inspelning. Det kan ha resulterat i att viktig information gått förlorad, dock återgavs intervjun utefter bästa förmåga.

Båda ljudinspelade intervjuerna samt alla menyer som användes i studien var på engelska. Vi gjort en översättning från engelska till svenska av de delar som var relevanta för resultatet. Då det alltid finns en risk med översättningar från andra språk, särskilt när det kommer till vardagsuttryck och talesätt, kan det diskuteras huruvida översättningarna påverkat resultatet negativt. Dock tror vi att ingen viktig data har gått förlorad i översättningen.

Då vi inte fick möjlighet att intervjua restaurangägaren på Scandinavian Kitchen var vår första tanke att exkludera restaurangen helt från studien. Vi valde dock att genomföra en dokumentanalys på deras meny då vi insåg att resultatet kunde styrka eller dementera vårt övriga resultat, vilket kommer diskuteras ytterligare i resultatdiskussionen.

6.2 Resultatdiskussion

Samtliga fyra nordiskt inspirerade restauranger som analyserats, har använt sig av nordiska råvaror i någon utsträckning (se Tabell 2-5). Scandinavian Kitchen's meny, som använts som komplettering till intervjuerna, förstärkte bilden av att vanligt förekommande nordiska råvaror används för att representera det nordiska köket i London. Det som är gemensamt för Madsen, North Road och Fika är att de avstår från att importera råvaror från Norden. Samtliga restauranger lyckas ändå använda många av de råvaror som enligt Tabell 1 är nordiska. Likheter i klimatet mellan Storbritannien och Norden, anser vi vara anledningen till att man kan använda nordiska råvaror utan att importera. Ett snarlikt klimat möjliggör odling av, i princip, samma grödor. Att försöka promota det nordiska köket på ett internationellt plan blir ganska motsägelsefullt om man helt grundar det på programmet och manifestet. Å ena sidan flaggar man för bra nordiska råvaror, täta kontakter med närliggande producenter, miljöansvar och hållbarhet. Å andra sidan vill man göra köket internationellt där det nordiska köket ska bli ett av de ledande köken i världen (Välimäki m.fl., 2004). Paradoxen blir att man inte kan odla nordiska råvaror, eller råvaror med samma kvalitet som i Norden, i stora delar av världen vilket medför att man istället får importera råvaror från Norden. Detta leder till att delar av manifestet fallerar. Vi anser att miljöfrågan är en central del i manifestet och att, de som säljer nordiska råvaror, bör lägga mycket energi och pengar på att hitta så miljövänliga

transportalternativ som möjligt. På så sätt kan man behålla de värderingar *Manifest för det nya nordiska köket* står för.

Enligt Tabell 7 saknar North Roads meny klassiska nordiska maträtter medan Scandinavian Kitchens meny domineras av dem. Utifrån detta resultat kan man få intrycket av att North Roads representation av det nordiska köket är bristfälligt. Dock förespråkar *Manifest för det nya nordiska köket* att nordiska råvaror och tillagningsmetoder ska användas på ett innovativt sätt (Välimäki m.fl., 2004), något som North Road i allra högsta grad gör. Tellström (2006) menar att, även om restauranger arbetar innovativt med rätter och smakkombinationer, kan maten fortfarande vara kopplad till en specifik region. Enligt Välimäki m.fl. (2004) och Tellström (2006) kan man med fördel arbeta innovativt med tillagningsmetoder, smakkombinationer och rätter för att representera Norden. Restaurangägaren på North Road beskriver hur de, mer än någon annan restaurang i London, arbetar innovativt med nordiska råvaror, tillagningsmetoder och smaker. Detta är viktig information för studien som skildrar ett sätt att profilera det nordiska köket i London. Madsen, i sin tur, försöker balansera mellan klassiska och mer innovativa nordiska rätter. Detta återspeglas också i menyn (se Bilaga 4). Anledningen till att man gör på detta sätt är för att möta gästernas efterfrågan. Det som är intressant i sammanhanget är restaurangernas helt skilda sätt att jobba med nya smaker och maträtter. Vi fick intrycket av att Madsen och Fika mer anpassar sin meny mot vad gästen förväntar sig. North Road gör istället det omvända och introducerar nya smaker, tillagningsmetoder samt råvaror för sina gäster. På North Road är det gästerna som måste anpassa sig. Om detta är en klok ekonomisk väg att gå vet vi inte. Det vi däremot vet är att, för att driva en restaurang på detta sätt, måste man stå bakom sin vision till hundra procent. North Road är idag en medialt uppmärksammat restaurang med fina pressrecensioner¹. Madsen menar att all positiv medial uppmärksamhet som riktas mot nordiska restauranger gynnar samtliga, då det väcker en nyfikenhet hos restaurangbesökare och lockar förhoppningsvis nya gäster. Den målgrupp som North Road, Madsen och Fika har gemensamt är gäster som har någon form av koppling till Norden, men utöver det skiljer sig målgrupperna åt. Då restaurangerna har tydligt skilda inriktningar är detta resultat inte oväntat.

Som Laurin (2010) skriver är det nordiska klimatet komplext med många klimatzoner vilket gör att råvarorna får en specifik smakkarakter. Råvarorna som finns i Storbritannien får, på grund av klimatet, inte samma karakter som råvaror i Norden. Välimäki m.fl. (2004) förespråkar att man använder råvaror från traktens odlingar, uppfödningar och fiske. Detta tankesätt ser vi att samtliga restaurangägare strävar mot. De uttryckte vikten av att arbeta med bra råvaror, veta deras ursprung och hur de är producerade. På Madsen förespråkar man lokalt producerade råvaror. På North Road lägger man större vikt på att hitta små producenter där man kan bilda ett nära samarbete. Fika väljer att köpa in sina råvaror genom att låta kocken besöka marknader, där de har möjlighet att välja olika producenter från gång till gång, beroende på det utbud som finns.

I Fikas verksamhetsfilosofi står det att de nordiska råvarorna som kan odlas, födas upp och fiskas i Norden är unika, dock framgår det att Fika inte importerar råvaror från Norden utan de mesta inköpen sker via marknader. Som Laurin (2010) lyfte fram är nordiska råvaror unika på grund av den natur och det klimat som präglar regionen. Även om det går att odla, föda upp eller fiska likvärdiga råvaror i Storbritannien kommer råvarorna att skilja sig från de som producerats i Norden. Att Fika har en filosofi som talar för de unika nordiska råvarorna och

¹The Guardian. *Restaurant Review: North Road*. Hämtat 2011-05-15 från <http://www.guardian.co.uk/>

sedan berättar att råvarorna inte kommer från Norden skapar en tvetydighet i budskapet som lyfts fram. Välimäki m.fl. (2004) skriver i manifestet att man ska ta till vara på de råvaror som finns i vår närhet, att ha ett gott och nära samarbete med producenter och veta var råvaran kommer ifrån och hur den är producerad. Även om man utgår från Välimäki m.fl. (2004) går det att hitta punkter i råvaruanvändningen på Fika som kan ändras på för att skapa en starkare koppling till det nordiska köket.

I dokumentanalysen ser man att samtliga restauranger använder sig av en eller flera typiskt nordiska tillagningsmetoder (se Tabell 6). Enligt Swahn (2003) är den mest kända nordiska tillagningsmetoden gravning, där lax oftast gravas. Som det framkommer av dokumentanalysen serverar Scandinavian Kitchen gravad lax (se Tabell 7). Under intervjuerna får vi veta att man jobbar med gravad lax på både Madsen och Fika. Även North Road använder gravning som tillagningsmetod, men förklarar att de gärna gravar andra fiskar än lax. Enligt Välimäki m.fl. (2004) är innovation en viktig del i det nya nordiska köket. North Road representerar detta på ett bra sätt genom att, som ovan, använda traditionella tillagningsmetoder i en ny tappning. Den egentliga representationen kommer inte enbart från råvaror eller tillagningsmetoder utan uppstår när dessa kombineras (Tellström, 2009; Dahlgren, 2009). Att samtliga restauranger lyckas kombinera användningen av nordiska råvaror och tillagningsmetoder framkommer både genom dokumentanalysen samt intervjuerna. För att gå djupare in på hur det nordiska köket representeras menar Cassel (2003) att man ska kunna koppla maten som serveras med den natur och kultur som har präglat regionen.

Cassel (2003) menar att en viktig del av representationen av en matregion också speglas i det symboliska värdet. Utifrån intervjuerna kan vi se att man arbetar med symboliken på olika sätt. På Fika (2011a) strävar man efter att förmedla det sociala fenomen som det svenska fikat innebär, där restaurangens symbolik bygger på ägarens och personalens svenska arv. Fika försöker genom detta förmedla den kulturella aspekten genom både maten, produkterna och restaurangen som helhet. På North Road försöker man också stärka kopplingen till Norden genom att inreda med nordisk design. För att förtydliga de rätter som är förknippade med nordisk matkultur har Madsen utmärkt rätterna med ett hjärta (♥) på menyn (se bilaga 4). På detta vis förtydligar symbolen den nordiska matkulturen. Under intervjun pratar Madsen om restaurangens målgrupp och lyfter särskilt fram perioden i mitten på maj. Den 17 maj är Norges nationaldag vilket innebär att många norrmän besöker restaurangen. Under denna period erbjuder restaurangen en norskinspirerad meny. Att erbjuda en meny med sådan tydlig koppling till en region ökar också det symboliska värdet, som Cassel (2003) så tydligt förespråkar.

Som tidigare nämnt arbetar det nordiska ministerrådet, genom en rad olika kampanjer, med att stärka och etablera det nordiska köket på ett internationellt plan (Ny nordisk mat, 2011a, 2011b)². Det vi i dagsläget kan utläsa är att ministerrådet vill sätta det nordiska köket på den kulinariska världskartan, men det vi saknar är en precisering i hur ministerrådet arbetar för att uppnå detta.

I London representeras det nordiska köket till viss del enligt programmet *Ny nordisk mat*. I intervjuerna framkommer att restaurangägarna på Madsen och North Road har mycket bra uppfattning om vad *Manifest för det nya nordiska köket* innebär. Dock framgår inte deras kunskap om programmet *Ny nordisk mat*. Detta kan bero på att manifestet är skrivet av

² Se rubrik 2.4 *Programmet Ny nordisk mat*, s.9

framstående nordiska kockar vilket gjort det lätt för andra inom samma yrke att ta till sig manifestet.

Vi kunde urskilja en koppling mellan kunskapen om manifestet och restaurangägarnas egna tankar kring det nordiska kökets framtid. På North Road är man hoppfull och tror att det nordiska köket kommer att lyckas bli ett internationellt erkänt kök. På Madsen var man inte lika säker på det nordiska kökets konkurrenskraftighet men man tror ändå att det kommer fortsätta att utvecklas. Dessutom resonerade Madsen kring vad som kan behövas för att det ska bli mer konkurrenskraftigt; det måste bli mer anpassat till gemene man, det vill säga lätt att laga för alla. En tydligare hälsoprofil är också något som kan göra det nordiska köket mer tilltalande. Respondenten på Fika ansåg att det nordiska köket smakmässigt inte har mycket att komma med. Man tror inte att andra kulturer uppskattar de nordiska smakerna. Respondenten berättar vidare att man har svårt att se ett konkurrenskraftigt nordiskt kök som ska leda den gastronomiska världen i framtiden. Slutligen välkomnas ytterligare representation av det nordiska köket i London, av samtliga restaurangägare. De resonerar att ju fler representanter som finns, desto mer uppmärksamhet får köket i stort. Vidare anses att ju mer uppmärksamhet, desto starkare fäste kommer det nordiska köket få. Detta är en uppfattning som delas av Metzger (2005), som också lyfter fram vikten av ett starkt gemensamt kök.

6.3 Förslag på fortsatt forskning

Det vore intressant att se vad en mer omfattande studie av restaurangernas menyer skulle ge för resultat, där man får möjligheten att analysera menyer från samtliga säsonger. Vidare skulle det vara intressant att genomföra en liknande studie i andra länder och städer. Slutligen skulle en studie som visar på möjligheterna att representera det nordiska köket i andra delar av världen, där man inte har ett liknande klimat. Hur ska man lösa transportfrågan och fortfarande framhålla ord som hållbarhet och miljö i manifestet?

7 Slutsats

Det nordiska köket i London representeras enligt följande;

- Både genom det traditionella nordiska köket och genom det innovativa *nya* nordiska köket.
- Bra råvaror; få nordiska restauranger importerar istället har man nära samarbete med producenterna.
- Nyttig mat; nordiska köket ger en lättare mättnadskänsla.
- Restaurangerna strävar efter att erbjuda fräscha, lätta och rena smaker där råvarorna på tallriken får tala för sig
- Användandet av nordiska tillagningsmetoder är centralt på de nordiskt profilerade restaurangerna.
- Ett brett spektra av nordiska restauranger som riktar sig till olika målgrupper; allt från enklare lunchrestauranger till ambitiösa fine dining restauranger. Dock serverar de flesta nordiskt profilerade restaurangerna traditionell nordisk mat eller husmanskost.

Sammanfattningsvis urskiljdes en kluvenhet bland restaurangägarna när det kommer till det nordiska kökets framtid. Man välkomnar ändå fler restauranger med nordisk profil då detta skulle innebära en ökad uppmärksamhet kring det nordiska köket.

Referenslista

- Ahrne, G. & Svensson, P. (Red.). (2011). *Handbok för kvalitativa metoder*. Malmö: Liber.
- Augustinussen, R. (1999). *Matkultur i Norden: en kokbok*. Ängelholm: Skåneförlaget
- Aquavit. (2011). *About restaurant Aquavit*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.aquavit.org/restaurant/default/about.asp>
- Bergström, G. & Boréus, K. (Red.). (2005). *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Cassel, S. H. (2003). *Att tillaga en region: Den regionala maten i representation och praktik*. Doktorsavhandling, Uppsala Universitet, Department of Social and Economic Geography.
- Dahlgren, M. (2009). Olikheterna lockar mest. Ingår i A. Förster (Red.), *Syrat: En hyllning till den unika nordiska smaken* (s. 154). Stockholm: Informationsförlaget.
- Fika. (2011a). *Philosophy*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.fikalondon.com/index.php?page=philosophy>
- Fika. (2011b). *Food and drink*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.fikalondon.com/index.php?page=food-and-drink--swedish-cuisine>
- Förster, A. (Red.). (2009). *Syrat: En hyllning till den unika nordiska smaken*. Stockholm: Informationsförlaget.
- Hermerén, G., Almgren, K., Bengtsson, P., Cannon, B., Eriksson, S., Höglund, P., ... Werner, P. (2011). *God forskningssed*. (Vetenskapsrådets rapportserie 2011:1). Stockholm: Vetenskapsrådet
- Ingmanson, I. (2003). *Naturens läckerheter*. Stockholm: Bokförlaget Prisma.
- Kalles. (2011). *Historik: 2005*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.kalles.se/>
- Lantz, Annika. (2007). *Intervjumetodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Laurin, U. (2010). *Den svenska turistmåltiden: En internationell bild av mat och måltider*. (Rapport 0044). Stockholm: Tillväxtverket.
- Livsmedelsverket. (2010). *Matcirkeln*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.slv.se/sv/grupp1/Mat-och-naring/Matcirkeln-och-tallriksmoddellen/Matcirkeln/>
- Madsen. (2011). *The Food*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.madsenrestaurant.com/main/thefood>
- Malmin, R. (2009). Syran gör smaken frisk och lätt. Ingår i A. Förster (Red.), *Syrat: En hyllning till den unika nordiska smaken* (s. 154). Stockholm: Informationsförlaget.

Metzger, J. (2005). *I köttbullslandet: konstruktionen av svenskt och utländskt på det kulinariska fältet*. Doktorsavhandling, Stockholms Universitet. Department of Economic History.

Multefiskar. (u.å.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/multefiskar>

Noma. (2011). *Om noma: Køkkenet*. Hämtad 2011-06-07 från <http://noma.dk/main.php?lang=dk&id=0>

Norden. (2011a). *Nordenfakta – De nordiska länderna*. Hämtad 2011-05-03 från <http://www.norden.se/Nordenfakta/De-nordiska-landerna/>

Norden. (2011b). *Om Nordiska ministerrådet*. Hämtad 2011-05-03 från <http://www.norden.org/sv/nordiska-ministerraadet/om-nordiska-ministerraadet>

Norden. (2011c). *Varför Nordiska ministerrådet*. Hämtad 2011-05-03 från <http://www.norden.org/sv/nordiska-ministerraadet/om-nordiska-ministerraadet/varfoer-nordiska-ministerraadet>

Norden. (2011d). *Om nordiskt näringspolitiskt samarbete*. Hämtad 2011-05-03 från <http://www.norden.org/sv/om-samarbetet/samarbetsomraaden/naeringsliv/om-nordiskt-naeringspolitiskt-samarbete>

Norden. (2011e). *Ny nordisk mat*. Hämtad 2011-05-03 från <http://www.norden.org/sv/nordiska-ministerraadet/ministerraad/nordiska-ministerraadet-foer-fiskeri-och-havsbruk-jordbruk-livsmedel-och-skogsbruk-mr-fjls/ny-nordisk-mat>

Nordiska museet. (2011). *Kräftskiva*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.nordiskamuseet.se/publication.asp?publicationid=2605>

North Road. (2011). *About*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.northroadrestaurant.co.uk/home.htm>

Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder: Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Scandinavian Kitchen. (2011). *About us*. Hämtad 2011-05-13 från <http://www.scandikitchen.co.uk/pages/About.html>

Slätvar. (u.å.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2011-05-11 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/slätvar>

Stukát, S. (2005). *Att skriva examensarbete inom utbildningsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Söderström, M. (2009). Några droppar vinäger kan göra underverk. Ingår i A. Förster (Red.), *Syrat: En hyllning till den unika nordiska smaken* (s. 155). Stockholm: Informationsförlaget.

Swahn, J.-Ö. (2003). *Mathistorisk uppslagsbok*. Bromma: Ordalaget Bokförlag.

Swahn, J.-Ö. (2009). *Stora matlexikonet*. Bromma: Ordalaget Bokförlag.

Tellström, R. (2006). *The construction of food and meal culture for political and commercial ends: EU-summits and, rural businesses and World Exhibitions*. Doktorsavhandling. Örebro Universitet. Culinary Arts and Meal Science.

Tellström, R. (2009). Matvanor handlar alltid om prestige. Ingår i A. Förster (Red.), *Syrat: En hyllning till den unika nordiska smaken* (s. 157). Stockholm: Informationsförlaget.

Välämäki, H., Sørensen, L., Dahlgren, M., Malmin, R., Collin, R., Lauterbach, E. ...
Björklund, M. (2004). *Manifest för det nya nordiska köket*. Hämtad 2011-05-11 från
http://nynordiskmad.org/fileadmin/webmasterfiles/PDF/koksmanifest/Manifest%20f%C3%B6r%20NNM%20_%20svenska.pdf

Bilaga 1 Mail till restaurangerna

Dear North Road and Christopher Hruskova.

My name is Anna and together with my fellow classmate Maria I'm interested in the type of restaurant you're running in London. We will be visiting England in mid-April to find out more about how Nordic food is profiled outside the Nordic countries. We were recommended to visit your restaurant (the word's out there you have the best "away-from-home"-food and we just have to see for ourselves) and then hopefully get the opportunity to meet you for a quick chat, and to get your opinion on the subject?

We study Restaurant management at Gothenburg University in Sweden and are currently writing a bachelor thesis on the subject. We won't take up much of your time (approx. 15 minutes, or as long as you have time) as we only have a few questions about Nordic food and ingredients in London. What we can give back to North Road is a marketing opportunity by naming the restaurant in our thesis, which may have several potential readers from the restaurant business.

We would be extremely grateful if we get the opportunity to meet you. Please, let us know if you think a meeting is doable. (We'll get back to you with more precise dates.)

Sincerely,
Anna Stokuca & Maria Mårdsäter

Gothenburg University
Restaurant management, RM
gusanast@student.gu.se
gusdahmah@student.gu.se

Bilaga 2 Checklista för intervjuer

Temachecklista för intervjuer.

| Intervju nr: | |
|--|---------------|
| Datum/tid: | |
| Verksamhet: | |
| Intervjuad person: | |
| - befattning: | |
| Tema | Berört |
| Allmänt om nordisk mat / <i>General Nordic food</i> | |
| Specifika smaker från Norden / <i>Specific flavours from the Nordic countries</i> | |
| Nordiska ingredienser / <i>Nordic ingredients</i> | |
| Målgrupp / Target group | |
| Ny nordisk mat / New Nordic Food | |
| Nordisk mat / nordiska kökets framtid / <i>Nordic food / Nordic cuisine in the future</i> | |
| Representation av nordisk mat/ <i>Representation of the Nordic food</i> | |

Bilaga 3 Översatta intervjufrågor

What are your general thoughts on Nordic cuisine?

- How do you think Nordic cuisine is represented in London?

Who is your target group? *People who have moved to London from the North, locals or tourists?*

- And your largest clientele is?

Where do you get inspiration for the food and menu from?

What are your thoughts and beliefs on Nordic cuisine in the future?

Hur tänker du kring nordisk mat?

- Hur tycker du att nordisk mat representeras i London?

Vilka riktar ni er till? *Inflyttade från Norden, Lokalbefolkning eller turister?*

- Största kundgrupp?

Var hämtar ni inspiration till maten/menyn?

Nordisk mat och det nordiska köket i framtiden?

Bilaga 4 Restaurangernas menyer

North Road

Mains

Galloway fore rib beef & leeks
Wild leeks, milk skin & mustard

Cornish monkfish tail & cheek
Coastal & sea elements

Herdwick mutton loin & shank in hay
Golden beetroot, brown butter vinaigrette
& wild herbs

Norfolk wood pigeon & Kent black spring
truffle

Douglas fir pine, dried mushrooms & wild
herbs

Wild Scottish halibut & wild Suffolk
greens

Smoked bone marrow & salt baked
celeriac

Dessert

Buttermilk, carrot & liquorice
Ice cream, sponge & jelly

Caramel, oat & caramelised milk
Muscovado sugar & hazelnut mayo

Steamed sago & beet root
Sheep milk yoghurt sorbet & tarragon

Cold hirse porridge & milk ice cream
Oat & malt crumble

Caramelised clove parfait
Malt & apple

Cheese

Selection of British cheeses
Quince & bread

Källa:

<http://northroadrestaurant.co.uk/alacarte.htm>

Hämtad: 2011-04-19

Bilaga 4 Restaurangernas meny

Madsen

♥ = traditional Scandinavian dish, (v) = vegetarian, (n) = contains nuts

Main Courses

Oven-roasted breast of chicken –
on chunks of bacon. Served with smoked
tomato butter and an onion, parsley and
tomato sautee.

Braised lamb shank -
on a bed of spring onions, thyme, garlic
and grilled courgettes and a rich red wine
sauce

♥ Swedish “Dillkött” -
Dutch veal in a creamy fricassee sauce
with new carrots, parsnips and dill

♥ Danish “Frikadeller” -
pork meatballs served with traditional red
cabbage and gravy

♥ “Stegt flæsk med persillie” –
thick fried bacon and roasted parsnips
served with creamy parsley sauce and
pickled beetroot

♥ Swedish “Tjälknöl”-
slow roasted topside of beef served on a
bed of onions with thyme and carrot puree

♥ Baked Scottish salmon -
on steamed asparagus with Norwegian
Sandefjord sauce made with cream, lemon
and herbs

Skin-fried grey mullet -
with honey baked fennel, pea puree and
white wine sauce

(v) Broad beans, cheese and pearl barley -
casserole topped with fried beetroot,
toasted almonds and Norwegian
“Gudbrandsdalen” goat’s cheese

Desserts

♥ (n) Rhubarb trifle -
stewed rhubarb in layers with Amaretti
biscuit crumble and whipped cream.

Beetroot and anis ice-cream -
served on a sweet white chocolate and lime
creme

♥ Danish “Kærnemælks-fromage” -
buttermilk fromage with lemon sorbet and
sweet Akvavit raisins

Sticky chocolate cake-
with milk chocolate mousse and wild berry
coulis

♥ (n) Swedish Västerbotten cheese-
served with blackcurrant jam, artisan crisp
bread and marinated fruits

♥ (n) Kransekage -
Marzipan biscuit

Källa:

<http://www.madsenrestaurant.com/main/menus/dinner>

Hämtad: 2011-04-19

Bilaga 4 Restaurangernas meny

Fika

Mains

Köttbullar

Homemade, all beef, Swedish meatballs served with mashed potatoes, red wine sauce and lingonberry.

Pan fried mushroom gnocchi (V)

A colourful Swedish inspired pan fried gnocchi served with mushrooms, sautéed rockets and peppers.

Reindeer sausage

These sausages have a robust flavour and comes with our home pressed potatoes, tossed greens and fruity juniper berry sauce.

Mains (Planks)

Smoked oak plank with grilled mashed potato (no dairy) and a grilled tomato.

Traditional plankstek

Prime rib eye steak served on the plank with béarnaise sauce. The beef is hand selected from reputable butchers at Smithfield's meat market.

Lax planka Grilled salmon, from Billingsgate fish market, served on the plank with hollandaise sauce.

Kyckling planka

Herb marinated fillet of grilled chicken, served on the plank with a chilli infused lemon sauce.

Vegi planka

A cocktail of chick peas, mung, butterbeans and seasonal vegetables. Kindly let staff know if you are vegan.

Desserts

Kladdkaka deluxe

A rich, home-made, full of flavour, muddy, brownielike chocolate cake, served with vanilla icecream.

Våffla

A waffle of four hearts served with vanilla icecream.

Extra toppings:

Strawberry jam

Cream

Vanilla icecream

Chocolate spread

Waffle stack £4.50

Following waffle week, many of you asked us to add the waffle stack on the menu - and so we did. Please allow extra time to prepare this as each stack is unique. The basic idea is the layering of the hearts between icecream and all sorts of fillings. Just make sure to let us know if you suffer from any allergies.

Källa:

<http://www.fikalondon.com/lib/system/cmsFileStore/pdf/fikaalldayandweekends.pdf>

Hämtad: 2011-04-19

Bilaga 4 Restaurangernas meny

Scandinavian Kitchen

SMÖRGÅSBORD - open sandwiches

Fish and seafood

Prawn and Egg / Norwegian Smoked salmon / Swedish Gravad lax / Norwegian hot smoked salmon / Smoked mackerel mousse / Skagenröra seafood salad / Mustard herring / Curried herring / Onion herring / Egg & Kalles Kaviar / Norwegian smoked salmon rye wrap

Meats

Swedish meatballs / Norwegian Meatballs / Danish liverpate / Rare roast beef / Danish salami / Swedish ham & cheese rye wrap

Vegetarian

Egg & Tomato / Swedish Greve cheese / Brie & peppers / Blue cheese mash / Swedish cheese rye wrap / Egg & light mayo rye wrap

SALADS

We prepare fresh salads every single day and have a wide selection to choose from on the smorgasbord. Count as one piece on smorgasbord: mix and match with the open sandwiches
Potato salad with red onion / Beetroot and apple salad / Red cabbage, pear and lingon salad with crème fraiche / Mixed bean with coriander dressing / Green leaves / Vine tomato with feta and baby spinach / Carrot and courgette salad with poppy seeds and orange zest

WARM STUFF

Swedish meatballs with homemade beetroot & apple salad and homemade potato salad - £6.50

Scandinavian Hot dogs - £2.50

Soup of the day - £3

CAKES AND STUFF

Signature cakes

Sticky Swedish chocolate cake (Kladdkaka) / Apple & Cinnamon cake / SK Banana cake / Bee's Carrot cake / Danish strawberry layer cake / Swedish princess cake / Seasonal mazarin/frangipane tart (currently, peach melba or rhubarb & strawberry)

Other treats

Gluten free Valrhona & Orange brownie / Kolakakor / Mjuk pepparkaka / Hallongrottor / Delicato cakes / Swedish cinnamon buns / Pastries

Källa:

<http://www.scandikitchen.co.uk/pages/Cafe-Menu.html>

Hämtad: 2011-04-19